

**STRATEGI PROMOSI YAYASAN PONPES DINUL KHOIRIAH
BANGSAWAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI
MTs AL-KHOIRIAH AEK BUATON KECAMATAN AEK
NABARA BARUMUN KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Manajemen Dakwah*

Oleh

**LINA MAYSURI SIREGAR
NIM. 1930400002**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

**STRATEGI PROMOSI YAYASAN PONPES DINUL KHOIRIAH
BANGSAWAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI MTs AL-
KHOIRIAH AEK BUATON KECAMATAN AEK NABARA BARUMUN
KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Manajemen Dakwah*

Oleh

**LINA MAYSURI SIREGAR
NIM. 1930400002**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**STRATEGI PROMOSI YAYASAN PONPES DINUL KHOIRIAH
BANGSAWAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI
MTs AL-KHOIRIAH AEK BUATON KECAMATAN AEK
NABARA BARUMUN KABUPATEN PADANG LAWAS**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Bidang Ilmu Manajemen Dakwah*

Oleh

**LINA MAYSURI SIREGAR
NIM. 1930400002**

PEMBIMBING I

Dr. H. Arhyn Hasibuan, M.Ag
NIP. 196209241994031005

PEMBIMBING II

Hasbi Anshori Hasibuan, M.M
NIP. 198707182023211018

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

Hal : Skripsi
an. Lina Maysuri Siregar
lampiran : 6 (enam) Exemplar

Padang Sidempuan, 13-02-2024
Kepada Yth:
Dekan FDIK
Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di :
Padang Sidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n Lina Maysuri Siregar yang berjudul: **"Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas"** maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

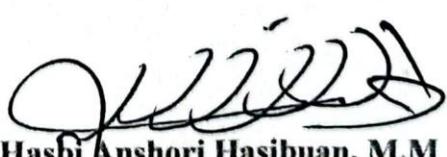
Dengan demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I


Dr. H. Arman Hasibuan, M.Ag
NIP. 196209241994031005

PEMBIMBING II


Hasbi Anshori Hasibuan, M.M
NIP. 198707182023211018

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lina Maysuri Siregar
NIM : 1930400002
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi / Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum pada pasal 19 ayat ke 4 kode etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 13 Februari 2024
Pembuat Pernyataan



Lina Maysuri Siregar
NIM 1930400002

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DAN KEBENARAN DOKUMEN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lina Maysuri Siregar
Tempat/Tgl Lahir : Batu Sundung, 01 Juni 2001
NIM : 1930400002
Fak/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Segala data terdapat dalam dokumen permohonan ujian munaqosyah ini adalah benar dan sah.
2. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa dokumen-dokumen yang telah saya berikan tidak benar, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

Padangsidempuan, 13 Februari 2024

Yang Membuat Pernyataan



Lina Maysuri Siregar
NIM 1930400002

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lina Maysuri Siregar
NIM : 19 304 00002
Prodi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“STRATEGI PROMOSI YAYASAN PONPES DINUL KHOIRIAH BANGSAWAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI MTs AL-KHOIRIAH AEK BUATON KECAMATAN AEK NABARA BARUMUN KABUPATEN PADANG LAWAS”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan), dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addry Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada Tanggal : 13 - 02 - 2024
Yang menyatakan,



Lina Maysuri Siregar
NIM 1930400002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Lina Maysuri Siregar
NIM : 1930400002
Program Studi : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas

Ketua

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
NIP. 196308211993031003

Sekretaris

Yuli Eviyanti, M.M
NIDN. 2008078501

Anggota

Drs. H. Agus Salim Lubis, M.Ag
NIP. 19630821 199303 1 003

Yuli Eviyanti, M.M
NIDN. 2008078501

Dr. Soleh/Eikri, M.Ag
NIP. 196606062002121003

Hasbi Anshori Hasibuan, M.M
NIP. 198707182023211018

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa, 23 Januari 2024
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 82 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif :
Predikat :



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

Nomor: 269/Un.28/F.6a/PP.00.9/02/2024

Judul Skripsi : Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas

Nama : Lina Maysuri Siregar

NIM : 1930400002

Program Studi : Manajemen Dakwah

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Padangsidempuan, 13 Februari 2024
Dekan,


Dr. Magdalena, M.Ag
NIP. 197403192000032001

ABSTRAK

Nama : Lina Maysuri Siregar
Nim : 1930400002
Judul Skripsi : Strateegi Promosi Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas

