

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.**

###### **a. Identitas Taman Pendidikan Al-Qur'an**

Nama Unit pendidikan : TK/TP Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah

Provinsi : Kalimantan Selatan

Kabupaten : Kota Banjarmasin

Kecamatan : Banjarmasin Selatan

Kelurahan : Kelayan Selatan

Alamat : Jln. Laksana Intan RT. 15 RW.04

No. Telpon : (0511) 3259005

Kode Pos : 70246

Email : Alinayah191@gmail.com

Tahun Berdiri : 01 Desember 2000

###### **b. Sejarah singkat TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.**

Taman pendidikan Al-Qur'an merupakan salah satu ruang yang berstandar pendidikan yang berlandaskan peduli buta huruf Al-Qur'an terhadap anak-anak usia dini TKA (4-6 tahun) TPA (7-12 tahun). TK/TPA mempunyai misi agar anak-anak serta masyarakat bisa belajar dan membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar serta membina pembelajaran sholat fardhu beserta sunnat, menghafalkan surah serta doa sehari-hari. Taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah

Banjarmasin terletak di lokasi Jl. Laksana Intan Rt.15, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kelurahan kelayan selatan, Kota Banjarmasin.

TK/TPA unit 191 Al-Inayah telah berdiri sejak tahun 01 Desember 2000 yang didirikan oleh bapak Dr. Hj. Abdul Khodir Jailani beserta teman teman beliau, yang telah berjalan selama 4 tahun dan dilanjutkan kembali oleh bapak Anang Syahranie selaku pengelola beserta staf dan para ustad-ustadzah yang awal semula pengelola adalah pindahan dari pimpinan TPA Al-Muttaqin. Sejak 4 tahun hanya ada beberapa jumlah santri yang belajar di TPA Al-Inayah yaitu 11 sampai 12 orang saja yang belajar di sana. TK/TPA sendiri mempunyai struktur yang tidak terlalu formal dan bisa dikatakan hanya mempunyai struktur yang sederhana yaitu memiliki pengasuh, penasehat, pengelola, serta staf dan para ustad-ustadzah yang terlibat dalam struktur tersebut.

Bapak Anang syahanie beserta para ustad-ustadzah memulai bentuk promosi kepada masyarakat baik yang berada disekitar lingkungan maupun masyarakat yang berada jauh dari lingkungan. Pihak TK/TPA Al-Inayah mencari serta menambahkan jumlah target santri agar menarik minat bakal calon santri baru. Pengelola juga membuat strategi promosi dengan memberikan sebuah pengumuman himbuan kepada masyarakat bahwa untuk penerimaan awal santri pembiayaan atau harga pendaftaran ditiadakan tetapi untuk uang pembayaran perbulan tetap diberlakukan. Maka pada tahun 2004 sekitar 1 minggu jumlah santri bertambah

menjadi 200 orang santri yang belajar di TK/ TPA unit Al-Inayah 191 Banjarmasin.<sup>1</sup>

c. Visi dan Misi TK/TPA Unit 191 Al-Inayah

1) Visi

- Berperan sebagai wahana pelayanan umat dalam bidang pendidikan dan pengajaran Qur'an, dengan spesialisasi dunia anak-anak, untuk menyiapkan generasi qur'ani menyongsong masa depan gemilang.
- Generasi Qur'an adalah generasi yang beriman dan bertaqwa, yang berakhlak mulia, cerdas, terampil, sehat, punya rasa tanggung jawab moral dan sosial, demi masa depan gemilang.
- Generasi qur'ani adalah generasi yang mampu menterjemahkan pesan-pesan Al-Qur'an dalam rangka menyongsong misi rahmatan lil alamin, ditengah-tengah gemuruhnya kemajuan teknologi modern.

2) Misi

TK/TP Al-Qur'an membawa misi dwi tunggal, yaitu misi pendidikan dan dakwah. Selaku pembawa misi pendidikan TK/TP Al-Qur'an tampil berdampingan dengan pendidikan formal yaitu TK/SD/MI. TK/TP Al-Qur'an adalah pendidikan non formal (luar sekolah), yakni sebagai pemantap misi pendidikan keagamaan (Islam) di TK/SD/MI yang posisinya dipandang kurang. Sekaligus

---

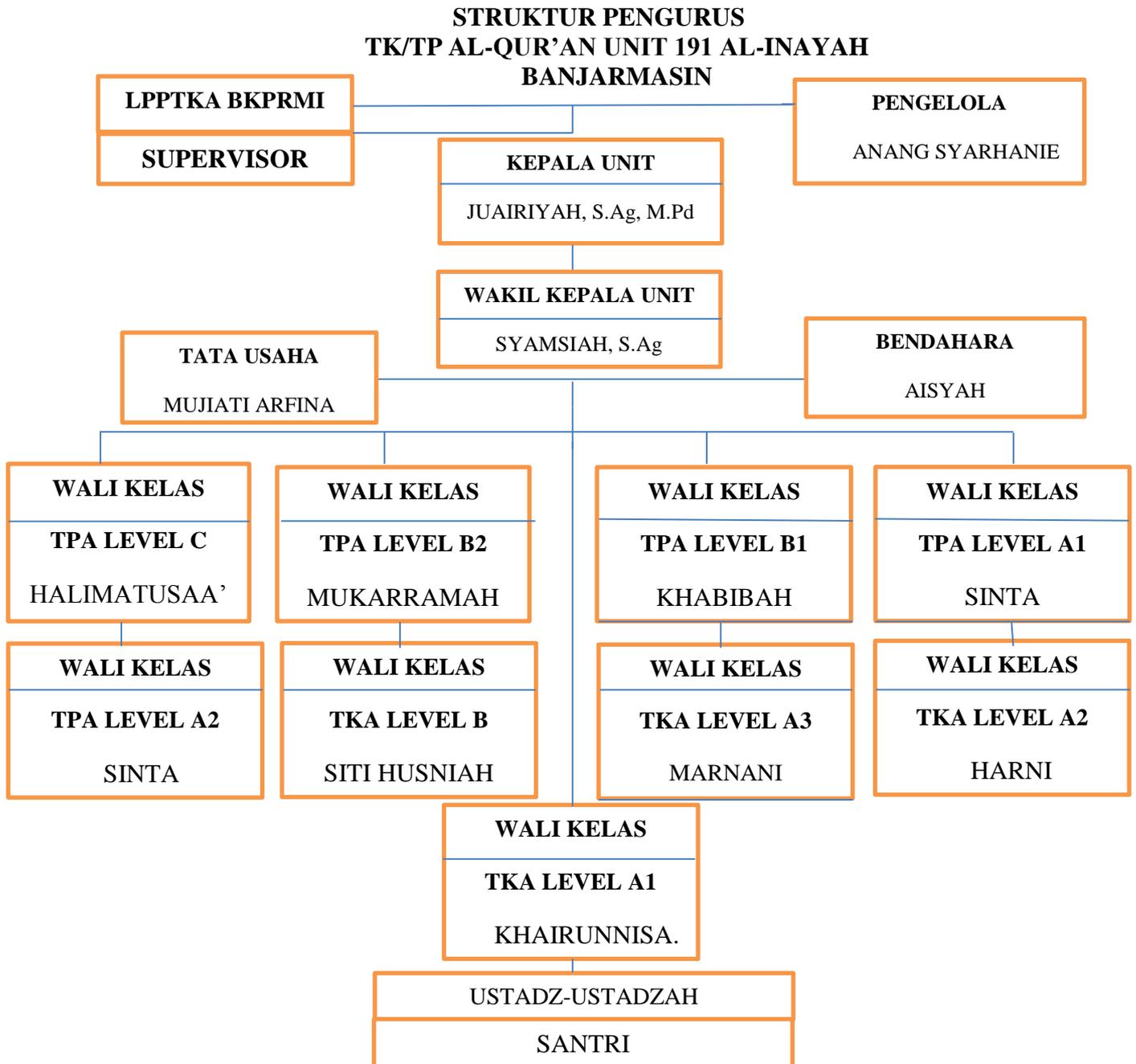
<sup>1</sup> Wawancara dengan Ustad Anang Syahranie, Pimpinan pengasuh TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin, 18 Desember 2020.

pula membantu peran orang tua dalam pendidikan keagamaan dirumah, sebab kondisi orang tua pada umumnya kurang siap berhubung faktor kesibukan, kelalaian, dan karena faktor keawaman.

