

**STRATEGI PEMASARAN TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT
(Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)**

Skripsi

**Di ajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh :

SISILIA ANGGITA

NPM. 1741030228

Jurusan Manajemen Dakwah



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1442 H / 2021 M**

**STRATEGI PEMASARAN TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN
DALAM MENINGKATKAN MINAT MASYARAKAT
(Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)**

Skripsi

**Di ajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi**

Oleh :

**SISILIA ANGGITA
NPM. 1741030228
Jurusan Manajemen Dakwah**

**Pembimbing I: Prof,Dr.H.Nasor, M.Si
Pembimbing II: Mulyadi, M.Sos.I**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2021 M**

ABTSRAK

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu pada upaya memasarkan suatu produk, baik barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga produk yang diberikan diminati oleh masyarakat, serta yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan. Dengan melakukan pemasaran yang baik maka akan membentuk citra yang baik pula bagi suatu lembaga, dan juga lembaga akan lebih mudah menunjukkan keunggulannya kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat mempunyai minat. Keberadaan TPA Nurul Iman telah melakukan upaya pemasaran terhadap produk yang dihasilkan oleh TPA. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi-strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak manajemen TPA Nurul Iman dalam memasarkan TPA.

Penelitian ini bersifat deskriptif atau penelitian lapangan. Pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan analisis deduktif, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Fokus penelitian dalam skripsi ini tentang Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an Nurul Iman dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa di TPA Nurul Iman formulasi strategi pemasaran yang dilakukan oleh TPA Nurul Iman sudah baik dibuktikan dengan adanya penetapan strategi yang sesuai, adanya penggunaan bauran pemasaran yang berisi produk yaitu dapat menghasilkan santri yang pandai sholat dan mengaji, price (harga), SPP anak sebesar Rp.15.0000 dan ada diskon untuk SPP yang wali murid mempunyai lebih dari satu anak yaitu free Rp.10.000 untuk anak kedua dan seterusnya, place (tempat), yang berada dipemukiman warga dan mudah dijangkau, promotion (promosi) dengan menggunakan media sosial, brosur, spanduk, kontak langsung dengan masyarakat dan melakukan promosi dari mulut ke mulut. Implementasi yang dilakukan TPA Nurul Iman sudah baik dibuktikan dengan adanya beberapa langkah yang dilakukan yang pertama yaitu pengorganisasian kegiatan pemasaran, pengarahan kegiatan pemasaran dan pengkoordinasian kegiatan pemasaran. Evaluasi yang dilakukan sudah baik dilihat dari empat bauran pemasaran yang dijalankan, menurut peneliti strategi produk merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat masyarakat karena program TPA Nurul Iman sangat bagus dan berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, TPA dan Masyarakat

ABSTRACT

The marketing strategy is a comprehensive, integrated plan that is integrated into efforts to market a product, either goods or services, by using a certain pattern of plans and tactics so that the given product is of interest to the public, and which provides guidance on the activities to be carried out. By doing good marketing, it will also form a good image for an institution, and also the institution will more easily show its superiority to the wider community, so that people have an interest. The existence of TPA Nurul Iman has made marketing efforts to the products produced by the TPA. This study aims to reveal the marketing strategies applied by the management of TPA Nurul Iman in marketing the TPA. This research is descriptive or field research. Collecting data using observation, interview, and documentation methods, with deductive analysis, sampling technique using *purposive sampling*. The focus of the research in this thesis is on the Marketing Strategy of Nurul Iman's Al-Qur'an Education Park in Increasing Public Interest.

The results of this study indicate that at TPA Nurul Iman, the formulation of the marketing strategy carried out by TPA Nurul Iman has been well proven by the establishment of an appropriate strategy, the use of a marketing mix that contains products that can produce students who are good at praying and reading the Koran, price (price), children's tuition fees Rp.15.0000 and there is a discount for SPP where the guardian of the student has more than one child, namely free Rp.10.000 for the second child and so on, place (place), which is in residential areas and easy to reach, promotion (promotion) using social media, brochures, banners, direct contact with the public and word of mouth promotion. The implementation of TPA Nurul Iman has been good, as evidenced by the existence of several steps, the first is organizing marketing activities, directing marketing activities and coordinating marketing activities. The evaluation carried out was good, judging from the four marketing mixes that were implemented, according to the researcher, the product strategy is very influential in increasing public interest because the Nurul Iman TPA program is very good and running well..

Keywords: Marketing Strategy, TPA and Community

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sisilia Anggita

NIM : 1741030228

Jurusan / Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur’an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujukdan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, januari 2022

Penulis,



Sisilia Anggita

NPM. 1741030228



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame | Bandar Lampung, 35131, Telp.(0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)
Nama : Sisilia Anggita
NPM : 1741030228
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof,Dr.H.Nasor, M.Si

NIP. 195707151987031003

Mulyadi,S.Ag.,M.Sos.I

NIP.197403261999031002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah,

Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.I

NIP. 197010251999032001








KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat: Jl. Let. Kol H. Endro Suratmin Sukarame | Bandar Lampung, 35131, Telp.(0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)**. Disusun oleh **Sisilia Anggita**, NPM: **1741030228**, Jurusan: Manajemen Dakwah. Telah diujikan dalam sidang Munaqasyah pada hari/tanggal: **Senin, 10 Januari 2022**.

TIM MUNAQOSHAH

Ketua	: M. Husaini, MT	 (.....)
Sekretaris	: Rouf Tamim, M.Pd.I	 (.....)
Penguji I	: Dr. Hj. Suslina, M.Ag	 (.....)
Penguji II	: Prof. Dr.H.Nasor, M.Si	 (.....)
Penguji Pendamping	: Mulyadi, S.Ag., M.Sos.I	 (.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi



Dr. Abdul Sukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۗ لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ ۗ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ
أَخْطَأْنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا اِصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا ۗ رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ
لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا ۗ أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ □

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “Ya Tuhan kami, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami melakukan kesalahan. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan kami, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Maafkanlah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami. Engkaulah pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang-orang kafir.”

(Q.S AL-BAQARAH: 286)



PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Spesial untuk kedua orang tuaku, jembatan perjalanan hidupku, Bapak Yusrik dan Ibu Rohaida yang telah memberikan dukungan baik moral ataupun material, mengorbankan jiwa dan raganya untuk membesarkan, memberikan ketulusan sehingga ananda dapat menyelesaikan tugas ini. Serta selalu membimbing dan memberi semangat hingga saat ini.
2. Untuk Kakaku Ari Yulison, Pebrian Yuanda dan Selamat Riyadi serta Kakak Iparku Dewi Epita S.Kom dan Pera Lesdia S.Pd yang telah mendukung dan senantiasa mendokanku.
3. Untuk kedua ponakanku tersayang Albar Fiqi Pradifta dan Fibadhira Zerrin
4. Saudara sekaligus sahabat yang selalu membuatku rindu, Surya Novita Sari dan Nova Sani terima kasih telah mengiringi setiap langkahku, menyemangati dan mendo'akan ku.
5. Teruntuk engkau yang terkasih, sahabat hatiku dan insyaallah akan menjadi teman, sahabat sekaligus pasangan dunia akhiratku Reza Novian Harahap yang selalu memberikan do'a, motivasi dan semangat yang selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi, terima kasih sudah melengkapi keseharianku. Menjadi sepasang yang menolak kalah dari kata sudah.
6. Sahabat-sahabat perjuangan Salsabilla Nafa Putri, Wike Sarise, Sulfiana, Tiara Ayu Agina, Sintia Handayani yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Dakwah khususnya Angkatan 2017 kelas MD F terima kasih atas bantuannya selama ini.
8. Almamater Tercinta UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan pengalaman yang mengesankan selama menuntut ilmu.

RIWAYAT HIDUP

Sisilia Anggita dilahirkan di Tanjung Raya 23 April 1999, anak bungsu dari tiga bersaudara dari bapak Yusrik dan ibu Rohaida. Pendidikandimulai dari TK Dharma Wanita Tanjung Raya dan selesai pada 2005, SD Negeri 01 Tanjung Raya Kecamatan Sukau Lampung Barat dan selesai pada tahun 2011, SMP Negeri 2 Liwa dan selesai pada tahun 2014, SMA Negeri 1 Liwa dan selesai pada tahun 2017 dan mengikuti pendidikan tingkat perguruan tinggi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN RIL yang telah bertransformasi menjadi UIN Raden Intan Lampung dimulai pada semester I Tahun Akademik 2017/2018.



KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillahirobbilalamin, penulis panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam tak lupa penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta para sahabat semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di akhirat kelak. Alhamdulillah berkat doa dan dukungan, bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur’an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)”. Dalam penulisan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebagai ungkapan rasa hormat kepada :

1. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku Dekan fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung beserta stafnya yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
2. Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos.I, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah, yang telah memberikan pengajaran yang baik kepada penulis.
3. Bapak Prof.Dr.H.Nasor, M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Mulyadi, S.Ag.,M.Sos.I selaku pembimbing II yang telah membimbing, memotivasi, dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran di tengah kesibukan mengajar.

Semoga atas bantuan dan dukungan dari Bapak/Ibu dan teman-teman mendapat balasan dari Allah SWT

Bandar Lampung, januari 2022
Penulis,

Sisilia Anggita
NPM.1741030228

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Fokus dan Subfokus Penelitian	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
H. Metode Penelitian	12
I. Sistematika Pembahasan	16

BAB II STRATEGI PEMASARAN, TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN (TPA) DAN MASYARAKAT

A. Strategi	19
1. Strategi	19
2. Pemasaran.....	21
3. Strategi Pemasaran	23
4. Peran, Fungsi serta Tujuan Strategi Pemasaran	29
5. Strategi Pemasaran dalam Islam	30
B. Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA)	31
1. Sejarah dan Pengertian Taman Pendidikan Al- Qur'an	31
2. Dasar Keberadaan Taman Pendidikan Al-Qur'an	36

3. Fungsi dan Tujuan dan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA)	37
4. Target, Sistem dan Metode Taman Pendidikan Al-Qur'an	38
C. Minat Masyarakat	41
1. Pengertian Minat	41
2. Karakteristik Minat	42
3. Proses Minat	42
4. Pengertian Masyarakat	43
5. Proses Pengembangan Masyarakat Islam	44

BAB III GAMBARAN UMUM TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN (TPA) NURUL IMAN

A. Profil TPA Nurul Iman	47
1. Sejarah Berdirinya Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Nurul Iman	47
2. Visi, Misi TPA Nurul Iman	47
3. Struktur TPA Nurul Iman, program TPA Nurul Iman	48
4. Letak Geografis TPA Nurul Iman	49
5. Program TPA Nurul Iman	50
6. Kegiatan di TPA Nurul Iman	50
B. Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	55
1. Formulasi Strategi Pemasaran	56
2. Implementasi Strategi Pemasaran	70
3. Evaluasi Strategi Pemasaran	71

BAB IV Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Nurul Iman Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

A. Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (Tpa) Nurul Iman Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	77
1. Formulasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	78

2. Implementasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.....	87
3. Evaluasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Masyarakat	89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	91
B. Rekomendasi	92

DAFTAR PUSTAKA93

LAMPIRAN.....97



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Tentang Penetapan Judul dan penunjukan pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Perubahan Judul
- Lampiran 3 : Kartu Konsultan Skripsi.
- Lampiran 4 : Rekomendasi Penelitian / Surat survei dari KESBANGPOL.
- Lampiran 5 : Daftar Wawancara
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul skripsi adalah “**Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur’an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat)**”. Untuk memudahkan pembahasan penelitian ini terlebih dahulu penulis akan mengemukakan penegasan judul dengan memerikan pengertian-pengertian sehingga dapat menghindarkan perbedaan persepsi atau penafsiran terhadap pokok permasalahan.