Latar belakang penelitian ini adalah adanya peningkatan jumlah santri di Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton setelah dilakukannya promosi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan jumlah santri di Madrasah Tsanawiyah Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data terdiri dari sumber data primer yaitu Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi Kepala Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiroah Aek Buaton, ustadz dan ustadzah sebanyak 5 (lima) orang, dan sumber data sekunder yaitu santri/santriwati sebanyak 10 (sepuluh) orang di Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton, dan perwakilan orang tua santri/santriwati sebanyak 10 (sepuluh) orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lalu, Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan 3 tahap, yaitu : pengorganisasian data, *editing*, dan *coding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa observasi awal yang dilakukan oleh peneliti sinkron dengan yang ditemukan di lapangan yaitu bertambahnya jumlah santri Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek buaton dari tahun ketahunnya. Dan hal ini tentunya setelah diterapkannya strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Yayasan Dinul Khoiriah Bangsawan dalam pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan empat elemen bauran promosi (*promotion mix*) yaitu *mass selling*, *personal selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*), dan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan juga memakai strategi informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) jadi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan melakukan promosi dengan lima elemen bauran promosi. Dengan digunakannya lima bauran promosi ini Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buaton mengalami peningkatan jumlah santrinya dari tahun ketahun. Untuk mendukung kegiatan promosi ini juga pihak yayasan selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pesantren baik dari kelengkapan sarana dan prasarannya, dan kegiatan kulikuler dan ekstrakulikuler.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Meningkatkan, Santri.

ABSTRACT

Name : Lina Maysuri Siregar
Reg. Number : 1930400002
Thesis Title : Strategic Promotion of Dinul Khoiriah Islamic Boarding School in Increasing the Number of Santri Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun, Aek Nabara Barumun District, Padang Lawas Regency

The background of this research is the increase in the number of students at Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun after the promotion. The purpose of this study is to find out how the promotion strategy carried out by the Dinul Khoiriah Bangsawan Islamic Boarding School Foundation in increasing the number of students of Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun. To find out how the development of the number of students in Madrasah Tsanawiyah Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun and to find out what are the supporting and inhibiting factors of promotional activities carried out by the Dinul Khoiriah Bangsawan Islamic Boarding School Foundation in increasing the number of students of Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun. This research uses a type of field research using a descriptive qualitative approach. The data source consists of primary data sources, namely the Chairman of the Dinul Khoiriah Noble Islamic Boarding School Foundation as well as the Head of the Tsanawiyah Al-Khoiroah Aek Buatun Madrasah, 5 (five) ustadz and ustadzah, and secondary data sources, namely 10 (ten) students in the Tsanawiyah Madrasah Al-Khoiriah Aek Buatun, and representatives of parents of students / santriwati as many as 10 (ten) people. Data collection techniques using observation, interview, and documentation methods. Then, data processing and analysis techniques are carried out in 3 stages, namely: data organization, *editing*, and *coding*. The results showed that the initial observations made by researchers were in sync with those found in the field, namely the increase in the number of students of Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek buatun from year to year. And this is of course after the implementation of the promotional strategy carried out by the Dinul Khoiriah Bangsawan Foundation in the implementation of promotional activities carried out by the Dinul Khoiriah Bangsawan Islamic Boarding School Foundation four elements of the promotion mix (*promotion mix*), namely *mass selling*, *personal selling*, *sales promotion*, *public relations (public relations)*, and Dinul Khoiriah Bangsawan Islamic Boarding School Foundation also uses *word of mouth information strategy* so Dinul Khoiriah Bangsawan Islamic Boarding School Foundation promotes with five elements of promotion mix. With the use of these five promotional mixes, Madrasah Tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun has increased the number of students from year to year. To support this promotional activity, the foundation always strives to improve the quality of pesantren both from the completeness of its facilities and infrastructure, and its curricular and extracurricular activities.

Keywords : Strategy, Promotion, Improve, Santri.

خلاصة

اسم
رقم التسجيل
العنوان
لينا ميسوري سيريجار
١٩٣٠٤٠٠٠٠٢:
الترويج الاستراتيجي لمدرسة دينول الخيرية الإسلامية الداخلية من خلال زيادة
عدد المدارس السانتري تساناوية الخيرية إيك بوتون، منطقة إيك نابارا بارومون،
بادانج لاواس ريجنسي

