

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Setelah melakukan analisis observasi hasil penelitian tentang strategi promosi taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin yang dilakukan secara terjun langsung kelapangan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi promosi taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin yang menyediakan jasa pendidikan sekaligus jasa pelayanan penitipan anak, pihak TK/TPA Al-Inayah telah melakukan penerapan kegiatan promosi ini dengan baik dalam menambah jumlah santri baru setiap tahunnya dengan menggunakan beberapa penerapan bauran promosi. Bentuk strategi promosi yang meliputi periklanan, penjualan perorangan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan informasi dari mulut kemulut yang dilakukan secara sederhana ini terutama dalam promosi melalui bentuk dukungan terutama dalam 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. Melalui beberapa strategi promosi yang menggunakan strategi promosi umum yang diterapkan

melalui strategi *pull*, *push* dan *Pass* maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan bauran promosi untuk mendukung promosi pihak lembaga dengan dukungan kehadiran media sosial, papan reklame yang menjadi identitas keberadaan lembaga, menjalin dan membentuk silaturahmi kepada masyarakat publik khususnya para donatur yang bersedia membantu meningkatkan kemajuan TK/TPA, kegiatan promosi informasi dari mulut kemulut yang dibantu oleh beberapa pihak baik melalui media dakwah dan komunikasi interaksi terutama bantuan pihak ustad-ustadzah, para orang tua santri, masyarakat bahkan alumni santri yang memberitahukan dan merekomendasikan khususnya kepada keluarga terdekat.

2. Faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam kegiatan promosi taman pendidikan Al-Qur'an unit 191 Al-Inayah Banjarmasin. Faktor yang mendukung kegiatan tersebut dapat dilihat dari pihak lembaga mempunyai beberapa media sosial yang dapat membantu promosi, papan reklame , memiliki dukungan khususnya para donatur yang membantu lembaga. Faktor yang menjadi penghambat yaitu faktor biaya yang terkadang harus mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk kegiatan promosi. Pihak lembaga juga tidak menyediakan tim khusus yang bertanggung jawab dalam hal kegiatan promosi, maka dari itu dapat menjadi kendala dalam pemantauan jalannya kegiatan promosi.

B. Saran

Bentuk yang berupa saran dari peneliti yaitu juga ingin memberikan beberapa untuk pihak lembaga TK/TPA Unit 191 Al-Inayah dalam melakukan kegiatan promosi yaitu:

1. TK/TPA Al-Inayah telah melakukan strategi promosi dengan menggunakan bauran promosi yang sudah bagus walaupun tidak dilakukan secara besar-besaran dan hanya dilakukan secara sederhana dalam mempromosikan lembaga. Sebaiknya TK/TPA bisa mengaplikasikan kegiatan promosi ini, karena dapat dilihat semakin banyaknya persaingan taman pendidikan yang sudah banyak ditemukan dengan jarak yang saling berdekatan maka dari itu pihak lembaga dapat menyusun kegiatan promosi terutama dalam media massa walaupun hanya mempromosikan dengan menunjukkan kegiatan santri yang dapat dilihat oleh banyak kalangan pengguna dimedia sosial. Membantu lembaga untuk memudahkan dalam mencari target dikarenakan media sosial sendiri banyak digemari oleh banyak kalangan baik anak anak, remaja dan orang tua, memudahkan calon konsumen mencari informasi keberadaan lembaga. TK/TPA juga dapat menerapkan kegiatan *sales promotion* agar dapat menambah jumlah target dengan cepat dan meningkatkan penjualan produk jasa yang telah ditawarkan menggunakan beberapa bentuk penawaran baik diskon ataupun potongan harga.
2. TK/TPA Al-Inayah dapat menambah target santri menggunakan beberapa aspek pendukung kegiatan promosi yang lain seperti bentuk jenis pamflet

yang dapat disebarluaskan melalui media sosial yang dimiliki oleh lembaga. Membangun dan menjalin kerja sama yang baik kepada donatur ataupun pihak yang mendukung, dan macam-macam bauran promosi yang lain agar lebih dikembangkan lagi karena itu dapat menjadi faktor penunjang dan pengaruh untuk lebih dapat dikenal oleh masyarakat serta memudahkan lembaga dalam mencapai jumlah target santri yang direncanakan.