

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
(STUDI KASUS PADA TPQ NURUL HUDA)**

SKRIPSI



Oleh

EKO JUNAIDI SETIAWAN

NIM: 17510088

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
(STUDI KASUS PADA TPQ NURUL HUDA)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh

EKO JUNAIDI SETIAWAN

NIM: 17510088

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN
IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI
STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
(STUDI KASUS PADA TPQ NURUL HUDA)

SKRIPSI

Oleh

EKO JUNAIDI SETIAWAN

NIM : 17510088

Telah disetujui April 2022

Dosen Pembimbing,

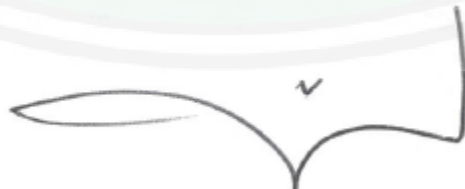


M. Fatkhur Rozi, SE., MM

NIP. 197601182009011003

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Muhammad Sulhan, SE., MM

NIP. 197406042006041002

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN (STUDI KASUS PADA TPQ NURUL HUDA)

SKRIPSI

Oleh

EKO JUNAIDI SETIAWAN
NIM : 17510088

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 21 April 2022

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua
Kartika Anggraeni Sudiono Putri, MM
NIP. 199205202019032027
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
M. Fatkhur Rozi, SE., MM
NIP. 197601182009011003
3. Penguji Utama
Yayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 197708262008012011

Tanda Tangan

()

()

()

Mengetahui:

Ketua Jurusan,




Muhammad Sulhan, SE., M.M
197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eko Junaidi Setiawan
NIM : 17510088
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN JASA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN (STUDI KASUS PADA TPQ NURUL HUDA)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 7 Maret 2022

Hormat saya,



Eko Junaidi Setiawan

NIM : 17510088

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kehadiran Allah SWT. yang senantiasa rahmat dan ridho kepada hamba-Nya, Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. yang menuntun umat manusia kepada jalan yang diridhoi Allah SWT. Skripsi Ini dipersembahkan kepada pihak pihak yang telah memberikan dukungan hingga terselesaikanya Skripsi ini. Mereka adalah:

1. Keluarga tercinta (Bapak Supriyantoko, Ibu Sri Wahyuni dan Adik Davina Ayu Nur Afifah), terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang selalu diberikan, serta doa, nasihat dan dukungan sehingga dapat dimudahkan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
2. Dosen – dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, terlebih khusus kepada Bapak M. Fatkhur Rozi SE., MM. Yang telah membimbing untuk menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga selesai.
3. Teman – teman seangkatan jurusan Manajemen tahun 2017 yang selalu mendukung satu sama lain. Tak lupa sahabat Sa311akes Maulidya Ulya, M. Asren Kasfunhuri, M. Vicky Denby, Nur Fadhilah dan teman teman lain yang tak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas segala bantuan dan kebaikan , semoga Allah membalas dengan yang lebih baik. Amin.

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

***“ALLAH TIDAK MEMBEBANI SESEORANG MELAINKAN SESUAI
DENGAN KESANGGUPANYA”***

(QS. Al Baqarah : 286)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penelitian skripsi ini yang judul “Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada TPQ Nurul Huda)” dapat terselesaikan dengan baik.

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan terang-benerang yakni Ad-Dinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.M..Zainudin, MA. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang serta selaku Wali Dosen yang telah membimbing penulis selama berada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak M. Fatkhur Rozi, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi motivasi dan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Bapak Supriyantoko selaku Pendiri TPQ Nurul Huda.
7. Seluruh pengurus dan pengajar di TPQ Nurul Huda.
8. Bapak Nur Hadi selaku pendiri dan pimpinan dari TPQ Ar Rochman.

9. Seluruh Pengurus dan Pengajar dari TPQ Ar Rochman.
10. Keluarga tercinta Bapak Supriyantoko, Ibu Sri Wahyuni dan Adik Davina Ayu Nur Afifah yang telah memberikan doa, nasihat yang sangat membangun, mendidik dan membesarkan penulis serta selalu memberikan kasih sayang, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman teman sahabat Sa31lakes Maulidya Ulya, M Asren Kasfunnuri, M Vicky Denby, Nur Fadhilah dkk Yang terus membantu meberikan dukungan serta arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini .
12. Teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2017 yang menjadi teman seperjuangan sejak awal perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amiin ya rabbal alamin.

Malang, 7 Maret 2022



Eko Junaidi Setiawan

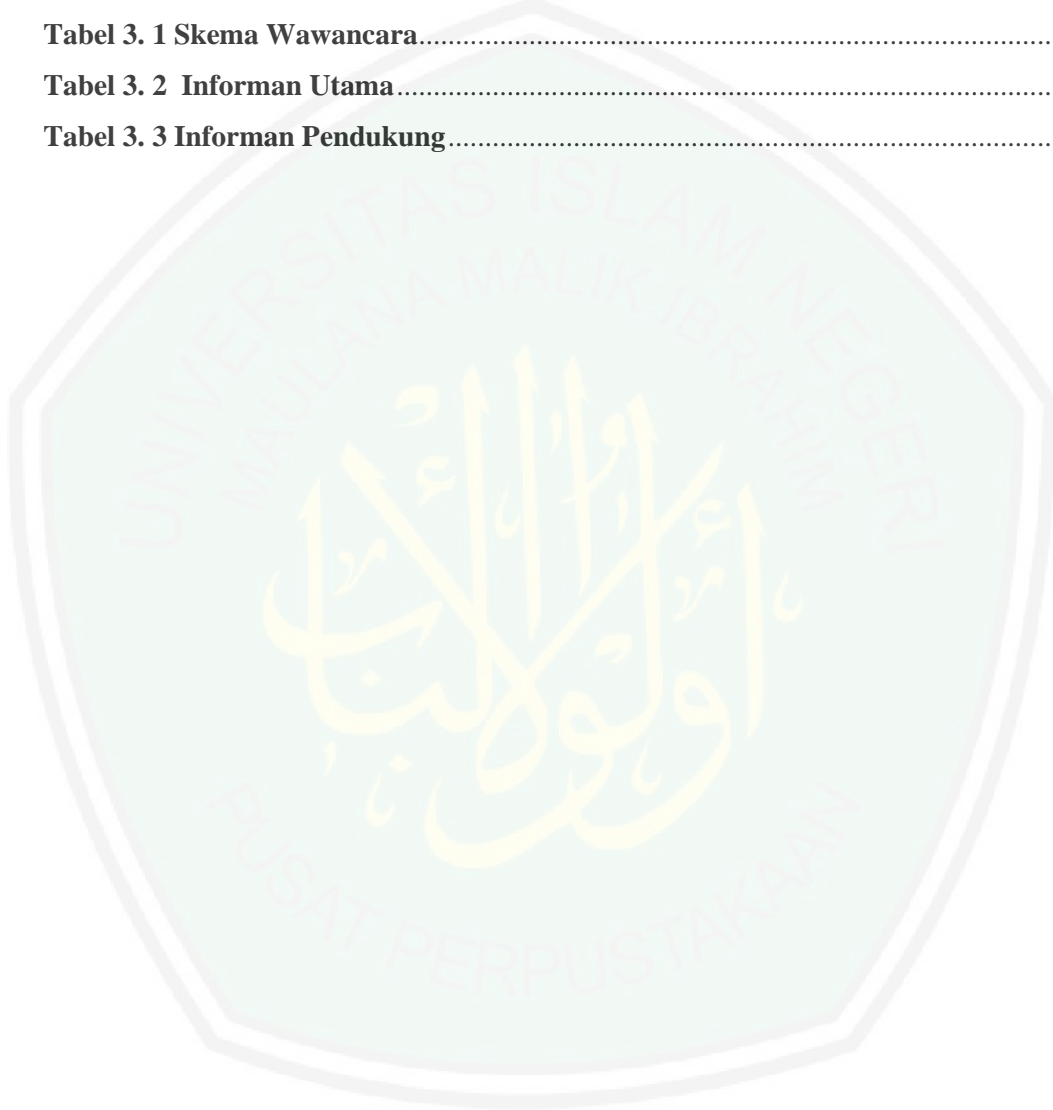
DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| KATA PENGANTAR..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| ABSTRAK | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Konteks Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 6 |
| 1.3 Tujuan..... | 6 |
| 1.4 Manfaat..... | 6 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 8 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 12 |
| 2.2.1 Strategi Pemasaran..... | 12 |
| 2.2.2 Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan | 16 |
| 2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa | 18 |
| 2.2.4 Minat Konsumen..... | 28 |
| 2.3 Kerangka Berfikir..... | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian | 31 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 32 |
| 3.3 Subjek Penelitian | 33 |
| 3.4 Data dan Jenis Data | 35 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| 3.6 Analisa Data | 41 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN..... | 47 |
| 4.1 TPQ Nurul Huda..... | 47 |
| 4.1.1 Sejarah dan Profil TPQ Nurul Huda | 47 |
| 4.1.2 Paparan Bauran Pemasaran 7P dan pada TPQ Nurul Huda..... | 49 |
| 4.1.3 Faktor Pendukung dan Faktor Kendala dari TPQ Nurul Huda..... | 65 |
| 4.2 TPQ Pembanding..... | 69 |
| 4.2.1 Paparan Bauran Pemasaran TPQ Pembanding | 69 |
| 4.2.2 Faktor Pendukung dan Faktor Kendala dari TPQ Ar Rochman | 84 |
| 4.3 Perbandingan Strategi Pemasaran TPQ Nurul Huda Dengan TPQ Ar Rochman | 87 |
| 4.4 Pembaruan Strategi TPQ Nurul Huda | 92 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 95 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 95 |
| 5.2 Saran | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 98 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Data jumlah santri pada TPQ di Kel. Pandanwangi ketika awal berdiri.. | 3 |
| Tabel 3. 1 Skema Wawancara..... | 38 |
| Tabel 3. 2 Informan Utama..... | 39 |
| Tabel 3. 3 Informan Pendukung..... | 40 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----------|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Penelitian | 30 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi TPQ Nurul Huda..... | 48 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Konsultasi

Lampiran 2 Biodata Peneliti

Lampiran 3 Naskah Wawancara

Lampiran 4 Dokumentasi



ABSTRAK

Eko Junaidi Setiawan. 2022. SKRIPSI. Judul: “Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada TPQ Nurul Huda)”

Pembimbing : Muhammad Fatkhur Rozi, SE., MM.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran Jasa, dan Jasa Pendidikan

Bagi perusahaan yang baru berdiri, seringkali memiliki permasalahan pada pemasaran, begitu pula lembaga jasa pendidikan. TPQ Nurul Huda merupakan lembaga pendidikan yang baru berdiri dimana belum banyak hal yang dapat ditonjolkan untuk menarik minat masyarakat. Sehingga perlu strategi untuk meningkatkan pemasarannya. Fokus penelitian ini adalah mengungkapkan implementasi bauran pemasaran jasa sebagai strategi pemasaran yang digunakan TPQ Nurul Huda, kemudian membandingkannya dengan bauran pemasaran TPQ lain yang lebih unggul. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Implementasi Bauran Pemasaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus pada TPQ Nurul Huda)”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menambahkan metode *benchmarking* karena membandingkan dua objek. Lokasi pada penelitian ini adalah TPQ Nurul Huda dan TPQ Ar-Rochman. Subjek penelitian ini terdiri dari pendiri, pengurus, pengajar dan wali santri dari masing-masing TPQ. Teknik pengumpulan data yakni wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisa data dilakukan dengan tahapan-tahapan yakni reduksi data, penyajian data, triangulasi dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan adalah menawarkan pelajaran membaca Al-Quran, akhlaq dan fiqh dasar dengan biaya sukarela setiap bulannya. Lokasinya yang strategis, dipromosikan melalui kegiatan WOM. Tenaga pengajar dikelola oleh Takmir Masjid Nurul Huda, serta sarana dan prasarana yang cukup dengan enam kali pertemuan tatap muka setiap minggunya. Dari hasil perbandingan dengan TPQ Ar-Rochman, TPQ Nurul Huda lebih unggul dalam aspek lokasi, namun terdapat hal yang perlu dibenahi seperti aspek orang dan sarana prasarana. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan strategi TPQ Nurul Huda sudah cukup baik, namun masih memerlukan beberapa pembenahan pada beberapa aspek.

ABSTRACT

Eko Junaidi Setiawan. 2022. THESIS. Tittle "Implementation of the Service Marketing Mix as a Marketing Strategy for Educational Services (Case Study on TPQ Nurul Huda)

Advisor : Muhammad Fatkhur Rozi, SE., MM.

Key Words : Marketing Strategy, Service Marketing Mix, and Educational Services

For companies that have just been established, they often have problems with marketing, so as educational service institutions. TPQ Nurul Huda is a newly established educational institution where there are not many things that can be highlighted to attract public interest. So it needs a strategy to improve its marketing. The focus of this research is to reveal the implementation of the service marketing mix as a marketing strategy used by TPQ Nurul Huda, then compare it with other superior TPQ marketing mixes. Therefore, this research is entitled "Implementation of the Marketing Mix as a Marketing Strategy for Educational Services (Case Study on TPQ Nurul Huda)".

This study uses a descriptive qualitative approach by adding a benchmarking method because it compares two objects. The location of this research is TPQ Nurul Huda and TPQ Ar-Rochman. The subjects of this study consisted of the founders, administrators, teachers and parents of students from each TPQ. Data collection techniques are interviews, observation and documentation. Data analysis was carried out in stages, namely data reduction, data presentation, triangulation and drawing conclusions.

The results of this study indicate that the marketing mix strategy used is to offer lessons in reciting the holly Quran, morality and basic fiqh at a voluntary fee every month. Its strategic location, promoted through WOM activities. The teaching staff is managed by the administrators of the Nurul Huda Mosque, as well as sufficient facilities and infrastructure with six times face-to-face meetings per week. From the comparison results with TPQ Ar-Rochman, TPQ Nurul Huda is superior in terms of location, but there are things that need to be improved, such as aspects of people and infrastructure. The conclusion of this study is that the implementation of Nurul Huda's TPQ strategy is quite good, but still needs some improvements in several aspects.

المستخلص

إيكو جنيدي سيتياوان. 2022. البحث العلمي. العنوان: "تطبيق مزيج تسويق الخدمة كاستراتيجية تسويق للخدمات التعليمية (دراسة حالة على المدرسة تعليم القران نور الهدى)"

مشرف البحث : محمد فتح الرزي، الماجستير

الكلمات الأساسية : استراتيجية التسويق، مزيج تسويق الخدمة، خدمة التعليمية

بالنسبة للشركات أو المؤسسات التي تم تأسيسها للتو، غالباً ما تواجه مشكلات في التسويق، فضلاً عن مؤسسات الخدمات التعليمية. المدرسة تعليم القران نور الهدى هي مؤسسة تعليمية تم إنشاؤها حديثاً حيث لا يوجد الكثير من الأشياء التي يمكن تسليط الضوء عليها لجذب الاهتمام العام. لذلك فهي بحاجة إلى استراتيجية لتحسين تسويقها. يركز هذا البحث على الكشف عن تطبيق مزيج تسويق الخدمات كاستراتيجية تسويقية تستخدمها المدرسة تعليم القران نور الهدى، ثم مقارنتها بمزيج تسويق المدرسة تعليم القران المتفوق الآخر. لذلك ، فإن هذا البحث بعنوان تطبيق مزيج تسويق الخدمة كاستراتيجية تسويق للخدمات التعليمية (دراسة حالة على المدرسة تعليم القران نور الهدى)"

استخدم الباحث في هذا البحث المنهج الوصفي النوعي عن طريق إضافة طريقة *benchmarking* لأنها تقارن بين شيئين. موقع هذا البحث هو المدرسة تعليم القران نور الهدى والمدرسة تعليم القران الرحمن. تتكون مواضيع هذه الدراسة من المؤسسين والإداريين والمعلمين وأولياء الأمور للطلاب من كل المدرسة تعليم القران. أسلوب جمع البيانات هي المقابلات والمراقبة والوثائق. تم إجراء تحليل البيانات على المراحل، وهي تقليل البيانات وعرض البيانات والتلخيص واستخلاص النتائج.

تشير نتائج هذا البحث إلى أن استراتيجية المزيج التسويقي المستخدمة هي تقديم الدروس في قراءة القرآن والأخلاق والفقهاء الأساسيين مع مقابل أجر تطوعي كل شهر. موقعها الاستراتيجي، وتعزيزه من خلال أنشطة منظمة المرأة العالمية (WOM). يُدار أعضاء هيئة التدريس من قبل تأمير مسجد نور الهدى ، بالإضافة إلى المرافق والبنية التحتية الكافية مع ستة اجتماعات وجهاً لوجه في الأسبوع. من نتائج المقارنة مع المدرسة تعليم القران الرحمن، تتفوق المدرسة تعليم القران نور الهدى من حيث الموقع ، ولكن هناك أشياء تحتاج إلى تحسين ، مثل جوانب

الأشخاص والبنية التحتية. استنتاج هذا البحث هو أن تطبيق استراتيجية في المدرسة تعليم القرآن نور الهدى جيد جداً، لكنه لا يزال بحاجة إلى بعض التحسينات في العديد من الجوانب.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Berdirinya suatu perusahaan atau suatu lembaga baru biasanya akan menimbulkan berbagai permasalahan yang akan muncul, mulai masalah internal organisasi maupun masalah eksternal organisasi. Salah satu contoh permasalahan yang sering kali muncul adalah permasalahan mengenai pemasaran. Perusahaan atau lembaga yang baru berdiri tersebut dituntut harus dapat menembus ketatnya persaingan pasar yang ada ataupun harus membuat pangsa pasar baru agar dapat memenangkan persaingan pasar. Hal ini akan menjadi lebih sulit apabila ada perusahaan lain yang cukup menguasai atau mendominasi pasar yang ada.

Masalah mengenai pemasaran ini tidak hanya dialami oleh perusahaan atau lembaga yang bergerak dalam bidang bisnis saja, melainkan juga dialami oleh lembaga yang bergerak pada bidang pendidikan juga. Terkadang bagi lembaga pendidikan atau sekolah ini, pemasaran sekolah untuk menarik minat siswa baru juga menjadi salah satu masalah utama bahkan bagi sekolah yang sudah berdiri lama. Pemasaran menurut *American Marketing Assosiation* dalam Kotler dan Keller(2009) adalah suatu fungsi dalam organisasi serta serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menawarkan dan memberikan nilai kepada pelanggan agar dapat mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara acara yang dapat menguntungkan organisasi ataupun pemangku kepentingan lainnya. Sedangkan dalam konteks jasa pendidikan, pemasaran ialah suatu proses

sosial dan manajerial agar mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam hal pendidikan (Wahyudi,2016).

Contoh dari kasus pemasaran dalam pendidikan ialah pada tahun 2017 lalu setidaknya ada 2 Sekolah Dasar Negeri di Kabupaten Malang yang terpaksa ditutup dan 9 Sekolah Dasar Negeri lainnya terpaksa harus terkena penggabungan sekolah (Siedoo,2017). Hal ini dikarenakan kurangnya pemasaran yang dilakukan sekolah sehingga kalah bersaing dengan sekolah swasta yang berdampak pada kurangnya pelajar yang bersekolah di sekolah tersebut. Selain itu fenomena ditutup dan digabungnya sekolah ini juga dilatar belakangi oleh keputusan menteri pendidikan pada Pasal 24 Permendikbud No. 17 Tahun 2017, yang berisi tentang penetapan berapa jumlah minimal peserta didik yang ada pada setiap rombongan dalam suatu sekolah. Setelah itu disusul dengan Pasal 31 Permendikbud No 17 Tahun 2017 yang berisi tentang sanksi kepada sekolah apabila tidak dapat memenuhi ketentuan jumlah siswa yang ada pada setiap rombongan belajar sebagai mana tertuang pada pasal 24, maka akan diberlakukan penutupan atau penggabungan sekolah.

TPQ Nurul Huda adalah TPQ yang baru berdiri pada 15 Juni 2020 lalu. TPQ ini berada di Dusun Lokcari, Kelurahan PandanWangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. TPQ Nurul Huda ini masih dalam tahap pengembangan jumlah santri yang ada sebanyak 24 anak. Meskipun tidak terlalu banyak, namun jumlah ini sedikit lebih banyak jika dibandingkan dengan rata-rata jumlah santri

pada TPQ lain di Kelurahan Pandanwangi ketika baru awal berdiri, yang tergambar pada data berikut:

Tabel 1.1
Data jumlah santri pada TPQ di Kel. Pandanwangi ketika awal berdiri

| Nama TPQ | Tahun berdiri | Jumlah santri ketika awal berdiri |
|------------------------|---------------|-----------------------------------|
| TPQ Ar Rochman | 1991 | 30 santri |
| TPQ Nur Ittihat | 2018 | 14 santri |
| TPQ Al Ikhlas | 2007 | 20 santri |
| TPQ Al Muhajirin | 2009 | 15 santri |
| TPQ Fastabiqul Khoirot | 2020 | 19 santri |
| TPQ Farzana | 2016 | 15 santri |
| TPQ Al Huda | 2010 | 15 santri |

Sumber: diolah penulis, 2021

Dari table tersebut dapat dilihat jika rata-rata jumlah santri pada TPQ di Kelurahan Pandanwangi ketika baru awal berdiri adalah sekitar 19 santri. Dengan data tersebut dapat menunjukkan jika TPQ Nurul Huda memiliki daya tarik yang lebih besar jika dibandingkan dengan TPQ lain ketika baru awal berdiri. Akan tetapi meskipun memiliki lebih banyak santri ketika awal berdiri, santri yang ada pada TPQ Nurul Huda ini dapat dikatakan hanya sebagai santri pengikut pada awal pendirian TPQ. Jika tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik, bisa jadi akan cukup sulit untuk menarik minat masyarakat sehingga jumlah santri pun hanya akan memiliki tingkat pertumbuhan yang kecil. Selain itu jika suatu saat dari santri awal ini sudah selesai mengenyam pendidikan atau sudah lulus dan jumlah santri baru yang masuk jumlahnya lebih sedikit tentunya akan berdampak buruk bagi TPQ itu sendiri. Oleh karena itu dalam menjalankan lembaga pendidikan seperti TPQ, strategi pemasaran merupakan suatu hal yang cukup penting untuk dilakukan.

Strategi pemasaran dalam dunia pendidikan memang cukup berbeda jika dibandingkan dengan strategi pemasaran pada dunia bisnis. Strategi pemasaran merupakan rencana metode atau siasat dalam upaya organisasi untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu (Sondang,2001). Pemasaran dalam lembaga pendidikan memang tidak memiliki tujuan utama untuk mencari laba, melainkan lebih kearah bagaimana cara untuk menarik minat masyarakat. Menurut Wijaya (2008) ada empat alasan kenapa harus dilakukan pemasaran pada jasa pendidikan yakni pertama untuk untuk meyakinkan masyarakat atau target pasar jika jasa pendidikan yang dilakukan itu ada dan masih eksis. Kedua untuk meyakinkan masyarakat jika jasa pendidikan yang dilakukan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Ketiga agar jenis, macam dan metode yang diterapkan pada jasa pendidikan yang dilakukan dapat dikenali dan dimengerti oleh masyarakat. Keempat agar eksistensi dari jasa pendidikan yang dilakukan tidak sampai ditinggalkan oleh masyarakat atau target pasar.

Pada lembaga pendidikan yang masih baru awal berdiri seperti TPQ Nurul Huda ini memang masih belum memiliki banyak hal yang bisa ditonjolkan untuk menarik minat masyarakat. Selain itu hal yang membuat peneliti tertarik untuk menggunakan TPQ Nurul Huda sebagai objek penelitian adalah pada tahun 2017 sempat berdiri lembaga TPQ di lokasi yang sama dengan lokasi TPQ Nurul Huda. Akan tetapi pada TPQ sebelumnya ini sempat mengalami beberapa masalah sehingga kekurangan daya tarik pada masyarakat sekitar dan pada akhirnya harus berhenti beroperasi karena jumlah santri yang terus berkurang. Adanya permasalahan pada TPQ sebelumnya ini tentunya menimbulkan kesan tersendiri

bagi masyarakat sekitar. Kesan terhadap TPQ sebelumnya ini cukup lekat pada masyarakat sekitar, bahkan sebagian masyarakat sekitar masih banyak yang mengira jika TPQ Nurul Huda merupakan TPQ yang sama dengan TPQ yang ada sebelumnya meskipun manajemen kepengurusannya sudah berbeda. Hal ini tentunya menimbulkan suatu tugas tersendiri bagi TPQ Nurul Huda untuk melakukan kegiatan pemasarannya agar dapat menarik minat masyarakat sekitar dan merubah kesan negative masyarakat pada TPQ Nurul Huda.

Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk diterapkan pada TPQ Nurul Huda ini adalah dengan mengimplementasikan bauran pemasaran jasa. Bauran pemasaran jasa ini merupakan gabungan dari beberapa variabel dapat dipadukan sehingga dapat menghasilkan suatu strategi pemasaran yang dapat menarik target pasar yang telah ditentukan. Kotler (2000) bauran pemasaran merupakan suatu strategi dengan menggabungkan seperangkat alat atau aspek dalam pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran yang diinginkan. Bauran pemasaran ini terdiri dari beberapa variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan atau lembaga untuk mempengaruhi konsumen pada target pasar yang dituju. Ada suatu pengklasifikasian dimana pada perusahaan atau lembaga yang bergerak di bidang jasa menggunakan beberapa alat atau variabel bauran pemasaran yang berupa produk (Product), harga (Price), tempat (Place), promosi (Promotion), orang (People), bukti fisik (Physical Evidence), proses (Process). Sehingga dari semua aspek bauran pemasaran tersebut jika digabungkan, maka akan terbentuk bauran pemasaran jasa 7P yang dapat diterapkan dalam layanan jasa pendidikan seperti pada TPQ Nurul Huda ini.

