

MANAJEMEN PENGELOLAAN KHUTBAH JUM'AT DI MASJID BAITUL IHSAN BANK INDONESIA SURABAYA

Shobikhul Qisam, Muhammad Herma Musyanto, Adityo Nugroho, dan Mauludi
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Ar Rahmah Surabaya, Indonesia
E-mail: shobikhstidkiarrahmah@gmail.com

Abstract: *The purpose of this research is to know the production process in the Friday sermon program at the Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya mosque. This type of research is qualitative research and is located at Baitul Ihsan Bank Indonesia Mosque in Surabaya. The research approach used is a descriptive case study approach. Data sources in this study are primary data sources totaling 3 informants. Data collection techniques used in this study are: observation, interview and documentation techniques. The results showed that the production process of the Friday sermon program at the Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya mosque was in accordance with the program development. This study also produced three findings. First, related to the initial idea of the program. Second, an overview of the selection and selection of preachers and SOP for program implementation. Third, an overview of the program's final design. The implications of this research need to reinforce the SOP on the implementation of the Friday sermon program as well as the Friday sermon theme at the Baitul Ihsan Mosque in Bank Indonesia Surabaya and hold documentation and publications on Friday sermon activities.*

Keywords: *Mosque, Production Management, Program Management*

Pendahuluan

Masjid diambil dari kata “*sajada, yasjudu, sajada*”. Kata *sajada* artinya bersujud, patuh, taat, serta tunduk dengan penuh hormat dan *ta'dzim*. Untuk menunjukkan suatu tempat, kata *sajada* yang diubah bentuknya menjadi “*masjidun*” (*isim makan*), sehingga memiliki arti tempat sujud menyembah Allah *Subhanahu Wata'ala*. Secara terminologis, masjid mengandung makna sebagai pusat dari segala bentuk kebaikan yang dikemas dalam dua bentuk. Pertama, yaitu kebaikan dalam bentuk ibadah khusus, yaitu sholat fardhu baik secara sendirian maupun berjama'ah. Kedua, kebaikan dalam bentuk amaliyah sehari-hari untuk berkomunikasi dan bersilaturahmi dengan sesama jama'ah.¹

Aziz Muslim menyebutkan pengertian masjid secara sosiologis yang berkembang pada masyarakat Indonesia, yaitu suatu tempat atau bangunan tertentu yang digunakan

¹ Erman Suherman, *Manajemen Masjid (Kiat Sukses Meningkatkan Kualitas SDM Melalui Optimalisasi Kegiatan Umat Berbasis Pendidikan Berkualitas Unggul)*. (Bandung: Alfabeta, 2012), 60.

orang-orang muslim untuk mengerjakan shalat wajib dan sunnah, baik secara perseorangan ataupun jama'ah. Selain itu, masjid juga digunakan untuk melaksanakan sholat Jum'at dan ibadah lainnya. Dalam perkembangan selanjutnya, masjid dipahami sebagai tempat untuk shalat rawatib dan shalat Jum'at yang sering disebut jami' atau masjid jami'.²

Berdasarkan sejarah, fungsi masjid tidak sekedar untuk tempat sujud, tetapi multifungsi. Pada masa Rasulullah *Shalallahu alaihi wassalam*, masjid berfungsi sebagai sentra kegiatan-kegiatan pendidikan, yakni tempat pembinaan dan pembentukan karakter umat. Bahkan lebih strategis, masjid menjadi pusat kegiatan politik, ekonomi, sosial dan budaya umat pada masa Rasulullah *Shalallahu alaihi wassalam*. Hal ini dikarenakan setiap hari umat Islam berjumpa dan mendengar arahan-arahan Rasulullah *Shalallahu alaihi wassalam*.³ Melihat pentingnya keberadaan masjid bagi perkembangan agama islam. Maka perlu dilakukan sebuah manajemen untuk proses pengelolaan masjid.