Strategi pemasaran menurut Kotler yaitu logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan perusahaan memutuskan pelanggan mana yang akan dilayani (diferensiasi dan positioning). Perusahaan mengenali keseluruhan pasar, melalui membaginya menjadi segmen-segmen yang lebih kecil, memilih segmen yang paling menjanjikan dan memuaskan perhatian pada pelayanan dan pemuasan pelanggan dalam segmen ini.¹

Strategi pemasaran menurut Sofjan Assauri yaitu rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu pada masing- masing tingkat atau acuan serta alokasinya, terutama tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.²

Strategi pemasaran menurut Gitosudarmo Indriyo merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran

¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi ke-12, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 58

² Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.

merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian merek, pembungkusan, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya.³

Dari ketiga pengertian di atas maka yang penulis pahami tentang strategi pemasaran adalah menurut Gitosudarmo Indriyo bahwa strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk memecahkan masalah dan memuat keputusan yang strategis. Strategi pemasaran juga mengacu pada kegiatan pemasaran seperti penetapan harga, pemberian merek, pembungkusan, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya.

Taman Pendidikan Al-Qur'an terdiri dari Taman Kanak-Kanak al-Qur'an (TKA/TKQ), Taman Pendidikan al-Qur'an (TPQ/TPQ), *Ta'limul Qur'an lil Aulad* (TQA), dan bentuk lainnya yang sejenis. Perkembangan lembaga pendidikan al-Qur'an yang begitu pesat menandakan makin meingkatnya kemampuan kesadaran masyarakat akan pentingnya kemampuan baca tulis al-Qur'an dan keberadannya di Indonesia.⁴ Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) yang dimaksud pada skripsi ini adalah taman pendidikan Al-Qur'an Nurul Iman yang berada di desa Tanjung Raya Lampung Barat tempat Peneliti melakukan Penelitian.

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang. Aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.⁵ Minat yang dimaksud pada skripsi ini adalah suatu respon dari masyarakat yang efektif terhadap pemasaran yang dilakukan TPA Nurul Iman sebelum membuat sebuah keputusan .

³ Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001, hlm. 195

⁴ As'ad Humam, *Buku Iqra' (Cara Cepat Belajar Membaca Al-Qur'an)*, (Yogyakarta, Balai Litbang LPTQ Nasional Team Tadarus AMM 2000), h. 7

⁵ Yoga Pratama, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Konsumen dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bisnis Jasa Asuransi*, Vol.2 No. 2, 2015, h. 5

Masyarakat berasal dari kata *society*, *society* berasal dari bahasa latin *societas*, yang berarti hubungan persahabatan dengan yang lain. *Societas* diturunkan dari kata *socius* yang berarti teman, sehingga arti *society* berhubungan erat dengan kata sosial. Secara implisit, kata *society* mengandung makna bahwa setiap anggotanya mempunyai perhatian dan kepentingan yang sama dalam mencapai tujuan yang bersama.⁶ Masyarakat yang dimaksud pada skripsi ini adalah penduduk yang berada di desa Tanjung Raya Lampung Barat.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan maksud dari skripsi ini adalah Strategi atau cara Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Nurul Iman dalam melakukan pemasaran atau promosi guna untuk meningkatkan minat masyarakat di desa Tanjung Raya Lampung Barat.

B. Latar Belakang

Taman pendidikan al-qur'an adalah lembaga pendidikan luar sekolah (nonformal), jenis keagamaan yang mempunyai muatan pengajarannya lebih menekankan aspek keagamaan dengan mengacu pada sumber utamanya, yaitu Al-Qur'an dan as-sunnah. Hal ini sesuai dengan taraf perkembangan anak, yaitu untuk kelompok taman kanak-kanak Al-Qur'an (TKA) untuk anak usia 4-6 tahun, sedangkan taman pendidikan Al-Qur'an (TPA) untuk anak usia 7-12 tahun (usia SD/MI). dengan demikian, porsi pengajaran tertentu yang kurang memungkinkan dapat tercapai secara tuntas melalui pendidikan sekolah formal. Misalnya, pengajaran baca tulis Al-Qur'an, pengajaran sholat, hafalan ayat ayat Al-Qur'an, doa-doa harian, penanaman akidah akhlak dan sejenisnya.⁷

Keberadaan TPA dalam sisi yang lebih operasional lagi dapat dikatakan sangat mendukung dalam rangka memberikan dukungan nyata atas keputusan pemerintah tentang pentingnya pengentasan buta aksara dan buta makna Al-Qur'an, dalam rangka penghayatan dan pengamalan Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. Serta pusat kegiatan yang dilakukan di masjid, musholla, majelis ta'lim dan lain

⁶ Soetomo, *Mewujudkan Kesahteraan Masyarakat*, Vol.12, No.1, 2008, h.21

⁷ Zakiah Drajat, *Metodik Kusus Pengajaran Agama Islam* (Jakarta:Bumi Aksara, 2001), h. 10

sebagainya. Hal itu, dilakukan untuk memakmurkan masjid sebagai pusat ibadah, dan pusat kebudayaan islam.

Strategi sangat diperlukan karena strategi merupakan sarana bersama dalam menentukan arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen kepada konsumen. Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.⁸

Strategi pemasaran merupakan rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu pada upaya memasarkan suatu produk, baik barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi, serta yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran pada suatu perusahaan. Mengenai kegiatan muamalah yang senantiasa berkembang, sehingga manusia dituntut untuk mengikuti perkembangan yang semakin modern dan sesuai syariat islam.⁹

Dengan melakukan pemasaran yang baik maka akan membentuk citra yang baik pula bagi suatu lembaga, karena jika citra lembaga sudah di anggap baik maka minat dari pelanggan juga akan semakin tinggi. Dengan strategi pemasaran yang baik, maka lembaga akan lebih mudah menunjukkan keunggulannya kepada masyarakat luas, sehingga masyarakat mempunyai minat untuk menggunakan jasa lembaga tersebut dan akan meningkatkan citra positif bagi lembaga itu sendiri. Disinilah peran manajemen yang baik sangat diperlukan untuk mengembangkan pesantren, terutama manajemen pemasaran.

Proses strategi pemasaran dapat dilaksanakan dengan menganalisis apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini, karena dalam pemasaran masyarakat sebagai pengguna menjadi fokus utama.

⁸ Jajat Burhanudin dan Dina Afriyanti, *Mencetak Muslim Modern*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2006), h. 03

⁹ Jajat Burhanudin dan Dina Afriyanti, *Ibid*, h. 04

Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) harus sebagai penyedia layanan jasa harus dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan masyarakat. Jika masyarakat merasa harapannya kepada TPA dapat tercapai maka akan memunculkan persepsi di dalam masyarakat sehingga TPA mendapatkan citra yang positif.

Keberadaan TPA dalam sisi yang lebih operasional lagi dapat dikatakan sangat mendukung dalam rangka memberikan dukungan nyata atas keputusan pemerintah tentang pentingnya pengentasan buta aksara dan buta makna Al-Qur'an, dalam rangka penghayatan dan pengamalan Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. Serta pusat kegiatan yang dilakukan di masjid, musholla, majelis ta'lim dan lain sebagainya. Hal itu, dilakukan untuk memakmurkan masjid sebagai pusat ibadah, dan pusat kebudayaan islam.

TPA Nurul Iman terletak di Desa Tanjung Raya Kecamatan Sukau Kabupaten Lampung Barat adalah lembaga pendidikan dasar bagi anak yang bergerak dalam pendidikan Al-Qur'an anak-anak di sekitar Desa Tanjung Raya. TPA Nurul Iman dalam perkembangannya menunjukkan kemajuan yang sangat pesat, sehingga pada saat ini telah mampu menjadi TPA yang maju di Kecamatan Sukau, baik dari segi kuantitas murid maupun sarana dan prasarana. Kepercayaan masyarakat terhadap TPA Nurul Iman dibuktikan dengan semakin banyaknya siswa yang belajar disana, bahkan banyak yang berasal dari luar Desa Tanjung Raya.

TPA Nurul Iman memiliki kelebihan dibandingkan dengan TPA yang lainnya, salah satu kelebihan yang ada pada TPA Nurul Iman yaitu adanya Program Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Para murid di TPA Nurul Iman tidak hanya diajarkan mengaji namun juga di ajarkan agar bisa berbahasa Inggris dan Arab. Dengan adanya kelebihan dari TPA Nurul Iman di TPA Nurul Iman adanya pembelajaran Bahasa Arab dan Inggris maka akan merubah pandangan masyarakat yang awalnya menilai bahwa sebuah TPA hanya tempat belajar mengaji. Objek dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh TPA Nurul Iman adalah masyarakat desa Tanjung Raya ataupun diluar desa Tanjung Raya dengan mengenalkan kelebihan yang ada di TPA Nurul Iman.

Dengan adanya kelebihan serta jumlah siswa atau muridnya yang terus bertambah, tentu pengelola TPA memiliki strategi tertentu dalam mengenalkan TPA kepada masyarakat sehingga dapat

membangun citra positif TPA Nurul Iman dan masyarakat di berbagai daerah memiliki ketertarikan agar anaknya belajar di TPA Nurul Iman.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat).

C. Fokus dan Subfokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an Nurul Iman dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. Subfokus penelitian ini adalah menerapkan 4 komponen pada bauran pemasaran yang ada di TPA Nurul Iman (Produk, Harga, Tempat dan Promosi).

D. Rumusan Masalah

Untuk membuat permasalahan menjadi lebih spesifik yang sesuai dengan titik tekan kajian, maka harus ada rumusan masalah yang benar-benar fokus. Mengacu pada latar belakang di atas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an Nurul Iman dalam Meningkatkan Minat Masyarakat?

E. Tujuan Penelitian

Sebagaimana yang kita ketahui setiap langkah dan usaha pasti memiliki suatu tujuan. Tujuan penelitian pada hakikatnya mengungkapkan apa yang hendak dicapai oleh peneliti.¹⁰ Tujuan penelitian adalah untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan di atas, yakni:

Untuk mengetahui dan memahami Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an Nurul Iman dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.

¹⁰ Mukti Fajar dan Yuliano Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), h. 89.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan penulis sendiri tentang manfaatnya. Adapun di antara manfaat yang dapat diberikan:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan alternatif informasi bagi pembaca, sebagai bahan referensi dan memberikan pemahaman terkait permasalahan Strategi Pemasaran di TPA Nurul Iman.

2. Secara praktis

Sebagai suatu syarat untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Demi untuk menghindari adanya plagiarisme terhadap karya ilmiah atau duplikasi penelitian yang sudah diteliti oleh penelitian lain, maka peneliti mengkaji kembali beberapa karya ilmiah yang menyinggung permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan penulis. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang penulis temukan untuk dijadikan panduan dan tolak ukur yang terkait dengan penelitian penulis.