Berangkat dari penjabaran diatas, peneliti tertarik untuk mengungkap bagaimana strategi bauran pemasaran yang di implementasikn pada lembaga pendidikan TPQ di Kota Malang. Sehingga penelitian ini diberi judul **“Implementasi Bauran Pemasaran 7P sebagai Strategi Pemasran Jasa Pendidikan (Studi kasus pada TPQ Nurul Huda)”**.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus mengenai bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa sebagai strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan pada TPQ Nurul Huda dan membandingkanya dengan implementasi bauran pemasaran di TPQ lain yang lebih unggul.

1.3 Tujuan

Untuk mengetahui bagaimana implementasi bauran pemasaran jasa sebagai strategi pemasaran pendidikan yang diterapkan pada TPQ Nurul Huda dan membandingkanya dengan implementasi bauran pemasaran di TPQ lain yang lebih unggul agar dapat mengetahui aspek bauran mana saja yang perlu dibenahi sehingga strategi pemasaran yang dilakukan dapat menjadi lebih baik.

1.4 Manfaat

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa:

1. Bagi penulis

Untuk dapat menerapkan ilmu yang telah didapat selama ini serta untuk menambah wawasan mengenai materi yang telah diteliti yakni implementasi bauran pemasaran 7p sebagai strategi pemasran jasa pendidikan.

2. Bagi lembaga pendidikan

Dengan adanya penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai bagaimana bauran pemasaran 7p dapat diterapkan sebagai strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan daya tarik TPQ dan meningkatkan minat masyarakat sekitar terhadap TPQ. Selain itu dari penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pembelajaran bagi lembaga pendidikan lain khususnya yang masih dalam tahap pengembangan.

3. Bagi Peneliti Lain

Hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan suatu pemikiran ataupun literatur pada perpustakaan serta dapat dijadikan referensi apabila ada peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan tema serupa.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memiliki tujuan agar mendapatkan bahan perbandingan serta acuan. Selain itu juga penelitian terdahulu ini juga untuk menghindari anggapan adanya kesamaan dengan penelitian ini. Oleh karena itu peneliti mencantumkan hasil dari penelitian penelitian terdahulu. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Qoudri Wijaya (2018) dengan judul *“Penerapan Marketing MIX Universitas WiraRaja Dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru”*. Dalam penelitian tersebut berfokus untuk mengetahui faktor apa saja yang menghambat dan mendorong bauran pemasaran yang terjadi pada Universitas Wiraraja lalu merumuskan strategi untuk meningkatkan minat mahasiswa baru dengan menganalisa faktor dorongan dan hambatan tersebut.

Supriyani dan Heryanto Susilo (2016) yang berjudul *“Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa Dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban”*. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear ganda dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Selain itu dari 7 aspek bauran pemasaran jasa hanya 4 yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian yakni produk, harga, lokasi dan bukti fisik. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 81 siswa kelas X MAN Tuban. Hasil penelitian menunjukkan jika variabel produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan siswa memilih MAN Tuban, Variabel lokasi dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan siswa memilih MAN Tuban, Dan secara bersamaan variabel produk, harga, lokasi

dan bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan siswa dalam memilih MAN Tuban.

Ammar Kukuh Wicaksono (2021) dengan penelitian yang berjudul “*Strategi Marketing MIX Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta (Studi Kasus di Madrasah Tsanawiyah Misriu Al Hasan Kecamatan MojoKabupaten Kediri)*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika proses perencanaan strategi bauran pemasaran di MTs Misriu Al Hasan dilakukan dengan pembentukan panitia PPDB , menganalisis kondisi masyarakat, dan kondisi internal lembaga serta menentukan strategi pemasaran yang tepat yakni dengan menerapkan strategi bauran pemasaran di setiap aspeknya. Adapun faktor penghambat dari strategi bauran pemasaran ini adalah lemahnya peran yayasan, partisipasi panitia yang kurang optimal dan biaya operasional yang terbatas serta persaingan yang ketat antar lembaga pendidikan Islam swasta di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

Chairiyaton dan Nani Verawati (2019) dengan judul “*Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) – Meulaboh*” Hasil penelitian menunjukkan jika secara parsial variabel produk, harga, lokasi, orang dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada STIMI meulaboh. Selain itu variabel produk, harga, lokasi, orang, dan proses secara simultan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada STIMI Meulaboh.

Iffah Afidah dan Asep Kurniawan (2020) yang berjudul “*Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat*”. Penelitian ini dilakukan untuk menguji strategi pemasaran yang dilakukan pada MI Plus Darul Falah dalam meningkatkan minat masyarakat. Hasil penelitian ini menunjukkan jika ada dua macam strategi pemasaran yang dilakukan oleh MI Plus Darul Falah yakni promosi yang dilakukan pada saat penerimaan siswa baru serta promosi yang dilakukan diluar kegiatan penerimaan siswa baru. Selain itu pada Strategi pemasaran yang dilakukan ini juga didukung dengan adanya paguyuban wali santri dan sosial media dalam menyebarkan promosi yang dilakukan oleh sekolah. Namun ada juga faktor penghambat yang dikarenakan sangking banyaknya permintaan sehingga terkadang ada pihak yang merasa belum tahu adanya sistim inden yang ada pada sekolah sehingga terkadang malah dapat menimbulkan misskomunikasi ketika sistim inden dilakukan.

Margareta dkk (2018) yang berjudul “*Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Meningkatkan Peserta Didik Berdasarkan Delta Model*” Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik menggunakan teknik analisis dari Miles dan Huberman berupa pengumpulan data, reduksi data. Display data dan verivikasi atau kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jika strategi pemasaaran yang diterapkan adalah menyebarkan brosur dan promosi melalui world of mouth. Namun terhambat dengan kurang optimalnya strategi pemasaran dalam menarik minat peserta didik seperti manajemen waktu yang kurang tepat, panitia kurang aktif, yayasan belum terlibat dll. Berdasarkan Delta model dalam meningkantak minat peserta didik, maka dibentuk 3 produk yakni (1) *Best*

Product Strategy yakni dengan mengadakan pendidikan holistic (2) *Total Customer Solution* berupa peningkatan sumber daya yang ada (3) *System Lock in Strategy* dengan meliberalakan sistem kontrak dengan ahli atau lembaga tertentu.

Peneliti menemukan adanya beberapa perbedaan dan persamaan yang dapat ditemukan dari penelitian terdahulu dan penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Persamaan

Beberapa persamaan yang dapat ditemukan adalah pada fokus penelitian yang dilakukan yakni sama sama melakukan penelitian yang berfokus untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada lembaga penyedia jasa pendidikan.

Selain itu persamaan lainnya yang ditemukan adalah pada sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian yang sama yakni menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.

B. Perbedaan

Adapun perbedaan yang ditemukan adalah pada karakteristik objek penelitian dimana pada penelitian terdahulu hampir semua menggunakan objek berupa lembaga pendidikan formal sedangkan pada penelitian ini lebih menggunakan objek berupa lembaga pendidikan nonformal. Perbedaan karakteristik objek yang digunakan ini tentunya cukup berpengaruh terhadap hasil yang didapatkan seperti halnya yang sudah kita ketahui jika kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran formal ini tentunya jauh lebih tertata jika dibandingkan dengan lembaga pendidikan nonformal khususnya TPQ.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Strategi Pemasaran

Strategi merupakan suatu istilah yang berasal dari bahasa Yunani yakni *Strategos* yang berarti ilmu perang atau bela diri. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tahun 2008 pengertian strategi ialah: (1) ilmu dan seni dalam menjalankan atau melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang; (2) ilmu dan seni dalam memimpin suatu pasukan untuk menghadapi musuh ketika perang, atau untuk mendapatkan suatu kondisi yang menguntungkan; (3) suatu kegiatan yang direncanakan untuk mencapai sasaran tertentu; (4) tempat yang baik dalam siasat peperangan.

Pengertian strategi dalam konteks ekonomi menurut Lesser Robbert Bittel dalam Alma (2018) adalah suatu rencana fundamental dalam mencapai tujuan dari perusahaan atau lembaga tertentu.

Sedangkan menurut Sondang (2001) strategi merupakan cara terbaik dalam menggunakan sumber daya organisasi seperti dana, daya, dan tenaga yang tersedia sesuai dengan tuntutan dari perubahan lingkungan. Selain itu ia juga menjelaskan jika strategi merupakan rencana metode atau siasat dalam upaya organisasi untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu.

Strategi dalam pemasaran sering kali dipandang sebagai bagaimana cara yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau lembaga dalam usahanya mencapai tujuan atau sasaran organisasi meliputi langkah, metode, atau siasat apa yang digunakan. Menurut Alex D. Triyana dalam Alma (2018) Dalam

strategi pemasaran terbagi menjadi dua variabel besar dimana dua variabel tersebut terdiri dari variabel yang dapat dikontrol dan variabel yang tidak dapat dikontrol.

A. Variabel yang tidak dapat dikontrol

a. Keadaan persaingan

Keadaan persaingan merupakan suatu kondisi dimana pelaku usaha tidak akan mengira kapan pesaing usaha akan muncul. Oleh karena itu pelaku usaha harus dapat memperbaiki produk atau pelayanan pada usahanya. Pelaku usaha harus memiliki prinsip untuk selalu dapat memperbaiki mutu dari kegiatan usahanya meskipun sedang tidak ada pesaing dalam kegiatan usaha.

b. Perkembangan teknologi

Perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang tidak akan pernah ada habisnya. Pelaku usaha terkadang tidak dapat menduga kapan teknologi terbaru akan muncul. Pelaku usaha harus dapat mencoba menggunakan teknologi baru lebih cepat daripada para pesainya. Namun meskipun begitu terkadang hal ini memiliki resiko dimana terkadang pada teknologi yang baru muncul akan disusul dengan teknologi lain yang lebih canggih, Oleh karena itu pelaku usaha harus bijak dalam mempertimbangkan teknologi apa yang akan dia gunakan.

c. Perubahan demografik

Perubahan demografik ini berkaitan dengan jumlah populasi di suatu negara. Di Indonesia sendiri setelah diadakanya program KB, maka laju pertumbuhan penduduk dapat terus ditekan. Tentunya hal ini juga cukup berpengaruh terhadap volume penjualan barang barang tertentu. Selain itu pada penyedia layanan jasa pendidikan, menurunnya laju pertumbuhan penduduk ini juga berpengaruh pada berkurangnya jumlah pendaftaran murid baru sehingga dapat beresiko kekurangan peserta didik.

d. Kebijakan politik dan ekonomi

Perubahan perubahan yang kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam bidang ekonomi seperti halnya menurunnya suku Bunga, politik moneter, pembatasan jam operasional dll, tentunya juga dapat berpengaruh terhadap kondisi usaha yang sedang dijalankan. Perubahan perubahan ini tentunya akan sulit untuk diduga sebelumnya.

e. Sumber daya alam

Dalam beberapa hal dari sumber daya alam ini cukup sulit untuk diperkirakan kapan akan berkurang atau kapan dapat ditemukan sumber daya baru. Oleh karena itu hal ini juga dapat berpengaruh terhadap kenaikan harga atau penurunan harga yang terjadi pada bahan baku yang berasal dari alam tersebut.

Meskipun variabel variabel diatas tidak dapat dikontrol oleh pelaku usaha, namun pada beberapa aspek pelaku usaha masih dapat mengendalikannya dengan memperkirakan apa yang akan terjadi berdasarkan pengalaman pengalaman yang telah dilaluinya.

B. Variabel yang dapat dikontrol

a. Segmentasi pasar

Dalam melaksanakan kebijakan pemasarannya, pelaku usaha harus dapat menentukan kemana arah dan sasaran pemasarannya. Apakah pemasaran yang dilakukan ditujukan untuk pangsa pasar yang luas atau hanya ditujukan untuk suatu segmentasi tertentu.

b. Bauran pemasaran

Dalam bauran pemasaran, pelaku usaha dapat mencampurkan beberapa aspek pemasaran sehingga dapat dikombinasikan agar tercipta suatu strategi yang dapat mendatangkan hasil memuaskan.

c. Anggaran pemasaran

Merupakan strategi penetapan jumlah dana yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan pemasarannya. Hal ini cukup berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran itu sendiri, karena apabila pelaku usaha kurang bijak dalam memanfaatkan anggaran pemasarannya maka bisa jadi akan berdampak kerugian pada usaha yang dijalankan.

d. Waktu

Pelaku usaha harus dapat memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Ia harus tahu kapan harus memulai strategi pemasarannya atau kapan kegiatan pelayanan mulai dapat dilakukan.

Dalam konteks keislaman, Strategi pemasaran ini tergambar pada Al quran Surat Hasyr ayat 18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”(QS. Hasyr :18)

Dalam ayat tersebut dijelaskan jika sebagai manusia kita harus merencanakan apa yang akan kita lakukan keesokan harinya. Sama seperti pada konsep strategi pemasaran dimana dalam menjalankan suatu usaha tentunya kita harus dapat merencanakan bagaimana cara kita dalam mencapai tujuan bisnis kedepannya. Tentunya perencanaan ini dapat dilakukan dengan menyusun strategi pemasaran.

2.2.2 Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Strategi pemasaran Jasa pendidikan sejatinya hampir sama dengan strategi pemasaran pada umumnya,. Hal ini dikarenakan Strategi

pemasaran jasa pendidikan diadopsi dari dunia bisnis, dimana pada penerapannya disesuaikan dengan filosofi dari jasa pendidikan itu sendiri sebagai lembaga *nonprofit* (Irianto, 2010). Maksud dari lembaga nonprofit ini adalah layanan jasa pendidikan memang tidak memiliki fokus utama untuk mencari laba setinggi tingginya dalam tujuan pemasarannya. Tujuan pemasaran pendidikan ini justru lebih berfokus pada bagaimana cara agar lembaga mendapatkan citra yang baik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di layanan jasa tersebut (Alma, 2018).

Menurut Irianto (2010) dalam menjalankan strategi pemasaran pendidikan, ada dua konsep strategi yang dapat dipertimbangkan yakni *Distinctive competence* yang merupakan suatu tindakan yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dari pada apa yang dilakukan oleh pesaing. Dan *Competitive advantage* yakni suatu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh penyedia jasa agar dapat mengungguli para pesaingnya melalui strategi *Diferensiasi*. Strategi *Diferensiasi* sendiri merupakan salah satu bagian dari tiga komponen utama dalam strategi bersaing yakni:

a. *Diferensiasi*

Strategi *Diferensiasi* ini adalah suatu penawaran yang diberikan oleh penyedia layanan jasa yang berbeda dengan penawaran yang diberikan oleh para pesaingnya. Strategi diferensiasi ini mengisyaratkan bahwa penyedia layanan jasa memiliki suatu produk atau layanan jasa

yang kualitas atau fungsinya berbeda dengan apa yang dimiliki oleh para pesaingnya. Hal ini dilakukan agar dapat memunculkan suatu persepsi tertentu pada konsumen terhadap layanan jasa miliknya. Seperti *brand image* yang lebih unggul, kualitas dan pelayanan yang lebih baik, inovasi produk dll.

b. Keunggulan Biaya

Strategi ini dilakukan dengan mengefisienkan seluruh biaya yang diperlukan untuk menjalankan layanan jasa, sehingga dapat menghasilkan jasa yang lebih terjangkau oleh masyarakat luas. Strategi ini memang berfokus pada harga, sehingga penyedia layanan jasa tidak terlalu memperhatikan pada faktor faktor lain, yang terpenting adalah bagaimana ia bisa menyediakan layanan jasa yang murah dan dapat terjangkau oleh pasar yang lebih luas,

c. Fokus

Fokus merupakan strategi yang digunakan pada produk atau layanan jasa yang memiliki suatu karakteristik khusus sehingga hanya ditujukan pada suatu target tertentu. Contohnya saja pada suatu layanan jasa yang ditargetkan untuk anak-anak sehingga setiap layanan jasa yang diberikan hanya difokuskan dan disesuaikan untuk anak-anak saja.

2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa

Dalam dunia pemasaran khususnya strategi pemasaran, memang tidak bisa lepas dari adanya bauran pemasaran, Menurut Alma (2018)

bauran pemasaran adalah strategi dengan mencampur berbagai aspek pemasaran sehingga dapat dikombinasikan agar tercipta suatu strategi yang dapat mendatangkan hasil yang memuaskan. Pada dasarnya aspek pemasaran yang ada pada bauran pemasaran ini hanya terdiri dari produk (*Product*), harga (*Price*), tempat (*Place*) dan promosi (*Promotion*). Keempat aspek pemasaran dalam bauran pemasaran ini biasa dikenal dengan sebutan 4P. Namun Muhyidin (2015) menyatakan jika dalam pemasaran jasa, jika menggunakan bauran pemasaran jasa masih kurang memadai sehingga diperlukan aspek tambahan yang berupa orang (*People*), bukti fisik (*Physical evidence*), proses (*Process*). Ketujuh aspek dari bauran pemasaran ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

A. Produk

Produk adalah titik sentral yang ada dalam kegiatan pemasaran. Produk ini bisa menjadi pertimbangan utama yang dilakukan oleh calon konsumen. Produk ini bisa berupa barang ataupun jasa. Menurut Kotler dan Keller (2009) produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memberikan kepuasan atau untuk memenuhi kebutuhan seperti halnya berupa barang fisik, jasa dll.

Dalam pemasaran jasa pendidikan istilah produk ini lebih dikenal sebagai program yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan itu sendiri. Produk dalam jasa pendidikan ini bisa saja berupa kurikulum, metode pembelajaran yang digunakan, fasilitas yang diberikan dan bukti lulusanya.

Dalam agama Islam diajarkan untuk menggunakan produk yang halal sesuai dengan aturan Islam. Sehingga sebagai pelaku usaha harus menyediakan produk produk yang berkualitas halal dan baik. Hal ini tertuang pada Al Quran surat Al Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang tersedia di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah langkah setan, karena sesungguhnya setan tersebut berada di jalan yang sesat.” (QS. Al Baqarah: 168)

B. Harga

Harga merupakan suatu aspek dalam bauran pemasaran yang harus dapat dikendalikan dengan baik oleh pelaku usaha dalam mencapai sasaran atau tujuannya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Harga ialah jumlah yang ditagihkan kepada konsumen atas suatu produk ataupun jasa atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu keuntungan tertentu dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa.

Menurut Hidayat dkk (2012) harga dalam konteks jasa pendidikan dapat diartikan sebagai seluruh biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan jasa pendidikan yang ditawarkan. Elemen dari harga pada

jasa pendidikan ini dapat berupa SPP, uang gedung, biaya laboratorium dll.

Aspek harga pada bauran pemasaran ini biasanya sejajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Apabila kualitas produk baik, maka konsumen juga tidak segan jika harus membayar lebih tinggi, begitupun sebaliknya (Alma, 2018). Pada umumnya bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah kebawah cenderung lebih memilih sekolah yang memiliki harga yang lebih murah, kecuali jika mendapatkan beasiswa di sekolah yang memiliki harga tinggi. Begitupun sebaliknya, masyarakat dengan tingkat penghasilan tinggi cenderung memilih sekolah dengan kualitas mutu terbaik meskipun harus membayar harga yang cukup tinggi pula. Namun apabila ada sekolah yang memiliki kualitas baik dengan harga yang relatif murah tentunya akan menjadi suatu pertimbangan tersendiri bagi masyarakat (Faizin. 2017).

Penetapan harga pada suatu produk atau jasa dalam perspektif agama Islam sebenarnya tidaklah terlalu rumit. Dasar dari penetapan harga lebih bertumpu pada besarnya nilai harga suatu produk atau jasa yang tidak ditetapkan berlipat lipatan besarnya setelah dikurangi biaya produksi atau biaya operasi. Hal ini tertuang pada Al Quran Surat Al Baqarah ayat 278 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. (QS Al Baqarah :278).

Dalam ayat tersebut dijelaskan jika dalam penentuan harga tidak boleh semata mata untuk mengambil keuntungan saja, melainkan harus juga berdasarkan pada aspek daya beli masyarakat. Sehingga konsep pengambilan keuntungan berlipat lipat dari penetapan harga sangatlah tidak dibenarkan.

C. Tempat

Tempat dalam bauran pemasaran menurut Hurriati (2005) jika tempat (Place) dalam bauran pemasaran produk dapat didefinisikan sebagai saluran distribusi, sedangkan untuk bauran pemasaran jasa tempat dapat didefinisikan sebagai lokasi dari pelayanan jasa dilakukan.

Menurut Hidayat dkk (2012) tempat dalam bauran pemasaran jasa berhubungan dengan dimana penyedia jasa harus menentukan lokasi untuk menjalankan kegiatannya. Dalam konteks pendidikan hal ini bisa berupa dimana lokasi penyedia jasa pendidikan berada. Lokasi dari penyedia jasa pendidikan ini cukup menjadi salah satu preferensi yang cukup penting bagi masyarakat dalam menentukan keputusan. Lokasi yang strategis, nyaman, serta mudah untuk dijangkau tentunya akan menjadi daya Tarik

tersendiri jika dibandingkan dengan lokasi yang kurang strategis dan kurang dijangkau.

Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi untuk layanan jasa pendidikan menurut Irianto (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Akses (kemudahan untuk mencapai lokasi layanan jasa)
- b. *Visibilitas* (apakah keberadaan atau bukti fisik dari tempat penyedia layanan jasa tersebut dapat terlihat dengan jelas oleh masyarakat)
- c. Ekspansi (ketersediaan lahan jika ada kemungkinan untuk perluasan usaha)
- d. Persaingan (perhitungan lokasi yang dimiliki dengan lokasi pesaing)
- e. Beberapa faktor pendukung lain seperti lalu lintas, tempat parkir dll.

D. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan penawaran produk atau jasa yang berhubungan langsung kepada masyarakat. Tujuan dari dilakukannya promosi ini adalah untuk memberikan informasi seputar produk atau jasa dan meyakinkan konsumen akan manfaat dari produk atau jasa yang ditawarkan (Hidayat dkk, 2012). Kegiatan promosi ini dapat dilakukan melalui berbagai media seperti halnya iklan di televisi, radio, koran, majalah ataupun melalui kegiatan atau *event - event* tertentu.

Dalam layanan jasa pendidikan, kegiatan promosi ini juga dapat dilakukan melalui alumni atau siswa yang saat itu sedang bersekolah di layanan jasa pendidikan tersebut. Mereka akan mempromosikan layanan jasa yang mereka gunakan kepada masyarakat sekitar mereka. Hal ini tentunya dapat menimbulkan dampak yang cukup signifikan karena masyarakat akan lebih percaya terhadap orang-orang yang pernah terlibat langsung dengan layanan jasa yang sedang dipromosikan. Kegiatan promosi seperti ini biasanya disebut juga dengan kegiatan promosi dari mulut ke mulut atau WOM (*Word of Mouth*).

Word of Mouth menurut Rangkuti (2009) merupakan suatu kegiatan pemasaran yang memicu konsumen untuk mengkomunikasikan, mempromosikan, merekomendasikan ataupun menjual suatu produk atau jasa kepada konsumen lain. *Word of Mouth* ini biasanya dapat muncul pada konsumen setelah konsumen tersebut menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Apabila konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang digunakan maka akan muncul WOM yang positif di kalangan masyarakat. Begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dengan produk yang telah digunakan maka bisa juga akan muncul WOM yang negatif di kalangan masyarakat.

Terdapat dua jenis WOM menurut Sernovitz (2012) dalam buku Kurniasih (2021) yakni:

a. *Organic WOM*

Organic WOM merupakan kegiatan pengkomunikasian produk yang dilakukan secara alami dari kualitas positif suatu perusahaan. *Organic WOM* ini dilakukan secara alami oleh konsumen tanpa ada dorongan dari perusahaan ataupun lembaga yang dikomunikasikan.

b. *Amplified WOM*

Amplified WOM adalah WOM yang muncul pada konsumen dikarenakan terdapat dorongan dari perusahaan ataupun lembaga sehingga membuat orang-orang membicarakan produk atau jasa yang telah digunakannya.

Penyedia layanan jasa pendidikan juga harus bijak ketika melakukan kegiatan promosi jasanya. Menurut Alma (2018) elemen promosi yang terlalu berlebihan mempunyai hubungan *korelatif negative* terhadap daya tarik peminat. Hal ini dapat dilihat jika penyedia layanan jasa pendidikan yang memiliki daya tarik tinggi malah melakukan kegiatan promosi yang lebih rendah dibandingkan dengan penyedia layanan jasa pendidikan yang memiliki daya tarik rendah.

Ketika melakukan promosi, penyedia layanan jasa harus mengatakan sesuai dengan apa yang ia tawarkan. Jangan sampai demi menarik minat konsumen, penyedia layanan jasa melebih lebihkan apa yang ia tawarkan, padahal tidak sesuai dengan kenyataannya. Dalam agama islam memang diharuskan untuk selalu berkata jujur. Begitu pula ketika

melakukan promosi, jangan sampai pelaku usaha menipu konsumen demi mendapatkan keuntungan semata, Hal ini tertuang pada surat Al Quran Surat Al Ahzab ayat 70 seperti berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya:

“Hai orang-orang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.” (QS. Al Ahzab: 70).