Sebagai pembawa misi dakwah TK/TPA merupakan bagian dari gerakan dakwah Islamiah. Dalam kaitan ini TK/TPA erat hubungannya dengan lembaga-lembaga kemasjidan dan lembaga-lembaga dakwah pada umumnya. Melalui TK/TPA anak-anak dipersiapkan menjadi warga dan calon pemimpin bangsa yang selagi dini telah memiliki benih-benih iman dan taqwa, sebagai azaz pertama dan utama dalam gerakan pembangunan bangssa dan Negara.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Sumber data TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

d. Struktur Kepengurusan TK/TP Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Sumber dari TKA/TPA Unit 191 Al- Inayah Banjarmasin.

e. Keadaan Ustad/ustadzah beserta karyawan TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

TK/TPA Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah tahun 2020-2021 memiliki jumlah ustad/ustadzah serta karyawan dengan total 49 tenaga pengajar termasuk 1 pengasuh, kepala unit, wakil kepala unit, bendahara dan jumlah 6 ustad, 43 ustadzah serta karyawan lainnya serta untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada daftar tabel berikut.<sup>4</sup>

TABEL 4.1 Keadaan ustad-ustadzah dan karwayan TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

No	Nama	Tempat & Tanggal Lahir	Jabatan	Pendidikan Terakhir	TMT
1.	Anang Syarhanie	Batakan, 13 Juli 1962	Pengasuh	SMI Hidayatullah	01-12-2004
2.	Juairiyah,S.Ag M.Pd	Bjm, 03 Juli 1973	Kepala Unit	S2 UIN Antasari	01-12-2004
3.	Syamsiah, S.Ag	Nagara, 10 Juli 1976	WakilKep. Unit	S1 IAIN Antasari	13-01-2005
4.	Mujiati Afriana	Bjm, 12 April 1983	Tata Usaha	PGTKA	01-12-2004
5.	Aisyah	Bjm, 05 Okto 1980	Bendahara	Ma Nurul Jannah	01-12-2004
6.	Rahayu Humaira	Bjm, 12 Juli 1984	BendTabungan	SMAN 10	01-11-2009
7.	Halimatusa'adiah	Bjm, 05 Mei 1976	Ustadzah	SMPSN	01-12-2004
8.	Mukarramah	Bjm, 29 Juli 1986	Ustadzah	MA Nurul Jannah	13-12-2004

<sup>4</sup> Sumber Data dari TKA/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

9.	Siti Habirah	Sungkai, 08Juni1972	Ustadzah	MA ST Maryam	01-12- 2004
10.	Sinta	Alabio, 17 okt 1987	Ustadzah	MA Nurul Jannah	28-01- 2005
11.	Marnani	Bjm, 03 Maret 1985	Ustadzah	MA Nurul Jannah	13-01- 2005
12.	Siti Husniah	Bjm, 10 Okt 1986	Ustadzah	SMAN 10	21-11- 2007
13.	Annisa	Bjm, 28 Feb 1998	Ustadzah	MA Nurul Jannah	19-08- 2016
14	Khairunnisa	Bjm, 20 Des 1989	Ustadzah	PPAIMursidula min	19-07- 2010
15.	Harni	Bjm, 18 Juli 1995	Ustadzah	MA Nurul Jannah	07-03- 2013
16.	Tumi	Bjm, 12 Maret 1981	Ustadzah	MAN 2 BJM	01-12- 2004
17.	Hj. Hayani	Bjm, 25 Agst 1982	Ustadzah	PGTKA	01-12- 2004
18.	Rusmah	Bjm, 22 April 1985	Ustadzah	Pesantren	01-12- 2004
19.	Seripujiah	Bjm, 03 Juli 1984	Ustadzah	MA Nurul Jannah	12-07- 2008
20.	Rahmaniah	Bjm, 03 Des 1990	Ustadzah	MA ST Maryam	03-01- 2009
21.	Misbah	Bjm, 07 Maret 1990	Ustadzah	MA Nurul Jannah	22-07- 2010
22.	Khairiah	Bjm, 14 Juli 1991	Ustadzah	PP Al-Falah	08-01- 2011
23.	Sri Wahyuni	Banjar, 16 Juli 1994	Ustadzah	PP.AIMursidula min	13-07- 2013
24.	Maulidah	Keliling Benteng, 03 Feb 1990	Ustadzah	PP. Darussalam	11-02- 2014

25.	Nurul Huda	Pemangkih Tengah, 23 Nop 1994	Ustadzah	PP Islahul Aulad	01-08-2015
26.	Mursyidah	Pemangkih Tengah, 10 Jan 1994	Ustadzah	PP Islahul Aulad	08-08-2016
27.	Murnidah	Keliling Benteng, 18 Feb 1997	Ustadzah	PP. Darussalam	01-08-2017
28.	Kasmiah	Bjm, 16 Juli 1998	Ustadzah	PP AlMursidulamin	04-01-2018
29.	M. RayidRidha,S,Pd	Tanjung, 04 Sep 1996	Ustad	S1 UIN Antasari	11-01-2018
30.	Mahyudi S,Pd	Nagara, 07 Juli 1997	Ustad	S1 UIN Antasari	01-02-2018
31.	Noor Laila Jamilah	Kandangan, 26 Juli 1997	Ustadzah	Tsanawiyah	17-04-2018
32.	Nordiana	Handil Baru, 01 Mei 2000	Ustadzah	PP. Al-Mursidul	10-07-2018
33.	Laila	Bjm, 07 Januari 1999	Ustadzah	MA Nurul Jannah	08-08-2018
34.	Ani Mutia	Madura, 24 Sep 1999	Ustadzah	PP. Al-Mursidul	10-08-2018
35.	Wahdah	Barabai, 27 Juni 1999	Ustadzah	PP Al-Hikmah	29-08-2018
36.	Ariyanti	Bjm, 19 April 1998	Ustadzah	MA Nurul Jannah	01-09-2019
37.	Muliana	Bjm, 01 Des 1996	Ustadzah	MA Nurul Jannah	22-10-2019
38.	Hj. Nurul Fatimah	Bjm, 06 Juni 1975	Ustadzah	SMA	02-01-2019
39.	Naimatul Jannah	Bjm, 12 Juli 1989	Ustadzah	Ulya Al-Mursidul	02-01-2019

40.	Norhidayah	Bjm, 14 Mei 2001	Ustadzah	Pesantren	02-01- 2019
41.	Noor Hikmah	Bjm, 13 Januari 2000	Ustadzah	Man 2 Model	02-01- 2019
42.	Misbah	Bjm, 07 Sep 2001	Ustadzah	Wustho Nurul Jannah	02-01- 2019
43.	Dina	Bjm, 23 Des 2001	Ustadzah	MAN 1 Bjm	02-01- 2019
44.	Fitriah	Bjm, 01 Agust 1997	Ustadzah	SMAN 4	02-01- 2019
45.	Rahmiatul Hidayah,S.Pd	Bjm, 10 Mei 1997	Ustadzah	S1 PGSD	19-12- 2019
46.	Latifah, S.Pd	Rantau, 18 Agust 1969	Ustadzah	S1 UIN Antasari	01-02- 2020
47.	Drs. M. Saleh Yusran	Bjm, 10 Okt 1981	Ustad Tilawah	S1 UIN Antasari	10-09- 2013
48.	Ahmad Baihaqi, S.Pd. I	Bjm, 10 Mei 1978	Ustad Tartil+ Adzan	S1 UIN Antasari	07-10- 2016
49	m. Rafi'i, S.Pd. I	Bjm, 10 Mei 1979	Ustad Kaligrafi	S1 UIN Antasari	03-03- 2017

*Sumber : TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.*

f. Keadaan santri TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin tahun pelajaran 2020-2021.

Kondisi keadaan santri pada tahun pelajaran 2020-2021 dengan dimulai melakukan penjumlahan laki-laki serta perempuan permasing-masing kelas, serta dalam perolehan jumlah tersebut perhitungan jumlah santri yang dihitung per akhir bulan dan dijumlahkan setiap bulannya guna agar dapat memudahkan

pendataan jumlah santri dengan santri yang baru pada bulan akhir bulan. Maka untuk mengetahui keadaan santri perbulannya, baik jumlah keseluruhan santri putra dan santri putri.<sup>5</sup> untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4.2 Keadaan santri/santriwati tahun ajaran 2020-2021

no.	Bln	TKA					
		LEVEL A			LEVEL B		
		L	P	JLH	L	P	JLH
1.	Juli	46	35	81	25	11	36
2.	Agustus	35	25	60	18	11	29
3.	September	40	26	66	18	9	27
4.	Oktober	43	26	69	19	10	29
5.	November	43	28	71	20	15	35
6.	Desember	43	32	75	20	14	34
7.	Januari	50	36	86	24	16	40
8.	Febuari	50	41	91	24	16	40
9.	Maret	54	44	98	24	16	40
10.	April	57	44	101	23	18	41
11.	Mei	62	44	106	23	18	41

Sumber: TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin

no.	Bln	TPA									JLH AK HIR
		LEVEL A			LEVEL B			LEVEL C			
		L	P	JLH	L	P	JLH	L	P	JLH	
1.	Juli	53	39	92	45	30	75	35	22	57	314
2.	Agst	60	50	110	58	34	92	35	22	57	348
3.	Sept	53	49	102	29	16	45	68	45	113	354
4.	Okt	54	50	104	29	17	46	68	46	114	365
5.	Nov	55	51	106	29	19	48	37	22	59	319
6.	Des	53	51	104	32	20	52	33	26	59	324
7.	Jan	47	47	94	39	24	63	33	26	59	342
8.	Feb	48	46	94	39	25	64	33	26	59	348
9.	Mar	47	45	92	39	26	75	33	26	59	354
10.	Apr	44	43	87	44	28	72	32	26	58	359
11.	Mei	44	41	85	44	30	74	32	26	58	364

Sumber Data TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin

<sup>5</sup> Sumber Data dari TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

Kondisi jumlah santri Tahun :

TABEL 4.3 Perkembangan jumlah santri tahun TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin

No	Tahun	Jumlah santri LK/PR
1.	2004	200 Santri
2.	2005	376 Santri
3.	2006	294 Santri
4.	2007	301 Santri
5.	2008	314 Santri
6.	2009	341 Santri
7.	2010	370 Santri
8.	2011	396 Santri
9.	2012	398 Santri
10.	2013	400 Santri
11.	2014	389 Santri
12.	2015	354 Santri
13.	2016	363 Santri
14.	2017	319 Santri
15.	2018	315 Santri
16.	2019	317 Santri
17.	2020	336 Santri
18.	2021	364 Santri

Sumber : TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin

- g. Prestasi santri/santriwati TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin selatan.