خلفية هذا البحث هي زيادة عدد الطلاب في المدرسة الثانوية الخيرية إيك بوتون بعد الترقية. الغرض من هذه الدراسة هو معرفة كيفية استراتيجية الترويج التي نفذتها مؤسسة مدرسة دينول خيريا بانجساوان الإسلامية الداخلية في زيادة عدد طلاب المدرسة الثانوية الخيرية إيك بوتون. لمعرفة كيفية تطور عدد الطلاب في المدرسة السنوية المدرسة السنوية الخيرية إيك بوتون ومعرفة العوامل الداعمة والمعوقة للأنشطة الترويجية التي تقوم بها مؤسسة مدرسة دينول خيرية بانجساوان الإسلامية الداخلية في زيادة عدد الطلاب من طلاب المدرسة السنوية الخيرية إيك بوتون. يستخدم هذا البحث نوعاً من البحث الميداني باستخدام المنهج الوصفي النوعي. يتكون مصدر البيانات من مصادر بيانات أولية، وهي رئيس مؤسسة مدرسة دينول خيرية الإسلامية النبيلة وكذلك رئيس مدرسة تسناوية خيروا إيك بوتون، و ٥ (خمسة) أستاذ وأستاذ، ومصادر البيانات الثانوية، وهي ١٠ (عشرة) طلاب في المدرسة السنوية الخيرية إيك بوتون، وممثلين عن أولياء أمور الطلاب/سانتريواتي بعدد يصل إلى ١٠ (عشرة) أشخاص. تقنيات جمع البيانات باستخدام أساليب الملاحظة والمقابلة والتوثيق. ومن ثم، يتم تنفيذ تقنيات معالجة البيانات وتحليلها على ثلاث مراحل، وهي: تنظيم البيانات، وتحريرها، وترميزها. وأظهرت النتائج أن الملاحظات الأولية التي أباها الباحثون كانت متزامنة مع تلك الموجودة في الميدان، وهي الزيادة في عدد طلاب المدرسة الثانوية الخيرية إيك بوتون من سنة إلى أخرى. وهذا بالطبع بعد تنفيذ الإستراتيجية الترويجية التي نفذتها مؤسسة دينول خيريا بانجساوان في تنفيذ الأنشطة الترويجية التي نفذتها مؤسسة دينول خيريا بانجساوان الإسلامية الداخلية أربعة عناصر للمزيج الترويجي (المزيج الترويجي) وهي الجماهيرية البيع، والبيع الشخصي، وترويج المبيعات، والعلاقات العامة (العلاقات العامة)، وتستخدم مؤسسة مدرسة دينول خيريا بانجساوان الإسلامية الداخلية أيضاً استراتيجية المعلومات الشفهية، لذلك تقوم مؤسسة مدرسة دينول خيريا بانجساوان الإسلامية الداخلية بالترويج باستخدام خمسة عناصر من مزيج الترويج. وباستخدام هذه الخلطات الترويجية الخمسة، نجحت المدرسة الثانوية الخيرية إيك بوتون في زيادة عدد الطلاب من سنة إلى أخرى. لدعم هذا النشاط الترويجي، تسعى المؤسسة دائماً إلى تحسين جودة المدارس الداخلية من حيث اكتمال مرافقها وبنيتها التحتية، وأنشطتها المنهجية واللامنهجية.

الكلمات المفتاحية: الإستراتيجية، الترويج، التحسين، سانتري.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan waktu dan kesehatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan menuangkannya dalam skripsi ini. Sholawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW. Yang telah membawa ummatnya ke jalan yang benar.

Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas”**. Ini diajukan sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Ilmu Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Peneliti sadar betul bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, karena banyak hambatan yang dihadapi peneliti, terutama diakibatkan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun berkat bimbingan dan saran-saran pembimbing akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A Wakil Rektor Bidang Administrasi, Umum, Perencanaan dan Kerjasama,

Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

2. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu Ibu Dr. Magdalena, M.Ag, Bapak Dr. Anas Habibi Ritonga, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Agus Salim Lubis, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Sholeh Fikri, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, dan Kerjasama Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
3. Ketua Program Studi Manajemen Dakwah yaitu Ibu Ricka Handayani, M.M.
4. Kabag Tata Usaha Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu Bapak Mursalin Harahap S.Ag, Beserta Staffnya yang telah memberikan pelayanan Akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Kasubbag Akademik Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yaitu Bapak Mukti Ali, S.Ag, Beserta Staffnya yang telah memberikan pelayanan Akademik yang baik demi kesuksesan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
6. Pembimbing I Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag dan Bapak Hasbi Anshori Hasibuan, M.M selaku pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
7. Pembimbing Akademik yaitu Ibu Fitri Choirunnisa Siregar, M.P.Si yang selalu memberikan saya arahan dan motivasinya.

8. Para dosen di lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membekali berbagai pengetahuan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Kepala Perpustakaan Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., M.Hum dan seluruh pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah membantu penulis dalam menyediakan buku-buku yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
10. Pimpinan Yayasan dan sekaligus Kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Bapak Lirhanuddin Siregar, S.Pd dan seluruh staf-staf, dan guru-guru MTs Al-Khoiriah Aek Buaton yang telah membantu peneliti untuk mendapatkan informasi terkait skripsi ini.
11. Ungkapan terimakasih paling istimewa kepada ayahanda Sahunan Siregar beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku kuliah, namun beliau mampu mendidik peneliti, memotivasi, serta memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. dan ibunda tercinta Ermida Tanjung, beliau sangat berperan penting dalam penyelesaian skripsi ini beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, tapi semangat, motivasi serta do'a yang selalu beliau panjatkan hingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini.
12. Ungkapan terimakasih paling istimewa kepada kakek Alm. Sutan Doli Siregar dan nenek Tienglan Harahap, yang sangat ingin melihat peneliti sampai kejenjang sarjana, mereka tak hentinya mendo'akan peneliti, agar semua urusan peneliti dalam penulisan skripsi ini di berikan kelancaran, dan yang selalu

memberikan peneliti motivasi sehingga perkataan merekalah yang selalu melekat di ingatan peneliti.