E. Orang

Orang atau Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bauran pemasaran jasa ini adalah setiap pelaku yang memiliki peran dalam layanan jasa yang dijalankan (Hurriyati. 2005). Dalam layanan jasa pendidikan, elemen SDM yang ada ialah seperti guru, pimpinan lembaga, staf/karyawan dll. Dalam upaya mewujudkan SDM di lingkungan yang profesional diperlukan sistem perekrutan yang profesional pula. Selain itu diperlukan juga untuk terus meningkatkan kompetensi pengajar melalui seminar pelatihan dll, sesuai kebutuhan yang diperlukan agar mendapatkan pengajar yang berkualitas Hal lain yang juga harus dipertimbangkan adalah tenaga pengajar juga harus ramah.

Selain tenaga pengajar yang berkualitas dan ramah, staf dan karyawan yang lain juga diharapkan memiliki keandalan dan keramahan dalam mengerjakan tugasnya. Oleh karena itu perlu untuk meningkatkan

budaya ramah terhadap seluruh SDM yang ada. Sehingga dapat menciptakan lingkungan belajar yang kondusif bagi seluruh siswa.

F. Sarana fisik

Sarana fisik merupakan lingkungan dimana jasa itu disampaikan dimana terjadi interaksi antara penyedia layanan jasa dengan konsumen. Dalam layanan jasa pendidikan Sarana fisik dapat berupa gedung, dan segala fasilitas yang ada di dalamnya, termasuk berbagai bentuk desain interior dan eksterior dari gedung yang terdapat pada layanan jasa pendidikan tersebut (Alma, 2003).

Menurut Hidayat dkk (2012) terdapat dua macam sarana fisik yang ada pada layanan jasa pendidikan, yang pertama adalah bukti penting (*Essential Evidence*) yang berupa keputusan yang dibuat oleh penyedia layanan jasa mengenai desain tata letak (*layout*) dari gedung. Dalam hal ini dapat berupa desain ruang kelas, perpustakaan, kantor, lapangan olah raga dll. Yang kedua adalah bukti pendukung (*Pheripheral Evidence*) yang merupakan nilai tambahan. Bukti pendukung ini tidak akan memiliki arti apapun jika hanya berdiri sendiri dan hanya akan jadi pelengkap saja. Namun hal ini tetap saja akan tetap memiliki peran yang cukup penting dalam kegiatan layanan jasa pendidikan. Contoh dari bukti pendukung ini seperti raport tiap semester, catatan belajar siswa dll.

G. Proses

Proses merupakan suatu prosedur atau mekanisme dalam rangkaian kegiatan sebagai upaya penyampaian layanan jasa kepada para konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, proses merupakan proses pendidikan yang mendukung terselenggarakannya kegiatan belajar mengajar pada layanan jasa tersebut. kegiatan ini dilakukan agar dapat terbentuk lulusan (*output*) yang diinginkan (Hidayat, 2012).

Menurut Alma (2018) proses dapat diartikan sebagai seluruh aktifitas yang melibatkan berbagai prosedur, tugas, jadwal dan rutinitas dengan produk jasa yang disalurkan kepada konsumen.

Dari ketujuh aspek bauran pemasaran jasa di atas semuanya saling mempengaruhi dan saling berhubungan satu sama lain. Sehingga semua sama pentingnya yang nantinya akan tergabung ke dalam satu kesatuan strategi bauran. Strategi bauran ini merupakan bagian dari strategi pemasaran yang memiliki fungsi sebagai pedoman dalam menggunakan aspek aspek atau variabel yang dapat dikendalikan oleh pelaku usaha mencapai tujuan.

2.2.4 Minat Konsumen

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu hal. Sedangkan menurut Rusmiati (2017) menyebutkan jika minat merupakan perasaan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan atau dorongan agar seseorang tersebut melakukan sesuatu.

Dalam ruang lingkup pemasaran lebih bayak membahas mengenai minat beli. Menurut Kottler dalam Maulana dan Kurniawati (2014) minat beli merupakan suatu keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang atau diberikan dari seorang pencetus dalam keputusan pembelian, dimana orang tersebutlah yang pertama kali memberikan gagasan kepada orang lain agar membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Aptana (2016) minat beli merupakan suatu bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi.

Pada ruang lingkup jasa pendidikan minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Crow dan Crow dalam Nursalina dan Budiningsih (2014) adalah sebagai berikut:

a. Faktor pendorong dari dalam

Merupakan atau dorongan yang muncul dikarenakan lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan seseorang sehingga akan menimbulkan minat dari diri orang itu sendiri. Dorongan dari dalam ini bisa seperti dorongan keinginan untuk ingin tahu, belajar, membaca dll.

b. Faktor motif sosial

Selain dorongan dari dalam diri, minat juga dapat dipengaruhi oleh motif sosial, dimana ketika seseorang ingin mendapatkan pengakuan atau penghargaan dari orang lain, maka akan muncul minat pada diri seseorang tersebut.

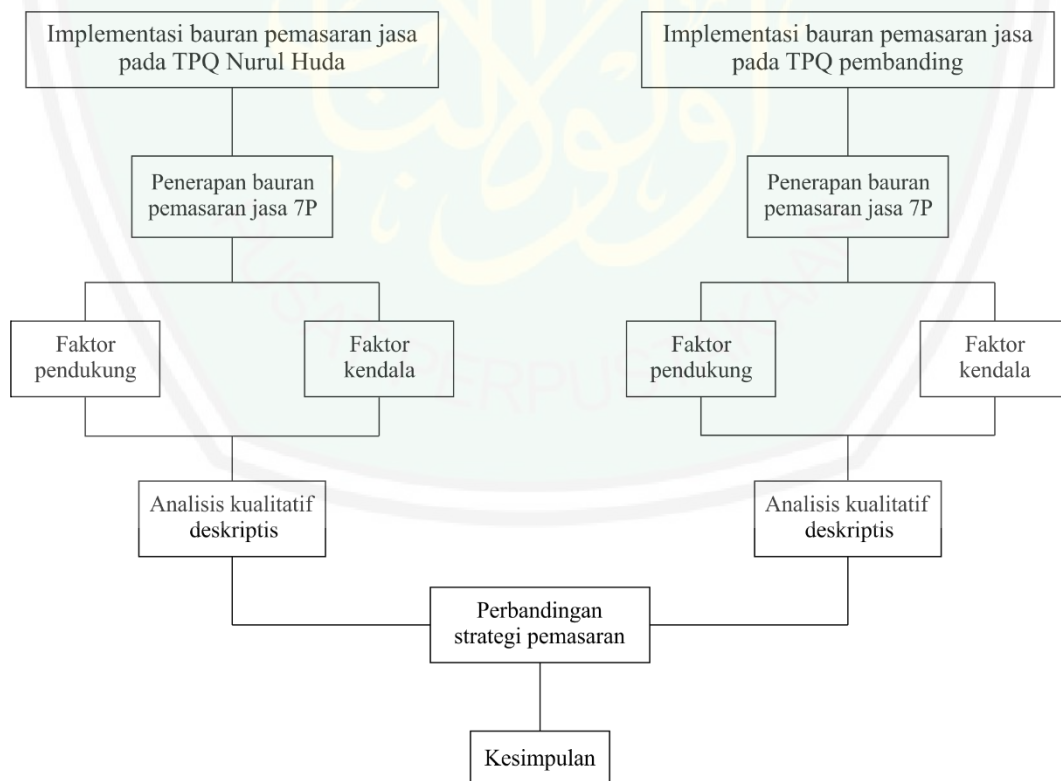
c. Faktor emosi

Minat memiliki hubungan yang cukup erat dengan emosi. Contohnya saja ketika kegiatan yang dilakukan oleh seseorang menuai kesuksesan tentunya akan timbul perasaan senang pada diri orang tersebut sehingga dapat meningkatkan semangat atau kuatnya minat seseorang dalam melakukan hal tersebut.

2.3 Kerangka Berfikir

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan, maka peneliti akan menggambar pada kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: Data diolah Peneliti

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk memaparkan dan menjelaskan bagaimana implementasi bauran pemasaran 7P sebagai strategi pemasaran dan membandingkan hasilnya dengan lembaga lain yang lebih unggul, maka penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif menurut Sugiyono (2013) merupakan suatu metode yang berlandaskan pada filsafat *postpositivme*, dimana biasanya metode ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Pada metode ini peneliti berperan sebagai instrument kunci, dimana hasil dari penelitiannya lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Selain itu dengan pendekatan deskriptif maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini merupakan data data yang berbentuk kata kata atau gambar sehingga tidak begitu menekankan pada data berupa angka. Penelitian dengan metode ini sering digunakan untuk meneliti kondisi objek yang berkembang apa adanya dan tidak ada manipulasi apapun yang dilakukan oleh peneliti, serta kehadiran peneliti juga tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut.

Selain itu karena dalam penelitian ini juga membandingkan antara dua lembaga pendidikan, maka penelitian ini juga menggunakan metode *benchmarking* sebagai cara untuk membandingkan dua lembaga pendidikan

tersebut. Menurut Suluri (2019) *benchmarking* merupakan suatu cara untuk meningkatkan kualitas dari suatu perusahaan yang mengeluarkan produk ataupun layanan jasa dengan membandingkan standart mutu dari perusahaan tersebut dengan standart mutu yang dimiliki oleh perusahaan lain sejenis. Menurut Alma (2003) *benchmarking* ini merupakan seni untuk mengetahui mengapa perusahaan atau lembaga lain dapat lebih unggul, sehingga dapat dipelajari oleh perusahaan lain atau lembaga lain agar dapat meniru keunggulan tersebut. Dalam lembaga pendidikan kegiatan benchmarking ini cukup lumrah dilakukan.

3.2 Lokasi Penelitian

Karena penelitian ini membandingkan dua buah lembaga pendidikan sebagai objek penelitiannya, maka dalam penelitian ini memiliki dua lokasi penelitian. Lokasi pertama yang digunakan dalam penelitian ini adalah TPQ Nurul Huda yang beralamat di JL L.A. Sucipto Gg 22A, RT. 06, RW. 10, Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Lalu lokasi yang kedua adalah TPQ Ar Rochman yang beralamat di JL L.A. Sucipto Gg 22B No. 38, RT. 10, RW. 09, Kelurahan Pandanwangi, Kecamatan Blimbing, Kota Malang.

Lokasi pertama dipilih oleh peneliti karena berdasarkan data yang didapat oleh peneliti, sebagai TPQ yang baru berdiri di wilayah Kelurahan Pandanwangi, jumlah santri yang ada pada TPQ Nurul Huda ini mampu melebihi rata-rata jumlah santri yang ada pada TPQ Lain yang ada pada Kelurahan Pandanwangi. Dari hal ini, dapat dilihat jika TPQ Nurul Huda dapat menarik animo masyarakat yang lebih banyak jika dibandingkan dengan TPQ lain disekitarnya. Namun meskipun begitu, jumlah santri yang ada saat ini bisa dibilang hanya merupakan

santri pengikut awal dari berdirinya TPQ Nurul Huda ini. Namun jika dibandingkan dengan jumlah santri yang ada saat ini pada TPQ lain di Kelurahan Pandanwangi, jumlah ini masih tergolong sedikit dimana rata-rata TPQ lain memiliki jumlah santri sekitar 50 sampai 150 santri. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang cukup baik untuk dapat menarik animo masyarakat yang lebih banyak lagi.

Lokasi kedua dipilih oleh peneliti karena sesuai dengan prinsip *benchmarking* dimana lembaga pembanding harus lebih unggul. TPQ Ar Rachman merupakan salah satu TPQ unggul di Kota Malang. TPQ Ar Rachman memiliki sekitar 315 santri, dimana jumlah ini bisa dibilang cukup tinggi jika dibandingkan dengan jumlah santri rata-rata pada TPQ di Kota Malang yang hanya berjumlah sekitar 100 sampai 150 santri saja. Dengan jumlah santri yang cukup banyak ini tentunya TPQ Ar Rochman ini bisa dibilang cukup sukses dalam menerapkan strategi pemasarannya. Oleh karena itu TPQ Ar Rochman ini bisa menjadi lokasi yang cukup baik untuk dilakukan benchmark dengan TPQ Nurul Huda yang sedang dalam tahap pengembangan.

3.3 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian lebih merujuk pada responden atau informan yang akan dimintai informasi seputar objek penelitian. Menurut Amirin dalam Fitrah dan Luthfiyah (2017) dijelaskan jika subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang ingin diperoleh keterangan yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar penelitian.

Adapun dalam menentukan menentukan subjek yang digunakan sebagai informan untuk diwawancarai, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* sebagaimana yang disampaikan oleh sugiono (2013) *purposive sampling* adalah teknik pemilihan informan dengan menggunakan suatu pertimbangan tertentu seperti halnya orang yang paling mengerti seputar objek penelitian ataupun orang yang paling tahu tentang apa yang diharapkan oleh peneliti sehingga akan memudahkan dalam proses pengambilan data atau informasi. Dalam hal ini peneliti menggunakan dua jenis informan yakni informan utama dan informan pendukung. Kriteria yang digunakan dalam menunjuk informan utama adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui informasi secara umum seputar objek penelitian.
- b. Mengetahui secara detail mengenai masalah yang akan dihadapi dalam penelitian.
- c. Berperan aktif dalam objek penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka subjek yang di gunakan untuk penelitian ini adalah pendiri, pengurus dan pengajar dari masing masing TPQ. Sedangkan untuk kriteria dalam menentukan informan pendukung adalah sebagaimana berikut:

- a. Memiliki hubungan dengan objek penelitian namun tidak memiliki peran aktif di dalamnya.
- b. Dapat memberikan informasi pendukung sebagai pelengkap dalam pengumpulan data penelitian

Dari kriteria tersebut, maka informan yang akan ditunjuk sebagai informan pendukung adalah wali santri dari masing masing TPQ baik dari TPQ Nurul Huda maupun TPQ Ar Rochman.

3.4 Data dan Jenis Data

Suatu kegiatan penelitian pasti tidak akan terlepas dari yang namanya data. Data merupakan suatu bahan baku informasi dalam memberikan gambaran spesifik mengenai objek penelitian. Menurut Siyoto (2015) data merupakan suatu fakta empirik yang dikumpulkan untuk kepentingan penelitian seperti pemecahan masalah atau menjawab pertanyaan, pertanyaan yang muncul. Data penelitian ini dapat diperoleh dari berbagai sumber yang dikumpulkan melalui berbagai cara yang dilakukan selama kegiatan penelitian berlangsung.

Data menurut Mamik (2013) adalah suatu bahan keterangan mengenai suatu objek yang diperoleh dari lokasi penelitian. Menurutnya definisi dari data hampir mirip dengan definisi dari informasi, hanya saja pada informasi lebih menonjolkan pada segi pelayanan sedangkan pada data lebih menonjolkan pada aspek materi. Data dikonsepsikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan mengenai fakta-fakta yang ada pada lokasi penelitian.

Dalam hal ini peneliti akan menggunakan dua jenis data untuk penelitian yakni data primer dan data sekunder. Data primer menurut Salim dan Haidir (2019) merupakan suatu data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung dari sumber data seperti dari objek yang diteliti atau dari hal yang berkaitan dengan objek penelitian. Data primer ini terkadang juga disebut sebagai data asli atau data terbaru (*data up to date*). Untuk mendapatkan data primer ini dapat dilakukan

dengan berbagai cara seperti observasi, wawancara, diskusi terfokus (*Focus Group Discussion*) penyebaran kuisioner atau dengan teknik teknik lainnya.

Data sekunder menurut Siyoto (2015) merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti yang berasal dari sumber sumber yang telah ada seperti buku, jurnal, data statistik, laporan dan sumber sumber data lainnya diluar objek penelitian. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, data sekunder ini hanya berupa data data pendukung dari data primer.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu hal yang cukup penting untuk dilakukan dalam suatu penelitian. Menurut Sugiono (2013) dalam mengumpulkan data dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, serta berbagai cara. Jika mengacu pada setting yang digunakan, maka pengumpulan data tersebut dapat dilakukan pada setting alamiah, pada laboratorium (dengan menggunakan metode eksperimen), di rumah dengan menggunakan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi dan lain lain. Jika dilihat dari sumber datanya maka data akan terbagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan suatu data yang dijadikan sebagai sumber data utama dalam penelitian. Sedangkan data sekunder biasanya hanya berupa data pendukung dari data primer.

Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab sambal bertatap muka antara

peneliti dengan responden (narasumber) mengenai objek penelitian (Rukajat, 2018)

Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara ini dapat dilakukan dengan dua cara yakni wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan apabila pengumpul data sudah mengetahui dengan pasti mengenai informasi yang akan didapatkan, sehingga peneliti yang menggunakan teknik wawancara terstruktur akan menyiapkan instrument penelitian berupa kertas berisi pertanyaan beserta dengan alternative jawabanya. Pada wawancara tidak terstruktur pengumpul data masih belum mengetahui informasi apa yang akan ia dapatkan, sehingga pengumpul data akan lebih banyak untuk mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada subjek subjek penelitian yakni pendiri, staff/pengurus, pengajar, santri/wali santri DAN masyarakat dari TPQ Nurul Huda dan TPQ Ar Rochman. Wawancara kepada pendiri TPQ dilakukan karena pendiri merupakan pihak yang merancang segala kebijakan pada TPQ tersebut termasuk dalam hal pemasarannya. Sedangkan wawancara kepada staff/pengurus TPQ dilakukan karena mereka yang bertugas untuk menjalankan kegiatan pemasaran pada TPQ, wawancara kepada santri/wali santri untuk menggali informasi mengenai bagaimana kegiatan pemasaran yang dilakukan TPQ dari sudut pandang konsumen.

Tabel 3. 1
Skema Wawancara

| No. | Fokus Penelitian | Informan | Konteks |
|-----|--------------------|--------------------|--|
| 1 | Bauran Produk | Pendiri TPQ | a. Data profil TPQ b. Bagaimana layanan jasa yang ditawarkan c. Strategi pemasaran apa yang diterapkan |
| 2 | Bauran Harga | Pengurus TPQ | a. Bagaimana penetapan harga yang diterapkan pada TPQ |
| | | Santri/Wali Santri | a. Apakah harga yang diterapkan oleh TPQ sesuai dengan apa yang ditawarkan b. Apakah harga yang diterapkan mudah dijangkau |
| 3 | Bauran Tempat | Pendiri | a. Apakah lokasi yang digunakan sebagai tempat layanan jasa sudah memenuhi aspek yang mendukung untuk dilakukan strategi pemasaran (akses, visibilitas, ekspansi, jarak dengan pesaing, dll) |
| 4 | Bauran Promosi | Pengurus | a. Kegiatan promosi apa yang digunakan sebagai strategi memasarkan TPQ |
| | | Wali santri | a. Apakah kegiatan promosi yang dilakukan oleh TPQ dapat diketahui atau dirasakan oleh masyarakat sekitar. |
| 5 | Bauran Orang | Pendiri | a. Bagaimana metode pemilihan pengurus atau pengajar yang bekerja di TPQ b. Bagaimana kinerja dari pengurus dan pengajar yang ada |
| 6 | Bauran Bukti Fisik | Pengurus | a. Bagaimana sarana dan prasarana yang ada pada TPQ dalam proses penyampaian jasa |
| | | Santri/Wali santri | a. Apakah sarana dan prasarana yang ada pada |

| | | | |
|---|----------------|--------------------|--|
| | | | TPQ dapat mendukung kegiatan penyampaian jasa |
| 7 | Bauran Proses | Pengajar | a. Bagaimana proses pelayanan dan penyampaian jasa yang dilakukan |
| | | Santri/Wali Santri | a. Apakah proses kegiatan penyampaian jasa mudah diterima oleh konsumen (metode, pelayanan, dll) |
| 8 | Minat Konsumen | Santri/Wali santri | a. Hal apa yang menarik minat konsumen untuk menggunakan layanan jasa di TPQ tersebut |

Data diolah oleh penulis, 2021.

Mengacu dari kriteria penentuan subjek yang digunakan sebagai informan pada subjek penelitian, maka peneliti dapat menunjuk beberapa orang yang dapat digunakan sebagai informan utama dalam penelitian ini yakni:

Tabel 3. 2
Informan Utama

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|--------------|-------------------------|
| 1 | Supriyantoko | Pendiri TPQ Nurul Huda |
| 2 | Bambang | Pengurus TPQ Nurul Huda |
| 3 | Afi | Pengajar TPQ Nurul Huda |
| 4 | Nur Hadi | Pendiri TPQ Ar Rochman |
| 5 | Zahro | Pengajar TPQ Ar Rochman |

Data diolah oleh penulis, 2022

Lalu untuk informan yang akan ditunjuk sebagai informan pendukung adalah sebagaimana berikut:

Tabel 3. 3
Informan Pendukung

| No. | Nama | Jabatan |
|-----|------------|----------------------------|
| 1 | Slamet | Wali Santri TPQ Nurul Huda |
| 2 | Puspa | Wali Santri TPQ Nurul Huda |
| 3 | Ida | Wali Santri TPQ Ar Rochman |
| 4 | Sri Rejeki | Wali Santri TPQ Ar Rochman |

Data diolah oleh penulis, 2022

B. Observasi

Observasi menurut Sitoyo (2015) adalah pemusatan perhatian terhadap suatu objek dalam upaya mendapatkan data. Observasi memiliki ciri yang lebih spesifik dalam mengumpulkan data jika dibandingkan dengan wawancara. Hal ini disebabkan karena pada teknik wawancara pengumpul data hanya akan berinteraksi kepada orang saja, sedangkan pada teknik observasi tidak hanya terbatas pada orang saja melainkan pada hal lain yang menyangkut objek penelitian.

Menurut Sugiyono (2013) Observasi biasanya digunakan apabila penelitian yang dilakukan berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu besar/banyak.

Dalam melakukan pengumpulan data dengan teknik observasi ini, peneliti akan melakukan pengamatan untuk mendapatkan data mengenai lingkungan dan kondisi yang ada baik pada TPQ Nurul Huda dan TPQ Ar Rochman yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang dilakukan.

C. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Salim (2019) adalah proses pengumpulan data dengan dengan mencari hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, agenda dll. Bila dibandingkan metode pengumpulan data yang lain, metode ini bisa dibilang tidaklah terlalu sulit karena apabila terjadi kekeliruan dalam mengolah data maka sumber datanya masih tetap dan tidak berubah. Hal ini dikarenakan dalam metode dokumentasi ini hal yang diamati bukanlah benda hidup melainkan benda mati.

Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mencari data seputar strategi pemasaran pada TPQ Nurul Huda dan TPQ Ar Rochman. Dokumentasi ini dilakukan untuk melengkapi data yang didapat dari wawancara dan observasi.

3.6 Analisa Data

Analisa data menurut Sugiyono (2013) merupakan serangkaian proses untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh secara sistematis baik yang berasal dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi atau car acara lainnya. Hal ini dilakukan dengan cara mengorganisasikan data ke dalam beberapa kategori, menjabarkan ke dalam unit, melakukan sintesa, menyusunnya ke dalam pola dan memilah mana data yang penting yang akan dipelajari. Setelah itu peneliti akan membuat kesimpulan sehingga hasil dari penelitiannya dapat dipahami oleh diri sendiri ataupun orang lain.

Sedangkan analisis data menurut Moeloeng dalam Siyoto (2015) analisis data adalah suatu upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan data,

mengolah data dan memecahnya menjadi satuan satuan, mensintesis dan menemukan pola dari data tersebut. Selanjutnya menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari dari data sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Analisis dalam penelitian kualitatif sudah dapat dilakukan ketika proses pengumpulan data sedang berlangsung, dan pada saat pengumpulan data telah selesai dilakukan. Ketika sedang dilakukan pengumpulan data dengan metode wawancara, peneliti sudah dapat menganalisa data dari jawaban yang diberikan oleh narasumber. Apabila jawaban yang diterima setelah dianalisis ternyata masih belum memuaskan, maka peneliti dapat mengajukan pertanyaan lagi sampai data yang diterima dapat dianggap kredibel. Menurut Miles dan Hubberman dalam Sugiyono (2013) mengemukakan jika kegiatan dalam analisis data secara kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai data yang diterima sudah dirasa cukup. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah *data reduction*, *data display*, *triangulasi* dan *conclusion drawing* yang akan dijelaskan pada penjabaran berikut:

A. *Data Reduction*

Mereduksi data berarti melakukan pemilahan terhadap data dengan memilih hal pokok, memfokuskan terhadap hal hal penting, mencari tema dan pola dalam data tersebut dan membuang data data yang tidak diperlukan. Dengan begitu data yang telah direduksi dapat memberikan gambaran yang lebih jelas sehingga dapat mempermudah peneliti untuk pengolahan data berikutnya.

Tujuan dari pereduksian data ini adalah untuk menyederhanakan data yang telah diperoleh selama pengumpulan data lapangan. Data yang diperoleh ketika proses pengumpulan data pasti cukup banyak dan bisa jadi masih tercampur dengan informasi informasi lain yang tidak dibutuhkan untuk penelitian. Sehingga peneliti perlu menyederhanakan data yang diperoleh dan membuang berbagai data yang tidak ada kaitanya dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga pereduksian data ini tidak hanya bertujuan untuk merapikan data yang telah didapat melainkan juga untuk memastikan jika data yang akan diolah merupakan data yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian.