Manajemen pada awalnya berkembang dilingkungan dunia bisnis, industri dan militer. Namun sejalan perkembangannya ternyata ilmu manajemen dalam berbagai usaha dan kegiatan, termasuk juga dalam hal organisasi pengelolaan masjid. Menurut Ike manajemen adalah suatu ilmu yang mendalami cara untuk mengelola suatu aktivitas, dalam rangka mencapai tujuan, dengan bekerjasama secara efisien dan terencana dengan baik.⁴

Sejalan dengan hal itu berdasarkan penjelasan Syafaruddin & Nurmawati, manajemen diartikan sebagai suatu proses menata atau mengelola organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan.⁵ Sedangkan menurut Terry R. George, menjelaskan bahwa manajemen adalah kemampuan mengarahkan dan mencapai hasil yang diinginkan dengan tujuan dari usaha-usaha manusia dan sumber daya lainnya.⁶ Sehingga dari beberapa penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang kemampuan mengarahkan dan mengelola untuk mencapai tujuan, dengan cara baik secara individu maupun secara berkerjasama.

Di era globalisasi saat ini, dimana perkembangan dari berbagai disiplin ilmu dan teknologi sangat pesat, tidak ada satu organisasipun yang tidak menerapkan ilmu manajemen untuk mengelolanya. Termasuk juga dalam hal pengelolaan masjid, penerapan ilmu manajemen dalam pengelolaan masjid digunakan untuk menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan. Manajemen masjid yang dilakukan dengan tentunya tidak lepas dari tuntunan Al-Qur'an dan al-sunnah. Manajemen pengelolaan masjid harus dilaksanakan secara profesional dan menuju pada sistem manajemen modern. Prinsip ini juga harus dilakukan dalam hal perencanaan dan pengembangan

² Aziz Muslim, "Manajemen Pengelolaan Masjid". *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Vol 5. No.2. Desember 2004: 107

³ Syamsul Kurniawan, "Masjid Dalam Lintasan Sejarah Umat Islam". *Jurnal Khatulistiwa- Journal of Islamic Studies*, Vol 4 no. 2, September 2014: 169

⁴ Ike Kusdyah Rachmawati, *Manajemen: Konsep-konsep Dasar dan Pengantar Teori*, (Malang: UMM Press, 2004), 2.

⁵ Syafaruddin & Nurmawati, *Pengelolaan Pendidikan Mengembangkan Keterampilan Manajemen Pendidikan Menuju Sekolah Efektif*. (Medan: perdana Publishing, 2011), 16.

⁶ Terry R. George, *Principles of Management*. (Illinois: Ricard D. Irwin, 1968), 793

program-program kegiatan masjid sehingga dapat diterima oleh masyarakat dan berjalan secara berkualitas.

Semua masjid pasti memiliki maksud dan tujuan. Para pengelola masjid tentu membuat dan menawarkan berbagai macam produk dan jenis jasa tertentu. Setiap masjid harus merencanakan program dan jenis jasa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Sama halnya organisasi-organisasi kemasyarakatan, seperti kantor pemerintahan juga harus memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat. Manajerial masjid memiliki fungsi yang penting dalam perancangan program yang tepat sesuai dengan kepuasan jama'ah.⁷ Kemajuan teknologi yang semakin cepat mengakibatkan suatu program dan jasa yang lama semakin ketinggalan zaman. Produk-produk lama terus-menerus dirancang kembali dan produk-produk yang baru tiada hentinya dikembangkan. Dalam hal ini, peranan kegiatan penelitian dan pengembangan menjadi suatu proses yang sangat penting bagi eksistensi suatu lembaga.