13. Untuk keempat adik peneliti, Nur Khanipa Siregar, Taty Djuita Siregar, Khairunnisa Khatiba Siregar, dan Roma Ito Siregar, terimakasih sudah menjadi *mood booster* dan menjadi alasan peneliti untuk pulang ke rumah setelah beberapa bulan meninggalkan rumah demi menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
14. Untuk kawan peneliti Ummi, Ija, Yanti, Rohima, Mala, Nisvaria terimakasih atas segala bantuan, waktu, support dan kebaikan yang diberikan kepada peneliti disaat masa sulit mengerjakan skripsi ini.
15. Rekan seperjuangan di Program Studi Manajemen Dakwah (MD) angkatan 2019, Musbar, Najib, Yakup, Ruli, Ardiansyah, Wahyudin, Nasir, Munawir, Samsidar, Riski, Rahma, Ija, Ummi, Nisva, Rohima, Dan Mala. Yang selalu memberikan saya dukungan dan nasehat untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Rekan-rekan serta para senior dan junior Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memotivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Padangsidempuan, Februari 2024

Lina Maysuri Siregar
1930400002

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN DOKUMEN	
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	i
ABSTRATK BAHASA INGGRIS	ii
ABSTRAK BAHASA ARAB.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Batasan Istilah	8
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Kegunaan Penelitian.....	12
G. Sistematika Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	14
1. Strategi	14
a. Pengertian Strategi	14
b. Perbedaan Strategi dan Metode	16
c. Tujuan Strategi	16
d. Perencanaan Strategi	17
e. Alasan Perlunya Perencanaan Strategi	18
f. Bentuk-Bentuk Strategi.....	18
g. Jenis-Jenis Strategi.....	19
2. Promosi	23
a. Pengertian Promosi	23
b. Tujuan Promosi	24
3. Strategi Promosi	25
a. Pengertian Strategi Promosi.....	25
b. Fungsi dan Tujuan Strategi Promosi	27
c. Tahap-Tahap Mengembangkan Bauran Promosi	28

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Promosi.....	28
e. Macam-Macam Bauran Promosi.....	29
B. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	34
B. Jenis dan metode penelitian.....	34
C. Informan Penelitian.....	35
D. Sumber Data.....	36
E. Teknik Pengumpulan Data	38
F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	40
G. Teknik Uji Keabsahan Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Temuan Umum	43
1. Sejarah Berdirinya Yayasan Pondok pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan Desa Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas	43
2. Visi, Misi dan Tujuan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan	47
3. Struktur Organisasi MTs Al-Khoiriah Aek Buaton	48
B. Temuan Khusus	50
1. Strategi Promosi Yayasan Dinul Khoriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas	50
a. <i>Mass selling</i>	51
b. Promosi penjualan	57
c. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>).....	59
d. Informasi dari Mulut ke Mulut (<i>Word Of Mouth</i>)	61
2. Perkembangan Jumlah Santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton ...	68
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton	72
C. Analisis Hasil Peneliti	78
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	79
B. Saran-Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
PEDOMAN WAWANCARA	
PEDOMAN OBSERVASI	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.	Struktur Organisasi MTs Al-Khoriah Aek Buaton	49
Gambar 4.2	Diagram Bauran Promosi	51
Gambar 4.3	Diagram Tahapan Pengembangan Bauran Promosi	63

DAFTAR TABEL

Table 4.1	Mata Pelajaran MTs Al-Khoiriah Aek Buaton	45
Tabel 4.2	Nama dan Alamat Media Sosial Yang Digunakan Oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawa Untuk Promosi	55
Tabel 4.3	Persentasi Keberhasilan Kegiatan Promosi dalam Menarik Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton	62
Tabel 4.4	Perkembangan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Tahun Ajaran 2017-2022	69
Tabel 4.5	Persentase Asal Santri yang Ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	CV
Lampiran II	Surat Pengesahan Pembimbing
Lampiran III	Surat Riset
Lampiran IV	Surat Balasan Riset
Lampiran V	Struktur Organisasi MTs Al-Khoiriah Aek Buaton
Lampiran VI	Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu bentuk institusi pendidikan keagamaan Islam di Indonesia adalah pondok pesantren. Institusi ini memiliki sistem pendidikan yang unik sehingga berbeda dengan institusi pendidikan umum lainnya. Keunikan sistem pendidikan pondok pesantren oleh Abdurrahman Wahid disebut dengan istilah subkultur, sementara Zamakhsyari Dhofier menyebut keunikan sistem pendidikan pondok pesantren itu dengan istilah tradisi pesantren.¹