Penelitian ini dengan judul “Pelaksanaan Manajemen Taman Pendidikan Al-Qur’an (TPA) Al-Hidayah Perkuncen Kecamatan Perkuncen Kabupaten Banyumas”. Oleh Roifatul Mukaromah mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Tahun 2014. Hasil dari penelitian yang penulis lakukan bahwa kegiatan pelaksanaan manajemen Taman Pendidikan Al-Qur’an Al Hidayah Pekuncen sudah memenuhi fungsi manajerial. Tahap yang dilakukan mulai dari perencanaan program yaitu dengan menyusun kepengurusan TPQ, menggunakan kurikulum sebagai acuan, pembagian jam mengajar, melakukan pengelolaan keuangan dan melakukan Peningkatan Sumber Daya. Pengorganisasian telah dilaksanakan terbukti dengan adanya pembagian wewenang dan tanggungjawab yang jelas yang terbentuk dalam struktur organisasi, pelaksanaan kegiatan sudah sesuai dengan tahapannya mulai dari pembentukan kepengurusan TPQ

sampai pada peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM), pengawasan/evaluasi program dilakukan oleh semua pihak, bagi santri dengan adanya absen santri dan Ulangan Tengah Semester/UTS dan Ulangan Akhir Semester/UAS, sedangkan pada ustadz/ah yaitu adanya absens ustadz/ah.¹¹

Penelitian ini dengan judul “Strategi Public Relations Taman Pendidikan Alquran (Tpq) Alif School Dalam Membangun Citra”. Oleh Intan Sapitri mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Tahun 2010. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Dalam memperoleh data dilakukan dengan kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk menunjang data yang diperlukan. Perspektif yang digunakan adalah *the Nine Steps of strategic public relations* milik Ronald D Smith yang dikemukakan ada empat tahapan strategi yaitu *Formative research*, Strategi, Taktik komunikasi dan Evaluasi *strategic Plan*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi *public relations* telah terlaksana sesuai dengan teori milik Ronal D Smith. *Formative research*, mengetahui hambatan dan kesempatan untuk menentukan target pasar. Strategi, melakukan pendekatan melalui pengajian. Taktik komunikasi, penyampaian informasi dan pesan melalui poses belajar mengajar dan media sosial. Evaluasi *strategic plan*, TPQ Alif School telah mencapai target sehingga akan membuka di beberapa wilayah Indonesia.¹²

Penelitian ini dengan judul “Peranan TPA (Taman Pendidikan Al-qur’an) dalam Meningkatkan Kemampuan Baca Tulis Al-Qur’an pada Peserta Didik SDN 130 Rante Limbong Kec.Curio Kab.Enrekang”. Oleh Mujriah Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar Tahun 2016. Penelitian ini membahas tentang pelaksanaan pembelajaran Baca Tulis Al-Qur’an pada peserta didik di SDN 130 Rante Limbong

¹¹ Roifatul Mukaromah, Pelaksanaan Manajemen Taman Pendidikan Al-Qur’an (TPA) Al-Hidayah Perkuncen Kecamatan Perkuncen Kabupaten Banyumas, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.

¹² Intan Sapitri, Strategi Public Relations Taman Pendidikan Alquran (Tpq) Alif School Dalam Membangun Citra, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Tahun.

Kec. Curio Kab. Enrekang, kemudian bagaimana peranan TPA dalam meningkatkan kemampuan baca tulis al-Qur'an pada peserta didik di SDN 130 Rante Limbong Kec. Curio Kab. Enrekang, serta Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat pembelajaran Baca Tulis al-Qur'an di SDN 130 Rante Limbong Kec. Curio Kab. Enrekang. Dalam penyusunannya didasarkan pada penelitian lapangan dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran instrumen wawancara. Dari data yang terkumpul, peneliti menganalisis data secara kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa TPA (Taman Pendidikan al-Qur'an) memiliki peranan yang besar dalam meningkatkan kemampuan baca tulis al-Qur'an pada peserta didik di SDN 130 Rante Limbong. TPA juga memiliki peranan yang besar juga bagi masyarakat, terutama bagi orang tua yang mempunyai anak-anak yang sudah berada dalam lingkungan yang baik, jauh dari hal-hal yang dapat membawa mereka kepada hal-hal yang menyesatkan, serta membentuk anak-anak menjadi generasi yang sejak dini telah mengenal agamanya melalui al-Qur'an dengan cara belajar membaca dan menulis al-Qur'an. Pelaksanaan pembelajaran baca tulis al-Qur'an di SDN 130 Rante Limbong materinya lebih menekankan pada aspek keterampilan keagamaan yang paling dasar, yaitu keterampilan membaca dan menulis al-Qur'an, keterampilan kafiyyat shalat lima waktu, serta penguasaan sejumlah hapalan yang terkait dengan pelaksanaan shalat surah-surah pendek dan doa harian, serta ayat-ayat pilihan.

Jurnal ini dengan judul "Penguatan Peran Taman Pendidikan Alquran (TPQ) Sebagai Pendidikan Karakter Religius". Oleh Lisa Retnasari, Suyitno dkk, Yogyakarta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini di latar belakang oleh kurangnya peran TPQ dalam penanaman pendidikan karakter (religius). Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah adanya pembaharuan kurikulum yang di terapkan di TPQ, penguatan peran TPQ dalam pendidikan karakter religius pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan metode Konsultasi, yaitu berupa diskusi interaktif, Mediasi, tim pengabdian sebagai mediator terkait penyelesaian masalah, Pendampingan, yaitu tim pengabdian melakukan pengabdian terhadap santri di TPQ Silastra dan terhadap pengajar TPQ Silastra. Adapun hasil dan temuan dalam pengabdian

ini adalah Terdapat penguatan karakter religious (Islam) pada santri TPQ Salastra, pengajar dapat mengembangkan pembelajaran dengan memasukan unsur karakter, habituasi yang di laksanakan di TPQ Silastra, merupakan salah satu alternatif dalam usaha penguatan pendidikan karakter religious (Islam) kepada santri.¹³

Jurnal ini dengan judul “Peningkatan Mutu Pembelajaran Taman Pendidikan Alquran Dengan Pembuatan Kurikulum TPA”. Oleh Unggul Priyadi, Syarif Nur Hidayat dkk. Pendidikan religi yang anak usia dini dapat dilakukan secara informal melalui keluarga maupun lingkungan sosial masyarakat, salah satu bentuknya adalah melalui Taman Pendidikan Al-Quran (TPA). TPA sebagai lembaga dasar untuk belajar Al Qur’an harus memberikan layanan dan kualitas berstandar nasional, agar mampu mencetak peserta didik/santri yang cerdas dan professional di bidang Al Qur’an sehingga bisa mengatasi krisis moral yang tengah melanda negeri ini. Pada pelaksanaannya, kelemahan pendidikan TPA di Indonesia adalah sebagian besar TPA belum mempunyai kurikulum serta standar evaluasi untuk menilai pelaksanaan TPA. TPA di Dusun Duren Sawit, Kelurahan Selomirah, Kecamatan Ngablak, Kabupaten Magelang termasuk ke dalam TPA yang belum mempunyai kurikulum serta standar evaluasi untuk menilai pelaksanaan TPA. Karena pengadaan kurikulum di nilai sangat penting maka pembuatan kurikulum TPA harus dilaksanakan. Selain itu, guna terselenggaranya kesesuaian kurikulum yang dibuat dengan pengajaran pada kenyataannya, maka diperlukan sebuah buku pedoman yang berisikan materi yang tercantum pada kurikulum. Hal ini juga untuk mempermudah pengajar dalam mencari bahan ajar dan menggunakan metode mengajar yang asyik dan menyenangkan sehingga membuat santriwan/wati selalu semangat untuk pergi ke TPA sehingga keberadaan Taman Pendidikan al-Qur'an (TPA) lebih optimal dan efektif dalam penyampaian materi pembelajaran agama Islam serta dapat memberikan kontribusi yang positif khususnya

¹³ Lisa Retnasari, Suyitno dkk, *Penguatan Peran Taman Pendidikan Alquran (TPQ) Sebagai Pendidikan Karakter Religius*, Jurnal Solma, Vol. 08, No. 01, 2019, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

dalam sisi penanaman akidah serta pengembangan iman dan takwa juga budi pekerti yang baik (akhlakul karimah).¹⁴

Jurnal ini dengan judul “Penerapan Program Taman Pendidikan Alquran (Tpa) Untuk Anak Usia Dini”. Oleh Desi Nurjayanti, Adriani Rahma Pudyaningtyas dkk. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan program TPA untuk anak usia dini di rusunawa Jurug Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus.. Informan dalam penelitian ini adalah wali santri dan pengelola TPA. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik uji validitas data dengan triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu, dan perpanjangan pengamatan. Teknik analisis data menggunakan model analisis data interaktif (*Miles and Huberman*). Hasil penelitian ini yaitu program TPA rusunawa Jurug menggunakan kurikulum yang mengacu pada pedoman dari kementerian agama dengan ditambahi mutatan lokal rusunawa Jurug. Kegiatan pengelolaan meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap administrasi, pembelajaran, dan pendanaan.¹⁵

Dari tinjauan di atas maka penelitian tentang strategi pemasaran di TPA masih jarang dilakukan, maka dari itu peneliti melaksanakan penelitian ini dengan tujuan untuk mengisi ruang kosong yang masih jarang dilakukan atau diteliti oleh peneliti lain mengenai strategi pemasaran di TPA. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur’an Nurul Iman dalam meningkatkan minat masyarakat di Tanjung Raya Lampung Barat. Penelitian ini berfokus pada Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur’an Nurul Iman dan Subfokus penelitian ini adalah menerapkan 4 komponen pada bauran pemasaran yang ada di TPA Nurul Iman (Produk, Harga, Tempat dan Promosi).

¹⁴ Unggul Priyadi, Syarif Nur Hidayat dkk, *Peningkatan Mutu Pembelajaran Taman Pendidikan Alquran Dengan Pembuatan Kurikulum TPA*, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol. 2 No. 3, 2013, Universitas Islam Indonesia.

¹⁵ Desi Nurjayanti, Adriani Rahma Pudyaningtyas dkk, *Penerapan Program Taman Pendidikan Alquran (Tpa) Untuk Anak Usia Dini*, Jurnal Kumara Cendekia, Vol. 8 No. 2, 2020. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

H. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian untuk sangat penting untuk diperhatikan agar dalam pelaksanaan penelitiannya dapat dipertanggung jawabkan secara keilmuan. Adapun yang menjadi bagian-bagian dari metode penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jenis dan sifat penelitian

a. Jenis penelitian

Menurut jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), ialah penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.¹⁶ Dilakukan dengan cara menggali informasi untuk mendapatkan data langsung dari lapangan penelitian. Adapun data yang diteliti yaitu tentang Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat (Studi TPA Nurul Iman Desa Tanjung Raya Lampung Barat).

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis. Adapun yang dimaksud dengan sifat penelitian deskriptif analitis yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data.¹⁷

2. Sumber Data

Sesuai dengan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, maka yang termasuk dalam sumber datanya ialah:

a. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungan dengan objek yang diteliti.¹⁸ Dalam hal ini penelitian memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan

¹⁶ Susiadi, *Metodologi Penelitian*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan LP2M IAIN Raden Intan Lampung, 2015), h. 12.

¹⁷ Cholid Nabuko, Abu Achmad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2013), h. 44.

¹⁸ Muhammad Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), h. 57.

sebagai populasi dan sampel. Data primer dianggap lebih akurat karena data ini disajikan secara terperinci. Data primer ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Dalam hal ini data primer di TPA Nurul Iman desa Tanjung Raya kecamatan Sukau kabupaten Lampung Barat.

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah seluruh pengurus TPA Nurul Iman berjumlah 7 orang dan masyarakat Tanjung Raya Dusun 1 dengan jumlah 110 orang. Jadi jumlah keseluruhan data primer dalam penelitian ini berjumlah 117 orang.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.¹⁹

Dalam penelitian ini penulis memilih sampel pada TPA Nurul Iman dengan kriteria:

- 1) Pengurus Tpa Nurul Iman yaitu:
 - a) Ketua TPA Nurul Iman
 - b) Sekretaris TPA Nurul Iman
 - c) Uztad TPA Nurul Iman
- 2) Kriteria dari masyarakat yaitu:
 - a) Orang tua yang memiliki anak yang belajar di TPA Nurul Iman.
 - b) Orang tua yang memiliki tingkat pengamalan agama yang baik.
 - c) Orang tua yang berpendidikan SLTA ke atas

¹⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 81.