Menurut T. Hani Handoko memaparkan, terdapat 8 kegiatan penelitian yang biasa dilakukan oleh organisasi, yaitu :

1. Mencari ide dan gagasan pokok untuk menyiapkan program dan jasa dari lembaga itu sendiri;
2. Memperbaiki produk dan jasa lembaga yang sudah ada;
3. Menemukan penggunaan-penggunaan baru bagi program dan jasa lembaga sekarang;
4. Mengembangkan berbagai program dan jasa baru;
5. Mengurangi biaya produk dan jasa sekarang melalui perbaikan manajemen operasi dan keuangan lembaga.
6. Mengembangkan pelaksanaan program dan jasa yang sudah dipersiapkan;
7. Menganalisa program dan jasa para pesaing;
8. Menemukan penggunaan yang menguntungkan dari program-program yang sudah dijalankan sebelumnya.⁸

Dari kedelapan kegiatan penelitian ini, kegiatan nomor 4 memiliki tujuan yang paling penting, karena kegiatan tersebut dapat meningkatkan eksistensi suatu lembaga. Kegiatan penelitian dan pengembangan produk baru sangatlah penting karena kemajuan teknologi zaman sekarang yang sangat pesat. Kemajuan teknologi tidak hanya menciptakan tetapi juga bisa menghancurkan.⁹ T. Hani Handoko menyebutkan bahwa proses pengembangan program baru dan perbaikan program secara terus-menerus merupakan kunci pertumbuhan dan eksistensi suatu lembaga. Dalam kondisi persaingan saat ini, masjid yang tidak inovatif memiliki resiko yang lebih besar untuk kehilangan jama'ahnya.¹⁰

Menurut T. Hani Handoko proses pengembangan produk baru terdiri dari lima langkah, yaitu:

1. Pencarian Gagasan

Sumber utama dari gagasan-gagasan produk baru adalah pasar, atau teknologi yang telah ada. Gagasan tersebut berupa kebutuhan dan keinginan para konsumen

⁷ T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. (Yogyakarta:BPFE, 1990), 31

⁸ *Ibid.*, 38

⁹ *Ibid.*, 32

¹⁰ *Ibid.*, 38

(langganan) yang belum terpenuhi dan juga lewat observasi berupa produk-produk yang telah ada, para penyalur, para ahli, pesaing, manajemen puncak, dan orang-orang penjualan.¹¹

2. Seleksi Produk

Menurut T. Hani Handoko seleksi produk adalah serangkaian tentang tipe atau jenis produksi dan peralatan yang digunakan. Hal pertama yang harus dilakukan dalam seleksi produk adalah pencarian jawaban atas pertanyaan: Dapatkah produk dibuat? Apakah tersedia teknologi dalam membuat produk tersebut?

3. Desain Produk Pendahuluan

Desain produk pendahuluan menurut T. Hani Handoko merupakan tahap proses yang bersangkutan dengan tahap pengembangan desain terbaik bagi gagasan produk baru. Tahap ini juga bisa menjadi bagian yang terpisah dalam kegiatan-kegiatan desain karena desain pendahuluan biasanya dicurahkan untuk pengembangan beberapa alternatif desain yang memiliki ciri-ciri konseptual produk terpilih. Selama desain pendahuluan, perusahaan juga perlu menetapkan atribut-atribut kunci produk, yaitu reliabilitas (frekuensi kerusakan komponen-komponen), *maintainability* (kemudahan untuk reparasi dan pemeliharaan), dan umur kehidupan produk (antisipasi periode penggunaan).

Jika desain pendahuluan telah disetujui, maka bagian penelitian pengembangan produk perusahaan perlu membuat perangkat-perangkat untuk pengujian dan analisis selanjutnya. Dalam hal ini, perusahaan akan menghadapi penjualan antara biaya, kualitas dan nilai produk, sehingga menghasilkan desain produk yang dapat bersaing di pasar dan dapat diproduksi melalui operasi-operasi perusahaan.¹²

4. Pengujian atau Testing

T. Hani Handoko mengatakan pengujian terhadap *prototype-prototype* ditunjukkan pada pengujian pemasaran dan kemampuan teknikal produk. Satu cara untuk menilai potensi pemasaran adalah dengan melakukan uji pasar, *prototype* produk baru dilempar ke kelompok konsumen untuk dicoba dan mengetahui pendapat mereka. Maksud pengujian ini adalah untuk mendapatkan data kuantitatif tentang pendapat para jamaah terhadap program masjid.