B. Penyajian data

Setelah data direduksi maka selanjutnya data akan didisplay atau disajikan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya dapat berupa uraian singkat, bagan hubungan antar kategori, *flow chart*, dan lain sejenisnya.

Menurut Miles dan Hubberman dalam Sitoyo (2015) menyebutkan jika penyajian data adalah sekumpulan data/informasi tersusun yang dapat memungkinkan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi tersebut agar dapat memungkinkan ditarik kesimpulan. Hal ini dilakukan karena data yang diperoleh selama penelitian kualitatif biasanya berupa narasi sehingga diperlukan suatu penyederhanaan bentuk tanpa mengurangi isinya.

Penyajian data ini dilakukan agar dapat melihat gambaran dari keseluruhan data atau bagian-bagian tertentu dari data yang telah didapatkan. Pada tahap ini peneliti berupaya untuk mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok atau tema dari penelitian sehingga lebih memudahkan proses pengolahan data.

C. Triangulasi data

Triangulasi data merupakan suatu alat yang digunakan untuk menguji kebenaran ataupun keabsahan data yang telah didapatkan. Hal ini dilakukan untuk mencari makna dari data yang telah dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan dari data tersebut. *Triangulasi data* ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan yang disampaikan oleh subjek penelitian dengan makna-makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian. Menurut Sugiono (2013) terdapat tiga jenis metode triangulasi data yakni:

a. Triangulasi sumber

Triangulasi Sumber merupakan cara untuk menguji keabsahan dengan menggali informasi dari berbagai sumber atau subjek penelitian. Data atau informasi yang telah didapat dari salah satu sumber akan ditanyakan kebenarannya kepada sumber atau subjek penelitian lain. Dengan begitu dapat menunjukkan apakah informasi yang diterima apakah memiliki kebenaran atau malah sebaliknya. Jika data yang telah dikumpulkan adalah benar maka data dapat dikumpulkan, akan tetapi apabila data yang didapat masih kurang

benar atau bahkan salah, maka akan dilakukan pengecekan atau dilanjutkan dengan metode triangulasi lainnya.

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik ini adalah cara menguji keabsahan data dengan membandingkan hasil yang didapat dengan teknik tertentu dengan teknik lainnya. Contohnya saja data yang didapatkan dengan teknik dokumentasi maka akan diuji kebenarannya dengan menggunakan metode wawancara kepada objek penelitian ataupun dengan melakukan observasi di tempat penelitian. Inti dari triangulasi teknik ini adalah membandingkan dua atau lebih teknik pengumpulan data guna mencari kebenaran dari informasi yang didapatkan.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu ini adalah metode triangulasi dengan membandingkan waktu dari pengambilan data atau informasi. Perbedaan waktu dari pengambilan data bisa saja menimbulkan hasil yang berbeda juga. Contohnya saja ketika melakukan observasi untuk mengamati kondisi lalu lintas suatu tempat usaha, maka bisa saja hasil yang di dapat pada pagi dan siang hari berbeda. Pada pagi hari banyak orang berangkat bekerja sehingga lalu lintas akan menjadi lebih ramai sedangkan pada siang hari lalu lintas akan terlihat sedikit lebih lenggang.

D. Conclusion Drawing

Setelah di reduksi, disajikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Pada bagian ini peneliti akan menarik kesimpulan dari data data yang diperoleh selama penelitian dilakukan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya masih belum pernah ada. Temuan ini dapat berupa deskripsi atau gambaran dari suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas, dan setelah dilakukan penelitian maka gambaran dari suatu objek penelitian tersebut menjadi jelas.

Pada kegiatan kegiatan analisis data yang telah disebutkan diatas, tidak selamanya akan berlangsung secara berurutan. Bisa jadi setelah dilakukan penyajian data masih perlu untuk dilakukan reduksi data lagi sebelum ditarik suatu kesimpulan dari data tersebut.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 TPQ Nurul Huda

4.1.1 Sejarah dan Profil TPQ Nurul Huda

TPQ Nurul Huda berdiri pada tanggal 15 Juni 2020. Awal mula berdirinya TPQ Nurul Huda ini disebabkan karena tidak adanya lembaga pendidikan TPQ di wilayah lingkungan Dusun Lokcari Kelurahan Pandanwangi Kota Malang selama beberapa tahun terakhir. Memang sebelumnya sempat ada lembaga TPQ yang berdiri di wilayah Dusun Lokcari ini, namun karena kepengurusan yang kurang baik akhirnya pada tahun 2017 Lembaga TPQ ini harus berhenti operasi. Karena tidak adanya lembaga TPQ yang beroperasi di lingkungan Dusun Lokcari, banyak anak kecil yang akhirnya tidak mengaji dan sebagian lainnya ada juga yang memilih untuk mengaji di lembaga pendidikan TPQ di luar dusun.

Pada puasa Ramadhan tahun 2020, sekitar 5 orang anak meminta untuk belajar mengaji di salah satu rumah warga yakni rumah Bapak Supriyanto atau yang lebih dikenal dengan Bapak Supri, setelah berjalan beberapa waktu hingga puasa Ramadhan 2020 berakhir kegiatan mengaji di rumah Bapak Supri ini terus berjalan dan jumlah anak yang mengaji jga terus bertambah mencapai sekitar 15 oarang anak. Karena dirasa rumah yang digunakan sebagai tempat mengaji sudah terlalu penuh, akhirnya Bapak Supri mencoba untuk membicarakan kegiatan mengaji ini dengan pengurus Masjid Nurul

Huda dengan harapan agar pengurus masjid dapat membantu kegiatan mengaji seperti penyediaan tempat dan dan tambahan pengajar. Hal ini ternyata mendapat sambutan yang cukup baik dari pengurus Masjid Nurul Huda, karena dari pengurus Masjid Nurul Huda sendiri sebenarnya ingin mendirikan TPQ untuk mengisi kekosongan di lingkungan Dusun Lokcari. Akhirnya setelah berdiskusi dan ternyata terdapat persamaan tujuan dari Bapak Supri dan pengurus Masjid Nurul Huda maka dibentuklah TPQ Nurul Huda dibawah kepengurusan dari Masjid Nurul Huda.

Adapun struktur organisasi dari TPQ Nurul Huda adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 1
Struktur Organisasi TPQ Nurul Huda



Sumber: Dokumentasi penelitian, 2022

4.1.2 Paparan Bauran Pemasaran 7P dan pada TPQ Nurul Huda

A. Produk

Produk dalam layanan jasa Pendidikan merupakan jasa apa yang akan ditawarkan oleh Lembaga Pendidikan kepada para konsumen. Dalam hal ini produk yang ditawarkan oleh TPQ Nurul Huda adalah berbagai ilmu agama dasar untuk anak-anak dengan produk utama belajar membaca Al-Quran dengan metode Iqro' dan diselingi dengan ilmu akhlak dan ilmu fiqih dasar untuk anak-anak. Metode Iqro ini dipilih karena proses pembelajarannya yang mudah, tidak diperlukan pelatihan khusus bagi pengajar yang akan mengajar menggunakan metode Iqro, Harganya yang murah serta mudah untuk ditemui di toko buku ataupun toko kitab.

Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Bambang selaku pengurus dari TPQ Nurul Huda dalam wawancaranya pada 2022 yakni :

“Kalau di sini hanya mengaji Iqro, Al-quran dan hafalan Juz 30 dengan diselingi Fiqih dasar dan Aqidah Akhlak.”

Dilanjut dengan penjelasan dari Bapak Supri selaku pendiri TPQ Nurul Huda dalam wawancaranya pada 4 Maret 2022:

“Yang diajarkan itu mengenai dasar dasar membaca Al Quran dan fiqh dasar agar anak-anak itu memiliki unggah ungguh yang baik. Untuk Al Quran itu agar anak-anak bisa membaca Al Quranya itu. Nan ti jika ingin mempelajari ilmu agama yang lebih dalam nanti bisa melanjutkan ke jenjang berikutnya di

Pondok Pesantren. Jadinya disini hanya mengajarkan tentang ilmu dasar.

Selain itu Bapak Supri juga memberikan penjelasan mengenai alasan digunakan metode Iqro dalam wawancaranya pada 4 Maret 2022 berikut:

“Untuk metode yang digunakan di sini menggunakan metode Iqro. Karena dengan menggunakan Iqro itu banyak yang sudah mengerti mengenai metodenya dan lagi tidak membutuhkan pelatihan khusus untuk guru guru yang akan mengajarkannya. Menurut saya kalau Iqro itu metode yang sudah sangat umum lah sehingga jika di rumah ingin belajar dengan orang tua masing masing juga bisa. Dan lagi untuk harganya itu juga lebih murah serta lebih mudah untuk menemukannya di toko toko kitab jika dibandingkan dengan metode lainnya.

Sayangnya di TPQ Nurul Huda ini hanya memberikan pelayanan pembelajaran sampai jenjang Al Quran saja. Tidak ada jenjang lanjutan setelah santri menyelesaikan pendidikan di TPQ Nurul Huda. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengajar yang ada di TPQ Nurul Huda. Selain itu faktor kurangnya sarana untuk membuka jenjang lanjutan ini juga menjadi sebuah pertimbangan tersendiri bagi TPQ Nurul Huda. Sehingga dapat disimpulkan jika apa yang ditawarkan oleh TPQ Nurul Huda hanyakah pelajaran dasar mengenai ilmu membaca Al Quran dan ilmu Fiqh dasar saja.

B. Harga

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, penetapan harga yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda berusaha agar tidak memberatkan orang tua santri. Oleh karena itu TPQ Nurul Huda sama

sekali tidak mematok biaya untuk pendaftaran masuk TPQ. Orang tua santri hanya perlu mengisi formulir pendaftaran saja jika ingin mendaftarkan anaknya di TPQ Nurul Huda.

Selain itu, biaya bulanan di TPQ Nurul Huda juga tidak mematok berapa nominal tertentu yang harus dibayarkan oleh orang tua santri. Semua itu dibebankan sesuai dengan kemampuan orang tua santri. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh Bapak Bambang selaku pengurus TPQ Nurul Huda pada tanggal 4 Desember 2021:

“Penetapan biaya SPP disesuaikan dengan kemampuan orang tua santri/seikhlasnya, hal ini dilakukan agar tidak memberatkan orang tua, namun juga bagi orang tua yang memiliki rezeki lebih bisa memberikan infaq lebih.”

Begitu juga dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Supri pada tanggal 22 Januari 2022:

“ Masalah pembiayaan selama ini pihak TPQ tidak ingin terlalu membebankan masalah biaya kepada orang tua santri. Seandainya ada yang punya rezeki ya silahkan menyumbang seikhlasnya dan itupun tidak ada tekanan sama sekali. Seandainya nanti ada kekurangan masalah biaya, maka nanti bisa musyawarahkan dengan pengurus Masjid bagaimana jalan keluarnya. Yang terpenting adalah bagaimana anak-anak bisa nyaman mengaji di sini dulu, masalah biaya itu masalah orang dewasa, anak jangan sampai dibebani biaya.

Meskipun gratis biaya pendaftaran dan biaya bulanan disesuaikan dengan kemampuan orang tua santri masing masing, namun tetap saja

untuk buku pelajaran dan kitab yang digunakan untuk mengaji harus dibeli sendiri oleh masing masing.

Menurut Ibu Puspa selaku orang tua santri mengatakan pada 28 Januari 2022 bahwa :

“ Untuk biayakan tarifnya sukarela tidak dipatok harga, jadinya masih mudah dijangkau. Dan seharusnya kalau sukarela itu orang tua banyak yang mengajikan di situ karena menurut saya itu cukup murah. Anggap saja sekarang jika ada orang tua yang hanya mampu untuk membayar Rp 5000 pun juga masih diperbolehkan dan itu juga tidak pernah ditarik dengan minimal harga berapa gitu juga tidak pernah. Jadinya masih terhitung cukup murah dan terjangkau.”

Menurutnya biaya yang dibebankan oleh TPQ Nurul Huda cukup murah dan terjangkau, dan seharusnya sama sekali tidak memberatkan orang tua santri. Dan dari hal tersebut ia berpendapat jika biaya yang cukup terjangkau bisa menjadi salah satu alasan untuk menarik minat masyarakat agar mengajikan anaknya di TPQ Nurul Huda. Selain itu meskipun biaya yang dipatok cukup terjangkau namun apa yang diberikan oleh TPQ Nurul Huda juga sudah cukup sesuai dengan apa yang diharapkan oleh orang tua santri, seperti apa yang disampaikan oleh Bapak Slamet yang juga orang tua santri pada tanggal 29 Januari 2022:

“Kalau bagi saya sudah lebih lebih. Walaupun saya tidak tahu sendiri hanya dengar dari orang jika dibandingkan dengan harga ilmu mengaji itu satu hurufnya saja sudah berapa keuntungannya? Apalagi saya setiap bulanya hanya membayar sekitar Rp 20.000,-

itu sebenarnya saya masih kurang, cuma karena mampunya baru semampunya baru segitu jadinya sudah bagus lah apa yang diberikan oleh TPQ. ”

Dari hasil observasi tersebut menunjukkan jika harga yang diterapkan pada TPQ Nurul Huda sebisa mungkin tidak memberatkan orang tua santri, dengan tidak adanya biaya pendaftaran dan biaya bulanan yang hanya dibayar sesuai dengan kemampuan orang tua santri. Dengan tarif harga seperti ini tentunya sama sekali tidak memberatkan orang tua santri namun apa yang diberikan oleh TPQ Nurul Huda sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh orang tua santri. Hal ini sesuai dengan teori yang dibahas pada BAB II lalu dimana Alma (2018) menjelaskan jika tujuan dari pemasaran Pendidikan memang lebih berfokus pada bagaimana cara agar lembaga mendapatkan citra yang baik sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di layanan jasa tersebut.

C. Tempat

Lokasi yang digunakan oleh TPQ Nurul Huda merupakan bangunan milik warga sekitar yang diwakafkan untuk Masjid Nurul Huda. Lokasi bangunan wakaf ini berada sekitar 30 meter di sisi timur Masjid Nurul Huda. Lokasinya cukup strategis berada tepat di tengah kampung dengan akses jalan yang cukup luas. Lokasi ini yang berada di tengah kampung ini cukup memudahkan warga sekitar untuk menjangkau TPQ. Hal ini diungkapkan oleh Bapak Supri selaku pendiri TPQ dalam wawancara berikut pada 22 Januari 2022 :

“Alhamdulillah selama ini Masjid Nurul Huda punya bangunan waqof dari masyarakat. Bangunan inilah yang digunakan sebagai lokasi TPQ. Lokasinya sendiri juga tidak jauh dari Masjid dan akses jalanya juga berada di jalan kampung yang bisa dilalui oleh mobil, sehingga akses jalanya cukup enak apabila orang tua mau antar jemput.”

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat jika akses yang dimiliki oleh TPQ Nurul Huda cukup baik, karena dapat dijangkau oleh berbagai kendaraan pribadi. Memang akses jalan yang untuk menuju ke TPQ Nurul Huda ini cukup luas hingga bisa dilalui oleh dua mobil sekaligus, sehingga tidak ada kendala apapun untuk akses menuju TPQ Nurul Huda.

Kemudian dari segi visibilitas, di TPQ Nurul Huda terdapat sebuah papan nama yang terpasang di bagian depan TPQ. Papan Nama tersebut memiliki ukuran yang tidak terlalu besar sekitar 40 x 60 cm. Meskipun tidak terlalu besar tulisan yang tertera pada papan nama tersebut masih bisa dilihat dengan jelas oleh masyarakat yang lewat bagian depan TPQ karena memiliki warna tulisan yang cukup kontras serta ukuran tulisanya yang cukup besar. Dengan ini TPQ Nurul Huda menjadi cukup mudah dikenali dan cukup dapat membantu masyarakat untuk mengetahui lokasi dari TPQ Nurul Huda itu sendiri.

Lalu untuk Ekspansi di TPQ Nurul Huda memang untuk kondisi bangunan yang digunakan saat ini masih cukup untuk menampung jumlah santri yang ada hingga beberapa waktu kedepan. Akan tetapi apabila suatu saat terjadi penambahan jumlah santri yang cukup banyak,

tentunya kondisi tempat yang digunakan saat ini tidak memungkinkan untuk dilakukan perluasan karena keterbatasan lahan. Namun hal ini masih bisa diatasi dengan memanfaatkan Masjid Nurul Huda sebagai lokasi tambahan untuk tempat mengaji apabila memang diperlukan ekspansi.

Adapun mengenai ekspansi tempat ini dijelaskan oleh pengurus TPQ yakni Pak Bambang dalam wawancara pada 1 Maret 2022 berikut:

“Apabila terjadi penambahan santri yang cukup banyak, maka kegiatan mengaji akan dipindahkan ke Masjid Nurul Huda. Di masjid itu tempatnya cukup luas dan itu bisa dipakai. Nantinya kita akan berkoordinasi dengan pengurus Masjid. Kan yang di Masjid yang bagian atas itu masih cukup luas, tinggal mengatur waktu kegiatan belajarnya saja.”

Lalu dalam segi persaingan, lokasi yang digunakan oleh TPQ Nurul Huda memiliki jarak kurang lebih sekitar 500m dengan TPQ lain. Kondisi jarak yang bisa dibilang cukup jauh ini memang menjadi peluang tersendiri bagi TPQ Nurul Huda untuk menarik minat dari masyarakat sekitar terutama bagi orang tua yang khawatir jika mendaftarkan anaknya mengaji di lokasi yang jauh dari rumahnya. Kondisi ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Supri dalam wawancaranya pada tanggal 22 Januari 2022 :

“ Untuk jarak TPQ Nurul Huda ini dengan TPQ lain kurang lebih sekitar 1 Km, itupun kita juga sudah menjalin Kerjasama dengan TPQ lain sehingga tidak ada kesan untuk bersaing antar TPQ. Sehingga bagi anak-anak sendiri bisa lebih bebas memilih mau mengaji dimana, namun tetap disarankan untuk mencari

yang lebih dekat agar orang tuanya juga masi bisa mengawasi anak-anaknya.”

Yang terakhir untuk faktor pendukung yang ada pada TPQ Nurul Huda juga cukup baik. Dimana dalam segi lallintas yang ada memang tidak terlalu ramai karena hanya berupa jalan kampung, sehingga kemungkinan untuk terjadi macet ataupun penutupan jalan sangat kecil terjadi selain itu faktor pendukung lainnya seperti tempat parkir juga tersedia cukup baik dimana di depan tempat TPQ ini terdapat area seluas 5x 4 meter yang mampu untuk menampung beberapa motor.

Beberapa faktor diatas cukup sesuai dengan beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi untuk layanan jasa pendidikan menurut Irianto (2010) adalah sebagai berikut:

- a. Akses (kemudahan untuk mencapai lokasi layanan jasa)
- b. Visibilitas (apakah keberadaan atau bukti fisik dari tempat penyedia layanan jasa tersebut dapat terlihat dengan jelas oleh masyarakat)
- c. Ekspansi (ketersediaan lahan jika ada kemungkinan untuk perluasan usaha)
- d. Persaingan (perhitungan lokasi yang dimiliki dengan lokasi pesaing)
- f. Beberapa faktor pendukung lain seperti lalu lintas, tempat parkir dll.

D. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda tidaklah terlalu menonjol. TPQ Nurul Huda melakukan kegiatan promosi melalui mulut ke mulut seperti penyampaian Ketika ada kegiatan Masjid Nurul Huda, penyampaian kepada jamaah tahlil serta penyampaian

penyampaian kecil kepada masyarakat sekitar. Memang kegiatan promosi yang dilakukan hanyalah kegiatan promosi secara sederhana karena target pasar yang dituju adalah untuk menarik minat dari masyarakat sekitar dahulu.

Dalam hasil wawancara dengan salah satu pengurus yakni Bapak Bambang yang dilakukan pada tanggal 2 Februari 2022, mengenai kegiatan promosi apa yang dilakukan pada TPQ Nurul Huda, Beliau menjelaskan sebagaimana berikut:

“Mungkin dari orang tua itu sering disampaikan dari mulut ke mulut. Selain itu terkadang jua disampaikan melalui kegiatan jamaah tahlil. Selain itu untuk kedepan kita juga akan membuat seragam untuk anak-anak, sehingga dari adanya seragam itu kan masyarakat bisa tahu kalo disini ada TPQ. Ada lagi kegiatan promosi yang berupa memberikan hadiah atau reward kepada anak-anak, sehingga bisa memberi tahu ke orang-orang jika di TPQ Nurul Huda ini ada perhatian ke anak-anak.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat diketahui jika kegiatan promosi juga dilakukan melalui cara *organic WOM* dimana penyampaian promosi tidak sepenuhnya dilakukan oleh TPQ Nurul Huda itu sendiri melainkan dilakukan oleh santri atau wali santri atas kehendak mereka sendiri tanpa ada paksaan atau tekanan dari pihak TPQ Nurul Huda.

Cara yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda dalam melakukan *organic WOM* adalah dengan memberikan selingan berupa games atau pertanyaan pertanyaan dimana nantinya yang menang atau yang bisa

menjawab akan diberi reward atau hadiah sehingga membuat sang santri senang dan menceritakannya kepada keluarga atau teman teman. Secara tidak langsung hal ini akan menjadi topik pembicaraan tersendiri di kalangan masyarakat sehingga informasi mengenai TPQ Nurul Huda juga akan ikut menyebar.

Hal ini didukung oleh pendapat dari Bapak Slamet selaku wali santri yang diwawancarai pada 29 Januari 2022 mengenai apakah mengetahui kegiatan promosi apa yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda sebagai berikut:

“Tahu, seperti halnya kadang kadang anak-anak dikasih hadiah, secara tidak langsung kan itu juga merupakan bagian dari promosi.”

Selain itu hal senada juga disebutkan oleh Ibu Puspa pada 28 Januari 2022 yakni:

“ Kalo untuk promosi tahunya itu ketika ada rapat di Masjid Nurul Huda. Menurut saya itu juga salah satu promosi yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda. Selain itu kan juga sempat ada kegiatan kegiatan yang dilakukan oleh TPQ seperti mengajak anak-anak bermain diluar dll. Secara tidak langsung kan anak-anak yang tidak mengaji disitu kan jadi berfikir ternyata ngaji di TPQ Nurul Huda itu enak ya ada seperti permainan permainanya gitu.”

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat ditarik kesimpulan jika kegiatan promosi yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda cenderung hanya dilakukan menggunakan strategi *word of mouth*. Hal ini

dilakukan karena target pasar yang ingin dijangkau masih sebatas lingkungan sekitar wilayah Masjid Nurul Huda. Oleh karena itu sampai saat ini masih belum ada kegiatan promosi lain yang dilakukan guna meningkatkan jangkauan promosi dari TPQ Nurul Huda itu sendiri.

E. Orang

Untuk aspek orang (*People*) yang ada di TPQ Nurul Huda menyangkut pada sumber daya manusia yang ada mulai dari pengurus dan pengajar. Terdapat tiga orang pengajar dan dua orang pengurus yang ada di TPQ Nurul Huda ini. Pemilihan pengurus dan pengajar dilakukan melalui rapat antara pendiri dengan jajaran takmir Masjid Nurul Huda pada saat awal mula pendirian TPQ. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Bapak Supri sebagai pendiri TPQ dalam wawancara yang dilakukan pada 22 Januari 2022:

“Memang dulunya selama ini saya tangani sendiri. Melihat Santri yang semakin bertambah, akhirnya saya bermusyawarah dengan pengurus Masjid Nurul Huda. Jadi masalah kepengurusan dan pengajar saya serahkan kepada pengurus Masjid Nurul Huda. Begitu juga dengan masalah keuangan, masalah tempat dan masalah lain lain itu hasil musyawarah dengan pengurus masjid. Untuk masalah pengajar akhirnya disepakati untuk mencari pemuda di sekitar masjid yang sekiranya memiliki ilmu agama dan punya jiwa untuk mengajar akhirnya dimintai tolong untuk mengajar di TPQ. Jadi pengajarnya sendiri masih berasal dari lingkungan sendiri.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Bambang dalam wawancaranya pada 2 Februari 2022:

“Untuk pemilihan pengajar dan pengurus TPQ itu dulu berdasarkan rapat dan musyawarah dengan takmir Masjid Nurul Huda dan Tokoh Tokoh masyarakat sekitar.”

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan memang untuk pengurus sendiri diambil dari perwakilan takmir Masjid Nurul Huda. Sedangkan untuk pengajarnya lebih diutamakan untuk mencari remaja atau pemuda yang berasal dari wilayah sekitar Masjid Nurul Huda sendiri yang sekiranya memiliki ilmu agama yang baik serta memiliki jiwa untuk mengajar anak kecil.

Untuk kinerja dari pengurus dan pengajar yang ada saat ini bisa dikatakan sudah cukup baik dikarenakan selama berjalanya TPQ Nurul Huda belum pernah terjadi suatu masalah yang berarti mengenai pengurus dan pengajar yang ada akan tetapi apabila dibandingkan dengan TPQ lain masih ada beberapa hal yang perlu diperbaiki. Bapak Supri dalam wawancara pada 22 Januari 2022 mengatakan :

“Memang kalau untuk masalah pengurus dan pengajar bisa dibilang masih cukup kurang, karena kita masih awam dan masih banyak yang harus dipelajari. Kedepannya adalah bagaimana caranya agar kepengurusan agar terus berkembang menjadi lebih baik dengan mempelajari dari TPQ lain yang sudah berjalan lebih lama seperti TPQ Sabilillah atau Masjid Jami’. Apakah sampai nanti hanya akan berjalan seperti ini saja atau

nanti akan jauh lebih berkembang menjadi lebih baik tentunya kita masih perlu banyak belajar dari kekurangan itu.