Prestasi yang diraih santri/santriwati yang diperoleh melalui berbagai kegiatan perlombaan dari beberapa jenis tingkatan yang diraih oleh TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin 2019-2020.<sup>6</sup>

TABEL 4.4 Prestasi santri/santriwati tahun 2019-2020

No.	Nama Santri	Jenis Lomba	Tingkat	Peringkat
1.	Ana Awliya	Tahfidz Juz Amma	TQA	II

<sup>6</sup> Sumber data TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

2.	Raisya Rebriani, Siti Aminato & Sri Maulida	Cerdas Cermat Al-Qur'an	TQA	I
3.	M. Aulia Ikhsan	Adzan & Iqamah FASI XI Tingkat Kota Bjm Th.2019	TPA	I
4.	Sulthan Nizam Al-Haq	Tartil Al-Qur'an	TPA	I
5.	Shofiyatuzzahra	Ceramah agama islam B.Indonesia	TQA	I
6.	Alifa Raisya Zahra	Peragaan sholat putri FASI XI Tingkat Provinsi Th. 2020	TKA	I
7.	M. Nafis Rahman	Peragaan sholat putra FASI XI Tingkat Provinsi Th.2020	TKA	I
8.	M. Raihan Firdaus	Menggambar FASI XI Tingkat Provinsi TH. 2020	TPA	II
9.	M. Noor Rasyid	Kisah islami FASI XI Tingkat Provinsi Th. 2020	TQA	I
10.	Shofiyatuzzahra	Ceramah agama islam B.Indonesia FASI XI Tingkat Provinsi Th.2020	TQA	I

*Sumber: TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin Selatan*

- h. Kondisi keadaan Sarana dan prasarana TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.

TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah mempunyai fasilitas sarana dan prasarana yang sudah cukup memadai, dan telah mempunyai 1 buah gedung belajar dengan luas tanah sekitar 344 m dan tinggi gedung berlantai tingkat 3.

TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah memiliki sarana dan prasarana diantara lain :

- a. Ruang Pengasuh

Kondisi ruangan pengasuh berada tepat dilantai 2 yang masih berdekatan dengan kelas pembelajaran serta ruangan pengasuh memiliki fasilitas antara lain :

- Tiga buah kursi bangku kayu tamu
- Beberapa buku
- Satu buah lemari
- Satu set meja dan ksursi
- Satu buah tulisan gambar didinding berbentuk kaligrafi
- Beberapa piala santri

b. Ruang Kepala unit, wakil kepala unit, tata usaha, dan bendahara

Kondisi ruangan kepala unit berada di lantai satu, pada pintu masuk pertama serta ruangan tersebut menjadi satu dan dilengkapi fasilitas antara lain:

- Meja dan kursi dengan total 5 buah
- Satu buah lemari kepala unit
- Beberapa piala santri dan kenang-kenangan
- Satu buah komputer.
- Satu buah kipas angin.
- Satu buah printer.
- Dua set meja dan kursi tamu.
- Dua buah lemari penyimpanan peralatan sekolah

- Satu buah struktur organisasi, data ustad/ustadzah dan kondisi santri.

c. Ruang koperasi usaha

Ruangan koperasi dibangun untuk memberikan pelayanan untuk santri dalam melengkapi kebutuhan seperti alat tulis yang diperjual belikan kepada santri yang memerlukan, ruang koperasi berada dilantai satu disamping kiri kantor kepala unit, adapun fasilitas yang dimiliki ruang koperasi antara lain:

- Satu set lemari kaca untuk menyimpan barang jualan seperti alat tulis, dan buku lainnya.
- Dua buah lemari es.

d. Ruangan Aula

Ruangan aula yang cukup besar berada pada lantai 1 yang biasanya digunakan sebagai tempat berkumpul santri, para ustad/ustadzah melakukan rapat, juga digunakan sebagai sarana untuk melaksanakan acara khataman massal setiap tahunnya dan berbagai macam acara lainnya.

- Satu set spiker dan alat sound kecil.
- Satu buah kipas angin.

e. Ruangan belajar Santri

Kondisi ruangan belajar santri berada pada lantai 1,2, 3 dan terbagi menjadi beberapa kelas permasing-masing, serta memiliki nama kelas dan wali kelas, kelas terbagi menjadi TPA Level A1 (Sayyid Qutb), TPA Level A2 (Ibnu Nafis), TPA Level B1 (Al-Ghazali), TPA Level B2 (Ibnu

Khaldun), TPA Level C (Ibnu Rusyd), TKA Level A1 (Ibnu Qayyim), TKA Level A2 (Ibnu Sina), TKA Level A3 (Hasan Al-Bana), TKA Level B (Ibnu Haitami). Adapun fasilitas yang dimiliki masing masing kelas antara lain:

- Satu buah ruangan belajar.
- Satu buah papan tulis.
- Satu buah peralatan tulis.
- Sepuluh meja belajar.
- Satu buah alat kebersihan.

f. Tempat Wudhu

Tempat wudhu berada depan kantor awal masuk serta berada di belakang kantor kepala unit dengan memiliki 10 kran digunakan untuk santri dan para ustad-ustadzah, karyawan untuk mengambil air wudhu.

g. Ruang Dapur

Ruangan dapur berada di lantai satu tepatnya di samping kanan ruangan kantor kepala unit, ruangan dapur digunakan oleh para ustad/ustadzah untuk dapat menyiapkan jamuan setiap kali tamu berkunjung, dan dibantu karyawan lainnya fasilitas yang dimiliki ruangan dapur antara lain:

- Satu buah kompor.
- Satu buah wastafel.
- Dispenser.
- Piring dan gelas.

- Lemari penyimpan peralatan dapur.
- Serta bahan-bahan keperluan dapur.

#### h. Halaman Sekolah

Halaman yang berada di kawasan TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin ini masih bisa dikatakan bersambung dengan belakang halaman mushalla Al-Inayah, dan halaman sekolah pun sudah cukup memadai dan cukup luas untuk digunakan santri bermain sekaligus istirahat santri dan arena rang tua untuk penjemputan santri saat pulang.

#### i. Toilet/WC

Toilet berada di dekat halaman parkir sekitar 2 buah, untuk para jemaah dan juga orang tua santri, di lantai satu juga terdapat kamar mandi satu buah, dan tiga buah WC untuk digunakan santri serta para ustad/ustadzah, sedangkan pada lantai dua juga terdapat 2 buah wc, yang terbagi 1 buah wc santri dan satu buah wc ustadzah.<sup>7</sup>

## **2. Strategi Promosi TK/TPA Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.**

Strategi promosi merupakan suatu taktik strategi dalam menyusun rencana untuk dapat mengenalkan, memberitahukan serta memberi pengaruh calon konsumen agar tertarik dengan produk jasa yang ditawarkan. Kegiatan bauran promosi ini bertujuan agar perusahaan atau lembaga dapat meningkatkan target sasaran serta dapat memaksimalkan produk jasa agar dapat meningkat dan mampu bersaing dalam kegiatan pemasaran. Produk jasa yang disediakan oleh pihak lembaga yaitu produk pelayanan jasa penitipan anak untuk

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ustadzah Juairiyah S.Pd, Kepala unit TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin, 15 Desember 2020.

pengembangan ilmu pendidikan keagamaan salah satu strategi ini tentunya menjadi salah satu aspek pendukung dalam pencapaian target yaitu melakukan kegiatan dalam bentuk promosi yang telah diterapkan. Tujuan taman pendidikan Al-Qur'an TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin yaitu antara lain:

- a. Dapat menjalankan visi dan misi oleh TK/TPA Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah dan mengimplementasikan kepada santri.
- b. Dapat meningkatkan jumlah santri.
- c. Dapat membantu membentuk pembinaan akhlak santri TK/TPA Al-Qur'an dimata masyarakat serta lingkungan masyarakat sekitar.
- d. Membangun serta memberikan pengaruh positif baik untuk masyarakat lingkungan maupun para santri yang belajar.
- e. Menyebarkan informasi yang positif mengenai TK/TPA Al-Qur'an dalam melakukan kegiatan interaksi mengomunikasikan, membujuk masyarakat untuk bergabung menjadi bagian dari lembaga TK/TPA Al-Qur'an dalam pencapaian target.<sup>8</sup>