Berdasarkan kriteria di atas maka sampel pada penelitian ini berjumlah 7 orang, terdiri dari 3 pengurus TPA Nurul Iman dan 4 dari Masyarakat Desa Tanjung Raya Lampung Barat.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder yaitu data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik yang terdiri atas struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan, buku-buku, jurnal dan sumber data lainnya yang berkenaan dengan penelitian.²⁰

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Metode *Observasi* (Pengamatan)

Observasi (Pengamatan) adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.²¹ Dalam penelitian ini metode observasi yang dilakukan penulis digunakan untuk pengumpulan data atau keterangan-keterangan yang penulis akan lakukan baik secara langsung di tempat objek penelitian maupun secara tidak langsung yaitu bagaimana proses Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Nurul Iman dalam Meningkatkan Minat Masyarakat desa Tanjung Raya kecamatan Sukau kabupaten Lampung Barat.

b. Wawancara (*Interview*),

Wawancara adalah kegiatan pengumpulan data primer yang bersumber langsung dari responden penelitian di lapangan (lokasi).

Dalam penelitian ini data wawancara penulis menggunakan jenis antara lain:

- 1) wawancara terbuka, yaitu penulis akan mengatakan Tanya jawab.

²⁰ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 79.

²¹ *Ibid.*, h. 203.

- 2) Menggunakan seperangkat pertanyaan baku, yaitu urutan kata-katanya dan cara penyajiannya diperlakukan sama untuk setiap responden .
- 3) Wawancara berstruktur, yaitu penulis mengajukan pertanyaan secara sistematis dan terfokus pada masalah-masalah yang penulis sedang teliti.

Adapun yang diwawancarai yaitu pengurus TPA Nurul Iman desa Tanjung Raya kecamatan Sukau kabupaten Lampung Barat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi ialah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa foto, catatan, buku, majalah, jurnal, teori, dalil ataupun hukum-hukum dan lain sebagainya yang berhubungan dengan masalah penyelidikan.²² Dalam metode dokumentasi ini, penulis melakukan pencatatan-pencatatan dan foto terkait dengan masalah yang diteliti yaitu proses Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh TPA Nurul Iman.

4. Teknik Pengelolaan data

Pengelolaan data yang penulis lakukan yaitu dengan beberapa cara sebagai berikut:

a. Pemeriksaan Data (*editing*)

Mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah lengkap, sudah benar dan sudah sesuai dengan masalah dan untuk mengetahui sejauh mana data-data yang telah diperoleh baik yang bersumber dari hasil observasi, wawancara atau dokumentasi, sudah cukup baik dan dapat segera disiapkan untuk keperluan proses berikutnya, maka pada bagian ini peneliti merasa perlu untuk menelitinya kembali terutama dari kelengkapan data, kejelasan maka kesesuaian serta relevansinya dengan rumusn masalah dan data yang lainnya.

b. Verifikasi Data (*Verification*)

²² Jalaludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), h. 83.

Mengelompokan data dan memahami makna dari data tersebut, peneliti berusaha untuk menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang di peroleh dari lapangan, mencatat keteraturan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kuassalitas dari fenomena, dan proposisi.

c. Klasifikasi Data

Agar penelitian ini lebih sistematis dan untuk menghindari pengulangan-pengulangan pembahasa terkait dengan data yang diperoleh, maka klasifikasi atau kategori ini memberikan kemudahan dari banyaknya bahan yang di dapatkan dalam lapangan sehingga isi penelitian mudah dipahami oleh pembaca. Dalam hal ini peneliti melakukan klasifikasi terhadap seluruh data-data penelitian, baik data yang di peroleh dari hasil observasi maupun wawancara dan dokumentasi, agar lebih mudah dalam melakukan pembacaan dan penelaahan data sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dalam memahami masalah yang akan dibahas, maka diperlukan format penulisan kerangka skripsi agar memperoleh gambaran komprehensif dalam penelitian.

Secara sistematika, penulis skripsi ini terdiri dari lima bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sedangkan garis besarnya, penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut

BAB I Pendahuluan, Pada bab I ini menguraikan Penegasan Judul, Latar Belakang, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Peneliti Terdahulu yang Relevan, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan Skripsi.

BAB II Landasan Teori, Bab II Berisi tentang landasan teori yang mendasari penulisan pembahasan dalam skripsi. Adapun landasan teori tersebut meliputi Strategi Pemasaran, Taman Pendidikan Al-Qur'an dan Masyarakat.

BAB III Deskripsi Objek Penelitian, Pada bab III menjelaskan gambaran umum tentang objek penelitian yang terdiri dari TPA Nurul Iman, Letak Geografis TPA Nurul Iman, Visi dan Misi TPA Nurul Iman, Struktur TPA Nurul Iman, program TPA Nurul Iman, dan

Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.

BAB IV Analisis Penelitian, Pada bab IV menjelaskan tentang Penerapan Strategi Pemasaran Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) dalam Meningkatkan Minat Masyarakat.

BAB V Penutup, Penutup. Merupakan akhir dari pembahasan skripsi yang meliputi kesimpulan, saran-saran, dan penutup.





BAB II

STRATEGI PEMASARAN, TAMAN PENDIDIKAN AL-QUR'AN (TPA) DAN MASYARAKAT

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Banyak pendapat ahli menjelaskan tentang pengertian strategi, berikut ini akan dikemukakan menurut pendapat Ilham Prisgunanto yang mengemukakan bahwa “strategi adalah” perencanaan berupa taktik operasional yang matang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan”.²³

Menurut Ahmad S. Adnanputra, bahwa arti strategi adalah “bagian terpadu dari suatu” rencana/ “perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari proses manajemen”.²⁴

Menurut Lawrence R. Jauch dan W.F. Glueck strategi secara sederhana merupakan suatu program yang disusun secara bersamaan komprehensif dan koheren untuk menghubungkan strategi dalam organisasi dan memastikan suatu tujuan utama dalam sebuah organisasi bisa tercapai dengan cara melakukan pelaksanaan yang tepat.²⁵

Strategi berupaya untuk mengarahkan bagaimana suatu organisasi bermaksud memanfaatkan lingkungannya, serta memilih upaya agar pengorganisasian secara internal dapat disusun dan direncanakan bagi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai suatu keputusan yang tepat, maka proses pemikiran harus diperkuat secara konsisten di antara unsur-unsur dari strategi itu sendiri. Dengan demikian, suatu “strategi” diharapkan dapat mendukung proses penyusunan dan

²³ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Era Digital*, (Jakarta: CV. Prisani Cendikia, 2014), hlm. 138

²⁴ Rusadi Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 133

²⁵ Jogiyanti, *Sistem Informasi Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset) h. 15

perencanaan organisasi secara tepat, yang mencakup struktur dan prosesnya.²⁶

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.²⁷

Dari pengertian strategi diatas bahwa adanya sebuah fungsi yang penting dari manajemen yaitu adanya suatu rencana/ perencanaan yang digunakan sebagai tahap awal dalam menjalankan kegiatan di sebuah Lembaga/ organisasi yang berguna untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan. Strategi pada dasarnya adalah perencanaan yang dirumuskan dan digunakan untuk dapat melaksanakan kegiatan manajemen di sebuah Lembaga atau organisasi.

Dalam perencanaan strategis terdapat tiga tahap penting yang tidak dapat dilewatkan oleh perusahaan ketika akan merencanakan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi/penerapan strategi dan evaluasi strategi.²⁸

- a) Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan misi disertai analisis mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.
- b) Implementasi strategi, merupakan langkah dimana strategi yang telah melalui identifikasi ketat terkait faktor lingkungan eksternal dan internal serta penyesuaian tujuan perusahaan mulai diterapkan atau diimplementasikan dalam kebijakan-kebijakan intensif dimana setiap divisi dan fungsional

²⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016) h. 4

²⁷ Noehi nasution, strategi belajar mengajar direktorat kelembagaan agama Islam (Jakarta: Bumi

²⁸ Fred R. David, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Salemba empat, 2010) h. 5

perusahaan berkolaborasi dan bekerja sesuai dengan tugas dan kebijakannya masing-masing.

- c) Evaluasi strategi, adalah tahap akhir setelah strategi diterapkan dalam praktek nyata dinilai efektifitasnya terhadap eksptasi dan pencapaian tujuan perusahaan. Penilaian dilakukan dengan mengukur faktor-faktor atau indikator sukses yang dicapai dan mengevaluasi keberhasilan kinerja dari strategi guna perumusan dan penerapan lanjutan dimasa yang akan datang agar lebih baik dan efektif.

Strategi sangat dipengaruhi oleh perilaku para individu dan organisasi itu sendiri. Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang diinginkan, dan mengomunikasikan, tentang apa yang akan dikerjakan, oleh siapa, bagaimana pelaksanaan pengerjaannya, untuk siapa hal tersebut dikerjakan, dan bagaimana hasilnya. Selanjutnya, untuk mengetahui, mengembangkan dan menilai alternatif-alternatif strategi, maka perlu dilihat sandingan yang cocok atau sesuai antara kapabilitas organisasi dengan faktor lingkungan. Strategi membantu pengkoordinisasian dan mengarahkan aktivitas organisasi. Strategi harus menyiapkan keputusan yang cocok atau sesuai dan tentunya hal ini sangat penting bagi upaya untuk pencapaian maksud dan tujuan organisasi. Pola fungsi dari strategi harus dijalankan dengan mengikuti pemahaman kondisi yang baru dan akan dihadapi, serta menilai implikasinya terhadap banyak tindakan. Semua hal tersebut harus diperhatikan secara menyeluruh dan dinilai secara satu kesatuan atas suatu strategi yang diambil atau ditetapkan.²⁹ Keberhasilan dari suatu strategi tentu didukung dari perilaku individu dan organisasi itu sendiri.

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan

²⁹ Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016) h. 7

hidup usahanya. Pemasaran berasal dari kata dasar pasar, istilah pasar yaitu terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tersebut. Besarnya pasar tergantung dari jumlah orang yang memiliki kebutuhan, memiliki sumber daya yang diminati orang lain, dan mau menawarkan sumber daya tersebut untuk ditukar agar dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memerhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem.³⁰

Pengertian di atas menjelaskan, bahwa pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada stakeholdernya. Landasan filosofis yang mendasari definisi tersebut dapat dijabarkan dalam bentuk visi, misi dan nilai pemasaran itu sendiri.

Pemasaran merupakan pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan misi-misi lembaga pendidikan yang berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik. Salah satu fungsi pemasaran di lembaga pendidikan adalah untuk membentuk citra baik terhadap lembaga dan menarik minat sejumlah calon siswa. Oleh karena itu, pemasaran harus berorientasi kepada konsumen atau masyarakat. Dari sinilah perlunya sekolah untuk mengetahui bagaimanakah calon siswa melihat sekolah yang akan dipilihnya.³¹

³⁰ Carl McDaniel, Roger Gate, Riset Pemasaran Kontemporer, Jakarta: Salemba Empat, 2001, hlm. 4-5.