Dalam hasil observasi yang telah dilakukan, terdapat kekurangan yang ada dalam kepengurusan di TPQ Nurul Huda. Seperti pada kurangnya komunikasi internal dalam organisasi kepengurusan TPQ. Dimana selama ini hubungan komunikasi antara pengajar dan pengurus cukup jarang untuk dilakukan. Sehingga selama ini kegiatan kepengurusan dan pengajaran yang dilakukan di TPQ Nurul Huda berjalan sesuai dengan SOP dan ketentuan tanpa adanya evaluasi, pembahasan mengenai masalah masalah ataupun hal lainnya secara bersama. Memang di TPQ Nurul Huda hampir tidak pernah diadakan rapat ataupun evaluasi mengenai kegiatan pembelajaran ataupun yang lainnya.

F. Bukti Fisik

Pada bukti fisik (*Physical Evidence*) mengacu pada sarana dan prasarana yang digunakan untuk menunjang kegiatan penyampaian jasa pada TPQ Nurul Huda. Seperti yang telah dijelaskan pada BAB II tentang teori yang telah dikemukakan oleh Hidayat (2012) dimana terdapat dua jenis bukti fisik yang terdapat dalam suatu usaha jasa, yakni bukti penting ((*Essential Evidence*) dan bukti pendukung (*Pheriperal Evidence*)).

Pada TPQ Nurul Huda bukti penting yang ada adalah bangunan milik sendiri seluas 4x11 m. selain itu dalam ruang kelas juga terdapat

dua buah papan tulis, 11 meja mengaji, dan beberapa sarana penunjang pembelajaran lainnya. Untuk bukti penunjang terdapat kartu prestasi yang digunakan untuk mencatat hasil belajar yang dilakukan oleh santri setiap harinya serta ada pula kartu infaq yang digunakan untuk mencatat pembayaran infaq tiap bulanya.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, sarana dan prasarana yang ada pada TPQ Nurul Huda memang sudah bisa menunjang kegiatan belajar yang ada. Namun masih terdapat beberapa kekurangan seperti tidak adanya tempat wudhu dan kamar mandi yang ada di tempat mengaji, sehingga selama ini baik pengajar ataupun santri harus pergi ke Masjid untuk sekedar berwudhu ataupun untuk ke kamar mandi. Selain itu di TPQ Nurul Huda juga juga tidak ada kantor TPQ, sehingga segala berkas ataupun data penting dari TPQ selama ini hanya disimpan di salah satu rumah pengurus TPQ.

Kekurangan sarana dan prasarana yang ada di TPQ ini sedikit dikeluhkan oleh Afi selaku salah satu pengajar di TPQ Nurul Huda dalam wawancaranya pada 17 Februari 2022:

“ Sebenarnya untuk sarana prasarananya sudah cukup lengkap, hanya saja untuk keluasan tempat masih kurang, karena terkadang kalau yang masuk banyak masih agak berdesakan. Selain itu untuk kamar mandi dan tempat wudhu yang ada disini juga masih cukup kurang, karena kan mereka rata-rata masih SD masih suka main main, suka lari lari, nah jadinya itu kalau kamar mandinya jauh takutnya masih mampir mampir gak

langsung ke kamar mandinya. Soalnya kan selama ini itu kamar mandinya masih harus ke masjid, nah itu kan dalam perjalanannya ke masjid kan masih melewati warung dan lain lain jadi takutnya malah gak langsung ke masjid tapi malah mampir mampir ke tempat lainya.”

Untuk masalah sarana dan prasarana di TPQ Nurul Huda ini memang masih menjadi tugas tersendiri untuk segera diperbaiki. Hal ini dikarenakan bisa menjadi salah satu penilaian tersendiri bagi masyarakat yang akan menggunakan layanan jasa di TPQ Nurul Huda.

G. Proses

Proses penyampaian jasa dalam bauran pemasaran pendidikan dapat diartikan sebagai segala aktifitas yang melibatkan berbagai prosedur, jadwal, tugas serta rutinitas mengenai produk jasa yang disalurkan kepada konsumen (Alma, 2017). Di TPQ Nurul Huda, proses penyaluran jasa dilakukan dengan cara tatap muka langsung dengan santri, dimana terdapat beberapa pelajaran yang disampaikan seperti pelajaran membaca Al Quran (Iqro), akhlaq dan fiqh. Adapun jadwal pelajarannya adalah pelajaran membaca Al Quran (Iqro) dilakukan setiap hari Senin, Selasa, Rabu dan Jumat. Untuk pelajaran akhlaq dilaksanakan setiap hari Kamis dan pelajaran Fiqh dilakukan setiap hari Sabtu. Sedangkan untuk hari minggu santri akan diliburkan.

Terkait jadwal pelajaran ini dibenarkan oleh salah satu Pengajar yakni Afi dalam wawancara pada 18 Februari 2022 berikut:

“Untuk jadwal mengajinya cukup sistematis, jadi Senin sampai Rabu itu jadwalnya membaca Iqro, lalu Hari Kamis itu menulis dengan materi Akhlak, Hari Jumatnya itu membaca Iqro lagi, dan Hari Sabtunnya itu menulis lagi dengan materi fiqh.”

Cara pengajarannya untuk Iqro adalah dengan menggunakan metode *sorogan* dimana pengajar menyimak bacaan santri satu persatu. Hal ini dikarenakan tidak adanya sistem kelas pada TPQ ini, jadi santri yang dari tahapan jilid satu sampai jilid 6 berada dalam satu ruangan dengan sesi kelas yang sama. Untuk proses pengajarannya adalah santri belajar membaca sendiri sendiri terlebih dahulu, jika sudah siap maka pengajar akan mendatangi untuk menguji dan menilai bagaimana bacaan santri tersebut. Setelah itu pengajar akan menuliskan hasil dari bacaan santri tersebut pada kartu prestasi santri masing masing.

Hal ini dikuatkan oleh Afi dalam wawancaranya pada 18 Februari 2022:

“Cara mengajarnya itu seperti mereka membaca satu persatu, lalu kami menyimak dengan mendengarkan yang salah. Selain itu kami juga memberi tahu jika ada ilmu baru seperti halnya pada halaman baru pada Iqro kan ada ilmu baru atau bacaan baru, kan itu mereka masih belum paham jadinya kami memberi tahunya terlebih dahulu agar ketika mereka membacanya sudah paham dan tidak ada kesalahan. ”

Sedangkan untuk santri yang sudah selesai tahapan Iqro akan lanjut ke tahapan Al Quran dengan sesi kelas yang berbeda dengan santri lain pada tahapan Iqro. Lalu untuk proses penyaluran pelajaran

pada materi akhlak dan Fiqh adalah seluruh santri baik dari tahapan Iqro dan Al Quran akan disatukan dalam satu sesi kemudian pengajaran akan menjelaskan materi di depan kelas sembari dicatat oleh masing masing santri.

4.1.3 Faktor Pendukung dan Faktor Kendala dari TPQ Nurul Huda

Dalam penerapan strategi bauran pemasaran yang digunakan, tentunya ada beberapa faktor yang bisa mendukung berjalanya strategi pemasaran yang digunakan dan juga kendala yang dapat menjadi penghambat dalam berjalanya strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Adapun beberapa faktor pendukung yang ada pada TPQ Nurul Huda dalam menjalankan strategi pemasarannya adalah sebagai berikut:

A. Biaya yang terjangkau

Biaya yang harus dikeluarkan oleh wali santri untuk menggunakan layanan jasa di TPQ Nurul Huda memang cukup terjangkau. Hal ini dikarenakan tidak adanya biaya pendaftaran dan biaya perbulanya juga tidak dipatok dengan nominal harga tertentu. Dengan kata lain biaya perbulanya disesuaikan dengan kemampuan masing masing wali santri (sukarela).

B. Lokasi yang strategis

Lokasi yang digunakan oleh TPQ Nurul Huda ini cukup strategis karena tepat berada di tengah tengah kampung. Selain itu lokasi ini juga dilalui oleh jalur utama kampung sehingga akan ada banyak orang yang lalu lalang yang lewat di depan TPQ Nurul Huda.

Tentunya hal ini menjadikan semakin banyak orang yang dijangkau untuk mengetahui tentang TPQ Nurul Huda.

C. Jarak dengan pesaing yang lumayan jauh

Dengan adanya jarak pesaing yang cukup jauh tentunya akan memberikan keuntungan tersendiri bagi TPQ Nurul Huda. Ini karena TPQ Nurul Huda dapat dengan leluasa menarik minat masyarakat di sekitarnya tanpa gangguan dari pesaing. Hal ini dibuktikan dengan beberapa pendapat wali santri terkait alasannya mendaftarkan anaknya untuk mengaji di TPQ Nurul Huda, dimana alasannya adalah karena jaraknya yang lebih dekat dari rumah. Seperti halnya apa yang dikatakan oleh bapak Slamet selaku wali santri dalam wawancaranya pada 29 Januari 2022 berikut:

“Yang pertama itu karena dekat dari rumah, sebabnya jika dekat dengan rumah itu orang tua jadi mudah untuk memantau anak-anaknya.”

Lalu Hal senada juga dikatakan oleh Ibu Puspa yang juga wali santri pada 28 Januari 2022 berikut:

“Alasan untuk mengajikan anak-anak di TPQ Nurul Huda itu karena dekat dari rumah dan yang kedua karena agar kenal dengan teman temanya yang satu kampung, jadinya kan bisa kenal dengan tetangga tetangga sekitar”

Dari pendapat tersebut maka dapat disimpulkan jika jarak yang cukup jauh dari pesaing ini memang dapat menjadi faktor pendukung bagi TPQ Nurul Huda dalam menjalankan strategi pemasarannya.

Selain itu untuk faktor kendala dalam menjalankan strategi pemasaran dari TPQ Nurul Huda adalah sebagai berikut:

A. Kurangnya komunikasi internal dalam organisasi

Di TPQ Nurul Huda hampir tidak pernah dilakukan rapat ataupun sekedar evaluasi antara pengurus dan pengajar. Hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya pelaksanaan strategi pemasaran yang dilakukan. Seperti halnya jika ada salah satu pengurus ataupun pengajar memiliki suatu ide atau gagasan mengenai kegiatan yang dapat mendukung kegiatan pemasaran maka hal ini tidak akan langsung diketahui oleh pengurus ataupun pengajar lain. Sehingga dapat terjadi suatu mis komunikasi dalam menjalankan strategi pemasaran yang telah direncanakan.

Mengacu pada penelitian terdahulu pada BAB II yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Ammar Kukuh Wicaksono (2021) dimana dalam penelitiannya terjadi kendala yang sama yakni kurangnya komunikasi internal organisasi pada MTs Misriu Al Hasan yang berakibat terhambatnya kegiatan pemasaran yang dilakukan, sehingga strategi pemasaran yang dilakukan di MTs Misriu Al Hasan menjadi kurang optimal.

B. Kurangnya sarana dan prasarana yang ada

Sarana dan prasarana yang ada di TPQ Nurul Huda saat ini memang sudah bisa dibilang cukup untuk melakukan kegiatan belajar

mengajar untuk saat ini. Namun masih ada beberapa pembenahan yang harus dilakukan guna menunjang kenyamanan proses kegiatan belajar mengajar yang dilakukan. Contohnya adalah seperti ketiadaan tempat wudhu dan kamar mandi yang berada di lokasi mengaji. Selain itu dari sarana prasarana yang ada saat ini tentunya akan menjadi sangat kurang apabila terjadi penambahan santri dalam jumlah yang besar. Bahkan menurut Pengurus TPQ Nurul Huda yakni Bapak Bambang, kurangnya sarana dan prasarana ini merupakan kendala utama dalam memperluas target pasar dari TPQ Nurul Huda. Hal ini disampaikan dalam wawancaranya pada 1 Maret 2022 berikut:

“Target pemasarannya sendiri sebenarnya kalau bisa ya sampai luar wilayah, tapi karena kondisi sarana prasarana masih tidak memungkinkan untuk menambah santri dalam jumlah banyak jadinya masih menargetkan untuk wilayah sekitar dulu.”

Jika kendala mengenai kurangnya sarana dan prasarana ini tidak segera diatasi, maka bukan tidak mungkin jika kedepannya TPPQ Nurul Huda akan sulit untuk berkembang.

C. Masih belum adanya alumni yang bisa dijadikan tolak ukur hasil pembelajaran

Baik atau tidaknya kualitas dari penyedia layanan jasa pendidikan sejatinya bisa dilihat darisuatunya penyedia layanan jasa pendidikan tentunya bisa dilihat dari bagaimana kualitas alumni yang dihasilkan. Akan tetapi karena TPQ Nurul Huda ini masih tergolong TPQ baru tentunya TPQ Nurul Huda ini masih belum memiliki alumni sama sekali. Hal ini membuat masyarakat masih belum bisa menilai

bagaimana kualitas dari TPQ Nurul Huda ini sendiri, sehingga belm adanya alumni ini bisa menjadi kendala tersendiri bagi TPQ Nurul Huda dalam menjalankan strategi pemasarannya.

4.2 TPQ Pemanding

Sebagaimana yang telah dijabarkan pada BAB III dimana pada penelitian ini menggunakan metode *Benchmarking* sehingga menggunakan objek pemanding, maka dipilihlah TPQ Ar Rochman sebagai objek pemanding karena dinilai memiliki keunggulan dalam segi pemasarannya.

4.2.1 Paparan Bauran Pemasaran TPQ Pemanding

Adapun aspek aspek bauran pemasarannya adalah sebagai berikut:

A. Produk

Seperti halnya TPQ pada Umumnya, TPQ Ar Rochman menawarkan produk layanan jasa yang memiliki fokus utama pada pembelajaran baca tulis Al Quran. Dimana memang pembelajaran mengenai ilmu baca tulis Al Quran ini memang cukup penting dalam menjadi landasan awal untuk mempelajari ilmu agama. Pada TPQ Ar Rochman sendiri metode utama yang digunakan untuk mempelajari ilmu baca tulis Al Quran adalah dengan menggunakan metode *Yanbu'a*. Metode Yanbua ini dipilih karena sistem pembelajarannya yang cukup sistematis dan efektif dimana dalam metode *Yanbu'a* ini santri akan dibagi menjadi 7 tingkatan yakni mulai jilid 1 sampai dengan jilid 6 setelah itu barulah santri akan dinaikkan dalam tingkatan Al Quran.

Selain itu di TPQ Ar Rochman juga terdapat program jenjang lanjutan bagi santri yang sudah menyelesaikan tahapan mengaji menggunakan metode *Yanbu'a*. Jenjang lanjutan ini merupakan *Madrasah Diniyah* yang juga milik Yayasan Ar Rochman. Dalam *Madrasah Diniyah* ini ilmu agama yang diajarkan jauh lebih dalam lagi seperti ilmu Fiqh, Nahwu, Shorof dan lain lain. Sehingga pembelajaran pada *Madrasah Diniyah* ini bisa dibilang hampir menyerupai pembelajaran yang ada di pondok pesantren.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Bapak Nurhadi selaku Pendiri dan Pemimpin dari TPQ Ar ROchman dalam wawancaranya pada 16 Febuari 2022 berikut:

“Untuk yang diajarkan di TPQ Ar Rochman itu Khusus Al Quran menggunakan metode Yanbua, pengajarannya mulai baca, tulis, makhrajul huruf dan fashohah. Sedangkan untuk Madrasah Diniahnya yang diajarkan disini tetap mempelajari Al Qurannya tetap, akan tetapi yang dipelajari sudah tidak sama, lebih kearah mempelajari kandunganya. Yang kedua mempelajari Fiqh, Bahasa Arab, Nahwu, Shorof, Tareh dan Aqidah.”

Tidak hanya itu saja di TPQ Ar Rochman juga memiliki beberapa *ekstrakulikuler* yang bisa diikuti oleh para santri seperti Sholawat Al Banjari dan *Drum Band*. Kegiatan ekstrakulikuler ini tidak diwajibkan kepada seluruh santri dan kegiatan ini dilakukan setiap satu minggu sekali. Namun selama masa pandemi Covid 19 ini untuk program *ekstrakulikuler Drum Band* masih dihentikan untuk sementara.

Sehingga hanya ada ekstrakurikuler Sholawat Al Banjari yang masih berjalan.

B. Harga

Penetapan harga yang dilakukan oleh TPQ Ar Rochman cukup berbeda dengan penetapan harga yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda. Pada penetapan harga di TPQ Ar Rochman, konsumen benar benar sama sekali tidak dikenai biaya apapun. Hasil Observasi yang telah dilakukan menunjukkan jika sama sekali tidak ada biaya yang harus dibayar oleh konsumen mulai dari biaya pendaftaran hingga biaya bulanannya. Bahkan untuk kitab kitab dan prasarana penunjangnya semua digratiskan oleh TPQ Ar Rochman.

Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Bapak Nurhadi selaku Pendiri dari TPQ Ar Rochman pada tanggal 17 Februari 2022 sebagaimana berikut:

“Di sini wali santri tidak dibebankan sama sekali mengenai biaya sama sekali, tapi apabila ada uang sukarela yang diberikan kepada TPQ maka akan kami terima. Jadi tidak membawa uang sukarela itu tidak masalah dan membawa pun juga tidak masalah karena baik yang membawa maupun tidak membawa itu tidak pernah ada pencatatannya sama sekali yang penting anak-anaknya semangat untuk mengaji. Lalu yang kedua untuk materi yang diberikan atau sumber materinya seperti kitab kitabnya itu tidak pernah dijual jadinya kitab kitabnya itu gratis semua. Lha sumber dananya itu dari mana? Untuk sumber dananya itu dari uang sukarela yang orang-orang bawa itu. Jadi dari uang

sukarela itu nantinya akan dibelikan kitab dari jilid satu sampai jilid lima.”

Selain itu apa yang telah disampaikan oleh Bapak Nurhadi ini juga dibenarkan oleh ibu Sri Rejeki selaku wali santri TPQ Ar Rochman dalam wawancaranya pada tanggal 17 Februari 2022 berikut :

“ Tidak ada biaya mas, disini itu hanya ada shodaqoh, dan itu terserah tidak diwajibkan, hanya seikhlasnya.”

Hal ini juga dibenarkan oleh Ibu Ida yang juga seorang wali santri dari TPQ Ar Rochman dalam wawancara yang dilakukan pada 18 Februari 2022 berikut :

“ Tidak ada biaya sama sekali Mas, dari awal pendaftaran sudah gratis, kitab kitabnya juga dikasih gratis dan biaya bulannya juga tidak ada.”

Dari hasil observasi diatas memang dapat disimpulkan jika TPQ Ar Rochman sama sekali tidak menarik biaya sedikitpun namun apabila ada wali santri yang ingin memberikan uang berupa *shodaqoh* maka akan tetap diterima oleh TPQ Ar Rochman dan nantinya dari uang tersebut akan dibelikan kitab guna dipakai oleh santri-santri yang ada di TPQ Ar Rochman.

C. Tempat

Dalam pemilihan lokasi yang digunakan untuk menjalankan suatu lembaga tentunya harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti visibilitas, akses, ekspansi, jarak dengan pesaing, dan beberapa faktor pendukung lain seperti tempat parkir dll (Irianto, 2010).

Pada faktor visibilitas, pada TPQ Ar Rochman memang sudah terpasang papan nama TPQ. Hanya saja letaknya yang berada tidak di depan halaman TPQ namun berada sedikit menjorok ke dalam, tepatnya di depan rumah pendiri. Selain itu untuk ukuran dari papan namanya bisa dibilang cukup kecil untuk ukuran papan nama yakni hanya sekitar 30 cm X 50 cm saja. Ditambah lagi tulisan yang ada pada papan nama tersebut sudah sedikit memudar sehingga jika dilihat dari kejauhan akan sedikit susah untuk dibaca. Akan tetapi di TPQ Ar Rochman terdapat Mushollah dua lantai yang bisa digunakan oleh masyarakat sebagai patokan ataupun penanda dari TPQ Ar Rochman.

Dari segi akses untuk menjangkau TPQ Ar Rochman ini hampir sama dengan TPQ Nurul Huda yakni berada di tengah tengah kampung. Sehingga akses jalanya merupakan jalan kampung yang tidak terlalu ramai. Meskipun begitu akses jalan ini masih terbilang cukup luas yang mana masih bisa dilalui oleh dua mobil sekaligus.

Untuk Faktor Ekspansi apabila suatu saat terjadi penambahan peserta didik yang cukup banyak, TPQ Ar Rochman masih dirasa cukup mampu untuk penambahan peserta didik tersebut. Hal tersebut dikarenakan beberapa ruang kosong dan ada pula sebagian dari mushollah yang bisa digunakan sebagai kelas tambahan guna menampung penambahan santri. Selain itu dalam wawancara dengan Bapak Nurhadi mengenai apakah TPQ Ar Rochman masih dapat menampung apabila terjadi penambahan peserta didik yang cukup

banyak. Hal ini diperkuat pada hasil wawancara pada 17 Februari 2022 sebagai berikut:

“ Kalau penambahan itu mesti, dari yang awalnya hanya 3 anak, lalu dalam satu bulan menjadi kurang lebih 30 anak, setahun kemudian bertambah lagi menjadi 90 anak hingga saat ini sudah mencapai 300 anak lebih. Dan itu insyaallah masih bisa menampung jika masih bertambah terus. Bahkan saat ini hampir tiap dua atau tiga hari sekali ada anak baru.”

Dari penjelasan tersebut memang bisa dilihat jika penambahan jumlah santri masih terus terjadi di TPQ Ar Rochman. Bahkan ketika peneliti melakukan observasi di TPQ Ar Rochman secara kebetulan ada dua anak yang mendaftar sebagai santri baru di TPQ Ar Rochman.

Selanjutnya dari faktor persaingan atau jarak lokasi TPQ Ar Rochman dengan TPQ lain. Sebenarnya jarak dari TPQ Ar Rochman dengan TPQ pesaing tidak begitu jauh, karena tidak jauh di sebelah barat dari TPQ Ar Rochman terdapat TPQ Al Amin yang jaraknya kurang lebih hanya sekitar 150 meter saja namun jumlah dengan santri yang lebih sedikit dari TPQ Ar Rochman. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Nurhadi dalam wawancaranya pada 16 Februari 2022 sebagai berikut:

“Lalu untuk jarak dengan pesaing ada yang paling dekat itu kurang lebih hanya sekitar 100 meter yaitu TPQ Al Amin milik Ustadzah Istiqomah yang dulunya juga masih alumni sini. lalu lebih jauh sedikit ada TPQ Thoriqul Falah milik Pak Majid yang juga masih satu lingkup wilayah. Kalau di total sebenarnya di sekitar sini ada 5 TPQ yang masih satu lingkup wilayah.”

Berdasarkan pendapat dari Bapak Nurhadi kurang lebih ada sekitar 5 TPQ yang berada dalam satu lingkup wilayah termasuk dengan TPQ Ar Rochman dan TPQ Al Amin . Namun peneliti masih belum menemukan lokasi pasti dimana letak 3 TPQ lainnya yang berada dalam satu lingkup wilayah tersebut.

Yang terakhir adalah faktor pendukung seperti lalu lintas, tempat parkir dan lain lain. Untuk lalu lintas di TPQ Ar Rochman terbilang cukup sepi. Meskipun memiliki akses yang cukup lebar, akan tetapi akses tersebut bukanlah jalan utama sebagai penghubung antar kampung. Sangat jarang sekali ada mobil yang lewat di depan TPQ Ar Rochman, karena sekitar 100 meter di sisi timur TPQ Ar Rochman jalannya cukup sempit dan tidak memungkinkan untuk dilewati mobil. Lalu untuk faktor tempat parkir, di depan TPQ Ar Rochman terdapat lahan kosong yang mungkin hanya cukup untuk diisi empat sampai tiga mobil saja. Jika dibandingkan dengan jumlah santrinya yang mencapai ratusan anak maka dapat disimpulkan jika tempat parkir yang ada pada TPQ Ar Rochman masih cukup kurang. Hal ini berdampak pada penggunaan jalan umum yang akan digunakan sebagai tempat parkir oleh TPQ Ar Rochman ketika orang tua santri hendak mengantar jemput anaknya mengaji.

D. Promosi

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, TPQ Ar Rochman sama sekali tidak melakukan kegiatan promosi secara langsung untuk memasarkan layanan jasanya. TPQ Ar Rochman lebih ke arah bagaimana caranya untuk menciptakan citra yang baik kepada masyarakat sekitar dengan menghasilkan lulusan lulusan yang baik dan memuaskan. Dengan begitu masyarakat bisa mengetahui bagaimana kualitas ataupun hasil dari belajar mengaji di TPQ Ar Rochman. Bahkan dari hasil upaya untuk menciptakan citra yang baik ini, TPQ Ar Rochman sampai dijadikan TPQ percontohan se Malang Raya atas saran dari Dinas Keagamaan Kota Malang dan sempat juga diikutkan sebagai TPQ percontohan se Jawa Timur.. Dengan begitu tentu saja secara tidak langsung nama dari TPQ Ar Rochman akan tersebar luas ke berbagai wilayah di luar lingkungan dari . Hal ini disampaikan oleh Pak Nurhadi swlaku pendiri dalam wawancaranya pada tanggal 16 Febuari 2022:

“ Untuk promosi sepertinya tidak pernah. Tapi kalau didatangi oleh TPQ lain itu sering. Bahkan pernah didatangi oleh TPQ dari luar wilayah Pandanwangi, ingin belajar kesini atas saran dari Kemenag. Pernah juga TPQ dan Diniah sini jadi TPQ percontohan se Malang Raya, diikutkan sebagai diniah percontohan se Jawa Timur. ”

Dampak dari dijadikanya TPQ Ar Rochman sebagai TPQ Ar Rochman ini memang cukup terasa dimana dari sekitar 300 santri yang ada, kurang lebih 40% nya berasal dari luar lingkungan wilayah TPQ

Ar Rochman, seperti dari Blimbing, Pakis, Sawojajar dll. Jumlah ini juga ditingkatkan oleh Pak Nurhadi dalam wawancaranya pada tanggal 16 Februari 2022 sebagaimana berikut:

“Santri yang dari wilayah sekitar sini itu kurang lebih sekitar enam puluh persen. Yang dari luar wilayah sini itu kurang lebih sekitar empat puluh persen. Bahkan yang dari wilayah kabupaten malang itu juga banyak.”