Dalam proses kegiatan strategi promosi yang berkaitan dengan jalannya poses melalui bauran promosi ini maka dapat diketahui apa saja bentuk strategi umum yang dilakukan oleh TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin melalui strategi mendorong (*Push*), strategi menarik (*Pull*) serta strategi mempengaruhi (*Pass*) :

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Kepala Unit ustadzah Juariyah S.Ag M.Pd tanggal 2 juni 2021.

a) Strategi Mendorong (*Push*)

Kegiatan strategi mendorong yaitu untuk membantu kegiatan pemasaran dengan mendorong untuk meningkatkan penjualan melalui beberapa aspek bantuan, pihak TK/TPA Al-Inayah sendiri dalam menjalankan strategi mendorong tersebut melalui bentuk promosi:

- Promosi penjualan pribadi/perorangan, pihak tenaga penjual yang memberikan informasi dan dapat mendorong calon orang tua santri agar tertarik dengan produk jasa tersebut.
- Menggunakan strategi mendorong melalui promosi bentuk aspek pelayanan dan metode pembelajaran baik kepada santri, orang tua serta masyarakat.

b) Strategi Menarik (*Pull*) dalam kegiatan ini perusahaan atau lembaga harus dapat membuat calon konsumen datang dan meminta dengan sendirinya mengenai produk/jasa yang telah diketahui calon konsumen terlebih dahulu dengan upaya dapat menimbulkan dan menciptakan loyalitas produk terhadap konsumen. Berikut data yang diperoleh mengenai strategi menarik yang dilakukan oleh TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin:

- Memiliki alat pendukung media sosial yang dimiliki yaitu, *facebook, instagram, whastaap, akun ggogle, dan youtube.*
- Menggunakan promosi *word of mouth* atau informasi dari mulut kemulut melalui bantuan pihak lembaga serta rekomendasi atau pengalaman dari pihak yang telah merasakan produk jasa yang terarah.
- Memberitahukan produk jasa melalui bentuk papan reklame.

c) Strategi mempengaruhi (*Pass*) dalam kegiatan ini harus dapat memiliki kekuatan dan mempengaruhi bentuk opini yang dapat saling menguntungkan yang berpotensi untuk penunjang dukungan tercapainya tujuan, melalui paparan data yang didapat dalam kegiatan ini TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin, yaitu melalui kegiatan humas, menjalin kerjasama dengan donatur serta aktivifis dalam kegiatan publikasi lembaga.

Dalam melaksanakan proses kegiatan strategi promosi tersebut berdasarkan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempertahankan produk jasa yang dimiliki pihak lembaga, serta dengan dukungan melalui promosi yang dibantu melalui pembentukan karakter akhlak anak yang dapat membuat ketertarikan orang tua ataupun pada pelayanan yang diberikan. Dalam penelitian mengenai strategi promosi yang memfokuskan pada strategi bauran promosi dalam meningkatkan dan mempertahankan produk jasa agar dapat dikenal dengan banyak orang yang dilakukan oleh pihak TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin. Adapun strategi promosi tersebut yang berkaitan dengan strategi bauran promosi meliputi: Periklanan, penjualan Perorangan/pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan informasi dari mulut kemulut. Maka dapat dipaparkan oleh peneliti mengenai penerapan bauran promosi yang digunakan:

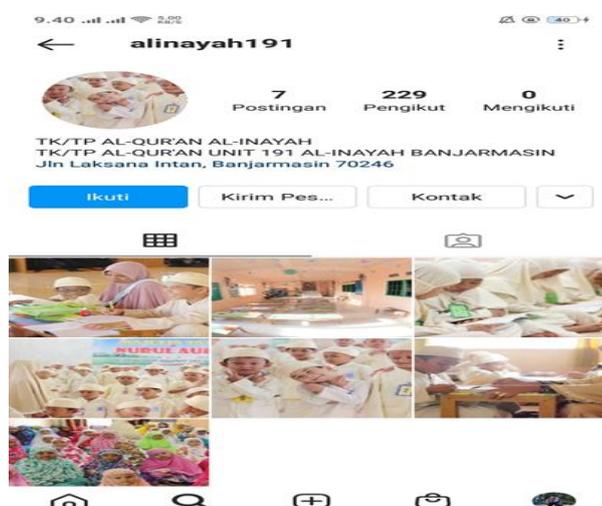
a. Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan salah satu rangkaian promosi yang mempunyai tujuan untuk dapat membentuk komunikasi yang baik kepada konsumen yang dapat membentuk suatu prestasi ataupun suatu nilai citra dari sebuah bentuk

promosi melalui media sosial seperti spanduk, brosur, bentuk kalender dan iklan tertulis yang mendukung kegiatan promosi. Kegiatan mengaplikasikan iklan termasuk ini menjadi hal penting yang dapat dilakukan oleh lembaga untuk mencapai target sasaran yang direncanakan. Dalam pelaksanaan proses kegiatan promosi yang didapatkan di dalam informasi mengenai kegiatan periklanan yang diterapkan oleh lembaga. Sebagaimana yang disampaikan oleh kepala unit TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin Ustadzah Juairiyah, S.Ag. M.Pd

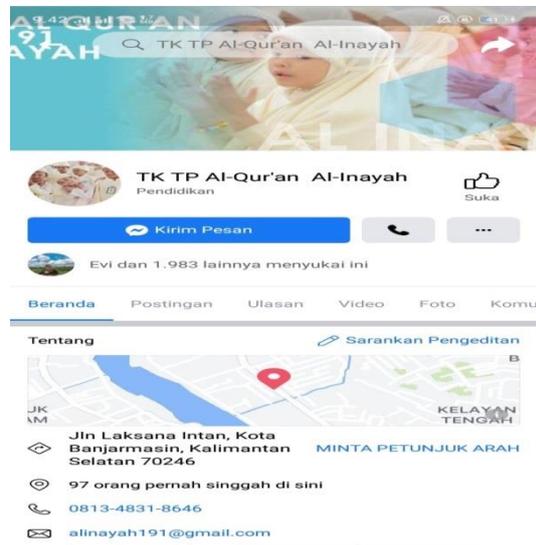
“Kegiatan promosi bentuk periklanan ini pihak kami hanya melakukannya dengan memperkenalkan keberadaan TK/TPA ini melalui papan reklame yang sengaja diletakkan di atas gedung dan cukup berukuran besar. Pihak lembaga juga dibantu dengan media sosial yang biasa dipegang oleh pihak lembaga tapi tidak dikhususkan hanya saja biasanya para ustadzah yang tidak berkesibukan dan ikhlas memposting kegiatan santri kemedial sosial yang dimiliki jadi pihak lembaga tidak ada tugas khusus untuk kegiatan promosi ini dan itu menjadi kendala kami untuk terus memantau kegiatan promosi. Pihak lembaga juga tidak terlalu banyak memasang promosi iklan baik bentuk brosur dan yang lainnya dan masih membuat rencana untuk promosi kedepannya”.<sup>9</sup>

Berikut beberapa media sosial yang digunakan TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.



<sup>9</sup> Wawancara dengan Kepala Unit ustadzah Juairiyah s.Ag M.Pd Tanggal 2 Juni 2021.

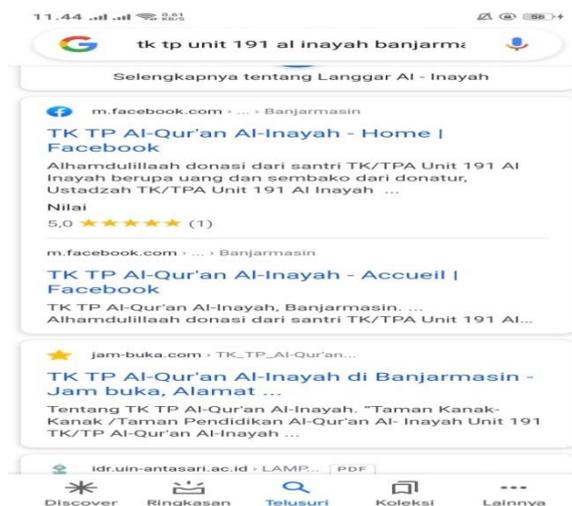
Gambar 4.1 Akun instagram TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.2 Akun Facebook TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.3 Akun Youtube TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.4 Akun *Google* TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin.

Pihak lembaga selalu berusaha untuk membentuk komunikasi yang baik kepada orang tua santri melalui beberapa media sosial yang dimiliki oleh lembaga. Dalam memperoleh informasi peneliti melakukan wawancara dengan ustadzah yang mengajar di lembaga tersebut. Mengenai kegiatan periklanan yang dilakukan TK/TPA unit 191 Al-Inayah sendiri belum mencoba untuk melakukan kegiatan promosi melalui beberapa media pendukung lainnya seperti surat kabar, koran ataupun alat media massa lainnya yang besar-besaran dalam mencapai target.

b. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan diartikan bahwa tenaga penjual dapat secara langsung melakukan interaksi komunikasi kepada para calon konsumen agar tertarik dengan produk jasa yang kita tawarkan. Selain itu juga tenaga penjualan harus dapat mengetahui bagaimana reaksi para calon konsumen

terhadap barang/jasa yang kita tawarkan sehingga dapat mengadakan penyesuaian di tempat itu untuk menarik minat calon konsumen.