5. Tahap peluncuran.

Tahap ini bertujuan menaksir tingkat penyebaran (difusi) dari produk baru yang diluncurkan. Tahap ini menghasilkan tentang perkiraan siklus hidup produk baru, titik puncak penjualan dan jumlah para pengguna, serta menyediakan informasi diagnostik di tahap-tahap dini pengenalan suatu produk.¹³

Tahapan-tahapan pengembangan program tersebut juga dapat digunakan untuk merancang program masjid. Termasuk juga dalam hal pengembangan program khutbah jumat. Khutbah secara etimologi artinya pidato, nasihat, pesan. Sedangkan menurut istilah dalam Islam khutbah adalah pidato yang disampaikan oleh seorang khatib di depan jama'ah dilaksanakan dengan memenuhi syarat dan rukun yang telah di tetapkan. Khutbah bisa berupa *tadzkiroh* (peringatan, penyadaran), *mau'idzoh*

¹¹ *Ibid.*, 38

¹² *Ibid.*, 42

¹³ Nurilda Wardiah, Pengembangan Produk Baru dan Model-model Evaluasi produk baru. Vol 2 Jurnal Manajemen Maranatha, Mei 2003. 107-108

(pembelajaran) maupun *tausiyah* (nasihat).¹⁴ Kegiatan khutbah merupakan kegiatan penting dalam hal perkembangan agama islam. Termasuk juga dengan khutbah jum'at dimana khutbah jum'at menjadi salah satu fardlu dalam sholat jum'at, dan hal yang tidak boleh disepelekan. Pendapat ini sejalan dengan Moh. Ali Aziz, menjelaskan bahwa khutbah jum'at terdapat muatan kefardluan yang menjadikan khutbah jum'at berbeda dengan bentuk orasi ataupun bentuk-bentuk pidato secara umum.¹⁵

Sehingga berdasarkan penjelasan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui proses produksi dalam program khutbah Jum'at di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Jenis penelitian kualitatif memiliki beberapa sifat yaitu: holistik, kompleks, dinamis, penuh makna, dan pola pikir induktif, penelitian ini juga bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti memasuki objek/situasi sosial.¹⁶ Peneliti menggunakan sumber data primer berjumlah 3 informan yang terdiri dari penggagas awal munculnya ibadah sholat Jum'at di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya, ketua takmir masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dan seksi dakwah masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik validitas datanya menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik dan waktu. Dan teknik analisis datanya menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), *conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan).

Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap informan yaitu dari penggagas awal munculnya ibadah sholat Jum'at di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya, ketua takmir masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dan seksi dakwah masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya.

Pada tahapan awal sebelum dilakukannya khutbah jum'at para pengelola masjid memperhatikan kebutuhan dari jama'ah dan kultur masyarakat sekitar Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya. Segi jama'ah Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya adalah heterogen dengan didominasi oleh para karyawan atau pegawai. Jama'ah Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya ketika ibadah sholat jum'at merupakan jama'ah dengan tipe karyawan atau pegawai perkantoran, karena dilihat dari wilayah sekitar Bank Indonesia Surabaya adalah perkantoran dan perusahaan-perusahaan. Sedangkan warga sekitar dan anak-anak sekolah serta jama'ah dari tempat yang jauh sangat kecil persentasenya 10% dan 90% persennya adalah jama'ah dari

¹⁴ Balqis Khayyirah, Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik, (Jogjakarta: Diva Press, 2013), 5.

¹⁵ Moh. Ali Aziz, Bersiul di Tengah Badai; Khutbah Penyemangat Hidup (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2015). 3-4.

