

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang salah satu bentuk dinamika yang berada di sekeliling masyarakat ialah semakin timbulnya kesadaran masyarakat akan berbagai kebutuhan manusia dalam berbagai aspek baik yang bersifat fisik material maupun wujudnya metal spiritual keagamaan yang hanya dapat dipuaskan secara efisien dan efektif melalui berbagai jalur organisasi. Berbagai kesadaran yang dirasakan oleh masyarakat pada gilirannya melahirkan organisasi yang berkecimpung dalam bidang politik, ekonomi, sosial serta keagamaan, pendidikan dan lain-lain. Berbagai organisasi yang lahir dan dibentuk untuk mencapai suatu tujuan dan sasaran tertentu serta menjadi suatu wadah untuk mengumpulkan berbagai tujuan bersama.

Sebuah teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin tahun semakin berkembang, memiliki sebuah kemajuan yang sangat pesat terutama pada aspek bidang pendidikan. Pendidikan yang harus dikembangkan agar dapat meningkatkan sumber daya manusia yang mampu bersaing dan berguna bagi bangsa dan negara. Berbagai macam pendidikan yang dapat menjadi wadah bagi anak bangsa untuk mendapatkan ilmu pengetahuan serta wadah pendidikan yang dikhususkan dalam hal keagamaan seperti taman pendidikan Al-Qur'an yang disediakan untuk menambah wawasan tentang keislaman,

pengetahuan dakwah islamiyah terutama pada anak untuk menuju rahmatan lil alamin.

Salah satu usaha untuk mencapai suatu tujuan dengan berbagai macam yang harus dihadapi, seperti halnya masalah, tantangan, hambatan, rintangan gangguan yang harus diatasi bersama dalam suasana keterbatasan kemampuan organisasi dalam mengerahkan dan mengalokasikan sumber dayanya masing-masing. Perusahaan harus juga dapat mencapai tujuan yang telah direncanakan yang harus dicapai dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, sebagai pencapaian tujuan perusahaan dapat diukur dengan besarnya keuntungan dan kerugian perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam pencapaian tujuan dan sasaran hanya dimungkinkan apabila perusahaan itu dapat mempunyai keunggulan di dalam lingkungan persaingan.¹

Pada dasarnya strategi promosi bercakupan dalam sebuah strategi komunikasi serta memiliki dampak pengaruh yang besar yang dapat membuat konsumen merasa lebih mudah untuk mengetahui produk/jasa dalam membantu memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi yang harus digunakan oleh para perusahaan yang mempunyai taktik untuk mencapai target sasaran yang telah ditetapkan oleh masing-masing organisasi melalui strategi pemasaran dalam melakukan interaksi ataupun menjual produk barang/jasa untuk memenangkan persaingan pasar yang semakin pesat. Strategi pemasaran mempunyai beberapa penetapan yang digunakan untuk menyusun

¹ Sofj Assauri, *Strategi Manaagement Edisi 2*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013), h. 1.

rencana dalam mencapai target baik pada penjualan ataupun penyedia jasa, perusahaan/organisasi harus memperhatikan jalannya strategi pemasaran baik dalam pembiayaan, pengambilan keputusan, pencapaian target, lokasi pemasaran, teknik promosi ataupun rencana penggunaan bauran pemasaran.²

Promosi dapat berperan menginformasikan, mengingatkan serta membujuk dan membuat konsumen agar dapat menanggapi produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi digunakan perusahaan agar dapat memberitahukan dan menginformasikan kepada banyak orang mengenai produk/jasa agar dapat meyakinkan serta dapat dipercayai para konsumen dalam mencapai sasaran. Setiap bentuk promosi masing-masing mempunyai kekuatan serta kelemahan tersendiri fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi perusahaan dengan para konsumen³.