TK/TP Unit 191 Al-Inayah dalam melakukan kegiatan penjualan pribadi yaitu melalui komunikasi interaksi dengan calon konsumen yang datang untuk mencari informasi berkenaan dengan produk jasa yang disediakan oleh pihak lembaga. Calon konsumen akan bertanya secara rinci tentang apa saja program pembelajaran maupun informasi mengenai biaya pendaftaran sehingga dalam melakukan interaksi ini terbentuklah percakapan antara ustadzah dan calon orang tua santri. Percakapan yang dilakukan oleh pihak lembaga dapat menimbulkan respon tanggapan langsung dari para pihak calon orang tua santri dan dapat menimbulkan minat terhadap produk jasa yang ditawarkan oleh TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin. Sebagaimana yang disampaikan oleh perwakilan orang tua santri ibu Noor Rahillah:

“Untuk mengetahui informasi mengenai TK/TPA, saya ingin mendaftarkan anak saya yang berusia 6 tahun dan saya mendapatkan informasi ini melalui keluarga dan mengetahui nya pada saat saya pulang beraktivitas pada saat itu saya sudah mengetahui keberadaan lembaga dan tertarik untuk mendaftarkan anak saya untuk informasinya mengenai lembaga ini tidak sepenuhnya saya dapatkan jadi saya langsung datang ke kantor untuk mengetahui lebih banyak informasi tempat tinggal saya yang tergolong jauh dengan TK/TPA tetapi anak saya bisa langsung beradaptasi dengan ustadzah dan anak-anak di sini jadi itu membuatnya semangat. Awalnya saya bertemu dengan ustadzah dan diarahkan ke kantor dan disitu saya mendapatkan beberapa informasi baik mengenai harga pendaftaran, pembayaran perbulan serta informasi jadwal dan jam pembelajaran. Informasi yang saya dapatkan cukup banyak dan dijelaskan oleh ustadzah bahwa bisa melakukan percobaan atau adaptasi lingkungan baru kepada santri kalo merasa tidak cocok di sini bisa saja mengganti menggunakan produk jasa yang lain hal tersebut diberi waktu selama 1 minggu oleh pihak lembaga”.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan orang tua santri ibu noor rahillah, 18 desember 2020

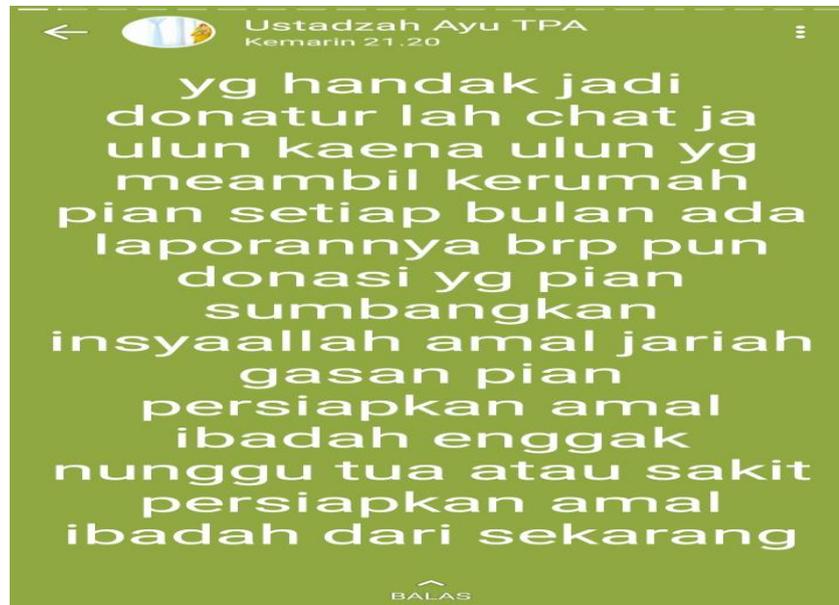
TK/TPA Al-inayah Banjarmasin dalam melakukan kegiatan tersebut. Pihak lembaga juga menampilkan langsung jadwal pembelajaran bahkan terkait harga dan memberikan kesempatan secara gratis untuk anak dan orang tua yang masih ingin melakukan adaptasi disana. Saat melakukan adaptasi maka anak dapat melihat pembelajaran yang dilakukan selama 1 minggu dan apabila anak dapat beradaptasi maka bisa langsung mendaftarkan diri.

c. Hubungan masyarakat (*Public relations*)

Hubungan masyarakat yang disebut juga dengan humas merupakan bagian yang penting dalam membangun citra dari suatu lembaga. Lembaga harus membangun komunikasi agar dapat bekerjasama dalam mengembangkan dan memajukan melalui bantuan dari pihak lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap kemajuan lembaga tersebut. Humas dapat membantu lembaga agar mendapatkan dukungan secara efektif dalam pencapaian target. Berikut bentuk yang digunakan TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.5 Kartu donatur TK/TPA Al –Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.6 Promosi menggunakan Media sosial *Whatsaap*.

Pada tahapan kegiatan humas ini berdasarkan hasil wawancara dalam melakukan kegiatan humas dilakukan secara sederhana yaitu melakukan pertemuan dengan ustad-ustadzah yang melakukan kegiatan tertentu. Kemudian melakukan kegiatan mengajak dan mencari para donatur tetap (terjadwal setiap bulan) ataupun donatur tidak tetap (yang bersifat sementara). Pihak donatur yang bersedia untuk membantu lembaga dalam beberapa hal berupa bantuan untuk memperlancar kegiatan khususnya pembangunan dan kegiatan lainnya yang dilaksanakan oleh lembaga agar dapat berkembang karna mempunyai dukungan dari donatur.

Kegiatan humas yang dilakukan oleh TK/TPA Al-Inayah yang berkenaan dengan aspek pelayanan tentunya harus menjadi hal yang penting. Bentuk pelayanan yang diberikan pihak lembaga dengan menerapkan pelayanan terutama yang diberikan kepada santri dan orang tua santri agar dapat merasakan kepuasan baik dari lembaga ataupun kepuasan dan menimbulkan pengaruh positif bagi lembaga. Dengan adanya kegiatan tersebut pihak lembaga dapat menjadikan sebuah faktor pendukung dalam membantu membentuk nilai yang baik. Sebagaimana yang disampaikan oleh kepala unit TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin Ustadzah Juairiyah, S.Ag. M.Pd, & ustadzah Syamsiah M.Ag yaitu:

“Di dalam kegiatan humas dan publisitas kami pihak lembaga mempunyai beberapa pihak terutama dibantu oleh para donatur yang membantu lembaga secara ikhlas dan tidak ada unsur paksaan baik dalam melakukan bentuk kerjasama ataupun pemberian berupa hal dalam pembangunan ataupun bentuk nominal berapapun akan kami terima dapat membantu dalam kegiatan lainnya, menjalin hubungan yang baik dengan para donatur serta orang tua dan masyarakat yang juga membantu dalam perkembangan TK/TPA ini sangatlah diperhatikan, para donatur akan diberikan buku yang dipegang oleh bendahara umum yang mengatur keuangan. TK/TPA juga menjalin hubungan dengan para pejabat melalui kegiatan yang dilakukan kegiatan pertahunnya yaitu khataman Al-Qur’an yang melibatkan beberapa pihak para pejabat dan masyarakat lainnya untuk menyaksikan langsung proses khataman Al-Qu’an para santri, serta kegiatan publisitas kami biasanya meminta berkerjasama serta melakukan negosiasi dengan pihak stasiun TV untuk menampilkan sedikit rangkaian kegiatan khataman itu sendiri serta acara-acara lainnya dan lebih khusus acara tersebut”<sup>11</sup>.

Kegiatan publisitas sendiri yang dilakukan oleh pihak lembaga dalam melakukan kegiatan kerjasama yang dibantu oleh pihak Banjarmasin post yang menampilkan beberapa prestasi yang diraih oleh para santri. Selain itu

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan kepala unit dan wakil. Kep. Unit ustadzah Juairiyah, ustadzah Syamsiah, Tanggal 2 juni 2021.

juga melakukan kerjasama dengan beberapa pihak stasiun televisi lokal seperti TVRI, Banjar TV, Prima TV, dan Duta Tv. Adapun kegiatan yang diliput yaitu sedikit rangkaian acara khataman Al-Qur'an yang diadakan oleh TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin. Kegiatan tersebut juga dihadiri oleh para pejabat serta donatur yang membantu kesuksesan dalam acara tersebut. berikut kegiatan publisitas TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.