Letak keunikan sistem pendidikan pondok pesantren dapat dilihat pada elemen-elemen pembentuk tradisinya. Seperti masjid, santri, pondok, kitab-kitab klasik keagamaan, dan kiai. Di samping itu keunikan sistem pendidikan ini juga dapat dilihat pada tipologi, tujuan, fungsi, prinsip pembelajaran, kurikulum, dan metode pembelajaran.²

Berdasarkan uraian diatas dapat dipahami bahwa pondok pesantren merupakan salah satu institusi yang memiliki sistem pendidikan yang unik dimana letak dari keunikannya tersebut yaitu dapat dilihat dari elemen-elemen pembentuk tradisinya. Para santri akan diberi pendidikan bukan hanya di pengetahuan umumnya saja, tetapi santri juga diberi pemahaman tentang nilai-nilai keagamaan, kegiatan-kegiatan positif yang memberi dampak baik kepada

¹ Achmad Muchaddam Fahham, *Pendidikan Pesantren*, (Jakarta : Publica Institute Jakarta, 2020), hlm. 1.

² *Ibid*, hlm. 2.

para santri tersebut, dan mendidik santri tersebut supaya mempunyai akhlak dan budi pekerti yang baik.

Keadaan seperti ini kemudian membuat sebagian besar pemuka agama banyak yang mendirikan pondok pesantren di daerah masing-masing, hingga menyebar luas ke seluruh pelosok. Dengan banyaknya pondok pesantren yang didirikan sekarang ini maka tidak dapat dipungkiri persaingan pasar akan menarik minat santri semakin meningkat, maka diperlukan suatu inovasi yang berbeda agar dapat menarik santri sebanyak mungkin. Inovasi dalam pondok pesantren kemudian harus diperkenalkan kepada masyarakat.

Pihak yayasan selanjutnya harus melakukan promosi karena betapapun bermanfaat atau menariknya suatu inovasi dalam pondok pesantren, akan tetapi jika tidak diketahui oleh konsumen maka akan sia-sia saja. Oleh karena itu, pihak yayasan harus berusaha mempengaruhi para konsumen untuk menciptakan permintaan atas perkembangan tersebut. Usaha pihak yayasan untuk mempengaruhi dengan merayu (*persuasive communication*) calon santri, melalui pemakaian segala unsur acuan pemasaran disebut promosi.

Setiap kegiatan yang dilakukan individu maupun kelompok, baik secara formal maupun informal, begitupun dengan promosi, memerlukan yang namanya strategi. Jika berbicara tentang strategi, berarti berbicara mengenai suatu hal atau cara dimana organisasi/lembaga akan mencapai tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi, serta sumber daya dan kemampuan internal.³

³ A. Halim, *Manajemen Pesantren* (Yogyakarta : Pustaka Pesantren, 2005), hlm. 115.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipahami bahwa semua hal atau kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok, baik secara formal maupun informal semuanya tidak lepas dari yang namanya strategi. Strategi diperlukan untuk keberlangsungan dan keberhasilan suatu tujuan yang ingin dicapai. Bukan hanya pada perusahaan saja yang menggunakan strategi untuk mencapai suatu tujuan dalam perusahaan tersebut, tetapi pondok pesantren sendiri memerlukan yang namanya strategi. Strategi dilakukan untuk mengoptimalkan suatu kegiatan yang dilakukan agar mampu mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh pondok pesantren tersebut.

Menurut M. Suyanto dikutip dari *Webster's New World Dictionary*, definisi strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi militer berskala besar. Strategi adalah bagaimana menggerakkan pasukan ke posisi paling menguntungkan sebelum pertempuran aktual dengan musuh.⁴ Sedangkan pengertian promosi itu sendiri adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk miliknya. Tujuannya adalah menarik minat calon pembeli potensial sehingga dapat menaikkan angka penjualan.⁵ Sedangkan dalam konteks marketing, promosi atau *promotion* adalah cara untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan atau jasa dan biasanya juga dilakukan melalui iklan atau pemotongan harga.⁶

⁴ M. Suyanto, *Marketing Strategy* (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007), hlm. 16.

⁵ Atur Toko, "Manajemen" [http : www.aturtoko.id](http://www.aturtoko.id), diakses 03 Februari 2023 pukul 22.46 WIB.