³¹ Maskub Abrori, Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Pg/Tk Samarinda, 2015, Vol. 3 No. 2

Pemasaran merupakan suatu terpadu untuk menggabungkan rencanarencana startegis yang diarahkan kepada usaha memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memperoleh keuntungan yang diharapkan melalui proses pertukaran atau transaksi. Adanya kepuasan yang dirasakn oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang, dan mengajurkan konsumen lain agar pembeli produk atau jasa yang sama. Keuntungan berlipat ganda juga akan diperoleh produsen, melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain.³²

3. Strategi Pemasaran

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk sebaik apapun segmentasi pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Kadang langkah-langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, namun adapula langkah yang relatif mudah.³³ Strategi adalah pola fundamental dari tujuan sekarang dan yang terencana, penyebaran sumber daya, dan interaksi antara organisasi dengan pasar pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya.³⁴

Strategi pemasaran adalah kegiatan untuk menemukan cara untuk mencapai nilai tukar yang menguntungkan dengan pelanggan atau konsumen yang menjadi sasaran untuk mencapai tujuan lembaga. Saat ini, paradigma telah bergeser berkaitan dengan pendidikan. Jika lembaga ingin memberikan citra yang baik untuk menarik konsumen atau masyarakat, maka secara logis, institusi pendidikan harus mengembangkan strategi pemasaran yang berbeda sehingga masyarakat bisa

³² Buchari Alma, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 5

³³ Kasmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT Raja Grafindo. 2006, hlm. 171.

³⁴ Henry Simamora, Manajemen Pemasaran Internasional, Jakarta: Salemba Empat, cet. Ke 1, 2000, hlm. 214.

tertarik. Bentuk tanggung jawab pemasaran adalah bahwa lembaga harus bekerja sekeras mungkin untuk mengelola dan meningkatkan kualitas fasilitas pendidikan yang dipromosikan kepada masyarakat.³⁵

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi. Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti penentuan harga, pemberian merek, pembungkusan, penentuan saluran distribusi, pemasangan iklan dan sebagainya.³⁶

Berikut mekanisme strategi pemasaran;

a. Menetapkan strategi pemasaran yang sesuai

Strategi pemasaran dalam praktik merupakan cara yang digunakan untuk membantu dalam membuat dan menjual barang atau jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan selera konsumen yang dituju. Berikut beberapa strategi pemasaran yang umum dilakukan oleh perusahaan maupun lembaga yaitu;³⁷

1) Menembus Pasar

Strategi ini bertujuan meningkatkan penjualan dan penawaran barang atau jasa kepada sasaran pembeli baik yang pernah menggunakan maupun yang belum menggunakan barang dan jasa. Dalam strategi

³⁵ Imam Turmudzi, *Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)*, 2017, Vol. 2 No. 2

³⁶ Gitosudarmo Indriyo, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2001, hlm. 195.

³⁷ Veitzal Rivai Zainal, dkk, *Ibid.* h. 82

ini memperoleh bangsa pasar yang lebih besar merupakan tujuan utama.

2) Mengembangkan Produk

Strategi ini mencakup perubahan barang atau jasa yang tetap menggunakan kombinasi cara produksi yang sama dengan cara produk yang lama. Strategi ini umumnya dilakukan untuk memperpanjang masa edar atau siklus hidup. Jika perusahaan mengetahui bahwa sasaran pembeli mulai bosan, perusahaan harus mengubah barang atau jasa yang ditawarkan.

3) Melakukan Diversifikasi

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru yang masih berhubungan dengan produk lama untuk ditawarkan kepada pasar yang baru. Strategi ini efektif untuk memanfaatkan relung atau kelompok yang selama ini terabaikan atau kurang diperhatikan.³⁸

4) Menetapkan Biaya Murah

Strategi ini didasarkan pada biaya input yang rendah sehingga dapat menghasilkan barang atau jasa dengan harga yang murah. Akan tetapi hal ini bukan berarti menurunkan kualitas barang atau jasa.

5) Melakukan Diferensiasi

Strategi ini difokuskan pada penciptaan barang atau jasa yang baru yang berbeda dengan yang lain.

b. Bauran Pemasaran (Marketing MIX)

Bauran pemasaran marketing mix seperangkat yang terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya dan saling mempengaruhi serta sebagai strategi jangka panjang dan jangka pendek dalam kegiatan pemasaran.³⁹

Strategi pemasaran marketing mix merupakan suatu strategi dengan proses mencampur kegiatan-kegiatan agar dicari kombinasi yang maksimal sehingga mendatangkan

³⁸ Veitzal Rivai Zainal, dkk, *Ibid*, h. 83.

³⁹ Veitzal Rivai Zainal, dkk, *Ibid*, h. 84.

hasil yang paling memuaskan maka dengan menerapkan marketing mix kegiatan pemasaran dalam organisasi dapat tercapai dengan sukses. Ada beberapa komponen yang mencakup dalam kegiatan marketing mix, yang dikenal dengan sebutan unsur-unsur bauran pemasaran yang berorientasi pada strategi pemasaran mencakup 4P berupa;

1) *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang dapat diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk tersebut mencakup obyek fisik, jasa, orang tempat, ide dan organisasi. Produk ini juga merupakan titik sentral dari kegiatan marketing, dapat berupa barang dan jasa, contoh lembaga pondok pesantren dan lain-lain.⁴⁰

2) *Price* (harga)

Strategi penentuan harga (pricing) sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada masyarakat dan mempengaruhi citra dalam menentukan keberhasilan pemasaran produk, serta keputusan masyarakat untuk tertarik dengan lembaga. 43 Penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Dalam penentuan harga dipengaruhi oleh faktor-faktor pemosisian (positioning) jasa, sasaran lembaga, tingkat persaingan, siklus hidup jasa, elastisitas permintaan, struktur biaya, sumberdaya yang digunakan, kondisi ekonomi secara umum dan kapasitas jasa.⁴¹

3) *Place* (tempat)

Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan ini meliputi lokasi fisik dan penggunaan perantara

⁴⁰ Buchari Alma, *Ibid*, h. 205

⁴¹ Buchari Alma, *Ibid*, h. 206.

untuk meningkatkan ekseibilitas jasa untuk para pelanggan.⁴²

4) *Promotion* (promosi)

Untuk mengenalkan produk kepada masyarakat suatu lembaga harus melakukan kegiatan promosi. Dalam promosi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu pemilihan bauran promosi (promotion mix) yang terdiri atas iklan (advertising), penjualan perorangan (personal selling), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relation), informasi dari mulut ke mulut (word of mouth), dan surat kabar pemberitahuan langsung (direct mail).⁴³ Kegiatan yang diperlukan dalam melakukan promosi (promotion mix) yang digunakan dalam memasarkan suatu lembaga dalam hal ini pondok pesantren yaitu; Priklanan (Advertising) merupakan bentuk kegiatan promosi yang sifatnya non pribadi tentang ide pribadi, ide jasa, yang dibiayai oleh barang tertentu.

c. Pendekatan-Pendekatan Analitis Dalam Strategi Pemasaran

Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan- pendekatan analitis. Kemampuan strategi pemasaran suatu perusahaan maupun lembaga untuk menanggapi setiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap

1) Faktor lingkungan

Analisis terhadap faktor lingkungan seperti pertumbuhan dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkannya pada bisnis perusahaan maupun lembaga. Selain itu faktor-faktor seperti perkembangan teknologi, tingkat inflasi, dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal

⁴² Buchari Alma, *Ibid*, h. 207.

⁴³ Buchari Alma, *Ibid*, h. 210.

tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan produk dan pasar perusahaan.⁴⁴

a. Faktor pasar

Setiap perusahaan perlu selalu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembangan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

b. Persaingan,

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahamisiapa pesaingnya, bagaimana posisi produk atau pasar pesaing tersebut, seperti apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produksi para pesaing.

c. Kemampuan Internal

Setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya financial, kemampuan pemanfakturan, kekuatan pemasaran, dan basis pelanggan yang dimiliki.

d. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi, dan penentuan strategi promosi. Analisa perilaku konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun metode survey.

e. Analisis Ekonomi

Dalam analisis ekonomi, perusahaan dapat memperkirakan pengaruh setiap peluang pemasaran

⁴⁴ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Edisi-4, h. 41

terhadap kemungkinan mendapatkan laba. Analisis ekonomi terdiri atas analisis terhadap komitmen yang diperlukan, analisis BEP (Break Even Point) penilaian risiko maupun laba, dan analisis faktor ekonomi pesaing.⁴⁵

4. Peran, Fungsi serta Tujuan Strategi Pemasaran

Peranan dan fungsi strategi pemasaran barang dan jasa sebagai berikut;

- a. Meningkatkan motivasi untuk berfikir jauh kedepan.
- b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif dan terarah.
- c. Dapat merumuskan tujuan atau (Goal) perusahaan yang akan dicapai.
- d. Pengawasan kegiatan pemasaran lebih efektif atas standar prestasi kerja.⁴⁶

Tujuan Strategi Pemasaran

Tujuan dari strategi pemasaran ini erat kaitannya dengan penetapan harga yang sesuai untuk produk-produk yang ditawarkan antara lain;

- a. Satu Harga (harga tunggal) untuk mempermudah keputusan penetapan harga dan mempertahankan pelanggan.
- b. Harga fleksibel strategi pembebanan harga yang berbeda terhadap pelanggan yang berbeda untuk produk yang kualitasnya sama dalam rangka memaksimalkan laba jangka panjang dan memberi keluasaan harga.

Tujuan strategi barang dan jasa;

- a. Peningkatan koordinasi dalam tim pemasaran.
- b. Mengukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang berlaku.
- c. Memberikan dasar yang logis dalam setiap pengambilan keputusan.

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Ibid*, h. 23

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Ibid*, h.48

- d. Mampu meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi jika ada perubahan-perubahan dalam pemasaran.⁴⁷

5. Strategi Pemasaran dalam Islam

Islam telah menghalalkan umatnya untuk melakukan perniagaan. Bahkan Rasulullah saw, adalah seorang pedagang yang sangat terpandang di zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai seorang pedagang yang sangat jujur, cerdas dan tersistematis dalam segala hal. Pemasaran merupakan aktifitas yang sering dikaitkan dengan perdagangan baik secara konsep dan praktik dalam strategi pemasaran konvensional, karena strategi pemasaran merupakan ilmu dan seni yang mengarah pada proses menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan values kepada para konsumen, serta menjaga hubungan dengan para stakeholder.⁴⁸

Pelaksanaan rencana strategi pemasaran dalam islam sangat bergantung pada prinsip syariat (kerja sama) yang telah diakui secara umum, artinya perencanaan dilakukan melalui partisipasi sektor pemerintah dan swasta atas dasar kemitraan.⁴⁹ Dalam islam tidak ada larangan bila seorang hamba memiliki rencana atau keinginan untuk memperjuangkan usahanya agar berhasil. Dengan syarat rencana tersebut tidak bertentangan dengan ajaran Islam, sebagaimana firman Allah swt;

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَى

Artinya; “24. Atau Apakah manusia akan mendapat segala yang dicita-citakannya? 25. (Tidak), Maka hanya bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia”. (Q.S. An Najm [39]: 24-25).

⁴⁷ Husein Umar, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.225.

⁴⁸ Veitzal Rivai Zainal, dkk, Islamic Marketing Manajemen, (Jakarta, Bumi Aksara, 2017), h. 80.

⁴⁹ Veitzal Rivai Zainal, dkk, *Ibid*, h. 81.

B. Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA)

Pendidikan Al-Qur'an terdiri dari Taman Kanak-Kanak al-Qur'an (TKA/TKQ), Taman Pendidikan al-Qur'an (TPQ/TPQ), *Ta'limul Qur'an lil Aulad* (TQA), dan bentuk lainnya yang sejenis. Perkembangan lembaga pendidikan al-Qur'an yang begitu pesat menandakan makin meingkatnya kemampuan kesadaran masyarakat akan pentingnya kemampuan baca tulis al-Qur'an dan keberadannya di Indonesia. Penjelasan secara mendalam akan penulis jabarkan dalam uraian selanjutnya dimulai dari sejarah dan pengertian TPA hingga metode kemampuan membaca Al-Qur'an.