Bentuk sebuah tanggapan yang diberikan oleh konsumen untuk produk/jasa perusahaan tersebut merupakan suatu bentuk kesadaran akan keberadaan produk/jasa sampai kepada pembelian yang sebenarnya. Promosi dapat mengacu pada setiap intensif yang digunakan oleh produsen perusahaan untuk meyakinkan dan membujuk konsumen sehingga dapat memicu

² Wikipedia, *Strategi pemasaran-wikipedia bahasa Indonesia ensiklopedi bebas*, (Online)tersediadi https://id.m.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran#:~:text=Strategi%20pemasaran%20adalah%20strategi%20persaingan%20pasar%20secara%20berkesinambungan.&text=Strategi%20pemasaran%20terdiri%20dari%20pengambilan,bauran%20pemasaran%2C%DAN%20alokasi%20pemasran. Diakses pada tanggal 18 Februari 2021.

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*, (Jakarta: Selemba Empat, 2013), h. 178.

terjadinya transaksi. Membuat konsumen dapat menimbulkan kepercayaan dalam membeli suatu merek produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.⁴ Dalam surah yang menjelaskan tentang membeli sebuah produk/jasa dengan konsep promosi Allah berfirman:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Q.S. an-Nisa/4: 29.⁵

Pada ayat tersebut maka Allah telah mengharamkan harta yang diperoleh dengan cara yang batil, kecuali melakukan sebuah penawaran dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar kemauan ataupun kesediaan dari konsumen dan perusahaan. Calon konsumen tidak meragukan lagi bahwa dalam membeli produk/jasa perusahaan takut akan sebab tertipu dengan produk/jasa promosi yang ditawarkan. Saling menguntungkan kedua belah pihak masing-masing melalui kesepakatan kedua belah pihak.

Taman pendidikan Al-Qur'an merupakan sebuah jasa pelayanan penitipan anak, lembaga yang menyelenggarakan suatu pendidikan non-formal yang mempelajari tentang ajaran agama Islam kepada anak-anak.

⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*, h. 178.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya:Halim Publishing&Distributing, 2013).

Strategi promosi berguna untuk promosi produk jasa tersebut yang bergerak dibidang produk jasa pendidikan dalam menghadapi persaingan yang bersanding dengan pendidikan sekolah formal, yang telah mempunyai program kerja khususnya pelajaran pendidikan yang bernuansa agama islam serta persaingan antar TK/TPA yang saling berdekatan. Dilihat dari semakin pesatnya perkembangan tentang lembaga pendidikan Al-Qur'an dimasyarakat terutama para orang tua yang menjadi tanda semakin meningkatnya kesadaran masyarakat betapa pentingnya kemampuan baca tulis Al-Qur'an, dan kemampuan sholat yang baik untuk menambah wawasan pendidikan terhadap anak-anak.⁶

Taman pendidikan Al-Qur'an yang bertujuan memberikan pengajaran kemampuan untuk baca tulis Al-Qur'an terutama kepada anak usia dini, yang mempelajari tentang sholat wajib, sunnah dan doa-doa, serta menjadi sebuah tempat untuk membantu pembentuk karakter akhlak anak. Membantu pertumbuhan dan perkembangan keagamaan anak agar mempunyai kesiapan dalam memasuki ranah pendidikan yang selanjutnya. Sekaligus pula dapat membantu peranan orang tua dalam pendidikan keagamaan di rumah, sebab kondisi orang tua pada umumnya kurang siap berhubungan faktor kesibukan atau pun faktor keawaman orang tua.⁷

⁶ Aliwar, *Penguatan Model Pembelajaran Baca Tulis Quran Dan Manajemen Pengelolaan Organisasi (TPA)*, Vol. 9 (Kendari: Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Kendari, 2016), h. 21.

⁷ Wawancara dengan Ustadzah Juairiyah, S.Ag, Kepala unit TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin. 16 Desember 2019.

Taman pendidikan Al-Qur'an juga sebagai pembawa misi dakwah yang merupakan bagian dari gerakan dakwah islamiah dalam kaitan ini taman pendidikan Al-Quran memiliki erat hubungannya dengan lembaga-lembaga kemasjidan dan lembaga dakwah pada umumnya. Taman pendidikan Al-Qur'an Al-inayah telah menerapkan beberapa unsur dari strategi promosi dengan menggunakan bentuk yang lebih mengarah kepada bauran promosi meliputi bentuk periklanan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan informasi dari mulut kemulut. Dengan penerapan yang dilakukan dalam bentuk yang lakukan secara sederhana dengan menekankan bantuan promosi melalui bantuan beberapa pihak yang terkait khususnya lembaga.