¹⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2017), 393.

kalangan pimpinan dan pegawai perusahaan atau perkantoran yang identik menggunakan seragam kantornya yang rapi ketika melaksanakan ibadah sholat Jum'at.

Berdasarkan temuan penelitian di Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya sistem yang digunakan dalam memulai pelaksanaan ibadah sholat Jum'at menggunakan waktu yang sesuai dengan waktu dhuhur bukan menyesuaikan dengan jam istirahat pegawai dan dalam sistem di Bank Indonesia Surabaya menggunakan jam istirahat sesuai dengan waktu sholat sehingga para pegawai melaksanakan ibadah sholat Jum'at dengan tepat waktu. Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya merupakan masjid yang menerima semua golongan atau ormas islam. Hal tersebut sesuai yang disampaikan oleh seksi dakwah (Ustadz Nasrullah) serta penggagas awal Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya (Bapak Arifin) yang menyatakan, bahwa:

“Waktu masjid ini pertama kali jadi itu belum sebanyak sekarang baru 3 per 4 belum penuh, tapi lambat laun kemudian orang-orang cerita sana sini. Dan termasuk pada saat itu masjid yang sejuk yang ada AC-nya kan. jadi mulai orang datang-datang kesini sampai sekarang udah sampai kebawah penuh. Jamaah masjid pun dari seluruh kalangan mulai muda dan tau, jadi jamaah di masjid ini sangat beragam.”

“Tadinya waktu dhuhur itu menyesuaikan jam istirahat pegawai, jadi sholat itu kita lakukan 11.45 itu sebelum ada masjid, kalau misalnya manjingnya 11.17, 11.20 kita tunggu sampai 11.45 baru kita mulai. Begitu kita punya masjid, kita harus berubah, karena ini sudah masjid, maka harus menyesuaikan dengan yang ini, walaupun kadang-kadang saya suka memperhatikan, kita masih mentolerir mundur sampai 5 menit.”

Berdasarkan hasil wawancara, dapat dijelaskan bahwa dalam hal penyusunan program di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya, terutama dalam hal khutbah jum'at para pengelola masjid memperhatikan dari kultur dan keragaman jama'ah masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya. Hal ini sesuai dengan pendapat Asmuni Syukir yang menjelaskan bahwa dalam hal penyampaian materi khutbah atau dakwah yang terpenting adalah memperhatikan sasaran dakwah atau objek dakwah yang akan dituju¹⁷. Hal ini menurutnya membuat khutbah atau dakwah semakin memudahkan untuk mencapai tujuan dari apa yang telah direncanakan.¹⁸

Selanjutnya adalah pemilihan khatib yang dipilih untuk mengisi kegiatan khutbah jum'at. Pemilihan khatib yang dipakai di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dipilih berdasarkan rekomendasi dari masjid-masjid besar di Surabaya, referensi dari seksi dakwah serta masukan dari beberapa pengurus dan pegawai Bank Indonesia Surabaya atau para jama'ah masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dan sudah mengisi di kultum dhuhur dan kajian dhuha di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya. Kriteria khatib yang dipilih untuk mengisi kutbhah jum'at di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya setidaknya harus memenuhi kriteria; 1) memiliki kepribadian islam, 2) wawasan yang luas, dan 3) kemampuan dan keterampilan (*skill*)

¹⁷ Asmuni, Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983). 30

¹⁸ *Ibid.*, 31

dakwah yang baik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara yang menjelaskan bahwa khatib yang bertugas setidaknya harus sesuai dengan kriteria:

“Pemilihan khatib yang nanti akan digunakan harus memenuhi kriteria yang sudah ditetapkan mulai dari keterampilan dakwahnya dan juga wawasan agama islam yang luas. Hal ini dilakukan supaya jamaah memahami materi jamaah secara utuh, sehingga para jamaah menikmati khutbah jum’at”