Gambar 4.7 dokumentasi Khataman Al-Qur'an



Gambar 4.8 Dokumentasi prestasi yang diraih santri.

d. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*)

Pemasaran langsung merupakan proses kegiatan melalui cakupan berbagai aktivitas yang dapat mengelola database, *telemarketing*, penjualan langsung. Memberikan tanggapan langsung kepada calon konsumen melalui media sosial (*email, facebook, instagram* ataupun media internet lainnya). Dapat memberikan tanggapan balasan melalui media cetak dan media lainnya. Sebagaimana yang telah dikatakan oleh wakil kepala unit ustadzah Syamsiah S.Ag:

“Dalam kegiatan pemasaran langsung ini pihak lembaga biasanya melakuakannya memberikan tanggapan langsung ke beberapa media sosial yang sedang aktif, biasanya kami mendapatkan pertanyaan yang terkhusus bertanya tentang harga pendaftaran dikolom komentar bahkan ada yang mengirim pesan lewat *facebook*. Pihak lembaga biasanya memberikan tanggapan secara langsung dan membalas dikomentar tetapi untuk pertanyaan yang kadang itu privasi akan langsung kami arahkan datang kekantor serta kami memberikan kenyamanan terhadap komunikasi pihak lembaga dengan orang tua santri yang dikumpulkan dalam satu grup *whatsapp* yang dikelola oleh salah satu ustadzah agar dapat memudahkan ustadzah dalam memberikan pemberitahuan baik mengenai kegiatan ataupun santri. Beberapa orang tua santri juga memberikan tanggapan bahwa kegiatan komunikasi secara online itu cukup memudahkan banyak orang tua agar dapat memudahkan kami mengetahui informasi dan pemberitahuan dari para ustdzah”.<sup>12</sup>

Kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan oleh TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin berupa kegiatan komunikasi kepada para orang tua santri dan ustadzah dalam bentuk komunikasi grup *whatsapp*. Maka dari kegiatan

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan wakil kep. Unit Ustadzah Syamsiah S.Ag dan ibu Suci tanggal 2 Juni 2021.

komunikasi tersebut pihak lembaga dapat memberi kemudahan dalam memberi informasi kepada orang tua santri berkenaan dengan kegiatan agar dapat langsung ditanggapi. Pihak lembaga juga dapat mengontrol apa yang menjadi kendala dari orang tua dan menimbulkan respon langsung dari orang tua santri.

e. Informasi mulut ke mulut (*word of mouth*)

Selanjutnya kegiatan promosi yang ada di TK/TPA Al-Inayah melalui informasi dari mulut kemulut sendiri sangat membawa pengaruh yang cukup besar dibidang pemasaran yaitu melakukan komunikasi secara langsung kepada calon konsumen. Pada kegiatan promosi ini lembaga harus memikirkan agar dapat membangun komunikasi yang baik kepada calon orang tua santri, agar calon orang tua santri agar dapat tertarik dengan promosi produk jasa yang ditawarkan oleh lembaga. Kegiatan ini berguna untuk menimbulkan respon kepuasan dalam produk jasa tersebut Maka dari kepuasan orang tua santri dapat menimbulkan nilai yang baik sehingga orang tua santri akan menyampaikan kepada calon konsumen berikutnya. Sebagaimana yang disampaikan oleh kepala unit TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin ustadzah Juairiyah, S.Ag. M.Pd ustadzah Halimatus dan orang tua santri yaitu:

“Disini pihak TK/TPA lebih banyak menggunakan promosi secara *word of mouth* saja dan itupun dibantu dengan pihak yang ingin membantu tidak dengan paksaan, pihak lembaga mendapatkan bantuan terutama dari para ustad selaku pengasuh yang membantu sekaligus menjadi penceramah syiar dakwah, serta pihak ustadzah juga tidak terlalu fokus melakukan promosi gencar hanya saja dibantu saat ustadzah yang memiliki profesi sebagai guru mengajar disekolah pagi dan itu menjadi salah satu faktor

pendukung sekaligus membantu orang tua yang ingin mencari informasi mengenai lembaga dengan ustadzah yang mengajar di lembaga itu sendiri, dan untuk pihak lembaga juga mendapatkan bantuan dari para orang tua santri yang merasa puas baik dalam pelayanan maka dari itu banyak orang tua santri sudah merekomendasikan kepada keluarga dekat ataupun teman beliau. Promosi menggunakan *word of mouth* itu yang lebih di terapkan oleh pihak lembaga dalam mencapai target pertahunnya dan memberitahukan informasi tentang lembaga serta kontribusi dari para alumni, masyarakat yang membantu dan para santri”<sup>13</sup>.

Informasi dari mulut kemulut yang digunakan oleh lembaga TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin yaitu dalam melakukan dan membentuk interaksi komunikasi yang sangat dekat melalui bantuan para karyawan dan ustad-ustadzah, para santri, orang tua santri serta masyarakat. Sehingga saling berpartisipasi membantu dalam mendukung menciptakan pengaruh yang baik dalam nilai citra. Mengajak calon konsumen lainnya menggunakan produk jasa sesuai kebutuhan yang diperlukan.

Melakukan kegiatan promosi penggunaan alumni juga menjadi salah satu teknik promosi yang dapat membantu jalanya kegiatan promosi di TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin. Kegiatan promosi dari alumni dapat berpengaruh dalam mencapai target terutama para alumni melakukan kegiatan promosi melalui mulut kemulut. Target terutama kepada keluarga dan kerabat dari para alumni yang ingin mencari rekomendasi untuk pilihan TK/ TPA dari beberapa informasi yang didapatkan hasil strategi promosi ini sangat banyak ditemui oleh para orang tua santri, dan terkadang banyak orang tua mengetahui tentang informasi TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin ini lebih banyak melalui rekomendasi dari para orang terdekat.

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan ustadzah Juariyah, ustadzah Halimatus & orang tua santri TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin, 17 Desember 2020.

### **3. Faktor Pendukung dan Penghambat Promosi TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.**

Strategi promosi dalam suatu perusahaan sudah pasti masing-masing mempunyai beberapa faktor pendukung ataupun penghambat, perusahaan atau lembaga dalam melakukan suatu tindakan yang dilakukan dalam kegiatan promosi. Pada lembaga TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin, mempunyai beberapa faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi yaitu sebagai berikut:

#### **a. Periklanan (*Advertising*)**

Faktor pendukung dari promosi periklanan tentunya papan reklame yang dipasang diatas gedung yang menjadi salah satu penunjang untuk mengenalkan identitas lembaga. kehadiran media sosial yang sudah mendukung melalui bentuk media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsaap* untuk dikenal secara virtual oleh para masyarakat. Namun kendala yang merupakan faktor penghambat dalam melakukan promosi tersebut TK/TPA Al-Inayah belum mencoba mengenalkan informasi mengenai produk jasa menggunakan media yang lebih luas seperti menggunakan brosur cetak, koran, serta spanduk untuk melakukan promosi produk jasa terutama dalam hal memberitahukan penerimaan calon santri baru.

#### **b. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)**

Faktor pendukung yang dilihat dalam kegiatan ini terutama aspek pelayanan yang diberikan kepada calon orang tua santri yang ingin

mengetahui informasi mengenai produk jasa yang disediakan oleh pihak lembaga secara langsung serta didukung melalui fasilitas kantor dalam jalannya proses kegiatan tersebut. Mengeluarkan biaya yang tergolong sedikit, dan mempunyai tenaga penjualan yang dikhususkan langsung dengan bendahara. Faktor penghambat kegiatan ini yaitu proses tatap muka yang memiliki keterbatasan, harus mampu menyusun strategi penawaran yang dapat menarik dan memberikan pengaruh positif agar mendapatkan respon yang dituju.

c. Hubungan masyarakat (*Public relations*)

Faktor pendukung yaitu mempunyai dukungan dari para donatur, aspek pelayanan yang dapat membantu lembaga dalam mendapatkan respon nilai positif dimasyarakat. Faktor penghambat yang dihadapi oleh pihak lembaga terkhusus pada kondisi saat ini sulit dalam mencari dan menambah donatur. Tidak ada penugasan khusus untuk mengontrol dan menjalankan kegiatan publisitas terutama di media sosial.

d. Pemasaran langsung (*Direct marketing*)

Faktor pendukung yaitu aktif dalam beberapa media sosial yang memudahkan proses jalanya kegiatan tersebut melalui berbagai pertanyaan baik melalui postingan dan pesan, memberikan tanggapan langsung terutama pada grup *whatsapp* orang tua santri untuk menjalin silaturahmi dan menginformasikan kegiatan santri. Faktor penghambat pihak lembaga akan memberikan respon ketika ada masyarakat yang bertanya distatus postingan mengenai harga. Pihak lembaga akan mengarahkan untuk

langsung datang ke kantor karena itu merupakan hal privasi yang tidak semua orang dapat mengetahui sangat jarang memberikan postingan kegiatan yang terbaru.

e. Hubungan mulut kemulut (*Word of mouth*)

Faktor pendukung kegiatan ini dapat memberi pengaruh besar dalam mencapai target yang dibantu oleh inisiatif para orang tua, pihak lembaga serta masyarakat yang telah merasakan kepuasan tersendiri, mengeluarkan biaya yang sangat sedikit. Faktor penghambat yaitu para ustadzah jarang memberitahukan secara langsung kepada para masyarakat terkecuali ada yang meminta informasi langsung kepada pihak ustadzah, serta tidak terlalu mempromosikan secara besar-besaran hanya memberikan sedikit informasi.