Melalui bantuan inisiatif beberapa pihak yang membantu baik santri, orang tua santri, masyarakat dan alumni yang telah merasakan baik yang didapatkan dalam strategi promosi melalui aspek metode pembelajaran, promosi dalam membantu dan membentuk santri menjadi generasi qurani yang beriman dan bertaqwa, berakhlak mulia. Mempunyai rasa tanggung jawab moral dan sosial yang baik dalam rangka menyongsong rahmatan lilalamin serta promosi melalui aspek pelayanan dari taman pendidikan Al-Qur'an Al-inayah tersebut maka dari itu pihak lembaga menggunakan penerapan promosi untuk dapat diketahui banyak orang. Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi promosi taman pendidikan Al-Qur'an Al-Inayah Banjarmasin yang diterapkan melalui bauran promosi, maka dari itu

kemudian dapat penulis jadikan bahan sekaligus objek penelitian skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Taman Pendidikan Al-Qur’an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti dapat merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh taman pendidikan Al-Qur’an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan strategi promosi di taman pendidikan Al-Qur’an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian yang akan dicapai secara singkatnya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh taman pendidikan Al-Quran unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.
2. Untuk menganalisis apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan strategi promosi yang dilakukan di taman pendidikan Al-Quran unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

D. Signifikasi Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dari penelitian ini yang akan dicapai secara singkatnya adalah sebagai berikut:

a. Manfaat penelitian (Teoritis)

- 1) Sebagai pengetahuan yang baru mengenai tentang strategi promosi yang lebih mengarah pada bauran promosi yang dilakukan di taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.
- 2) Menjadikan strategi promosi pengetahuan menjadi sebuah pengalaman dalam mengimplementasikan yang diperoleh dari pembelajaran manajemen dakwah di perguruan tinggi islam.
- 3) Sebagai bahan pertimbangan oleh taman pendidikan Al-Quran unit 191 Al-Inayah Banjarmasin dalam menentukan penetapan tujuan yang berkenaan dengan strategi promosi.

b. Manfaat penelitian (Praktis)

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak orang, khususnya pimpinan atau pengelola TK/TPA Al-Qur'an unit 191 Al-inayah Banjarmasin.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh para pengasuh ustad, ustadzah, dan sekaligus menjadi salah satu penerapan yang bisa digunakan oleh mahasiswa jurusan manajemen dakwah dan bermanfaat juga untuk peneliti-peneliti selanjutnya.

E. Definisi Operasional

Agar dapat mempermudah penelitian ini maka akan diperjelas masalah yang akan diteliti, penulis harus dapat mengoperasionalkan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan sebuah bentuk kegiatan komunikasi interaksi dalam mempromosikan penjualan produk/ jasa, strategi promosi berguna untuk produk/jasa agar dapat memudahkan perusahaan/organisasi untuk berkomunikasi dengan masyarakat guna bertujuan agar dapat mencapai sasaran yang telah ditetapkan.⁸ Jadi Strategi promosi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah strategi promosi umum yang lebih mengarah dalam kegiatan bauran promosi (*Promotional mix*) yang meliputi periklanan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan informasi dari mulut kemulut. Melalui bantuan strategi promosi yang dimiliki oleh lembaga yaitu membentuk ketertarikan dalam menciptakan dan membantu anak menjadi generasi qur'ani yang beriman dan bertanggung jawab, berakhlak mulia, yang mempunyai rasa tanggung jawab moral dan sosial dalam rangka menyongsong masa rahmatan lil alamin.

2. Taman Pendidikan Al-Qur'an (TK/TPA)

Taman pendidikan Al-Quran adalah sebuah tempat yang melakukan kegiatan keislaman, dan dakwah islamiyah, sebagai tempat syiar islam juga sebagai pusat tempat ilmu pengetahuan anak-anak. Mempelajari baca tulis Al-Quran, serta ilmu akhlak dan akidah serta menjadi tempat pembinaan mental dan spiritual bagi umat muslim khususnya anak-anak.