⁶ Alisatul Aini, "Promosi : Manfaat, Fungsi, Tujuan, dan Strateginya" [http : //glintas. com](http://glintas.com), diakses 03 Februari 2023 pukul 23.02 WIB.

Mengenai uraian definisi strategi dan promosi dapat disimpulkan bahwa strategi promosi adalah kegiatan yang direncanakan dengan menggunakan berbagai variable-variabel promosi sebagai alat dengan maksud memberitahukan, membujuk dan mengingatkan konsumen agar membeli produk dan merek perusahaan sehingga tujuan meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Hal ini dibuktikan betapa pentingnya perencanaan, berkaitan dengan perencanaan dijelaskan oleh Allah SWT dalam firmanNya (Q.S. Al-Hasyr : 18) berikut ini :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانظُرُوا لِنَفْسِكُمْ مَا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝ ١٨

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 Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Hasyr : 18).⁷

Dalam tafsir Jalalain dijelaskan, setiap orang yang meyakini Allah dan Rasul-Nya serta melaksanakan setiap perintah-Nya, akan takut kepada Allah dan menjaga diri dari siksa-Nya dengan cara melakukan yang diperintah serta meninggalkan segala yang dilarang oleh-Nya. Setiap diri hendaknya merenungkan apa yang akan diperbuatnya untuk bekal pada hari kiamat. Takutlah kepada Allah di setiap perbuatan yang kalian lakukan dan yang kalian tinggalkan. Sesungguhnya Allah mahateliti atas segala yang kalian kerjakan dan Dia akan membalasnya dengan balasan yang setimpal.⁸

⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta : Kamila Jaya Ilmu, 2016), hlm. 548.

⁸ Andi Muhammad, “Tafsir Surat Al-Hasyr Ayat 18 : Siapkan Bekal Untuk Akhir” <https://langit7.id>, diakses rabu, 07 September 2022 pukul 08.23 WIB.

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa siapapun orangnya, pejabat, politikus dan sebagainya harus mempersiapkan diri dalam melakukan sesuatu, serta harus mempunyai perencanaan yang matang dalam menjalankan tugas untuk hari esok dan seterusnya perlu dipersiapkan terlebih dahulu, baik sebagai guru maupun kepala madrasah. Selain itu, kepala madrasah juga mampu untuk memanfaatkan sumber daya manusia yang ada di pondok pesantren dan sebagaimana supaya santri pondok pesantren tersebut mempunyai prestasi (*prestation*) yang dapat membanggakan dan mengharumkan nama pondok pesantren, baik prestasi di tingkat lokal, nasional maupun tingkat internasional, sehingga pondok pesantren tersebut menjadi incaran dan bahkan menjadi pilihan bagi masyarakat dan kemudian pada akhirnya masyarakat atau orang tua memutuskan pilihannya pada pondok pesantren tersebut.

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan tepatnya MTs Al-Khoiriah Aek Buatun, merupakan salah satu pondok pesantren yang ada di Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas dan telah berdiri mulai dari tahun 2017 tentunya juga melakukan strategi promosi untuk menarik minat masyarakat dalam menghadapi persaingan yang ketat antara pondok pesantren lainnya.

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan, sebagai lembaga pendidikan keislaman, telah berhasil meningkatkan jumlah santri dari tahun ke tahun setelah di terapkannya strategi promosi yang efektif. Pertumbuhan jumlah santri yang terus meningkat menjadi hal yang menarik perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan strategi promosi

yang telah diterapkan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buatun tersebut.

Awal didirikannya pondok pesantren ini mendapat berbagai reaksi dari kalangan penduduk setempat karena belum sepenuhnya mendukung pondok pesantren ini. Meskipun demikian, pendirian pesantren ini dipengaruhi oleh pendirinya, yaitu Lirhanuddin Siregar yang selalu berupaya meningkatkan kualitas Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan baik dari segi pembangun fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang, seperti masjid, asrama bagi para santri, koperasi dan lain-lainnya.

Sekarang pondok pesantren ini telah dapat menyaingi jumlah santri pondok pesantren yang ada di sekitar Kecamatan Aek Nabara Barumun yang usia berdirinya sudah ada yang 79 tahun, sedangkan MTs Al-Khoiriah waktu berdirinya sekarang masih 6 (enam) tahun. Dan tentunya ini merupakan suatu kebanggaan bagi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan.⁹

Dari hasil wawancara awal dengan ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi Kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buatun yaitu bapak Lirhanuddin Siregar, S.Pd. Menyebutkan dalam memperkenalkan pondok pesantren ini, berbagai strategi promosi telah diterapkan, seperti memasang baligho di depan pondok pesantren, menyebarkan brosur dan kalender pondok pesantren, menyediakan alamat website, aktif

⁹ Observasi Awal, Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan Desa Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas, 2 Februari 2023, pukul 10.00 WIB.

mengikuti acara-acara yang diselenggarakan, serta melakukan publikasi agar masyarakat mengenal lebih baik pesantren ini. Akibat dari upaya promosi ini, Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan semakin dikenal dan banyak santri datang dari berbagai daerah untuk mondok di pesantren ini.¹⁰

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik ingin mengetahui tentang strategi promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini, oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas”.