1. Sejarah dan Pengertian Taman Pendidikan Al-Qur'an

Kurikulum TK/TPA BKPRMI disusun pertama kali pada tahun 1990. Disusun berdasarkan hasil Lokakarya Nasional Pengelolaan TK Al-Qur'an BKPRMI di Banjarmasin Kalimantan Selatan, tanggal 12-14 Agustus 1990. Bahan Lokakarya tersebut sebagian berasal dari Tim tadarus AMM Yogyakarta, asuhan K.H As'ad Humam (alm), yang telah memelopori berdirinya TK Al-Qur'an (berdiri tanggal 16 Maret 1988). Hubungan historis antara TK Al-Qur'an AMM dan TK Al-Qur'an BKPRMI berawal dari kegiatan LMD (Latihan Management Dakwah) BKPRMI tanggal 9-13 Januari 1989, bertempat di kompleks TK Al-Qur'an AMM Kota Gede Yogyakarta. Waktu itu Almarhum menyatakan harapannya agar BKPRMI menjadikan TK Al-Qur'an yang telah dirintisnya menjadi program Nasional. Harapan beliau disambut baik dan menjadi keputusan penting dalam MUNAS V BKPRMI di Surabaya (27-30 Juni 1989).

Pertumbuhan dan perkembangan TPA cukup pesat dan semarak di seluruh tanah air, hal ini menunjukkan adanya sambutan dan dukungan yang cukup baik dari masyarakat dan juga menunjukkan kepedulian umat dalam upaya pewarisan dan penanaman nilai keimanan dan ketakwaan (IMTAQ) bagi generasi mendatang. Keberadaan dan pertumbuhan unit-unit pendidikan non formal jenis keagamaan itu juga cukup strategis jika dilihat dari tuntutan pembangunan bangsa yang menempatkan asas keimanan dan ketakwaan sebagai asas utamanya, di samping asas Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK).

Taman Pendidikan al-Qur'an (TPA) adalah sebuah tempat yang indah dan nyaman. Oleh karena itu proses belajar dan mengajar TPQ harus mampu mencerminkan, menciptakan iklim yang indah, nyaman dan menyenangkan. Menurut As'ad Humam, Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) adalah "lembaga pendidikan dan pengajaran Al-Qur'an untuk anak usia SD (7-12 tahun)".⁵⁰

Dari pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) adalah suatu tempat yang digunakan untuk menampung anak-anak yang berusia 7 – 12 tahun untuk diberi pendidikan membaca dan menulis Al-Qur'an agar kelak menjadi generasi yang Qur'ani dan selalu mencintai dan mengamalkan al-Qur'an.

Dilihat dari sisi yang lebih operasional lagi keberadaan TPA dapat dikatakan sangat mendukung dalam rangka memberikan dukungan nyata atas keputusan Pemerintah tentang pentingnya pengentasan buta aksara dan buta makna Al-Qur'an, dalam rangka Penghayatan dan Pengamalan Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. TPA juga sebagai pusat kegiatan yang dilakukan di masjid, mushola, majelis ta'lim, dan lain sebagainya dengan tujuan untuk memakmurkan masjid sebagai pusat ibadah.

Keberadaan TPA tersebut membawa misi yang sangat mendasar terkait dengan pentingnya memperkenalkan dan menanamkan nilai-nilai al-Qur'an sejak usia dini. Kesemarakannya ini menemukan momentumnya pada tahun 1990-an setelah ditemukan berbagai metode dan pendekatan dalam pembelajaran membaca Al-Qur'an. Kini lembaga pendidikan al-Qur'an berupa TKA/TKQ, TPQ/TPQ dan TQA atau sejenisnya telah cukup eksis. Dengan disahkannya PP No. 55 tahun 2007 tentang Pendidikan Agama dan Pendidikan Keagamaan, makin memperkuat keberadaan lembaga pendidikan Al-Qur'an ini, sehingga menuntut penyelenggaraannya lebih profesional.

TPA merupakan suatu "Lembaga pendidikan dan pengajaran Islam untuk anak usia 7-12 tahun, yang menjadikan santri mampu membaca Al-Qur'an dengan benar sesuai dengan

⁵⁰ As'ad Humam, *Pedoman Pengelolaan Pembinaan dan Pengembangan; Membaca, menulis, memahami al-Qur'an*, (Yogyakarta: Litbang LPTQ Nasional Team Tadarus AMM, 1995), h. 25

kaidah ilmu tajwid sebagai target pokoknya”. Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa Taman Pendidikan Al-Qur’an (TPA) adalah “Lembaga pendidikan dan pengajaran Al-Qur’an untuk anak usia SD (7-12 tahun)”.⁵¹

Kesimpulan dari uraian di atas bahwa yang dimaksud TPA adalah suatu lembaga yang bergerak di bidang pendidikan agama Islam bagi anak-anak khususnya usia Sekolah Dasar (SD) yang mengajarkan kepada anak-anak didalam cara membaca dan menulis huruf-huruf yang ada di Al-Qur’an dengan baik dan benar agar dikemudian hari menjadi kebiasaan dan kegemaran karena telah terpatri dalam jiwa akan cinta Al-Qur’an. Untuk itu dalam proses pengajarannya harus mengacu pada kaidah Ilmu Tajwid yang menjadi target utamanya.⁵²

Sesuai dengan namanya sebagai taman, maka TPA merupakan tempat yang indah dan juga nyaman sebagai tempat bermain dan belajar, oleh karenanya maka TPA harus mampu mencerminkan dan menciptakan iklim yang indah, nyaman dan menyenangkan sehingga anak-anak yang sedang belajar dapat merasakan bahwa TPA adalah suatu tempat belajar yang juga sekaligus sebagai tempat mereka bermain, dalam hal ini Mu’min menegaskan bahwa “TPA adalah sebuah tempat yang indah dan nyaman”.⁵³

Materi atau muatan pengajaran pada TPA terbatas pada pemberian bekal dasar pengetahuan, sikap dan keterampilan keagamaan. Terutama untuk pengajaran yang kurang memungkinkan dapat tercapai secara tuntas melalui pendidikan di sekolah formal. Materi utama atau pokok yaitu baca tulis Al-Qur'an, sedangkan materi tambahan yaitu materi seperti praktek

⁵¹ As’ad Humam, *Buku Iqra’ (Cara Cepat Belajar Membaca Al-Qur’an)*, (Yogyakarta, Balai Litbang LPTQ Nasional Team Tadarus AMM 2000), h. 7

⁵² Chairani Idris dan Tasyrifin Karim, *Buku Pedoman Pembinaan dan Pengembangan TK Al-Qur’an Badan Komunikasi Pemuda Masjid Indonesia (BKPMI)*, (Jakarta, Lembaga Pembinaan dan Pengembangan TK Al-Qur’an (BKPRMI), 1994) h. 2

⁵³ Mu’min, *Petunjuk Praktis Pengelolaan TK Al-Qur’an*, (Jakarta Fikati Aneka, 1991), h.47

shalat, hafalan ayat-ayat al-Qur'an, doa-doa harian, penanaman akidah akhlak dan lain sebagainya.⁵⁴

Keberadaan TPA pada dasarnya adalah untuk membantu peran orang tua selaku pendidik dan pengajar di rumah, serta membantu peran guru-guru selaku pengajar di sekolah. TPA juga dimaksudkan untuk mendukung dan membantu program atau usaha pemerintah menuju tercapainya tujuan Pendidikan nasional, khususnya dalam sisi penanaman akidah serta pengembangan iman dan takwa juga budi pekerti yang baik (*akhlakul karimah*). Serta dalam rangka mengantisipasi buta huruf al-Qur'an dan sebagai pengamalan perintah Allah SWT dalam surat al-Alaq ayat 1-5.

Merujuk pada UU Sistem Pendidikan Nasional Tahun 2003 bahwa Taman Pendidikan Al-Qur'an merupakan lembaga pendidikan keagamaan non-formal yang bermutu dalam rangka mencetak peserta didik yang memiliki pengetahuan tentang Al-Qur'an dan mampu mengaplikasikan dalam kehidupan nyata (perilaku dan keilmuan). Taman Pendidikan Al-Qur'an merupakan lembaga pendidikan non-formal yang memiliki fungsi strategis bagi: menanamkan kecintaan dan pemahaman Al-Qur'an bagi generasi muslim penerus kejayaan Islam di bumi nusantara; serta memasyarakatkan nilai-nilai Al-Qur'an bagi kehidupan nyata di masyarakat secara kontinyu, dari generasi ke generasi.

TPA sesungguhnya telah memperoleh payung hukum dalam penyelenggaraannya. Termasuk pengakuan pemerintah terhadap perannya sebagai bagian dari pendidikan pada umumnya yang memiliki fungsi strategis dalam meningkatkan sumberdaya manusia Indonesia yang dijiwai pada nilai-nilai Pancasila. Dijelaskan pula bahwa setiap warga negara mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pendidikan yang bermutu.

TPA menempati bagian dari peran strategis pendidikan nonformal yakni :

⁵⁴ As'ad Human, Budiyanto, *Pedoman Pengelolaan Pembinaan dan Pengembangan TPA-TPA Nasional* (Yogyakarta: LPTQ Nasional), 2003, h. 16

- a. Pendidikan nonformal diselenggarakan bagi warga masyarakat yang memerlukan layanan pendidikan yang berfungsi sebagai pengganti, penambah, dan atau pelengkap pendidikan formal dalam rangka mendukung pendidikan sepanjang hayat.
- b. Pendidikan nonformal berfungsi mengembangkan potensi peserta didik dengan penekanan pada penguasaan pengetahuan dan keterampilan fungsional serta pengembangan sikap dan kepribadian profesional.
- c. Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan, pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja, pendidikan kesetaraan, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik.
- d. Satuan pendidikan nonformal terdiri atas lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, pusat kegiatan belajar masyarakat, dan majelis taklim, serta satuan pendidikan yang sejenis.

Direktorat Pendidikan Islam pada Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Depag RI (2008) mengklasifikasikan pendidikan keagamaan yang diselenggarakan oleh masyarakat pada jalur nonformal. Dalam klasifikasi ini, diniyah non formal dibagi menjadi dua yaitu berjenjang dan tanpa berjenjang. Yang termasuk lembaga pendidikan diniyah nonformal berjenjang adalah diniyah takmiliyah awaliyyah, diniyah takmiliyah wustha, diniyah takmiliyah ulya dan diniyah takmiliyah aly. Dan yang termasuk diniyah non formal tanpa jenjang adalah Taman Kanak-kanak Al-Qur'an (TKQ), Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPQ), Ta'limul Qur'an Lil Aulad (TQA), Majelis Taklim.

Rumpun pendidikan Islam yang dijelaskan di atas yang dimaksud pendidikan Al-Qur'an dalam penelitian ini adalah madrasah diniyah non formal yang meliputi; Taman Kanak-Kanak Al-Qur'an, Taman Pendidikan Al-Qur'an, dan Ta'limul Qur'an Lil Aulad.

2. Dasar Keberadaan Taman Pendidikan Al-Qur'an

Keberadaan TPA merupakan langkah strategis sebagai upaya bebas buta al-Qur'an bagi ummat Islam. Hal ini perlu adanya proses KBM (Kegiatan Belajar Mengajar) atau sistem pengelolaan yang professional. Sesuai dengan namanya Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA), maka tujuan akhirnya adalah mencetak lulusan yang bertaqwa kepada Allah Swt., fasih membaca Al-Qur'an, tekun beribadah dan berakhlaqul karimah. Setiap usaha, kegiatan dan tindakan yang disengaja untuk Mencapai suatu tujuan harus mempunyai landasan atau dasar pijakan yang baik dan kuat.