## **B. Pembahasan**

### **1. Analisis Strategi Promosi TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin**

Berdasarkan hasil penelitian dan menganalisis tentang strategi promosi TK/TPA unit 191 Al-Inayah maka dapat dikatakan bahwa meningkat dan turunnya jumlah santri pertahunnya menandakan bahwa masyarakat sudah cukup banyak mengetahui informasi tentang produk jasa yang disediakan pihak lembaga TK/TPA unit 191 Al-Inayah. Strategi promosi yang telah diterapkan sudah cukup membantu lembaga dalam meningkatkan jumlah santri walaupun tidak dilakukan secara besar-besaran dalam melakukan kegiatan promosi. Produk jasa yang dimiliki oleh lembaga pada dasarnya

untuk memasarkan dan memperkenalkan produk jasa yang bersifat abstrak dan tak berwujud.

Jasa yang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan terutama dalam hal pendidikan melihat perkembangan strategi promosi yang berkaitan dengan produk jasa yang telah yang ditawarkan oleh pihak lembaga TK/TPA Unit 191 Al-Inayah. Produk jasa yang disediakan oleh taman pendidikan Al-Qur'an dapat membantu kebutuhan dalam hal spritual keagamaan terutama untuk target produk jasa yaitu anak-anak dan membuat ketertarikan untuk belajar di taman pendidikan Al-Qur'an, mampu bertahan dengan persaingan yang semakin ketat. TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin harus selalu menekankan serta memberikan kepuasan kepada santri ataupun orang tua santri, selalu berusaha untuk lebih meningkatkan pelayanan terbaik agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk jasa yang disediakan lembaga tersebut serta dapat mengetahui respon dan tanggapan atas kepuasan pelayanan tersebut agar dapat berjalan dengan baik.

Pelayanan yang telah dilakukan oleh lembaga menjadi salah satu faktor penunjang kekuatan dari promosi yang ditampilkan oleh pihak lembaga. Secara keseluruhan pelayanan sudah cukup bagus dan banyak orang tua santri mengaku puas dengan pelayanan yang diberikan serta berguna agar mendapatkan nilai citra oleh masyarakat yaitu pelayanan yang selalu ditekankan baik kepada para santri dari jam masuk untuk memberikan pembelajaran sampai membantu membina karakter akhlak anak baik dalam

bersosialisasi terhadap lingkungan, orang tua dan masyarakat lainnya. Dalam proses kegiatan bauran promosi yang berkaitan dengan jalannya proses ini maka dapat diketahui bentuk strategi umum yang dilakukan oleh TK/TPA menggunakan strategi mendorong (*Push*), strategi menarik (*Pull*) serta strategi mempengaruhi (*Pass*) agar dapat menjalankan bauran promosi dengan baik:

1. Strategi Mendorong (*Push*) Promosi penjualan pribadi/perorangan, melalui promosi bentuk aspek pelayanan dan metode pembelajaran.
2. Strategi Menarik (*Pull*) Berikut data yang diperoleh mengenai strategi menarik yang dilakukan oleh TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin. Memiliki alat pendukung media sosial, menggunakan promosi *word of mouth* atau informasi dari mulut kemulut, memberitahukan produk jasa melalui bentuk papan reklame.
3. Strategi mempengaruhi (*Pass*) kegiatan ini TK/TPA Al-Inayah Banjarmasin, yaitu melalui kegiatan humas, menjalin kerjasama dengan donatur serta aktivifis dalam kegiatan publikasi lembaga.

Dalam kaitannya dengan strategi promosi dapat berguna untuk membantu jalannya kegiatan pemasaran guna mampu bersaing dalam memperkenalkan dan mempertahankan produk jasa. Agar dapat mempengaruhi, dikenal dan membujuk bahkan yang telah dirasakan oleh calon konsumen baik terhadap manfaat ataupun pelayanan dan pembelajaran dari produk jasa tersebut. Oleh karena itu dalam rangka mencapai keberhasilan dalam menjalankan promosi tersebut TK/TPA Unit

191 Al-Inayah Banjarmasin menerapkan strategi promosi dengan memperhatikan bagian-bagian dalam bentuk bauran promosi.

a. Periklanan (*Advertising*)

Proses kegiatan promosi melalui kegiatan periklanan dapat membantu dalam memberitahukan, membujuk dan dapat membangun kesadaran calon kosumen sekaligus menjadi satu bentuk komunikasi agar perusahaan/lembaga dapat diketahui oleh masyarakat. Melalui beberapa bentuk terutama promosi bentuk tulisan ataupun virtual yaitu melalui sponsor dan penggunaan media sosial. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin bahwa pihak lembaga telah melakukan kegiatan periklanan ini dengan menggunakan beberapa bantuan untuk mendukung kegiatan tersebut.

Dalam kegiatan periklanan ini maka menurut peneliti bentuk bauran promosi yang diterapkan oleh pihak lembaga TK/TPA Al-Inayah sudah sesuai dengan teori bauran promosi karena pihak lembaga telah melakukan promosi periklanan dengan beberapa penerapan bentuk promosi. Pihak TK/TPA Al-Inayah menerapkan promosi tersebut dibantu dengan media papan reklame. Melakukan bentuk promosi melalui penggunaan media sosial yang dimiliki oleh pihak lembaga dalam membantu proses pengenalan menggunakan media sosial tersebut.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan yang merupakan kegiatan jangka pendek yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan target lebih cepat dan

meningkatkan penjualan dengan memberikan beberapa promosi. Bentuk promosi penawaran seperti bentuk diskon, kupon gratis dan pemotongan harga setiap pembelian produk/jasa bahkan promosi menawarkan pengembalian tunai dan menyediakan sistem garansi pada produk/jasa yang ditawarkan. Pada pembahasan kegiatan ini menurut peneliti pihak lembaga tidak menerapkan promosi ini dikarenakan tidak pernah melakukan kegiatan tersebut baik dalam beberapa bentuk yang mendukung kegiatan *sales promotion* seperti diskon, kupon pemotongan harga dalam penawaran produk jasa tersebut.

c. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan yaitu penjual harus dapat melakukan komunikasi secara langsung kepada calon konsumen untuk meyakinkan dan memberikan informasi tentang produk jasa yang tersedia kepada calon konsumen agar mendapatkan ketertarikan dalam penawaran. Dalam pembahasan kegiatan promosi proses penjualan perorangan menurut peneliti yang diterapkan oleh pihak TK/TPA Al-Inayah sudah berjalan dengan baik dan sesuai yaitu promosi ini ditangani oleh salah satu ustadzah yang bertugas dalam memberikan informasi dan menawarkan. Kegiatan ini harus berusaha meyakinkan secara langsung kepada calon orang tua santri yang bertanya mengenai seputar produk jasa yang disediakan, proses penjualan perorangan ini digunakan oleh pihak lembaga dalam melihat reaksi calon konsumen melalui informasi

dan penjelasan mengenai produk jasa untuk memperoleh tanggapan langsung kepada calon konsumen khususnya para orang tua santri.

d. Hubungan masyarakat (*Public relations*)

Proses kegiatan bauran promosi humas dan publisitas yaitu kegiatan yang dapat dilakukan oleh perusahaan/lembaga dalam melakukan komunikasi yang baik bukan hanya kepada calon konsumen tetapi terpakut kepada para pejabat dan masyarakat publik agar dapat memberikan dukungan dan kerjasama terhadap perusahaan/lembaga sekaligus produk/jasa. Dalam pembahasan mengenai kegiatan humas dan publisitas menurut peneliti yang telah diterapkan oleh pihak TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin ini sudah diterapkan dan sesuai. Baik aspek publikasi yang berkenaan dengan promosi humas yang diterapkan guna untuk dapat memudahkan dan dapat membangun tentang produk jasa kepada para masyarakat publik untuk dapat memberikan dukungan melalui bentuk bantuan apapun.

Dari beberapa kegiatan bauran promosi pihak TK/TPA Unit 191 Al-Inayah juga yang telah melakukan kegiatan humas dan publisitas yang dilakukan secara sederhana melalui para donatur tetap ataupun tidak tetap dalam mendukung beberapa kegiatan serta bantuan dalam bentuk apapun yang digunakan untuk proses pembangunan serta mendukung kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas sendiri yang telah dilakukan oleh pihak lembaga dalam melakukan kegiatan tersebut pihak lembaga pernah diliput oleh Banjarmasin post yang menampilkan sejumlah prestasi yang

diraih oleh santri TK/TPA Al-Inayah dan biasanya pihak lembaga juga berkerjasama dengan beberapa stasiun TV lokal dalam menampilkan kegiatan khataman Al-Qur'an yang diadakan pertahunnya.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Kegiatan pemasaran langsung yaitu kegiatan yang dilakukan melalui mengelola database yang di miliki oleh lembaga serta mengelola media sosial *instagram, facebook, whatsapp* dan media sosial lainnya. Dalam pembahasan kegiatan pemasaran langsung yang diteliti oleh peneliti yang diterapkan oleh TK/TPA Al-Inayah sudah berjalan dengan baik dan sesuai dengan kriteria bauran promosi pemasaran langsung. Melakukan komunikasi melalui sosial media yang dimiliki lembaga seperti *instagram* alinayah191, *facebook* (TK/TP Al-Qur'an Al-Inayah), *Youtube*, akun *google* (TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin) serta grup *whatsaap* yang digunakan oleh pihak lembaga dalam memberikan respon dan tanggapan langsung kepada para orang tua santri.