⁸ Fathur Rohman, "*Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Berpendidikan Di Pesantren*", Tesis yang diterbitkan, (Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Agama Islam, Pancasarjana UIN Kalijaga Yogyakarta, 2015), h. 6.

Peneliti dapat memfokuskan bagaimana taman pendidikan Al-Qur'an agar dapat mencapai sasaran dan tujuan yang ingin dicapai. Jadi yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

F. Penelitian Terdahulu

1. Skripsi Fina Sundari 1602040020 yang berjudul "Strategi promosi pengembangan wisata pinus ecopark melalui media sosial dalam perpektif etika bisnis islam (study pada wisata pinus ecopark di Lampung Barat)". Skripsi mahasiswa IAIN Metro jurusan Ekonomi Syariah (Esy). Berisi tentang strategi promosi yang merupakan suatu kegiatan yang sangat berperan penting dalam perkembangan dan kemajuan sebuah lembaga khususnya pada wisata pinus ecopark. Dengan kegiatan strategi promosi ini dapat melaksanakan serta mewujudkan tujuan yang sesuai dengan apa yang diharapkan untuk dapat meningkatkan lebih banyak pengunjung yang datang. Persamaan penelitian ini sama-sama mempunyai pembahasan tentang strategi promosi. Pembeda dari skripsi yang diteliti peneliti objek yang berbeda dan sama-sama membahas tentang strategi promosi (*promotional mix*) melalui strategi bauran promosi oleh taman pendidikan Al-Quran.
2. Skripsi Hermina Mimin 022214191 yang berjudul "Strategi promosi dalam pemasaran (study kasus pada *D'lux Musro Club Samarinda*)". Skripsi mahasiswa Universitas sanata dharma Yogyakarta jurusan manajemen fakultas ekonomi tahun 2011. Berisi tentang strategi promosi dalam

pemasaran yang dilakukan pada tempat hiburan malam *D'lux Musro Club* Samarinda dan menganalisis efektivitas strategi tersebut dalam mewujudkan visi perusahaan. Persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang strategi promosi, yang membedakan skripsi yang adalah lokasi dan tempat penelitian serta fokus penelitian yang berbeda serta penambahan ayat Al-Quran dan hadist.

3. Tesis Fathur Rohman 1320412215 yang berjudul “Strategi promosi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat berpendidikan di pesantren (study kasus di ponpes tahfidzul Qur’an di Manggis Mojosoong Boyolali). Tesis Mahasiswa Universitas Pancasarjana UIN Sunan Kalijaga jurusan pendidikan islam. Berisi tentang strategi promosi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam berpendidikan di pesantren yang mengkaji tentang rencana strategis dari sebuah manajemen pesantren yang merupakan sebuah bagian yang penting untuk meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap pesantren. Persamaan penelitian tesis ini sama sama membahas tentang strategi promosi tetapi yang membedakan adalah strategi promosi untuk meningkatkan partisipasi untuk berpendidikan di pesantren sedangkan pada penulis adalah strategi promosi yang dilakukan di taman pendidikan Al-Qur’an.

G. Sistematika Penelitian

BAB I : Pendahuluan yaitu meliputi dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, signifikansi masalah dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Teori yaitu membahas tentang pembahasan yang ditulis penulis tentang pengertian strategi promosi, dan pengertian promosi, strategi pemasaran jasa dan bauran promosi yang menjadi pembahasan yang berkenaan dengan strategi promosi di taman pendidikan Al-Quran unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

BAB III: Metode Penelitian pada penelitian ini peneliti akan membahas tentang mengenai teori-teori umum tentang Strategi promosi yang dilakukan oleh taman pendidikan Al-Quran unit 191 Al-Inayah Banjarmasin. Yang akan dijadikan sebagai tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan dalam penelitian dan pedoman penganalisisan data.

BAB IV: Laporan Hasil Penelitian pada penelitian ini peneliti akan membahas tentang data atau informasi yang diperoleh yaitu tentang Strategi promosi yang dilakukan oleh taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

BAB V: Penutup pada bab ini dari pembahasan yang telah dilaksanakan dan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan tahapan akhir yaitu saran-saran sebagai perbaikan selanjutnya agar dapat lebih baik lagi.