Adapun dasar TPA dapat ditinjau dari segi agama (religi). Segi agama itu bersumber dari al-Qur'an dan as-Sunnah. Keberadaan TPA dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam surat shad ayat 29, yaitu:

كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ

Artinya: *“Kitab (Al-Qur'an) yang Kami turunkan kepadamu penuh berkah agar mereka menghayati ayat-ayatnya dan agar orang-orang yang berakal sehat mendapat pelajaran.”* (Q.S.As-Shod [38]:29)

Kemudian dalam surat at-Tahrim ayat 6, yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman! Peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, dan keras, yang tidak durhaka kepada Allah terhadap apa yang Dia perintahkan kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan.”* (Q.S at-Tahrim[66]: 6)

Berdasarkan ayat tersebut, manusia harus bisa menjaga dirinya dan keluarganya dari api neraka melalui pendidikan dan pengajaran al-Qur'an sedini mungkin.

3. Fungsi dan Tujuan dan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA)

Taman Pendidikan al-Qur'an (TPA) merupakan salah satu lembaga pendidikan agama yang memberikan pendidikan al-Qur'an dan pengetahuan sebagai dasar orang Islam pada anak-anak antara usia 7 – 12 tahun. Kegiatan anak-anak di TPA merupakan contoh riil dalam rangka pembinaan kepada generasi muda yang dilaksanakan sedini mungkin, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas manusia seutuhnya. Disamping itu TPA merupakan bentuk baru dalam pengkajian Al- Qur'an di usia dini yang diharapkan mampu mencoret tinta huruf Al Qur'an, insya Allah juga dapat mengurangi penyandang buta ajaran alQur'an.

Kurikulum dan Pola Penyelenggaraan Pendidikan Taman Pendidikan Al- Qur'an bertujuan:⁵⁵

- a. Menyiapkan para santri agar tumbuh dan berkembang menjadi pribadi yang Qur'ani, mencintai Al-Qur'an sebagai pedoman dan pandangan hidup.
- b. Sebagai lingkungan pergaulan yang sehat dan Islami, hal ini penting bagi perkembangan jiwa anak, utamanya dalam proses sosialisasi.
- c. Secara lebih khusus mulai membekali para santri dengan kemampuan berpikir kreatif, mengembangkan dan mengasah potensi yang ada pada dirinya. Sedang untuk mencapai tujuan di atas ditentukan target operasional yaitu:
- d. Santri mampu membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar sesuai dengan kaidah-kaidah ilmu tajwid.
- e. Santri mampu terbiasa melaksanakan shalat 5 waktu serta terbiasa hidup dengan adab-adab Islam.
- f. Santri hafal doa sehari-hari, mengerti cara menulis huruf-huruf Al-Qur'an.
- g. Santri mengenal dan memahami dasar-dasar berfikir kreatif dan teknik keterampilan sesuai dengan tingkatannya.

⁵⁵ Ibid, h.27

Secara kelembagaan, tujuan adanya Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Membantu mengembangkan potensi anak ke arah pembentukan sikap, pengetahuan dan keterampilan keagamaan, melalui pendekatan yang disesuaikan dengan lingkungan dan taraf perkembangan anak berdasarkan tuntunan ajaran al-Qur'an dan Sunnah Rasul.
- b. Mempersiapkan anak agar mampu mengembangkan sikap, pengetahuan dan keterampilan keagamaan yang telah dimilikinya melalui program pendidikan lanjutan.m sesuai dengan tingkat perkembangan jiwanya.

4. Target, Sistem dan Metode Taman Pendidikan Al-Qur'an

a. Target

Untuk mencapai tujuan ini, TPQ merumuskan target-target operasional. Dalam waktu kurang lebih satu tahun, diharapkan setiap anak didik (santri) akan memiliki kemampuan :⁵⁶

- 1) Membaca al-Qur'an dengan baik dan benar sesuai dengan kaidah ilmu tajwid.
- 2) Melakukan shalat dengan baik dan benar
- 3) Hafal beberapa surat pendek, ayat-ayat pilihan dan do'al-Qur'an sehari-hari.
- 4) Menulis huruf al-Qur'an.

Kemampuan membaca al-Qur'an dengan benar merupakan target pokok yang harus dicapai oleh setiap santri. Oleh karena itu kemampuan membaca al-Qur'an dijadikan materi utama, sedangkan materi yang lain sebagai materi penunjang. Sesuai dengan tujuan dan target, maka materi pelajaran dibedakan menjadi dua, yaitu materi pokok belajar al-Qur'an dengan menggunakan buku Iqra'/Qiraati dan materi penunjang

⁵⁶ Basori Alwi Murtadho, Pokoko-pokok Ilmu Tajwid, (Malang, CV.RAHMATIKA,2005) hal 8

disesuaikan dengan kurikulum yang sudah ada (yang telah disusun). Kurikulum ini dapat disusun oleh masing-masing TPQ disesuaikan dengan situasi dan kondisi.

b. Sistem dan Metode

Pendekatan sistem banyak digunakan oleh berbagai pihak, termasuk lembaga-lembaga pendidikan dalam usahanya menganalisa serta menata berbagai gejala demi lancarnya suatu proses dan peningkatan hasil. Suatu sistem adalah “keseluruhan yang terdiri dari sejumlah komponen atau sub-sub sistem, yang saling bertahan dan saling berinteraksi untuk mencapai satu tujuan”.⁵⁷

Dijelaskan pula sistem memberikan kesempatan kepada setiap anak berkembang secara optimal sesuai kemampuan. Oleh karena itu kenaikan kelas/tingkat tidak ditentukan oleh batasan waktu dan tidak secara klasikal, tetapi secara individual, artinya apabila santri telah menguasai paket atau materi pelajaran yang diberikan. Tegasnya kenaikan kelas TPQ ditentukan oleh Kepala Sekolah atau Penguji yang ditunjuk. Sedang metode pengajarannya menggunakan metode yang bersifat klasikal atau metode yang bersifat individual atau gabungan antara klasikal dan individual.

Dengan kata lain memakai metode global dan CBSA sesuai dengan pegangan santri. Buku pegangan santri bias menggunakan buku Iqra' susunan As'ad Humam atau menggunakan buku bimbingan praktis membaca al-Qur'an susunan H. Salim Zarkasyi. Pengajaran alQur'an dengan metode baru diberikan selama 60 menit. Demi lancarnya program pengajaran para santri, TPQ dibagi menjadi beberapa kelas, pada awal pengelompokan tersebut didasarkan atas persamaan usia para santri atau siswa untuk selanjutnya TPQ berjalan beberapa bulan dan setiap santri atau siswa telah menunjukkan

⁵⁷ Oemar Hamalik, Pengajaran Unit Pendekatan Sistem, (Yogyakarta: Mandar Maju, 1985), hlm. 230

motivasi masing-masing, maka pengelompokan belajar yang baru didasarkan atas motivasi/judul buku pegangan.

Walaupun para santri dikelompokkan menjadi beberapa kelas, namun sistem penyampaian pelajaran tetap sama, pada saat sistem klasikal, setiap kelas dipegang oleh seorang guru wali, sedang pada sistem individual, masing-masing santri dibimbing oleh guru privat dan tetap dalam pengawasan guru wali kelas yang bersangkutan.

Dalam sistem individual setiap guru privat membimbing 5 – 10 santri. Selain itu sistem dalam TPQ untuk permulaannya dengan cara mengucapkan vocal dan huruf per huruf berhadapan langsung dengan guru/ustadz. Jadi apa yang diajarkannya kepada santri dapat ditirukan langsung dengan gerakan bibir lesannya. Dengan demikian diharapkan dengan sistem tersebut penyebutan dan penghafalan huruf-huruf al-Qur'an betul-betul sesuai dengan makharijul huruf, dengan fasih tanpa adanya hambatan-hambatan, karena sudah terbiasa sejak awal belajar.

Al-Qur'an dalam pengajarannya membutuhkan suatu sistem dari mana mulai mengenalkan al-Qur'an secara sistematis tingkat kesukaran dan kemudahannya. Zakiah Daradjat memberikan garisgaris besar sistem belajar al-Qur'an, yaitu sebagai berikut :

- 1) Pengenalan huruf hijaiyah yaitu huruf Arab.
- 2) Cara membunyikan masing-masing huruf hijaiyah dan sifat- sifat huruf itu dibicarakan dalam ilmu makhraj
- 3) Bentuk dan fungsi tanda baca, seperti syakal, syaddah, tanda panjang, tanwin dan sebagainya.
- 4) Bentuk dan fungsi tanda berhenti baca (waqaf), seperti waqaf mutlaq, waqaf jawaz dan sebagainya.
- 5) Cara melagukan, membaca dengan bermacam-macam irama dan qiraat yang dimuat dalam ilmu qiraat dan nadham.

- 6) Tilawah, yang berisi tata cara dan etika membaca al-Qur'an sesuai dengan fungsi dan bacaan itu.⁵⁸

C. Minat Masyarakat

1. Pengertian Minat

Menurut Abdul Rahman Shaleh minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.⁵⁹ Menurut Meitasari Tjandra dalam bukunya minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat.⁶⁰

James F. Engel, Roger D. Blackwall, dan Paul W. Miniard menyebutkan bahwa tahapan kepuasan/minat melibatkan aktivitas yang menghasilkan suatu pilihan antara mengadopsi atau menolak inovasi.⁶¹ Menurut Kotler minat adalah di mana minat atau keinginan adalah suatu respon efektif atau proses merasa atau menyukai suatu produk tapi belum melakukan keputusan untuk membeli. Menurut McCarthy dan Perreault, Minat adalah minat atau keinginan (Wants) “kebutuhan” yang terkondisi (dipelajari) selama kehidupan seseorang.⁶² Jadi, yang di maksud dengan minat yaitu suatu respon efektif sebelum membuat sebuah keputusan.

⁵⁸ Zakiah Daradjat, *Metode Khusus Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 90

⁵⁹ Titik Zulaechah, “*Analisis Faktor-Faktor Minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah*”. (Skripsi Program S1 Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2012), hlm. 29

⁶⁰ *Ibid*, hlm. 30

⁶¹ James F. Engel, dkk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Karisma Publishing, 2012), hlm. 394

⁶² *Ibid*, hlm. 395

2. Karakteristik Minat

Menurut Crow and Crow, ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu :

- a. Dorongan dalam diri individu, misalnya dorongan makan, rasa ingin tahu dan seks.
- b. Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi.⁶³

Menurut Ferdinand, minat nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.⁶⁴

Jadi karakteristik yang menimbulkan minat yaitu adanya kecenderungan, adanya referensi, dan memiliki pilihan (preferensi).

3. Proses Minat

Mappiare mengemukakan bahwa bentuk minat seseorang dipengaruhi oleh latar belakang lingkungan, tingkat ekonomi, status sosial, dan pengalaman. Minat seseorang dapat berkembang sebagai akibat perubahan fisik dan sosial masyarakat. Proses terbentuknya minat menurut Wells dan

⁶³ *Ibid*, hlm.398

⁶⁴ *Ibid*, hlm. 400

Prensky berasal dari perpaduan internal dan eksternal.⁶⁵ Faktor internal berupa sikap untuk melakukan sesuatu yang terbentuk dari keyakinan bahwa perilaku akan mengarahkan ke tujuan yang diinginkan dan evaluasi terhadap hasil yang dicapai. Faktor eksternal berupa norma subjektif yang terbentuk dari keyakinan bahwa kelompok referensi untuk melakukan atau tidak dan motivasi untuk identifikasi dengan kelompok referensi. Jadi dari beberapa teori di atas, proses terbentuknya minat berasal dari perpaduan internal dari keyakinan bahwa perilaku akan mengarahkan ke tujuan yang diinginkan dan eksternal dari keyakinan bahwa kelompok referensi untuk melakukan.