Tentunya ada hal yang menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan promosi ini, yaitu media sosial yang sangat jarang digunakan dan tidak adanya penugasan wajib untuk mengelola media sosial tersebut maka dari itu sudah jarang terlihat postingan kegiatan yang terlihat di akun masing-masing media sosial. Tetapi untuk pengelolaan database mempunyai penugasan tersendiri yang dipegang oleh pihak ustdazah. Kendala penggunaan media sosial tidak dipegang oleh para ustdzah tetapi

pihak lembaga dibantu dengan secara ikhlas dalam menangani kendala promosi tersebut dengan bantuan beberapa pihak yang bersedia.

f. Informasi dari mulut kemulut (*word of mouth*)

Informasi dari mulut kemulut merupakan salah satu teknik bauran promosi yang berperan dan membawa pengaruh yang besar termasuk dalam bidang pemasaran produk jasa. Dalam aspek kepuasan yang telah dirasakan oleh pengguna produk jasa tersebut maka dalam tahapan kegiatan promosi mulut kemulut yang telah diterapkan oleh TK/TPA unit 191 Al-Inayah Banjarmasin ini telah dilakukan beberapa bentuk promosi yang didapatkan melalui bantuan oleh beberapa pihak yang ingin membantu lembaga. Dalam pembahasan promosi *word of mouth* ini pihak TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin telah menerapkan kegiatan ini sesuai dan diterapkan dengan baik dengan teori dalam bauran promosi.

Pihak lembaga banyak dibantu dalam kegiatan ini melalui peran ustad-ustadzah yang berkontribusi dalam mempromosikan lembaga dan bantuan dari pihak orang tua santri dan masyarakat yang telah mengenal dan merasakan kepuasan baik terhadap produk jasa ataupun aspek pelayanan yang disediakan oleh lembaga. Memberitahukan serta memberikan informasi tentang produk jasa yang disediakan lembaga. lembaga tentunya dapat memperhatikan terutama bentuk aspek kepuasan terutama pada santri dan kepuasan orang tua santri.

Hal itu dapat menjadi salah satu faktor pendukung lembaga agar dapat menambah kouta jumlah santri melalui pendekatan. Pihak lembaga tentunya harus memperhatikan persaingan yang sudah semakin banyak yang sama sama bergerak dibidang pendidikan keagamaan. Maka dari itu pihak lembaga dapat menambah dan melakukan inovasi baru baik dalam aspek promosi tentang lembaga dan tetap memperhatikan kepuasan dari segi aspek pelayanan.

## **2. Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Promosi TK/TPA Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin.**

Menganalisis data mempunyai dua faktor yang harus diperhatikan baik faktor pendukung dan dan penghambat dalam melakukan kegiatan promosi yang dapat mempengaruhi jalannya suatu lembaga dalam meningkatkan target sasaran dalam suatu lembaga yang menyediakan produk jasa, peneliti harus berusaha untuk dapat menggambarkan faktor tersebut, adapun beberapa faktor yang dapat dianalisis oleh peneliti yaitu:

### **1. Faktor pendukung**

Faktor pendukung kegiatan promosi dalam mengembangkan kegiatan strategi promosi taman pendidikan Al-Qur'an Unit 191 Al-inayah Banjarmasin dapat dilihat dari faktor lingkungan dan beberapa faktor lainnya dan dapat dilihat dengan beberapa hal yaitu:

- a. Periklanan (*Advertising*), dengan kehadiran media sosial yang dimiliki dan media papan reklame yang menjadi faktor mendukung kegiatan ini.

- b. Penjualan perorangan (*Personal selling*) dapat memberikan pelayanan langsung dan memberikan informasi mengenai produk jasa kepada calon konsumen dengan alat fasilitas kantor yang menjadi tempat berinteraksi.
- c. Hubungan masyarakat (*Public relations*), membangun dan menjalin kerjasama yang baik terhadap beberapa pihak yang bersedia menjadi donatur. Beberapa kegiatan dokumentasi yang menjadi dijadikan kegiatan publisitas lembaga.
- d. Pemasaran langsung (*Direct marketing*) dukungan media sosial yang dapat membantu dalam memberikan respon langsung melalui pesan ataupun kolom komentar, memberikan respon langsung terhadap pertanyaan orangtua santri melalui grup yang telah disediakan oleh pihak lembaga, untuk mempermudah hubungan komunikasi terutama pada orang tua santri.
- e. Informasi mulut ke mulut (*Word of mouth*) bantuan dari beberapa pihak dan tidak dengan unsur paksaan, bantuan dari beberapa orang yang berpengaruh dan bantuan dari orang tua santri, alumni dan masyarakat yang telah merasakan kepuasan terhadap produk jasa ataupun dari segi aspek pelayanan yang telah diberikan oleh penyedia jasa.

## 2. Faktor penghambat

Faktor yang menjadi penghambat dalam proses penerapan strategi promosi taman pendidikan Al-Qur'an Unit 191 Al-Inayah Banjarmasin

dapat dilihat yaitu suau persaingan baik antar sekolah dasar ataupun sekolah pendidikan keagamaan yang sama yang sudah semakin ketat.

- a. Periklanan (*Advertising*), kurangnya promosi bentuk periklanan dan belum menambah bentuk promosi iklan lainnya, penggunaan media sosial dalam memposting kegiatan terbaru sudah jarang terlaksanakan. Mempunyai kendala biaya yang cukup banyak dalam melakukan promosi ini.
- b. Penjualan Perorangan (*Personal selling*) pihak lembaga harus berusaha dalam memberikan pengaruh tentang produk jasa agar mendapatkan respon yang baik serta ketertarikan terutama untuk santri dan orang tua santri. Memiliki keterbatasan dalam penyampain informasi yang hanya dilakukan beberapa orang saja serta faktor harga dan faktor dari calon santrinya sendiri yang menjadi kendala.
- c. Hubungan masyarakat (*Public relations*) dalam hal penambahan calon donatur yang cukup sulit didapatkan, dokumentasi kegiatan yang sudah berkurang. Dalam kegiatan publisitas yaitu biaya yang lumayan cukup banyak dalam kerjasama terhadap stasiun TV yang sudah cukup sulit dalam membantu menampilkan kegatan tahunan.
- d. Pemasaran langsung (*Direct marketing*) jarang mengaktifkan media sosial dalam memberikan postingan terbaru tentang lembaga, melakukan komunikasi lebih banyak melalui grup *whastapp* untuk memberikan informasi kepada orang tua santri.

- e. Informasi mulut kemulut (*Word of mouth*), memberikan informasi mengenai produk jasa lembaga hanya ketika ada yang bertanya langsung dengan pihak lembaga dan tidak secara sengaja untuk mempromosikan produk tersebut.

Dengan adanya analisa faktor pendukung dan penghambat yang didapatkan pada hasil wawancara dan observasi pada data yang didapat maka menurut peneliti strategi promosi mempunyai peranan yang penting. Bentuk faktor penentu untuk menghasilkan sebuah kunci keberhasilan dalam mencapai target sasaran yang telah direncanakan. Bentuk promosi mempunyai beberapa bentuk terutama promosi melalui iklan, promosi penjualan, promosi pribadi, humas dan publikasi, bahkan promosi melalui mulut kemulut.

Aspek promosi yang telah digunakan oleh TK/TPA unit 191 Al-Inayah menggunakan spromosi dari segi pembelajaran yang dapat membantu dan membentuk santri dan segi action dari pihak lembaga. Ditampilkan melalui aktivitas kegiatan serta pelayanan lembaga terhadap santri, orang tua dan masyarakat serta telah menerapkan beberapa bauran promosi tetapi lebih ditekankan dalam penggunaan promosi informai dari mulut kemulut promosi yang di lakukan melalui kepuasan konsumen. TK/TPA Al-Inayah dalam mencapai target jumlah kouta santri pertahunnya yang mengalami peningkatan dan penurunan jumlah santri tetapi pada tahun 2021 mengalami peningkatan jumlah santri, dan itu menjadi suatu motivasi lembaga untuk

selalu meningkatkan inovasi dalam meningkatkan pelayanan serta menawarkan produk jasa.

Menunjukkan nilai yang dimiliki oleh lembaga agar masyarakat tertarik untuk menggunakan produk jasa tersebut. Dengan adanya faktor semakin banyaknya persaingan dan semakin ketatnya lembaga yang lain untuk mencapai sasaran yang ditentukan, sudah banyak TK/TPA Al-Qur'an khususnya di Banjarmasin selatan yang mempunyai jarak berdekatan maka dari itu TK/TPA Al-Inayah harus selalu memperhatikan strategi promosi agar pertahunnya jumlah santri dapat mengalami peningkatan. Maka dari itu menurut peneliti semoga TK/TPA unit 191 Al-Inayah bisa menerapkan dan menginovasi komponen bauran promosi lainnya, agar TK/TPA Al-Inayah dapat lebih dikenal oleh banyak masyarakat tidak hanya melalui informasi mulut ke mulut dan sebatas media sosial, serta TK/TPA Al-Inayah dapat melakukan inovasi baru dalam mencapai target terutama pada pemasaran produk jasa yang ditawarkan karena semakin tahun semakin banyak TK/TPA yang saling berdekatan.