B. Batasan Masalah

Melalui observasi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoriah Bangsawan ini terdapat banyak masalah dan prestasi diantaranya yaitu : tenaga pendidiknya atau ustadz/ustazahnya yang masih kurang banyak, dan peningkatan jumlah santrinya dari tahun ke tahun, akan tetapi peneliti tidak membahas semua permasalahan tersebut.

Agar penelitian yang diteliti lebih terarah dan terperinci, peneliti membatasi permasalahan yang akan dibahas pada Strategi Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon.

¹⁰ Wawancara, Lirhanuddun Siregar, S.Pd, Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dan Kepala Madrasah tsanawiyah Al-Khoiriah Aek Buatun, Wawancara Awal, 13 Januari 2023, pukul 10.00 WIB.

C. Batasan Istilah

Dalam menghindari kesalahpahaman dalam menanggapi pembahasan judul penelitian ini, maka peneliti menjelaskan terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan judul penelitian “Strategi Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri Mts Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas”. Adapun penjelasan sekaligus pembatasan istilah dari masing-masing variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang bermakna sebagai peran seorang jendral perang. Dalam istilah kemiliteran, jendral mempunyai keahlian menggunakan berbagai cara, teknik dan metode untuk menangani serangan musuh dan menyerang musuh.¹¹ Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda.¹²

Jadi, dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah rencana yang digunakan setiap perusahaan, begitupun dengan pondok pesantren pasti menggunakan strategi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dalam menyusun rencana tersebut setiap pondok pesantren tentunya mempunyai

¹¹ Afri Erisman dan Andi Azhar, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), hlm. 2.

¹² Nurlailah, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya : UIN SA Press, 2014). hlm. 155.

caranya tersendiri dalam menyusun rencana untuk mencapai tujuannya yang diinginkan masing-masing.

2. Promosi

Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk/mengajak pembeli. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi juga adalah jenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Hal ini bertujuan untuk perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.¹³

Kegiatan promosi di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah santrinya, dan tujuan memasarkan pondok pesantren ini supaya lebih banyak menarik minat masyarakat supaya tertarik menyekolahkan anaknya ke pondok pesantren ini, bukan hanya di sekitar daerah pondok pesantren yang mengetahui pondok pesantren ini tetapi masyarakat yang berbeda daerah, kecamatan, kabupaten dan provinsi juga bisa mengetahui adanya Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini.

3. Meningkatkan

¹³ Denny Daud, "Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. Bess Finance Manado", *Jurnal Emba*, Volume 1, No. 4, Desember 2013, hlm. 52.

Peningkatan adalah suatu usaha untuk menaikkan sesuatu dari yang lebih rendah ketingkat yang lebih tinggi atau upaya memaksimalkan sesuatu ketingkat yang lebih sempurna.¹⁴

4. Santri

Santri adalah sebutan bagi peserta didik yang menimba ilmu pengetahuan di pesantren. Ada dua jenis santri dalam sistem pendidikan pesantren, Pertama santri mukim adalah santri yang tinggal di pesantren dan mengikuti seluruh kegiatan pesantren selama 24 jam, Kedua santri kalong adalah mereka yang tinggal di asrama pesantren dan hanya mengikuti beberapa kegiatan pesantren secara terbatas, misalnya kegiatan pembelajaran dan kegiatan lainnya yang ditentukan masing-masing pesantren.¹⁵

5. Pondok Pesantren

Pondok pesantren adalah salah satu lembaga pendidikan Islam yang ada di Indonesia. Bila dilihat dari segi arti, pondok pesantren adalah suatu kalimat yang terdiri dari dua kata, yaitu pondok dan pesantren. Zamakhsyari Dhofier mengatakan bahwa kata pondok berasal dari kata funduq (bahasa Arab) yang memiliki arti hotel/asrama. Bila dihubungkan dengan sistem yang berlaku dalam pendidikan pondok pesantren. Sedangkan kata pesantren berasal dari kata santri. Kemudian kata santri tersebut diberi awalan pe dan akhiran an yang berarti tempat tinggal para santri. Pondok dan pesantren adalah dua kata yang

¹⁴ W.J.S. Purwadaminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2004), hlm. 54.