4. Pengertian Masyarakat

Istilah masyarakat berasal dari bahasa arab, yaitu syaraka yang artinya ikut serta atau berpartisipasi. Sedangkan dalam bahasa inggris masyarakat adalah society yang pengertiannya mencakup interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan. Dalam literatur lainnya, masyarakat juga disebut dengan sistem social. Masyarakat juga berarti bahwa kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama.⁶⁶

Masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti se luas-luasnya dan terikat oleh sesuatu kebudayaan yang mereka anggap sama.⁶⁷ masyarakat merupakan kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu yang terkait oleh suatu rasa identitas bersama. Penekanan yang ditonjolkan oleh adanya suatu masyarakat adalah adanya interaksi antara manusia yang diikat oleh adat istiadat secara kontinyu dan adat istiadat tersebut merupakan identitas bersama.⁶⁸

⁶⁵ *Ibid*, hlm, 401

⁶⁶ Prof. Dr. Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

⁶⁷ Ikhwān Aididn Basri, *Islam dan Pembangunan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insansi Press 2005), h. 24

⁶⁸ Arifudin Tike dan Tajudin Hajma, *Dasar-Dasar Pengembangan Masyarakat Islam*, (Makasar: Alauddin Press, 2010), h. 4

Berdasarkan dari kedua pandangan tersebut, maka dapat dipahami bahwa masyarakat merupakan sejumlah manusia yang hidup bersama yang tinggal di suatu wilayah tertentu dengan waktu yang lama, memiliki tujuan yang sama, serta terjasi pola interaksi sosial.

Terbentuknya kelompok sosial atau masyarakat dikarenakan manusiamanusia menggunakan pikiran, perasaan, dan keinginannya dalam memberikan reaksi terhadap lingkungannya. Manusia mempunyai naluri untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang berkesinambungan dan terus menerus ini menghasilkan pola pergaulan yang disebut pola interaksi sosial.

5. Proses Pengembangan Masyarakat Islam

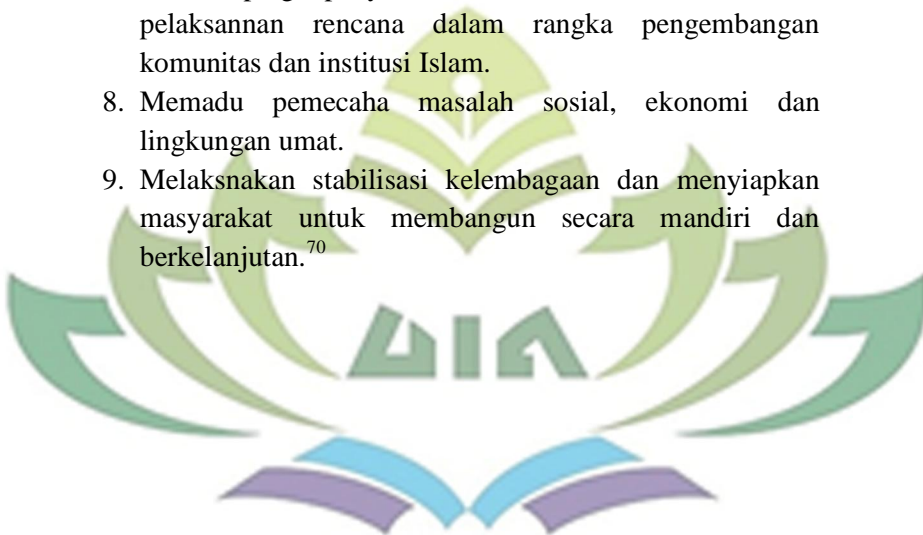
Secara etimologis, pengembangan berarti membina dan meningkatkan kualitas, dan masyarakat Islam berarti kumpulan manusia yang beraga Islam. Secara termologis, pengembangan masyarakat Islam berarti mentransformasikan dan melembagakan semua segi ajaran Islam dalam kehidupan keluarga (*usrah*), kelompok sosial (*jamaah*), dan masyarakat (*ummah*).

Pengembangan masyarakat Islam merupakan model empiris pengembangan perilaku individual dan kolektif dalam dimensi amal saleh (karya terbaik), dengan titik tekan pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. pengembangan masyarakat proses pengembangan dan pemberdayaan akan akan menyediakan sebuah ruang kepada masyarakat untuk mengadakan pilihan-pilihan. Sebab, manusia atau masyarakat yang dapat memajukan pilihan-pilihan. Sebab, manusia atau masyarakat yang dapat memajukan pilihan-pilihan dan yang dapat memilih dengan jelas adalah masyarakat yang punya kualitas.⁶⁹

Kegiatan pengembangan masyarakat Islam terdiri dari kegiatan pokok berupa transformasi dan pelebagaan ajaran Islam ke dalam realitas Islam, yang rinciannya sebagai berikut:

⁶⁹ Nanih Machhendrawaty, Pengembangan Masyarakat Islam, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001) h. 29

1. Penyampaian konsepsi Islam mengenai kehidupan sosial, ekonomi, dan pemeliharaan lingkungan.
2. Penggalangan Ukhwah Islamiyah lembaga umat dan kemasyarakatannya pada umumnya dalam rangka pengembangan komoditas dan kelembagaan Islam.
3. Menjalin dan mewujudkan berbagai MoU (*Memorandum of Undertanding*) dengan berbagai kekuatan masyarakat.
4. Riset potensi lokal dakwah, pengembangan potensi lokal, dan pengembangan kelompok swadaya masyarakat.
5. Katalisasi aspirasi dan kebutuhan mat.
6. Konsultasi dan dampingan teknis kelembagaan.
7. Mendampingi penyusunan rencana dan aksi sosial pelaksanaan rencana dalam rangka pengembangan komunitas dan institusi Islam.
8. Memadu pemecaha masalah sosial, ekonomi dan lingkungan umat.
9. Melaksanakan stabilisasi kelembagaan dan menyiapkan masyarakat untuk membangun secara mandiri dan berkelanjutan.⁷⁰



⁷⁰ Ibid, h. 30

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- As'ad Humam. 1995. *Pedoman Pengelolaan Pembinaan dan Pengembangan; Membaca, menulis, memahami al-Qur'an*. (Yogyakarta: Litbang LPTQ Nasional Team Tadarus AMM)
- As'ad Humam, 2000, *Buku Iqra' (Cara Cepat Belajar Membaca Al-Qur'an)*, (Yogyakarta, Balai Litbang LPTQ Nasional Team Tadarus AMM).
- As'ad Human, Budiyanto. 2003. *Pedoman Pengelolaan Pembinaan dan Pengembangan TPA-TPA Nasional* (Yogyakarta: LPTQ Nasional)
- Buchari Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. (Bandung: Alfabeta)
- Carl McDaniel, Roger Gate. 2001. *Riset Pemasaran Kontempore*. (Jakarta: Salemba Empat)
- Chairani Idris dan Tasyrifin Karim. 1994. *Buku Pedoman Pembinaan dan Pengembangan TK Al-Qur'an Badan Komunikasi Pemuda Masjid Indonesia (BKPMI)*. (Jakarta, Lembaga Pembinaan dan Pengembangan TK Al-Qur'an (BKPRMI)
- Cholid Narbuko, 2013, Abu Achmad, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT.Bumi Aksara)
- Danang Sunyoto, 2003 *Strategi Pemasaran*,(Surabaya, Caps Publishing).
- Fandy Tjiptono, 2015 *Strategi Pemasaran Edisi-4*, (Yogyakarta: Andi Offset)
- Gitosudarmo Indriyo. 2001. *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta).
- Henry Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional* cet. Ke 1. (Jakarta: Salemba Empat).

- Husein Umar, 2001, *Strategic Management in Action*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Jajat Burhanudin dan Dina Afriyanti, 2006, *Mencetak Muslim Modern*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo).
- Jalaludin Rahmat, 2000, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya).
- James F. Engel, dkk, 2012, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Karisma Publishing)
- Jogiyanti. 2015. *Sistem Informasi Strategik*. (Yogyakarta: CV Andi Offsert).
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo).
- Iham Prisgunanto. 2014. *Komunikasi Pemasaran Era Digital*. (Jakarta: CV. Prisani Cendikia).
- Malayu S.P. Hasibuan, 2014, *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Mu'min. 1991. *Petunjuk Praktis Pengelolaan TK Al-Qur'an*. (Jakarta Fikati Aneka).
- Muhammad Pabundu Tika, 2016, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Mukti Fajar dan Yuliano Achmad, 2017, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).
- Noehi nasution. 1999. *Strategi Belajar Mengajar Direktorat Kelembagaan Agama Islam* (Jakarta: Bumi Aksara).
- Oemar Hamalik. 1985. *Pengajaran Unit Pendekatan Sistem*. (Yogyakarta: Mandar Maju).
- Pandji Anoraga, 2009, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Renika Cipta).

- Rusadi Ruslan. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Sofjan Assauri, 2014, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Rajawali Pers).
- Sofjan Assauri. 2016. *Strategic Management*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada).
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta).
- Wahyu Purhantara, 2010, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).
- Zakiah Daradjat. 1995. *Metode Khusus Pengajaran Agama Islam*. (Jakarta: Bumi Aksara).
- Zakiah Drajat, 2001, *Metodik Khusus Pengajaran Agama Islam* (Jakarta: Bumi Aksara).
- JURNAL**
- Imam Turmudzi. 2017. *Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang)*. Vol. 2 No. 2.
- Maskub Abrori. 2015. *Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Pg/Tk Samarinda*. Vol. 3 No. 2.
- Etomo, 2008, *Mewujudkan Kesejahteraan Masyarakat*, Vol.12, No.1.
- Yoga Pratama, 2015, *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Konsumen dalam Rangka Memenangkan Persaingan Bisnis Jasa Asuransi*, Vol.2 No. 2.
- Lisa Retnasari, Suyitno dkk, 2019, *Penguatan Peran Taman Pendidikan Alquran (TPQ) Sebagai Pendidikan Karakter Religius*, Jurnal Solma, Vol. 08, No. 01, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

Unggul Priyadi, Syarif Nur Hidayat dkk, 2013, *Peningkatan Mutu Pembelajaran Taman Pendidikan Alquran Dengan Pembuatan Kurikulum TPA*, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Vol. 2 No. 3, Universitas Islam Indonesia

Desi Nurjayanti, Adriani Rahma Pudyaningtyas dkk,2020, *Penerapan Program Taman Pendidikan Alquran (Tpa) Untuk Anak Usia Dini*, Jurnal Kumara Cendekia, Vol. 8 No. 2. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

SKRIPSI

Roifatul Mukaromah, Pelaksanaan Manajemen Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA) Al-Hidayah Perkuncen Kecamatan Perkuncen Kabupaten Banyumas, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.

Intan Sapitri, Strategi Public Relations Taman Pendidikan Alquran (Tpp) Alif School Dalam Membangun Citra, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Mujriah, Peranan TPA (Taman Pendidikan Al-qur'an) dalam Meningkatkan Kemampuan Baca Tulis Al-Qur'an pada Peserta Didik SDN 130 Rante Limbong Kec. Curio Kab. Enrekang, UIN Alauddin Makassar Tahun.