Selain itu dari citra yang baik ini juga menimbulkan *organic WOM* pada masyarakat lingkungan sekitar. Hampir dari seluruh masyarakat di lingkungan sekitar TPQ Ar Rochman mengetahui tentang TPQ ini. Bahkan sampai ada salah satu sekolah TK yang berada di luar lingkungan TPQ Ar Rochman yakni TK Muslimat NU 08 yang sampai merekomendasikan untuk mengaji di TPQ Ar Rochman. Hal tersebut dibenarkan oleh Ibu Ida salah satu wali santri TPQ Ar Rochman dalam wawancara mengenai pendapat dari mana orang-orang bisa tahu TPQ Ar Rochman, pada 17 Februari 2022:

“Bisa dari Rekomendasi sekolah mas, karena di TK Muslimat 08 itu juga menggunakan metode Yanbua untuk mengajinya, jadi agar metode pembelajarannya sama itu direkomendasikan untuk melanjutkan mengaji kesini.”

Namun dari hasil observasi dengan bertanya kepada beberapa orang secara random tidak menunjukkan hasil yang sama dengan apa yang dinyatakan oleh Ibu Ida. Peneliti sempat menanyakan apakah TK Muslimat NU 08 memang benar merekomendasikan anak didiknya untuk mengaji di TPQ Ar Rochman kepada beberapa orang yang

menyekolahkan anaknya di TK Muslimat NU 08. Ada beberapa orang yang membenarkan hal tersebut, akan tetapi sebagian besar lainnya menjawab jika tidak pernah ada rekomendasi dari TK Muslimat NU 08 untuk mengajikan anaknya di TPQ Ar Rochman. Dari hasil observasi ini peneliti berasumsi jika ada beberapa guru di TK Muslimat yang merekomendasikan untuk mengaji di TPQ Ar Rochman namun rekomendasi tersebut hanya bersifat rekomendasi pribadi dari guru guru tersebut bukan mengatas namakan TK Muslimat NU 08. Dari sini dapat disimpulkan jika *organic WOM* yang terjadi atas TPQ Ar Rochman memang cukup kuat di kalangan masyarakat.

E. Orang

Untuk aspek orang atau sumber daya manusia (SDM) dalam layanan jasa pendidikan meyangkut pada pimpinan lembaga, pengurus dan tenaga pengajar dalam menyampaikan layanan jasanya. SDM di TPQ Ar Rochman sendiri terdapat delapan orang pengurus dan lima belas orang pengajar dimana dari seluruh pengurus dan pengajar yang ada dipilih dan dikelola oleh Yayasan Ar Rochman. Adapun latar belakang dari pengajar yang ada di TPQ Ar Rochman berasal dari alumni TPQ Ar Rochman, alumni pondok pesantren, dan alumni perguruan tinggi dengan perincian sebagai berikut:

- a. 1 orang lulusan Univ Cairo Mesir (Bahasa Arab)
- b. 3 orang lulusan UIN Malang
- c. 1 orang lulusan Univ Brawijaya

- d. 1 orang lulusan UMM Malang
- e. 1 orang dosen UIN Malang
- f. 3 orang lulusan Pondok Pesantren Langitan Tuban
- g. 5 orang alumni Madin Ar Rochman

Data diatas diperkuat oleh penjelasan dari ketua TPQ yakni Bapak Nurhadi dalam wawancaranya pada 16 Febuari 2022:

“ Untuk jumlah pengajar sekarang ini jumlahnya 15 orang, sedangkan untuk pengurusnya ada 8 orang.”

Selain itu beliau juga menambahkan:

“untuk pengurus dan pengajar itu dari yayasan, tapi yang jeas yang lebih awal terbentuk itu TPQ dulu baru yayasan. Setelah TPQ berjalan, karena ada persyaratan dari kemenag harus mendirikan yayasan, maka didirikanlah yayasan. Kan biasanya itu yayasan dulu baru TPQ, tapi disini tidak, jadi setelah membuat TPQ terus berkembang dan anak-anak sudah banyak yang lulus Al quran akhirnya ditampung di Dinish. Setelah di Dinish diajari berbagai macam ilmu hingga banyak yang lulus dan jadi alumni, alumni juga banyak yang mendirikan sendiri, dan ada persyaratan dari Kemenag jika mendirikan TPQ dan Dinish harus memiliki yayasan, barulah yayasan dibentuk Yayasan Ar Rochman. Dan meskipun pengurus dan pengajar berasal dari yayasan, namun tidak semua merupakan alumni dari TPQ Ar Rochman. Jadi ada juga yang berasal dari alumni pondok pesantren dan ada juga dari alumni perguruan tinggi.”

Dari hasil observasi diatas dapat disimpulkan jika baik pengurus ataupun pengajar yang ada di TPQ Ar Rochman sudah sangat baik

sehingga dapat berpengaruh terhadap minat dan keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa TPQ Ar Rochman.

F. Bukti fisik

Secara umum pada bukti fisik ini meliputi berbagai sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan penyampaian jasa. Mengacu pada penjelasan yang terdapat di BAB II tentang teori yang telah dikemukakan oleh Hidayat (2012) dimana terdapat dua jenis bukti fisik yang terdapat dalam suatu usaha jasa, yakni bukti penting (*Essential Evidence*) dan bukti pendukung (*Pheriperal Evidence*).

Untuk bukti fisik penting (*Essential Evidence*) di TPQ Ar Rochman saat ini sudah terdapat 1 Mushollah dua lantai, ruang kantor, dan 8 ruang kelas. Pada masing masing ruang kelas sudah terdapat meja dan kursi serta terdapat pula papan tulis. Hal ini dirasa sudah cukup mampu untuk menunjang kegiatan pembelajaran yang dilakukan.

Lalu untuk bukti pendukung (*Pheriperal Evidence*) terdapat buku Yanbua yang sesuai dengan tingkatan masing masing anak. Lalu terdapat juga buku prestasi guna mencatat hasil belajar dan sejauh mana hafalan yang didapat oleh setiap santri. Selain itu ada juga terdapat peraga di setiap kelasnya. Dari bukti fisik yang ada ini sesuai dengan apa yang disampaikan oleh Pak Nurhadi dalam Wawancaranya pada 16 Febuari 2022:

“ Untuk sarana yang ada itu ada 8 ruang kelas, 1 Mushollah, dan Kantor TPQ. Selain itu di tiap-tiap santri juga diberi kartu prestasi untuk laporan membaca atau hafalan di setiap harinya.”

Dari sudut pandang wali santri sendiri untuk sarana dan prasarana yang ada sudah cukup menunjang kegiatan belajar santri. Pendapat ini disampaikan oleh Ibu Sri Rejeki selaku wali santri dalam wawancaranya di tanggal 17 Febuari 2022 berikut:

“Sarana dan prasarana yang ada sudah sangat nyaman karena setiap jilid itu ada kelasnya sendiri. Terus pada gurunya itu laki laki dan perempuan itu disendirikan, jadinya anak laki laki ada gurunya sendiri dan perempuan ada gurunya sendiri juga. Tapi untuk sementara ini karena masih ada beberapa ruang kelas yang dibersihkan jadinya dicampur. Kalau sebelumnya itu sendiri sendiri, mulai jilid dua itu sendiri sendiri.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Ida dalam wawancaranya pada 17 Febuari 2022:

“ Dari sarana dan prasarana sudah cukup bagus, kelasnya juga ada banyak.”

Dari pemaparan diatas bisa dilihat jika sarana dan prasarana yang terdapat di TPQ Ar Rochman ini memang sudah cukup memadai baik dari bukti penting maupun dari bukti pendukungnya.

G. Proses

Untuk proses penyampaian jasa yang terdapat di TPQ Ar Rochman dilakukan dengan kelas tatap muka sesuai dengan jenjang

masing masing santri dari jam 3 sore sampai jam setengah 5 sore . Namun sebelum melakukan pembelajaran di masing masing kelas, anak-anak akan terlebih dahulu berkumpul di Musholah untuk melaksanakan Sholat Ashar berjamaah dan membaca beberapa doa sehari hari dan hadist seputar akhlaq dan pentingnya belajar mengaji. Setelah itu barulah anak-anak akan menuju ke kelas masing masing untuk menerima pelajaran sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Untuk jadwal pelajarannya adalah pelajaran membaca Al Quran setiap Hari Senin sampai Rabu, Menulis untuk hari Kamis, serta pelajaran menghafal doa sehari hari dan surat pendek setiap hari Jumat. Pada hari Sabtu dan Minggu tidak ada kegiatan pembelajaran sehingga anak-anak akan diliburkan.

Penjelasan terkait jadwal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Zahro selaku pengajar di TPQ Ar Rochman pada 17 Februari 2022 sebagaimana berikut:

“ Untuk Jadwal mengajinya itu dari hari Senin Sampai hari Jumat. Biasanya hari Senin sampai Rabu itu mengaji seperti biasa, hari Kamis itu ditambah menulis, dan hari Jumat itu hafalan. Untuk Hari Sabtu dan Minggu itu libur.”

Lalu untuk kegiatan belajar di setiap kelasnya biasanya akan dimulai dengan penjelasan di depan kelas oleh pengajar mengenai pelajaran yang akan dipelajari. Pengajar bisa menggunakan media berupa peraga ataupun bisa menjelaskan melalui papan tulis yang sudah

di sediakan di tiap-tiap kelasnya. Setelah itu barulah setiap santri akan melakukan setoran membaca sesuai dengan halaman yang telah dicapai oleh masing-masing santri. Kegiatan belajar seperti ini bisa juga disebut dengan metode pembelajaran mengaji secara klasik.

Hal ini dijelaskan pula oleh Zahro dalam wawancara pada 17 Februari 2022 berikut:

“Untuk penyampaian pelajaran itu biasanya menggunakan peraga. Yang pertama itu dari awal masuk anak-anak akan diajak untuk membaca peraga pertamanya dicontohkan habis itu baru dibaca bersama sama. Jika itu sudah selesai barulah anak-anak dilanjutkan untuk setoran.”

Untuk tahapan kenaikan tingkat di TPQ Ar Rochman tidak harus menunggu ujian secara serentak di setiap kelasnya. Setiap anak yang dirasa mampu untuk naik ke tingkatan selanjutnya akan dilakukan ujian sendiri tanpa harus menunggu anak lain dalam satu kelasnya. Sehingga lama tidaknya setiap anak dalam mempelajari suatu tingkatan itu berbeda beda ada yang bisa naik tingkat dalam satu bulan, ada pula yang bisa mencapai tiga bulan lebih. Untuk ujian akhir Al Quran barulah dilaksanakan setiap setahun sekali guna menentukan kelulusanya.

Hasil observasi diatas diperkuat dengan penjelasan ketua TPQ Bapak Nurhadi dalam wawancaranya pada tanggal 16 Februari 2022:

“Untuk TPQ bila anak itu cerdas ya gak sampai setahu sudah naik tingkat. Biasanya itu gak sampai dua bulan sudah naik tingkatan. Kalau memang anaknya agak kurang biasanya bisa sampai tiga bulan satu jilid baru selesai. Selain itu untuk ujian itu tidak harus bersama sama, ujiannya itu tiap anak. Jadi kalau hari ini sudah selesai dan bagus maka akan diuji. Dan jika ketika diuji itu dinyatakan naik maka pada kartu prestasinya itu akan dinyatakan naik dan dituliskan di kartu prestasinya maka akan dinyatakan naik jilid. Beda lagi dengan ujian akhir Al Quran, kalo ujian akhir Al Quran itu anak-anak akan di drill dulu anak-anak, dan itu harus bagus secara keseluruhan. Keseluruhan itu tidak hanya dari bacaan Al Quranya saja melainkan juga meliputi bacaan shilat, bacaan doa sehari hari, bacaan awal belajar dan lain lain. Dan itu dilakukan setahun sekali.

Dari hasil observasi mengenai buran proses di atas dapat disimpulkan jika proses kegiatan belajar yang dilakukan di TPQ Ar Rochman dilakukan dengan cukup sistematis. Dimana lama masa belajar setiap santrinya bergantung dengan bagaimana kemampuan santri tersebut dalam menerima pelajaran yang diberikan. Dengan begitu bagus tidaknya kemampuan belajar masing-masing santri tidak akan saling mempengaruhi santri lainya dalam proses kegiatan belajar mengajar.

4.2.2 Faktor Pendukung dan Faktor Kendala dari TPQ Ar Rochman

Dalam penerapan strategi pemasaran yang digunakan, pasti terdapat faktor pendukung dan faktor kendalam dalam menjalankan strategi

pemasaran tersebut. Adapun faktor pendukung dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh TPQ Ar Rochman adalah sebagai berikut:

A. Jenjang pendidikan lanjutan

Di TPQ Ar Rochman tidak hanya sekedar mengajarkan tentang bagaimana cara membaca Al Quran saja melainkan bagi santri yang telah selesai menempuh jenjang Al Quran bisa melanjutkan ke tingkatan yang lebih tinggi yakni *Madrasah Diniyah* dimana materi yang diajarkan hampir serupa dengan apa yang diajarkan di pesantren. Adanya jenjang yang lebih tinggi ini tentunya dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi wali santri dalam memilih TPQ.

B. Tidak ada penarikan biaya

Tidak adanya penarikan biaya pada TPQ Ar Rochman ini tentunya bisa menjadi pertimbangan tersendiri bagi calon konsumen karena dengan segala penawaran yang diberikan, konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya sedikitpun. Bahkan untuk kitab dan buku lain yang digunakan untuk kegiatan belajar sudah disediakan oleh pihak TPQ Ar Rochman.

C. Pimpinan TPQ yang sudah dikenal oleh masyarakat sekitar

Banyak masyarakat sekitar yang sudah cukup mengenal TPQ Ar Rochman karena sudah mengenal terlebih dahulu kepada pendiri ataupun pimpinan TPQ tersebut yakni Bapak Nur Hadi. Banyaknya masyarakat yang mengenal Beliau dikarenakan Bapak Nur Hadi sendiri cukup aktif di berbagai kegiatan keagamaan di lingkungan

sekitar TPQ Ar Rochman. Selain itu bapak Nur Hadi juga cukup sering mengisi kegiatan keagamaan di sekolah sekolah di Kelurahan Pandanwangi. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Ibu Ida selaku wali santri pada tanggal 17 Febuari 2022 terkait hal apa yang membuatnya tertarik untuk mengajikan anaknya di TPQ ini :

“Karena sudah kenal ke gurunya. Karena rata-rata orang di wilayah sini sudah kenal ke gurunya.”

Adapun yang dimaksud guru pada pernyataan tersebut adalah Bapak Nur Hadi yang mana memang sudah cukup dikenal luas oleh masyarakat sekitar.

D. Sarana dan prasarana yang lengkap

Sarana dan prasarana yang ada di TPQ Ar Rochman memang sudah cukup lengkap. Baik dari bukti penting maupun bukti pendukung semuanya dipersiapkan dengan sangat baik, seperti adanya 8 ruang kelas yang masih bisa ditambah lagi, mushollah milik sendiri yang cukup luas, adanya papan tulis dan peraga di masing-masing kelas dll.

E. Alumni yang cukup mumpuni

Adanya alumni yang cukup mumpuni ini bisa dijadikan sebuah tolak ukur bagi masyarakat sekitar. Apabila alumni yang dihasilkan bagus maka bisa dikatakan jika kualitas dari penyedia layanan jasa tersebut juga bagus. Begitupun sebaliknya, apabila alumni yang dihasilkan kurang baik maka bisa dikatakan juga jika kualitas dari penyedia layanan jasa pendidikan tersebut juga kurang baik.

Lalu untuk kendala yang dihadapi oleh TPQ Ar Rochman dalam menjalankan strategi pemasarannya adalah sebagai berikut:

A. Lokasi yang kurang strategis

Lokasi yang digunakan oleh TPQ Ar Rochman memang masih kurang strategis karena tidak berada dalam jalur utama kampung. Sehingga bagi masyarakat yang bukan berasal wilayah sekitar TPQ Ar Rochman mungkin akan kesulitan untuk menemukan lokasi dari TPQ Ar Rochman.

B. Visibilitas yang kurang

Selain dari lokasi yang kurang strategi, visibilitas dari TPQ Ar Rochman ini juga masih cukup kurang. Meskipun sudah terpasang sebuah papan nama namun ukurannya yang kecil serta tulisannya yang sudah cukup pudar membuat apa yang tercantum dalam papan nama tersebut menjadi sedikit susah untuk dibaca. Ditambah lagi dari penempatan papan nama tersebut yang dipasang sedikit menjotok ke dalam sehingga akan semakin susah terlihat bagi orang yang lewat di depan TPQ Ar Rochman.

4.3 Perbandingan Strategi Pemasaran TPQ Nurul Huda Dengan TPQ Ar Rochman

Setelah mengetahui paparan bauran pemasaran serta segala faktor pendukung dan faktor kendala dari kedua TPQ diatas maka dapat ditemukan

beberapa perbandingan dalam mengimplementasikan bauran pemasarannya yang akan dijabarkan dalam data berikut:

A. Produk

Dari produk yang ditawarkan oleh kedua TPQ sama sama baik meskipun metode yang digunakan berbeda dengan TPQ Nurul Huda yang menggunakan metode Iqro dan TPQ Ar Rochman yang menggunakan metode Yanbu'a , namun perbedaan ini sama sekali tidak memberikan dampak yang begitu berarti terhadap pemasaran yang dilakukan oleh kedua TPQ. Perbedaan yang paling mencolok yang dapat berpengaruh besar terhadap strategi pemasaran yang dijalankan adalah pada penawaran yang diberikan dimana TPQ Nurul Huda hanya memberikan penawaran sampai tingkat Al Quran sedangkan TPQ Ar Rochman memberikan penawaran lebih dengan menawarkan jenjang Madrasah diniyah yang mengajarkan ilmu hampir setara dengan pesantren. Selain itu TPQ Ar Rochman juga memiliki beberapa ekstrakurikuler guna menarik minat anak-anak, dimana hal ini sama sekali tidak dimiliki oleh TPQ Nurul Huda.

B. Harga

Untuk Harga yang ditawarkan oleh kedua TPQ sama sekali tidak ada yang sampai memberatkan konsumen. Dimana pada keduanya sama sekali tidak ada biaya pendaftaran, Hanya saja di TPQ Nurul Huda masih terdapat biaya bulanan yang mana biaya bulana ini bersifat sukarela sehingga tetap tidak memberatkan konsumen.

Sedangkan di TPQ Ar Rochman benar benar dibebaskan dari segala biaya termasuk untuk biaya bulanan.

C. Tempat

Dari segi tempat TPQ Nurul Huda sedikit lebih unggul dikarenakan lokasi yang digunakan lebih strategis bila dibandingkan dengan lokasi dai TPQ Ar Rochman. Selain itu untuk visibilitas yang dimiliki oleh TPQ Nurul Huda juga lebih baik dengan adanya papan nama yang lebih mudah dibaca sehingga lebih mudah untuk dikenali masyarakat. Untuk jarak dengan pesaing, TPQ Ar Rochman memiliki jarak yang tidak terlalu jauh dengan pesaingnya namun hal ini tidak menjadi suatu kendala karena TPQ Ar Rochman masih memiliki minat masyarakat yang cukup tinggi bila dibandingkan dengan TPQ lain di sekitarnya. Berbeda halnya dengan TPQ Nurul Huda yang memiliki jarak yang cukup jauh dengan TPQ pesaingnya sehingga bisa leluasa untuk melakukan kegiatan pemasaran tanpa takut terganggu oleh TPQ pesaing. Namun dalam segi ekspansi TPQ Ar Rochman lebih diuntungkan karena masih memiliki lahan dan tempat yang luas untuk melakukan ekspansi. Sedangkan TPQ Nurul Huda harus menggunakan tempat terpisah yakni di Masjid Nurul Huda untuk melakukan ekspansi karena keterbatasan tempat.

D. Promosi

Dalam hal promosi, kedua TPQ sama sama lebih menggunakan *organic WOM* dalam melaksanakan kegiatan promosinya. Yang

membedakan adalah pada TPQ Nurul Huda akan memberikan reward kepada para santrinya yang akan membentuk citra yang positif sehingga akan terbentuk *organic WOM* dengan sendirinya. Sedangkan pada TPQ Ar Rochman lebih mengandalkan hasil dari pembelajaran yang dapat dilihat pada alumni yang cukup mumpuni.

Mengacu pada penelitian terdahulu pada BAB II dimana dalam semua penelitian tersebut disebutkan jika waktu dilakukannya promosi adalah ketika masa penerimaan siswa baru sehingga terdapat waktu-waktu tertentu untuk melakukan kegiatan promosi agar lebih efektif. Hal tersebut disebabkan pada karakteristik objek penelitian yang menggunakan sekolah formal sehingga terdapat periode waktu untuk penerimaan siswa baru. Berbeda dengan objek penelitian ini dimana kedua objek penelitian ini merupakan lembaga penyedia jasa pendidikan non formal sehingga tidak ada waktu atau periode tertentu untuk melakukan pendaftaran siswa atau santri baru. Kegiatan pendaftaran pada kedua objek bisa dilakukan sepanjang tahun tanpa batasan waktu tertentu, sehingga kegiatan promosi melalui WOM dianggap paling efektif untuk dilakukan.

E. Orang

Pada aspek Orang, di TPQ Nurul Huda baik pengurus ataupun pengajar dipilih dan di kelolah oleh Takmir Masjid Nurul Huda dimana pengurus yang dipilih berasal dari pengurus takmir itu sendiri sedangkan untuk pengajarnya merupakan pemuda pemudi dari

wilayah lingkungan sekitar yang memiliki ilmu agama yang baik dan juga memiliki jiwa mengajar. Sedangkan di TPQ Ar Rochman pengurus dan pengajar dikelolah oleh yayasan Ar Rochman itu sendiri dimana pengajarnya berasal dari alumni TPQ Ar Rochman itu sendiri, alumni perguruan tinggi dan alumni pondok pesantren. Dari penjelasan tersebut bisa dilihat jika pengelolaan pengurus dan pengajar di TPQ Ar Rochman lebih tertata jika dibandingkan dengan TPQ Nurul Huda. Selain itu di TPQ Ar Rochman terdapat tokoh yang cukup berpengaruh terhadap citra TPQ Ar Rochman yakni Bapak Nur Hadi atau pendiri dari TPQ Ar Rochman yang memiliki image yang cukup baik di masyarakat luas sehingga dapat lebih memudahkan kegiatan pemasaran yang dilakukan. Sedangkan di TPQ Nurul Huda masih belum ada tokoh yang dapat membangun citra dari TPQ Nurul Huda itu sendiri.

F. Bukti Fisik

Pada bukti fisik di TPQ Nurul Huda masih cukup banyak yang harus diperbaiki karena masih banyak aspek sarana prasarana yang masih kurang seperti tidak adanya tempat wudhu, kamar mandi, dll. bahkan kurangnya sarana dan prasara yang ada ini merupakan salah satu alasan mengapa TPQ Nurul Huda memiliki target pasar hanya di lingkungan sekitar wilayah TPQ saja. Sedangkan di TPQ Ar Rochman sarana dan prasarana yang ada sudah cukup lengkap mulai dari ruang

kelas dan mushollah milik sendiri, kamar mandi, dan berbagai sarana dan prasarana lainnya.

G. Proses

Untuk proses penyampaian jasa yang dilakukan baik di TPQ Nurul Huda dan TPQ Ar Rochman sama sama menggunakan sistim sorogan dalam mengajarkan Al Quran. Yang membedakan adalah jumlah pertemuan jadwal pembelajaran yang dilakukan di setiap minggunya. Dimana pada TPQ Nurul Huda kegiatan pembelajaran dilakukan enam kali di setiap minggunya yakni dari hari Senin sampai Sabtu sedangkan di TPQ Ar Rochman hanya dilakukan sebanyak lima kali di setiap minggunya yakni mulai dari Hari Senin sampai Jumat saja.

4.4 Pembaruan Strategi TPQ Nurul Huda

Berdasarkan beberapa perbandingan yang telah ditemukan maka ada beberapa pembaruan yang bisa dilakukan oleh TPQ Nurul Huda guna meningkatkan kegiatan pemasarannya adalah sebagai berikut:

A. Menyusun penawaran tambahan

Penawaran tambahan yang dimaksud disini adalah seperti memberikan program ekstrakurikuler ataupun memberikan jenjang lanjutan bagi santri yang telah menyelesaikan jenjang Al Quran. Hal ini diperlukan untuk meningkatkan daya tarik dari TPQ Nurul Huda dan meningkatkan minat masyarakat sekitar. Lalu dengan adanya program ekstrakurikuler maka TPQ Nurul Huda dapat mengikut

sertakan santrinya untuk mengikuti kegiatan lomba khusus untuk TPQ. Sehingga dengan hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan kegiatan pemasaran yang dilakukan.