Penentuan kriteria di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya sesuai dengan pendapat Superfikr, yang menjelaskan bahwa seorang khatib dan muballigh tidak memiliki wawasan yang luas, khususnya tentang ajaran Islam, maka hal ini sangat berbahaya, karena ia akan menjelaskan ajaran Islam yang sempit kepada jamaahnya yang membuat jamaahnya tidak memahami ajaran Islam secara utuh dan akibat selanjutnya adalah mengutamakan satu aspek dan mengabaikan aspek lainnya dalam mengamalkan ajaran Islam.¹⁹ Setelah khatib serta materi terpilih maka hal ini akan disepakati dalam rapat pengelola masjid yang akhirnya akan meluncurkan menjadi kajian pada hari jum’at.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan diatas, serta hasil penelitian dilapangan, dipadukan dan didukung dengan data-data sebagai penunjang, maka dapat diambil kesimpulan tentang ”Manajemen Program Khutbah Jum’at Di Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya” sebagai berikut:

Fenomena keberagaman masjid di pusat perkantoran dan perdagangan metropolis membentuk manajemen masjid yang khas dan unik serta memiliki sistem operasional yang disesuaikan dengan waktu dan ritme kerja atau aktivitas seperti Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya.

Masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dalam proses pelaksanaan khutbah Jum’at terlebih dahulu memunculkan gagasan awal yang dimunculkan dalam rapat antar pengurus di akhir tahun. Kemudian memilih khatib yang akan dipakai. Khatib yang dipakai di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dipilih berdasarkan rekomendasi dari masjid-masjid besar di Surabaya, referensi dari seksi dakwah serta masukan dari beberapa pengurus dan pegawai Bank Indonesia Surabaya atau para jama’ah masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dan sudah mengisi di kultum dhuhr dan kajian dhuha di masjid Baitul Ihsan Bank Indonesia Surabaya dengan memperhatikan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan.

¹⁹ Superfikr, *Islamic Public Speaking : A Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker*, (Solo: Tinta Medina, 2012), 10

Daftar Pustaka

- Ali Aziz, Moh., (2015), *Bersiul di Tengah Badai; Khutbah Penyemangat Hidup*, Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Asmuni, Syukir, (1983), *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlas.
- Aziz Muslim, *Manajemen Pengelolaan Masjid*. *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Vol 5. No.2. Desember 2004: 107
- George, Terry R., (1968), *Principles of Management*, Illinois: Ricard D. Irwin.
- Handoko, T. Hani, (1990), *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi* Yogyakarta:BPFE.
- Khayyirah, Balqis, (2013), *Cara Pintar Berbicara Cerdas Di Depan Publik*, Jogjakarta: Diva Press,
- Kusdyah Rachmawati, Ike, (2004), *Manajemen: Konsep-Kansep Dasar dan Pengantar Teori*, Malang: UMM Press.
- Kurniawan, Syamsul, *Masjid Dalam Lintasan Sejarah Umat Islam*. *Jurnal Khatulistiwa-Journal of Islamic Studies*, Vol 4 no. 2, September 2014: 169.
- Syafaruddin & Nurmawati, (2011), *Pengelolaan Pendidikan Mengembangkan Keterampilan Manajemen Pendidikan Menuju Sekolah Efektif*. Medan: perdana Publishing,.
- Suherman, Erman, (2012), *Manajemen Masjid (Kiat Sukses Meningkatkan Kualitas SDM Melalui Optimalisasi Kegiatan Umat Berbasis Pendidikan Berkualitas Unggul)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Superfikir, (2012), *Islamic Public Speaking: A Powerful Secret for Powerful Muslim Public Speaker*, Solo: Tinta Medina.
- Wardiah, Nurilda, *Pengembangan Produk Baru dan Model-model Evaluasi Produk Baru*. Vol 2 *Jurnal Manajemen Maranatha*, Mei 2003. 107-108.