B. Melengkapi sarana dan prasarana yang ada.

Dari hasil observasi yang dilakukan terdapat beberapa sarana yang masih belum lengkap seperti belum adanya tempat wudhu dan kamar mandi di lokasi TPQ. Selain itu berdasarkan keterangan Bapak Bambang selaku pengurus TPQ ketika diwawancarai pada ... Februari 2022 yang mengatakan jika:

“Target pemasarannya sendiri sebenarnya kalau bisa ya sampai luar wilayah, tapi karena kondisi sarana prasarana masih tidak memungkinkan untuk menambah santri dalam jumlah banyak jadinya masih menargetkan untuk wilayah sekitar dulu.”

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan jika sarana dan prasarana yang ada pada TPQ Nurul Huda hanya cukup untuk menampung santri yang ada untuk saat ini. Dan apabila ingin meningkatkan jumlah santri maka harus terlebih dahulu membenahi atau menambah sarana dan prasarana yang ada. Karena dari kelengkapan sarana dan prasarana yang ada ini dapat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan dari santri yang menggunakan layanan jasa TPQ Nurul Huda ini.

C. Melakukan kegiatan promosi dengan cara yang lebih variatif.

Setelah melengkapi sarana dan sarana yang ada, maka TPQ Nurul Huda bisa menargetkan pangsa pasar yang lebih luas. Salah satu cara

untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas adalah dengan melakukan kegiatan promosi yang lebih variatif. Selama ini TPQ Nurul Huda terlalu bergantung dengan melakukan kegiatan promosi dari mulut ke mulut saja (WOM). TPQ Nurul Huda bisa saja melakukan kegiatan promosi lain seperti menggunakan media sosial yang kini cukup ramai digunakan oleh masyarakat. Menggunakan brosur ataupun memasang banner di tempat-tempat yang strategis, sehingga dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas.

D. Memperbaiki Komunikasi Internal Organisasi

Dalam suatu organisasi tentunya komunikasi internal cukup penting untuk dilakukan. Selain untuk membangun kerjasama yang baik, komunikasi internal ini juga dapat untuk meningkatkan kualitas dari TPQ Nurul Huda itu sendiri. Saat ini sangat jarang sekali terjadi komunikasi internal antara pengurus dan pengajar di TPQ Nurul Huda sehingga semuanya terkesan berjalan sesuai arus tanpa adanya evaluasi, pembahasan masalah ataupun pembahasan lainnya. Jika TPQ Nurul Huda ingin meningkatkan strategi pemasarannya tentunya akan banyak muncul berbagai program baru yang akan dijalankan bersama. Oleh karena itu memperbaiki komunikasi internal dalam organisasi TPQ Nurul Huda ini menjadi satu hal yang cukup penting untuk dilakukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pembahasan mengenai implementasi bauran pemasaran 7p sebagai strategi pemasaran yang dilakukan pada TPQ Nurul Huda, maka peneliti dapat menyimpulkan jika:

- A. Strategi bauran produk yang terdapat di TPQ Nurul Huda adalah dengan memberikan penawaran hanya berupa pembelajaran membaca Al Quran dan fiqh dasar untuk anak-anak. Strategi harga yang diterapkan di TPQ Nurul Huda adalah tidak ada biaya pendaftaran serta untuk biaya setiap bulannya bisa dibayarkan secara sukarela tanpa ada patokan nominal tertentu. Strategi tempat pada TPQ Nurul Huda adalah dengan memiliki lokasi yang cukup strategis, visibilitas yang mudah dilihat, jauh dari lokasi pesaing dan bisa dilakukan ekspansi meskipun masih terdapat beberapa kendala. Untuk strategi promosi yang digunakan, TPQ Nurul Huda lebih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (WOM) ditambah lagi dengan memberikan hadiah kepada santri dengan harapan dapat membentuk citra yang baik kepada masyarakat sehingga akan tercipta *organic WOM* di kalangan masyarakat sekitar. Strategi orang di TPQ Nurul Huda dikelola oleh Takmir Masjid Nurul Huda berdasarkan hasil rapat yang dilakukan ketika awal pendirian TPQ.

Namun masih banyak kekurangan yang harus dibenahi baik pada pengurus dan pengajar terutama dalam komunikasi internal dalam organisasi. Strategi Bukti fisik yang ada di TPQ Nurul Huda adalah dengan bukti penting berupa memiliki bangunan milik sendiri sendiri, dua buah papan tulis, beberapa meja dan lain lain. Untuk bukti penunjangnya terdapat kartu prestasi untuk mencatat hasil belajar santri dan kartu infaq untuk mencatat pembayaran tiap bulanya. Meskipun sarana dan prasarana yang ada sudah dirasa cukup untuk melaksanakan kegiatan pembelajaran saat ini, namun masih ada beberapa kekurangan yang perlu dibenahi seperti tidak adanya tempat wudhu dan kamar mandi serta beberapa sarana prasarana lainnya. Untuk strategi proses pada TPQ Nurul Huda dilakukan dengan pertemuan tatap muka menggunakan sistem sorogan dimana setiap minggunya terdapat enam kali pertemuan dari hari Senin sampai Hari Sabtu.

- B. Dari implementasi bauran pemasaran yang dilakukan sebagai Strategi pemasaran, terdapat beberapa perbandingan antara TPQ Nurul Huda dengan TPQ pembanding dimana ada beberapa keunggulan dari TPQ Nurul Huda dibandingkan dengan TPQ pembanding yakni Lokasi yang lebih baik dengan lokasi yang strategis, visibilitas yang lebih baik, serta jarak dengan pesaing yang cukup jauh. Namun ada beberapa kekurang pada TPQ Nurul Huda jika dibandingkan dengan TPQ pembanding yakni pada kurangnya komunikasi internal organisasi. penawaran produk yang hanya memiliki satu jenjang saja,

sarana dan prasarana yang masih memerlukan perbaikan, tidak adanya tokoh yang dapat membangun citra TPQ di masyarakat serta masih belum adanya alumni guna menunjukkan hasil layanan jasa yang diberikan.

- C. Adapun beberapa pembaharuan yang bisa dilakukan guna meningkatkan kegiatan pemasaran pada TPQ Nurul Huda bisa dilakukan dengan menambah penawaran produknya agar bisa lebih menarik minat masyarakat, melengkapi sarana dan prasarana yang ada, melakukan kegiatan promosi dengan lebih variatif serta memperbaiki komunikasi internal organisasi.

5.2 Saran

Adapun beberapa saran yang bisa peneliti berikan untuk TPQ Nurul Huda guna sebagai sumbangsih pemikiran dan bahan masukan adalah sebagai berikut:

- A. Mengutamakan untuk memperbaiki komunikasi internal dalam organisasi terlebih dahulu dikarenakan sebaik apapun program ataupun strategi yang dijalankan, jika komunikasi internalnya buruk maka bukan tidak mungkin strategi yang telah direncanakan tersebut dapat gagal terlaksana dengan baik.
- B. Melakukan kegiatan studi banding guna melihat dan mempelajari bagaimana pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan di TPQ lain sehingga bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan memilih strategi mana yang bagus untuk diterapkan di TPQ Nurul Huda.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan

Afidah, I., & Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *JM-TBI: Jurnal Manajemen dan Tarbiyatul Islam*, 12-19.

Alma, Buchari (2018). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Edisi Revisi, Alfabeta, Bandung.

-----, (2003). Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan, Alfabeta, Bandung.

Anonim Alquran dan Terjemahanya (2009), Bumi Aksara, Jakarta.

Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49-56.

Departemen Pendidikan Nasional. (2008). Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Chairiyaton, C., & Verawati, N. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (Stimi)-Meulaboh. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 3(1).

Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7(2), 261-283.

Hidayat, A., & Machali, I. (2012). Pengelolaan pendidikan: konsep, prinsip, dan aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah, Kaukaba, Yogyakarta.

Hurriyati, Ratih. (2005). Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, Bandung.

Irianto, Y. B. (2010). Modul Pemasaran Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Kotler, Philip. Dan Armstrong, Gary. (2008). Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid I, Erlangga, Jakarta.

-----, Philip dan Keller, Kevin. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 2. Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

-----, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Erlangga, Jakarta.

Kurniasih, Dedeh. (2021). Kepuasan Konsumen "Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan dan Citra Merk. Bintang Sembilan Visitama, Serang.

- Mamik. (2013). *Metodologi Kualitatif*, Zifatama Publisher, Sidoarjo.
- Margareta, R. T. E., Ismanto, B., & Sulasmono, B. S. (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(1), 1-14.
- Maulana, R., & Kurniawati, K. (2014). Pengaruh Kualitas E-Service Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Website Koren Denim). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 13(2).
- Nursalina, A. I., & Budiningsih, T. E. (2014). Hubungan motivasi berprestasi dengan minat membaca pada anak. *Educational Psychology Journal*, 3(1).
- Rusmiati, R. (2017). Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa MA AL FATTAH Sumbermulyo. *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi*, 1(1), 21-36.
- Salim. Haidir (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Jenis, Kencana*, Jakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Susilo, H. (2017). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Siswa dalam Memilih Madrasah Aliyah Negeri Tuban. *JDMP (Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan)*, 1(1), 68-78.
- Suluri, S. (2019). *Benchmarking Dalam Lembaga Pendidikan. JDMP (Jurnal Dinamika Manajemen Pendidikan)*, 3(2), 82-88.
- Siyoto, Sandu. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian, Literasi Media Publisng*, Yogyakarta.
- Wahyudi, K. (2016). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Jurnal Kariman*, 4(2), 99-116.
- Wicaksono, A. K. (2021). Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan Islam Swasta. *Attractive: Innovative Education Journal*, 3(2), 152-163.
- Wijaya, N. Q. Penerapan Marketing Mix Universitas Wiraraja dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru. In *Performance* (Vol. 8, No. 2, pp. 112-126). Universitas Wiraraja Sumenep.
- <https://siedoo.com/>. Diakses 9 Agustus 2021.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Konsultasi

BUKTI KONSULTASI

Nama : Eko Junaidi Setiawan
NIM/Jurusan : 17510088 / Manajemen
Pembimbing : Muhammad Fatkhur Rozi, SE., MM.
Judul Skripsi : Implementasi Bauran Pemasaran sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus Pada TPQ Nurul Huda)

| No. | Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing |
|-----|-------------------|-------------------------------|---|
| 1. | 11 Desember 2020 | Pengajuan <i>Outline</i> |  |
| 2. | 4 Februari 2021 | Bab I |  |
| 3. | 16 Februari 2021 | Revisi Bab I |  |
| 4. | 6 Maret 2021 | Revisi Bab I |  |
| 5. | 13 April 2021 | Revisi Bab I |  |
| 6. | 19 Juli 2021 | Revisi Bab I |  |
| 7. | 31 Juli 2021 | Revisi Bab I |  |
| 8. | 6 Agustus 2021 | Revisi Bab I |  |
| 9. | 14 Agustus 2021 | Revisi Bab I |  |
| 10. | 22 September 2021 | Proposal & Acc Proposal |  |
| 11. | 15 Oktober 2021 | Seminar Proposal |  |
| 12. | 29 Oktober 2021 | Acc Proposal |  |
| 13. | 7 Maret 2022 | Skripsi Bab I-V & Acc Skripsi |  |

Malang, 7 Maret 2022

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen



Muhammad Sulhan, SE., M.M

NIP 197406042006041002



Lampiran 2 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Eko Junaidi Setiawan
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 15 Juni 1999
Alamat Asal : Jl. L.A. Sucipto Gg 22A Rt. 05 Rw. 10 Malang
Telepon : 085732252326
Email : ekojunaidi152503@gmail.com

Pendidikan Formal

2005 – 2011 : SD Negeri Klojen Malang
2011 – 2014 : SMP Negeri 2 Malang
2014 – 2017 : SMK Unggulan An Nur Bululawang
2017 – 2022 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2014 – 2017 : Pondok Pesantren An Nur 1 Bululawang
2019 – 2020 : Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek Malang

Pengalaman Organisasi

2015 – 2016 : Ketua Divisi Jurnalistik Osis SMK Unggulan An Nur Bululawang
2018 – 2019 : Anggota Departemen Jurnalistik HMJ Manajemen

2018 – 2020 : Anggota LSO Literasi PMII rayon Moch. Hatta

2020 – 2022 : Bendahara TPQ Nurul Huda

Malang, 7 Maret 2022



Eko Junaidi S



Lampiran 3 Naskah Wawancara

Naskah Wawancara 1

Narasumber : Bambang

Jabatan : Pengurus TPQ Nurul Huda

Waktu Wawancara : 4 Desember 2021

Peneliti : *“Untuk penetapan biaya yang ditetapkan disini bagaimana?”*

Narasumber : *“Penetapan biaya SPP disesuaikan dengan kemampuan orang tua santri/seikhlasnya, hal ini dilakukan agar tidak memberatkan orang tua, namun juga bagi orang tua yang memiliki rezeki lebih bisa memberikan infaq lebih.”*

Waktu Wawancara : 2 Febuari 2022

Peneliti : *“ Produk dan layanan jasa apa yang ditawarkan di TPQ Nurul Huda ini?”*

Narasumber : *“Kalau di sini hanya mengaji Iqro, Al-quran dan hafalan Juz 30 dengan diselingi Fiqih dasar dan Aqidah Akhlak.”*

Peneliti : *“ Bagaimana proses pemilihan pengajar dan pengurus di TPQ Nurul Huda ?”*

Narasumber : *“Untuk pemilihan pengajar dan pengurus TPQ itu dulu berdasarkan rapat dan musyawarah dengan takmir Masjid Nurul Huda dan Tokoh Tokoh masyarakat sekitar.”*

Peneliti : *“Untuk kinerja dari pengajar yang ada saat ini itu bagaimana?”*

Narasumber : *“Untuk kegiatan pembelajaran itu tetap perlu ditingkatkan. Untuk materinya ya sudah bagus dengan menggunakan metode Iqro’. Mungkin suatu saat bisa dikembangkan atau dibuat perbandingan dengan metode lain seperti Yanbua atau yang lain yang terbaik itu yang mana. Tapi jika metode Iqro dikira sudah*

cukup baik ya tidak apa apa tetap menggunakan metode Iqro, tapi jika ada yang lebih bagus ya bisa menggunakan metode lain yang lebih bagus itu.”

Peneliti : *“Untuk selama ini kira kira kegiatan promosi apa yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda?”*

Narasumber : *“Mungkin dari orang tua itu sering disampaikan dari mulut ke mulut. Selain itu terkadang jua disampaikan melalui kegiatan jamaah tahlil. Selain itu untuk kedepan kita juga akan membuat seragam untuk anak anak, sehingga dari adanya seragam itu kan masyarakat bisa tahu kalo disini ada TPQ. Ada lagi kegiatan promosi yang berupa memberikan hadiah atau reward kepada anak anak, sehingga bisa memberi tahu ke orang orang jika di TPQ Nurul Huda ini ada perhatian ke anak anak.”*

Waktu Wawancara : 1 Maret 2022

Peneliti : *“Untuk target pemasaran dari TPQ Nurul Huda ini ke siapa saja ya?”*

Narasumber : *“Target pemasarannya sendiri sebenarnya kalau bisa ya sampai luar wilayah, tapi karena kondisi sarana prasarana masih tidak memungkinkan untuk menambah santri dalam jumlah banyak jadinya masih menargetkan untuk wilayah sekitar dulu.*

Peneliti : *“Apabila terjadi penambahan jumlah santri yang cukup banyak sehingga tempat yang ada saat ini sampai tidak menampung, maka apa yang akan dilakukan?”*

Narasumber : *“Apabila terjadi penambahan santri yang cukup banyak, maka kegiatan mengaji akan dipindahkan ke Masjid Nurul Huda. Di masjid itu tempatnya cukup luas dan itu bisa dipakai. Nantinya kita akan berkoordinasi dengan pengurus Masjid. Kan yang di*

Masjid yang bagian atas itu masih cukup luas, tinggal mengatur waktu kegiatan belajarnya saja.”



Naskah Wawancara 2:

Narasumber : Supriyantoko

Jabatan : Pendiri TPQ Nurul Huda

Waktu Wawancara : 22 Januari 2022

Peneliti : *“ Bagaimana awal mula pendirian TPQ ini dan tujuan awal dari didirikannya TPQ ini?”*

Narasumber : *“ Tujuan saya untuk mendirikan TPQ ini, saya ingin mengajak anak anak kecil untuk belajar Agama, memahami ajaran ajaran Nabi biar paham mengenai agama itu apa? Oleh karena itu saya mendirikan TPQ ini untuk anak anak belajar Agama buat bekal kelak menghadapi masa tua. Terus saya mendirikan TPQ ini karena saya melihat lingkungan sekitar saya dimana banyak anak anak yang tidak belajar mengaji, sehingga hati saya terdorong untuk mengajar anak anak belajar mengaji. Memang sebelumnya sudah ada tempat mengaji di sini tapi pada waktu itu peminatnya kurang dan lambat laun tempat mengaji itu dibubarkan. Sekarang saya ingin mendirikan lagi, bermusyawarah dengan pengurus Masjid Nurul Huda, bagaimana generasi selanjutnya ini kedepannya maudiapakan? Apakah akan kita biarkan? Atau akan kita ajarkan ajaran ajaran Agama biar lebih paham tetapi masih dengan ilmu dasar. Seandainya kelak anak anak itu ingin lebih memperdalam ilmu agamanya, maka silahkan untuk pergi ke Pondok Pesantren. Yang penting mereka sudah punya ilmu ilmu dasar seperti membaca Al-quran, Aqidah Akhlak dll, biar nanti mereka tidak kaget Ketika pergi ke pondok.”*

Peneliti : *“ Untuk materi yang diajarkan di TPQ ini itu seperti apa dan metodenya bagaimana?”*

Narasumber : *“ Untuk pembelajaran membaca Al-Qurannya kami menggunakan metode yang umum dan gampang dipelajari oleh*

anak anak biar anak anak mudah untuk menerima pelajaranya yakni metode Iqro. Mengapa menggunakan Iqro karena Iqro memang lebih mudah untuk memakai Iqro tapi nanti Ketika sudah mencapai jilid 5 atau 6 baru akan dimasuki dengan pelajaran tajwid. Selain itu harga buku Iqro juga tidak terlalu mahal dan juga cukup mudah untuk dicari.”

Peneliti : *“ Bagaimana dengan strategi pemasaran yang digunakan pada TPQ Nurul Huda dalam upaya menarik minat masyarakat?”*

Narasumber : *“ Untuk strategi pemasaran, kami bermusyawarah dengan pihak masjid dan orang orang kampung, apabila ada anaknya yang tidak mengaji disarankan untuk anaknya didaftarkan, daripada mengantarkan jauh jauh lebih baik didaftarkan ke yang dekat saja.*

Sebenarnya di kampung sebelah juga ada TPQ namun jaraknya kurang lebih masih sekitar 1 Km. sedangkan untuk anak anak yang masih kecil kalau dingajikan di tempat yang cukup jauh masih banyak orang tuanya yang kuatir sedangkan kalau tidak dingajikan juga kasihan anaknya. Jadinya di TPQ ini terbuka untuk siapapun jadi meskipun anak anak masih TK juga diterima, kan orang tua juga tidak perlu jauh jauh untuk mengantar dan anak anak pun juga bisa belajar sendiri.”

Peneliti : *“ Jadi target pasar utamanya itu memang utamanya ditujukan untuk anak anak wilayah sekitar Masjid Nurul Huda sendiri ya?”*

Narasumber : *“ Iya.”*

Peneliti : *“ Untuk strategi pemasaran yang akan dilakukan untuk kedepannya kira kira bagaimana?”*

Narasumber : *“ Untuk saat ini kan anak anak banyak yang masih Iqro, meskipun sudah ada beberapa yang sudah sampai tahap Al*

Quran. Seandainya sudah ada yang benar benar lancar dalam membaca Al Quranya, nanti akan diadakan acara yang akan dihadiri oleh warga sekitar. Dalam acara tersebut, anak anak yang sudah lancar tadi akan di test oleh orang orang yang memang sudah fasih dalam ilmu Quran. Sehingga dari sini dapat masyarakat sekitar dapat melihat hasil dari apa yang dipelajari oleh anak anak selama ini. TPQ ingin menunjukkan jika apa yang diajarkan dan hasil yang diperoleh berbeda dengan TPQ yang ada sebelumnya. Sehingga warga yang masih memiliki stigma negative pada TPQ ini bisa mulai tertarik untuk mengajikan anaknya di TPQ ini”.

Peneliti : “ *Di TPQ Nurul Huda kalau tidak salah sekitar satu bulan sekali suka memberi hadiah kepada anak anak yang mengajinya?”*

Narasumber : “ *Ya memang anak anak sekarang kan minat untuk mengajikan masih banyak yang kurang. Mereka cenderung lebih suka untuk bermain daripada untuk mengajikan. Nah dari situ terpikir bagaimana caranya agar anak anak bisa tertarik untuk ikut mengajikan? Maka entah itu satu bulan sekali atau dua kali sebulan akan kami kasih games atau pertanyaan pertanyaan nanti yang bisa menyelesaikan akan diberi hadiah berupa kue ataupun uang. Walaupun mungkin nilainya tidak seberapa, setidaknya bisa untuk menarik minat anak anak untuk ikut belajar mengajikan. Dan nantinya bisa saja anak anak tersebut cerita ke teman teman lainnya yang masih belum mengajikan agar tertarik untuk ikut mengajikan di sini.”*

Peneliti : “ *Untuk pemilihan lokasi yang digunakan untuk tempat mengajikan apakah sudah cukup strategis atau mungkin sudah cukup mudah untuk dijangkau oleh masyarakat?”*

Narasumber : *“Alhamdulillah selama ini Masjid Nurul Huda punya bangunan waqof dari masyarakat. Bangunan inilah yang digunakan sebagai lokasi TPQ. Lokasinya sendiri juga tidak jauh dari Masjid dan akses jalanya juga berada di jalan kampung yang bisa dilalui oleh mobil, sehingga akses jalanya cukup enak apabila orang tua mau antar jemput.”*

Peneliti : *“ Untuk jarak TPQ ini dengan jarak TPQ lain itu kira kira seberapa? “*

Narasumber : *“ Untuk jarak TPQ Nurul Huda ini dengan TPQ lain kurang lebih sekitar 1 Km, itupun kita juga sudah menjalin Kerjasama dengan TPQ lain sehingga tidak ada kesan untuk bersaing antar TPQ. Sehingga bagi anak anak sendiri bisa lebih bebas memilih mau mengaji dimana, namun tetap disarankan untuk mencari yang lebih dekat agar orang tuanya juga masi bisa mengawasi anak anaknya.”*

Peneliti : *“ Bagaimana metode dan kriteria yang digunakan untuk memilih pengurus dan pengajar?”*

Narasumber : *“Memang dulunya selama ini saya tangani sendiri. Melihat Santri yang semakin bertambah, akhirnya saya bermusyawarah dengan pengurus Masjid Nurul Huda. Jadi masalah kepengurusan dan pengajar saya serahkan kepada pengurus Masjid Nurul Huda. Begitu juga dengan masalah keuangan, masalah tempat dan masalah lain lain itu hasil musyawarah dengan pengurus masjid. Untuk masalah pengajar akhirnya disepakati untuk mencari pemuda di sekitar masjid yang sekiranya memiliki ilmu agama dan punya jiwa untuk mengajar akhirnya dimintai tolong untuk mengajar di TPQ. Jadi pengajarnya sendiri masih berasal dari lingkungan sendiri.”*

Peneliti : “ Kira kira kinerja dari pengurus dan pengajar yang ada saat ini bagaimana? Apakah sudah sesuai dengan apa yang telah diharapkan?”

Narasumber : “Memang kalau untuk masalah pengurus dan pengajar bisa dibilang masih cukup kurang, karena kita masih awam dan masih banyak yang harus dipelajari. Kedepannya adalah bagaimana caranya agar kepengurusan agar terus berkembang menjadi lebih baik dengan mempelajari dari TPQ lain yang sudah berjalan lebih lama seperti TPQ Sabilillah atau Masjid Jami’. Apakah sampai nanti hanya akan berjalan seperti ini saja atau nanti akan jauh lebih berkembang menjadi lebih baik tentunya kita masih perlu banyak belajar dari kekurangan itu.

Peneliti : “ Untuk segi biaya yang dipatok pada TPQ Nurul Huda ini mulai dari biaya pendaftaran hingga biaya pendaftaran kira kira berapa ya?”

Narasumber : “ Masalah pembiayaan selama ini pihak TPQ tidak ingin terlalu membebankan masalah biaya kepada orang tua santri. Seandainya ada yang punya rezeki ya silahkan menyumbang seikhlasnya dan itupun tidak ada tekanan sama sekali. Seandainya nanti ada kekurangan masalah biaya, maka nanti bisa musyawarahkan dengan pengurus Masjid bagaimana jalan keluarnya. Yang terpenting adalah bagaimana anak anak bisa nyaman mengaji di sini dulu, masalah biaya itu masalah orang dewasa, anak jangan sampai dibebani biaya.

Waktu Wawancara : 4 Maret 2022

Peneliti : “Untuk yang diajarkan di TPQ Nurul Huda ini apa saja?”

Narasumber : “Yang diajarkan itu mengenai dasar dasar membaca Al Quran dan fiqh dasar agar anak anak itu memiliki unggah unggah yang baik. Untuk Al Quran itu agar anak anak bisa membaca Al

Quranya itu. Nan ti jika ingin mempelajari ilmu agama yang lebih dalam nanti bisa melanjutkan ke jenjang berikutnya di Pondok Pesantren. Jadinya disini hanya mengajarkan tentang ilmu dasar.

Peneliti : ” *Berarti disini setelah menyelesaikan Al Quran tidak ada jenjang berikutnya lagi ya?*”

Narasumber : *“Tiadak ada, Karena untuk menyediakan jenjang yang lebih tinggi tentunya juga harus mendatangkan guru yang lebih paham untuk mengajarkanya. Sedangkan disini guru yang sudah ada hanya bisa mencapai ilmu dasar saja.*

Peneliti : *“Untuk metode pembelajaran yang digunakan di sini menggunakan metode apa ya?”*

Narasumber : *“Untuk metode yang digunakan di sini menggunakan metode Iqro. Karena dengan menggunakan Iqro itu banyak yang sudah mengerti mengenai metodenya dan lagi tidak membutuhkan pelatihan khusus untuk guru guru yang akan mengajarkanya. Menurut saya kalau Iqro itu metode yang sudah sangat umum lah sehingga jika di rumah ingin belajar dengan orang tua masing masing juga bisa. Dan lagi untuk harganya itu juga lebih murah serta lebih mudah untuk menemukanya di toko toko kitab jika dibandingkan dengan metode lainnya.”*

Naskah Wawancara 3

Narasumber : Afi

Jabatan : Pengajar TPQ Nurul Huda

Waktu Wawancara : 26 Januari 2022

Peneliti : *“ Bagaimana proses penyaluran jasa pembelajaran yang dilakukan pada TPQ Nurul Huda? ”*

Narasumber : *“ Cara mengajarnya itu seperti mereka membaca satu persatu, lalu kami menyimak dengan mendengarkan yang salah. Selain itu kami juga memberi tahu jika ada ilmu baru seperti halnya pada halaman baru pada Iqro kan ada ilmu baru atau bacaan baru, kan itu mereka masih belum paham jadinya kami memberi tahunya terlebih dahulu agar ketika mereka membacanya sudah paham dan tidak ada kesalahan. ”*

Peneliti : *“ Untuk jadwal mengajinya itu bagaimana disini? ”*

Narasumber : *“ Untuk jadwal mengajinya cukup sistematis, jadi Senin sampai Rabu itu jadwalnya membaca Iqro, lalu Hari Kamis itu menulis dengan materi Akhlak, Hari Jumatnya itu membaca Iqro lagi, dan Hari Sabtuannya itu menulis lagi dengan materi fiqh. ”*

Peneliti : *“ Bagaimana sarana dan prasarana yang ada di TPQ Nurul Huda Ini? ”*

Narasumber : *“ Sebenarnya sarana dan prasarananya sudah cukup lengkap, hanya saja untuk keluasaan tempat masih kurang, karena terkadang kalau yang masuk banyak masih agak berdesak desakan. Selain itu untuk kamar mandi dan tempat wudhu yang ada disini juga masih cukup kurang, karena kan mereka rata rata masih SD masih suka main main, suka lari lari, nah jadinya itu kalau kamar mandinya jauh takutnya masih mampir mampir gak langsung ke kamar mandinya. Soalnya kan selama ini itu kamar mandinya masih harus ke masjid, nah itu kan dalam perjalanannya ke masjid kan masih melewati warung dan lain lain jadi takutnya malah gak langsung ke masjid tapi malah mampir mampir ke tempat lainnya. ”*

Peneliti : *“ Selama mengajar di TPQ ini pernah tidak dilakukan evaluasi antar pengurus dan pengajar?”*

Narasumber : *“Selama ini sepertinya masih belum ada. Mungkin adaya hanya sekedar pembicaraan ringan antar pengajar mengenai kondisi anak anak. Untuk evaluasi atau rapat dari seluruh pengurus dan pengajar masih belum ada.”*

Peneliti : *“ Menurut sampean adanya evaluasi atau rapat seperti ini itu perlu tidak sih?”*

Narasumber : *“Sebenarnya perlu biar pengurus bisa mengerti juga bagaimana kondisi anak anak, apalagi dari pengajar sendiri juga tidak setiap hari ketemu. Intinya biar antar pengajar dan pengurus bisa sinkron.”*

Peneliti : *“Apakah ada suatu kendala selama mengajar?”*

Narasumber : *“Kalo kendala mungkin dari muridnya kan umurnya variatif, jadinya lebih susah ke arah pengkondisian anak anaknya.”*

Naskah Wawancara 4:

Narasumber : Puspita

Jabatan : Wali Santri TPQ Nurul Huda

Waktu Wawancara : 28 Januari 2022

Peneliti : *“Hal menarik apa yang membuat orang tua tertarik untuk mendaftarkan anaknya mengaji di TPQ Nurul Huda?”*

Narasumber : *“Alasan untuk mengajikan anak-anak di TPQ Nurul Huda itu karena dekat dari rumah dan yang kedua karena agar kenal dengan teman-temannya yang satu kampung, jadinya kan bisa kenal dengan tetangga-tetangga sekitar”*

Peneliti : *“Awal tahu TPQ Nurul Huda itu bagaimana?”*

Narasumber : *“Awalnya tahu dari Nenek, waktu itu Nenek bilang kalo mau ada ngajian buka di kampung, dari pada cari tempat ngaji yang jauh mending dingaikan disitu.”*

Peneliti : *“Kira-kira pernah dengar tidak jika TPQ Nurul Huda itu melakukan promosi?”*

Narasumber : *“Kalo untuk promosi tahunya itu ketika ada rapat di Masjid Nurul Huda. Menurut saya itu juga salah satu promosi yang dilakukan oleh TPQ Nurul Huda. Selain itu kan juga sempat ada kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh TPQ seperti mengajak anak-anak bermain diluar dll. Secara tidak langsung kan anak-anak yang tidak mengaji disitu kan jadi berfikir ternyata ngaji di TPQ Nurul Huda itu enak ya ada seperti permainan-permainannya gitu.”*

Peneliti : *“Untuk apa yang diajarkan pada TPQ Nurul Huda itu kira-kira sudah sesuai belum dengan apa yang diharapkan oleh wali santri?”*

Narasumber : “ *Alhamdulillah untuk saat ini sudah, karena apa yang diajarkan di TPQ Nurul Huda sebenarnya sama dengan apa yang diajarkan di Sekolah Anak-anak, jadinya ngajinya itu bisa mengimbangi apa yang ada di sekolah meskipun menggunakan metode yang berbeda.*”

Peneliti : “ *Dari Sarana Penunjang yang ada di TPQ Nurul Huda kira-kira ada yang dikeluhkan atau tidak?*”

Narasumber : “ *Untuk saat ini mungkin sudah cukup.*”

Peneliti : “ *Dari tarif biaya yang ditarik pada TPQ Nurul Huda apakah sudah sesuai dengan apa yang diberikan atau belum atau dengan kata lain apakah biayanya itu mudah dijangkau?*”

Narasumber : “ *Untuk biayakan tarifnya sukarela tidak dipatok harga, jadinya masih mudah dijangkau. Dan seharusnya kalau sukarela itu orang tua banyak yang mengajikan di situ karena menurut saya itu cukup murah. Anggap saja sekarang jika ada orang tua yang hanya mampu untuk membayar Rp 5000 pun juga masih diperbolehkan dan itu juga tidak pernah ditarik dengan minimal harga berapa gitu juga tidak pernah. Jadinya masih terhitung cukup murah dan terjangkau.*”

Naskah Wawancara 5:

Narasumber : Slamet

Jabatan : Walisantri TPQ Nurul Huda

Waktu Wawancara : 29 Januari 2022

Peneliti : *“Hal menarik apa yang membuat orang tua tertarik untuk mengajikan anaknya di TPQ Nurul Huda ?”*

Narasumber : *“Yang pertama itu karena dekat dari rumah, sebabnya jika dekat dengan rumah itu orang tua jadi mudah untuk memantau anak anaknya. Selain itu sebenarnya kalau soal mengaji kan hampir di setiap tempat itu sama, hanya saja untuk soal pengajarannya kan anaknya yang lebih tahu. Tapi menurut saya di TPQ Nurul Huda ini sudah cukup mumpuni jika dibandingkan TPQ lain.”*

Peneliti : *“Selama ini anda sempat tahu tidak mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh TPQ?”*

Narasumber : *“Tahu, seperti halnya kadang kadang anak anak dikasih hadiah, secara tidak langsung kan itu juga merupakan bagian dari promosi.”*

Peneliti : *“Untuk segi biaya yang ditarik apakah sudah sesuai dengan napa yang diberikan?”*

Narasumber : *“Kalau bagi saya sudah lebih lebih. Walaupun saya tidak tahu sendiri hanya dengar dari orang jika dibandingkan dengan harga ilmu mengaji itu satu hurufnya saja sudah berapa keuntungannya? Apalagi saya setiap bulanya hanya membayar sekitar Rp 20.000,- itu sebenarnya saya masih kurang, cuma karena mampunya baru semampunya baru segitu jadinya sudah bagus lah apa yang diberikan oleh TPQ. ”*

Peneliti : *“ Kira kira untuk sarana penunjang yang diberikan oleh TPQ Nurul Huda saat ini apakah sudah memadai atau masih ada yang kurang?”*

Narasumber : *“Untuk sarana memangkan tempat kita masih belum punya sendiri, jika dibilang kurang ya masih kurang, tapi kalau dibilang sudah cukup sih sebenarnya sudah cukup karena tempatnya itu kan itunganya masih belum milik sendiri, mungkin kalau sudah punya tempat sendiri akan lebih bisa menunjang kegiatan mengaji.”*

Peneliti : *“Untuk tempat bukanya itu sebenarnya sudah diwaqafkan jadi milik Masjid Nurul Huda?”*

Narasumber : *“Kalo untuk itu sebenarnya saya kurang tahu, hanya saja kalo misalkan sudah diwakaf kan seharusnya sudah benar benar dilepas oleh pemilik sebelumnya, namun nyatanya disana masih banyak barang barang dari pemilik sebelumnya, jadinya masih terkesan milik pribadi.”*

Peneliti : *“ Selama ini untuk kegiatan mengajar yang dilakukan TPQ Nurul Huda apakah sudah memuaskan?”*

Narasumber : *“ Biasanya kalo anak kecil kan lebih tahu dari hati ke hati, kalo bicara kan mungkin kurang bisa menyampaikan. Bisa dinilai kalo gurunya enak mengajarnya enak berarti kan anak kecil itu bisa merasa nyaman jadinya dia bisa semangat untuk mengaji. Berbeda jika gurunya atau metode yang diberikan kurang nyaman maka anak anak biasanya akan malas untuk berangkat mengaji jadinya bisa disimpulkan kalau metode pengajaran yang dilakukan sudah cukup memuaskan.”*

Naskah Wawancara 6

Narasumber : Nur Hadi

Jabatan : Pendiri TPQ Ar Rochman

Waktu Wawancara : 17 Febuari 2022

Peneliti : *“ Untuk Produk yang ditawarkan di TPQ Ar Rochman itu apa saja ?”*

Narasumber : *“Untuk yang diajarkan di TPQ Ar Rochman itu Khusus Al Quran menggunakan metode Yanbua, pengajarannya mulai baca, tulis, makhrajul huruf dan fashohah. Sedangkan untuk Madrasah Diniahnya yang diajarkan disini tetap mempelajari Al Qurannya tetap, akan tetapi yang dipelajari sudah tidak sama, lebih kearah mempelajari kandunganya. Yang kedua mempelajari Fiqh, Bahasa Arab, Nahwu, Shorof, Tareh dan Aqidah.”*

Peneliti : *“Apakah ada produk lain yang diajarkan disini selain baca tulis alquran seperti ekstrakulikuler atau semacamnya?”*

Narasumber : *“Untuk ekstrakulikuler ada albanjari dan drumband namun untuk sementara drumbandnya masih diberhentikan terlebih dahulu karena ada Covid.”*

Peneliti : *“Untuk biayanya sendiri kira kira berapa biaya yang dibebankan kepada wali santri di TPQ Ar Rochman ini?”*

Narasumber : *“Di sini walisantri tidak dibebankan sama sekali mengenai biaya sama sekali, tapi apabila ada uang sukarela yang diberikan kepada TPQ maka akan kami terima. Jadi tidak membawa uang sukarela itu tidak masalah dan membawa pun juga tidak masalah karena baik yang membawa maupun tidak membawa itu tidak pernah ada pencatatanya sama sekali yang penting anak anaknya semangat untuk mengaji. Lalu yang kedua untuk materi yang diberikan atau sumber materinya seperti kitab kitabnya itu tidak pernah dijual jadinya kitab kitabnya itu gratis semua. Lha*

sumber dananya itu dari mana? Untuk sumber dananya itu dari uang sukarela yang orang orang bawa itu. Jadi dari uang sukarela itu nantinya akan dibelikan kitab dari jilid satu sampai jilid lima.”

Peneliti : *“Untuk tempat seperti visibilitas, aksesibilitas dan jarak dengan pesaing itu bagaimana?”*

Narasumber : *“Untuk visibilitas di depan itu sudah ada papan nama, Akses jalan juga sudah cukup luas mobil sudah bisa masuk. Lalu untuk jarak dengan pesaing ada yang paling dekat itu kurang lebih hanya sekitar 100 meter yaitu TPQ Al Amin milik Ustadzah Istiqomah yang dulunya juga masih alumni sini. lalu lebih jauh sedikit ada TPQ Thoriqul Falah milik Pak Majid yang juga masih satu lingkup wilayah. Kalau di total sebenarnya di sekitar sini ada 5 TPQ yang masih satu lingkup wilayah.”*

Peneliti : *“Untuk ekspansi disini apabila terus ada penambahan santri bagaimana?”*

Narasumber : *“ Kalau penambahan itu mesti, dari yang awalnya hanya 3 anak, lalu dalam satu bulan menjadi kurang lebih 30 anak, setahun kemudian bertambah lagi menjadi 90 anak hingga saat ini sudah mencapai 300 anak lebih. Dan itu insyaallah masih bisa menampung jika masih bertambah terus. Bahkan saat ini hampir tiap dua atau tiga hari sekali ada anak baru.*

Peneliti : *“ Untuk Pengurus dan Pengajar itu kriteria pemilihanya bagaimana? Apakah dari yayasan atau bagaimana?”*

Narasumber : *“untuk pengurus dan pengajar itu dari yayasan, tapi yang jeas yang lebih awal terbentuk itu TPQ dulu baru yayasan. Setelah TPQ berjalan, karena ada persyaratan dari kemenag harus mendirikan yayasan, maka didirikanlah yayasan. Kan biasanya itu yayasan dulu baru TPQ, tapi disini tidak, jadi setelah membuat TPQ terus berkembang dan anak anak sudah banyak yang lulus Al quran akhirnya ditampung di Diniyah. Setelah di Diniyah diajari berbagai macam ilmu hingga banyak yang lulus dan jadi alumni, alumni juga banyak yang mendirikan sendiri,*

dan ada persyaratan dari Kemenag jika mendirikan TPQ dan Diniyah harus memiliki yayasan, barulah yayasan dibentuk Yayasan Ar Rochman. Dan meskipun pengurus dan pengajar berasal dari yayasan, namun tidak semua merupakan alumni dari TPQ Ar Rochman. Jadi ada juga yang berasal dari alumni pondok pesantren dan ada juga dari alumni perguruan tinggi.”

Peneliti : “ Untuk jumlah pengurus dan pengajar di sini ada berapa ya?”

Narasumber : “ Untuk jumlah pengajar sekarang ini jumlahnya 15 orang, sedangkan untuk pengurusnya ada 8 orang.”

Peneliti : “ Untuk Sarana dan Prasarana yang ada di TPQ Ar Rochman ini bagaimana pak?”

Narasumber : “ Untuk sarana yang ada itu ada 8 ruang kelas, 1 Mushollah, dan Kantor TPQ. Selain itu di tiap tiap santri juga diberi kartu prestasi untuk laporan membaca atau hafalan di setiap harinya.”

Peneliti : “Untuk pelajaran mengaji disini kan ada tingkatan tingkatan, untuk tahap kenaikan tingkatnya itu apakah ada ujiannya tersendiri atau bagai mana?”

Narasumber : “Untuk TPQ bila anak itu cerdas ya gak sampai setahu sudah naik tingkat. Biasanya itu gak sampai dua bulan sudah naik tingkatan. Kalau memang anaknya agak kurang biasanya bisa sampai tiga bulan satu jilid baru selesai. Selain itu untuk ujian itu tidak harus bersama sama, ujiannya itu tiap anak. Jadi kalau hari ini sudah selesai dan bagus maka akan diuji. Dan jika ketika diuji itu dinyatakan naik maka pada kartu prestasinya itu akan dinyatakan naik dan dituliskan di kartu prestasinya maka akan dinyatakan naik jilid. Beda lagi dengan ujian akhir Al Quran, kalo ujian akhir Al Quran itu anak anak akan di drill dulu anak anak, dan itu harus bagus secara keseluruhan. Keseluruhan itu tidak hanya dari bacaan Al Quranya saja melainkan juga meliputi bacaan shilat, bacaan doa sehari hari, bacaan awal belajar dan lain lain. Dan itu dilakukan setahun sekali.

Peneliti : “Selama ini apakah ada kegiatan promosi yang dilakukan oleh TPQ?”

Narasumber : “ Untuk promosi sepertinya tidak pernah. Tapi kalau didatangi oleh TPQ lain itu sering. Bahkan pernah didatangi oleh TPQ dari luar wilayah Pandanwangi, ingin belajar kesini atas saran dari Kemenag. Pernah juga TPQ dan Diniyah sini jadi TPQ

percontohan se Malang Raya, diikutkan sebagai diniah percontohan se Jawa Timur. ”

Peneliti : *“Kalau menurut bapak sendiri. Bagaimana caranya orang orang bisa mengetahui adanya TPQ Ar Rohman ini bagaimana?”*

Narasumber : *“Kalau sepengetahuan saya itu orang orang taunya kan disini ada anak anak kecil ngumpul, terus akhirnya berhenti terus tanya tanya apakah disitu ada tempat mengaji? Jadinya seperti itu biasanya. Sampai yang daftar kemarin pun juga sama seperti itu. Terus yang ke dua itu orang orang taunya itu karena diberi tahu oleh tetangganya yang anaknya mengaji di sini. Ketiga itu taunya biasanya kalau disini ada ujian itu kan sampai nutup jalan. Biasanya mengundang guru guru dari TPQ lainnya di wilayah sekitar sini untuk ikut menguji anak anak tentang kemampuannya.*

Peneliti : *“Jadi di sini ini tidak pernah memiliki target pemasaran dikhususkan untuk siapa saja gitu ya?”*

Narasumber : *“Tidak pernah, tidak pernah menargetkan dan tidak pernah mempromosikan.”*

Peneliti : *“Meskipun tidak pernah di promosikan tetapi yang datang dari jauh juga cukup banyak ya?”*

Narasumber : *“Santri yang dari wilayah sekitar sini itu kurang lebih sekitar enam puluh persen. Yang dari luar wilayah sini itu kurang lebih sekitar empat puluh persen. Bahkan yang dari wilayah kabupaten malang itu juga banyak.”*

Naskah Wawancara 7

Narasumber : Zahro

Jabatan : Pengajar TPQ Ar Rochman

Waktu Wawancara : 17 Febuari 2022

Peneliti : *“Di TPQ ini untuk penyampaian pelajarannya itu seperti apa?”*

Narasumber : *“Untuk penyampaian pelajaran itu biasanya menggunakan peraga. Yang pertama itu dari awal masuk anak anak akan diajak untuk membaca peraga pertamanya dicontohkan habis itu baru dibaca bersama sama. Jika itu sudah selesai barulah anak anak dilanjutkan untuk setoran.”*

Peneliti : *“Untuk jadwal mengajinya itu bagaimana?”*

Narasumber : *“ Untuk Jadwal mengajinya itu dari hari Senin Sampai hari Jumat. Biasanya hari Senin sampai Rabu itu mengaji seperti biasa, hari Kamis itu ditambah menulis, dan hari Jumat itu hafalan.Untuk Hari Sabtu dan Mingguya itu libur.”*

Peneliti : *“Lalu untuk sarana dan prasarana yang ada di sini menurut anda itu bagaimana?”*

Narasumber : *“Untuk sarana dan prasarana insyaallah sudah cukup, di tiap tiap kelas sudah ada peraga, terus papan tulis, dan setiap guru bisa minta jilid di setiap kelasnya.”*

Naskah Wawancara 8

Narasumber : Sri Rejeki

Jabatan : Walisantri TPQ Ar Rochman

Waktu Wawancara : 17 Febuari 2022

Peneliti : *“Kira kira alasan Ibu untuk mengajikan anaknya di TPQ ini itu apa? “*

Narasumber : *“ Waktu itu anaknya minta sendiri untuk mengaji disini. Tau nya itu dari saudara saudara, terus kebetulan kitab yang digunakan disini dengan yang digunakan di sekolah itu sama, jadinya anaknya minta disini.”*

Peneliti : *“ Kalau menurut Ibu, hal yang membuat menarik untuk mengaji disini itu apa ya?”*

Narasumber : *“ Apa ya, saya kan hanya sebagai orang tua jadinya hanya mendukung saja kemauan anak saja, mumpung anaknya minat. Nanti kalau dipaksa paksakan malah tidak bisa bagaimana? Alhamdulillah sih anaknya sudah ada niat mengaji, yang penting kan itu.”*

Peneliti : *“ Untuk biaya yang ditetapkan di sini itu bagaimana?”*

Narasumber : *“ Tidak ada biaya mas, disini itu hanya ada shodaqoh, dan itu terserah tidak diwajibkan, hanya seikhlasnya.”*

Peneliti : *“Dari biaya tersebut, untuk apa yang didapatkan kira kira sudah sesuai apa belum dengan apa yang diharapkan?”*

Narasumber : *“ Menurut saya sudah sangat sesuai, karena disini kan tidak hanya mengaji saja, melainkan ada juga seperti hafalan hafalan seperti surat surat pendek dan lain lain.”*

Peneliti : *“Dari Sarana dan prasarana yang adadi sini itu bagaimana? Apakah bisa membuat anak anak nyaman atau bagaimana?”*

Narasumber : *“Sarana dan prasarana yang ada sudah sangat nyaman karena setiap jilid itu ada kelasnya sendiri. Terus pada gurunya itu laki laki dan perempuan itu disendirikan, jadinya anak laki laki ada gurunya sendiri dan perempuan ada gurunya sendiri juga. Tapi untuk sementara ini karena masih ada beberapa ruang kelas yang*

dibersihkan jadinya dicampur. Kalau sebelumnya itu sendiri sendiri, mulai jilid dua itu sendiri sendiri.”



Naskah Wawancara 9

Narasumber : Ida

Jabatan : Walisantri TPQ Ar Rochman

Waktu Wawancara : 18 Febuari 2022

Peneliti : *“Kira kira alasan Ibu untuk mengajikan anaknya di TPQ ini itu apa? “*

Narasumber : *“ Jadi waktu awal Corona itu kan banyak TPQ lain yang tutup, terus yang masih buka itu disini, jadinya dingajikan disini.”*

Peneliti : *“Hal apa sih yang membuat tertarik untuk mengajikan anaknya disini itu apa ya?”*

Narasumber : *“Karena sudah kenal ke gurunya. Karena rata rata orang di wilayah sini sudah kenal ke gurunya.”*

Peneliti : *“Untuk biaya yang diterapkan disini itu bagaimana?”*

Narasumber : *“ Tidak ada biaya sama sekali Mas, dari awal pendaftaran sudah gratis, kitab kitabnya juga dikasih gratis dan biaya bulannya juga tidak ada.”*

Peneliti : *“ Dengan biaya yang seperti itu, apakah hasil yang didapatkan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan?”*

Narasumber : *“Ya sudah sesuai ya Mas, karena ngajinya kan juga diharuskan bisa menulis, hafalan dan lain lain. Jadinya sudah sesuai menurut saya.”*

Peneliti : *“Untuk sarana dan prasarana yang ada di TPQ ini itu bagaimana?”*

Narasumber : *“ Dari sarana dan prasarana sudah cukup bagus, kelasnya juga ada banyak.”*

Peneliti : *“Selama ini sepengetahuan Ibu apakah TPQ Ar Rochman pernah melakukan promosi?”*

Narasumber : *“Tidak pernah ada mas”*

Peneliti : *“Jadi kalau menurut ibu kira kira orang orang itu bisa tahu TPQ Ar Rochman dari mana?”*

Narasumber : *“Bisa dari Rekomendasi sekolah mas, karena di TK Muslimat 08 itu juga menggunakan metode Yanbua untuk mengajinya, jadi agar*

metode pembelajarannya sama itu direkomendasikan untuk melanjutkan mengaji kesini.”.



Lampiran 4 Dokumentasi



Kegiatan Belajar Mengajar di TPQ Nurul Huda



TPQ Nurul Huda Tampak Depan



Akses jalan pada TPQ Nurul Huda



Papan Nama TPQ Nurul Huda



Kegiatan Belajar TPQ Ar Rochman



Bangunan Ruang Kelas TPQ Ar Rochman



Kondisi Ruang Kelas TPQ Ar Rochman



TPQ Ar Rochman Tampak Depan



Akses Jalan pada TPQ Ar Rochman



Papan Nama TPQ Ar Rochman