¹⁵ Al Furqan, *Konsep Pendidikan Islam Pondok Pesantren dan Upaya Pembahasan* (Padang: UNP Press Padang, 2015), hlm. 47.

memiliki arti yang sama, yaitu merupakan fasilitas tempat yang dipergunakan oleh peserta didik sebagai tempat tinggal mereka dalam menuntut ilmu.¹⁶

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton?
2. Bagaimana perkembangan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton?
3. Apa faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti ingin mencapai tujuan yaitu :

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton.
2. Untuk mengetahui perkembangan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton.

¹⁶ *Opcit*, hlm. 48.

3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

- a. untuk menambah khazanah keilmuan khususnya dalam Prodi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- b. Sebagai bahan masukan untuk Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, khususnya Prodi Manajemen Dakwah tentang Strategi Promosi dalam Meningkatkan jumlah santri.
- c. Sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk mencapai gelar sarjana Manajemen Dakwah (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- b. Sebagai bahan perbandingan kepada peneliti yang ingin membahas pokok masalah yang sama.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada penelitian ini meliputi lima pembahasan yang terdiri dari lima Bab, masing-masing pembahasan pada setiap Bab dapat diuraikan sebagai berikut :

Bab I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II menguraikan tentang tinjauan pustaka, terdiri dari landasan teori dan kajian terdahulu, yang berisi tentang pengertian strategi, promosi, dan pengertian strategi promosi.

Bab III metodologi penelitian terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode penelitian, unit analisis/objek penelitian, informan penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, teknik uji keabsahan data.

Bab IV adalah pembahasan tentang hasil penelitian yang terdiri dari temuan umum dan khusus.

Bab V adalah bagian dari penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang didasarkan pada temuan peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu *Strategos* yang bermakna sebagai peran seorang Jenderal perang. Dalam istilah kemiliteran, Jenderal mempunyai keahlian menggunakan berbagai cara, teknik, dan metode untuk menangani serangan musuh dan menyerang musuh.¹ Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang dipakai untuk mencapai tujuan tersebut dapat berbeda, strategi dibuat berdasarkan tujuan.

Berdasarkan defenisi di atas, strategi dapat didefinisikan bahwa strategi adalah rencana tentang serangkaian manuver, yang mencakup seluruh elemen yang kasat mata maupun yang tak kasat mata, untuk menjamin keberhasilan dalam mencapai tujuan.

Sedangkan menurut William F. Glueck dan Lawrence Jauch, mengartikan strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan terintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan

¹ Afri Erisman & Andi Azhar, *Manajemen Strategi* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), hlm. 2.

utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.²

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Gregory G. Dess dan Alex Miller, membagi strategi dalam dua bentuk, yaitu :

1). Strategi yang dikehendaki (*intended strategic*). Terdiri dari tiga elemen, yaitu sasaran-sasaran (*goals*), kebijakan (*policies*) dan rencana-rencana (*plans*).

a) Sasaran-sasaran (*goals*) : apa yang ingin dicapai suatu organisasi atau perusahaan.

b) Kebijakan (*policies*) : merupakan garis pedoman untuk bertindak, bagaimana sebuah organisasi mencapai sasaran-sasaran tersebut.

c) Rencana-rencana (*plans*) : suatu pernyataan dari tindakan seorang manajer organisasi terhadap apa yang diharapkan akan terjadi.

2). Strategi yang realisasikan (*realized strategic*). Merupakan apa yang dicapai atau apa yang terwujudkan. Strategi yang original itu sering mengalami perubahan dalam keseluruhan implementasinya, sesuai dengan peluang dan ancaman yang dihadapi. Strategi yang sebenarnya terwujudkan selalu lebih banyak atau lebih sedikit dari pada strategi yang dikehendaki.

² Rizki Pujiyanto, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta : Pustaka baru press, 2023), hlm. 66.

b. Perbedaan Strategi dan Metode

Strategi adalah pola keputusan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijakan utama dan merencanakan untuk mencapai tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.³ Jadi strategi adalah penetapan arah keseluruhan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sedangkan pengertian metode adalah (*method*) secara harfiah berarti cara, metode atau metodik berasal dari Bahasa Yunani, *metha* (melalui atau melewati), jadi metode bisa berarti jalan, cara, alat bantu dan langkah-langkah yang harus dilalui untuk mencapai tujuan tertentu.⁴

Dari pengertian di atas maka dapat kita lihat perbedaan dari strategi dan metode itu sendiri. Sehingga di dalam pemasaran, yang diibaratkan sebagai suatu medan tempur untuk mengenalkan produknya kepada konsumen, maka yang dapat untuk menyesuaikan dengan kebutuhan di dalam pemasaran yaitu strategi bukan metode.

c. Tujuan Strategi

Tujuan strategi adalah untuk mencapai hasil atau prestasi dalam waktu tertentu, tujuan strategi dapat ditetapkan untuk semua bidang berikut : pemasaran, sumberdaya fisik dan keuangan, produktivitas/efisiensi, kinerja karyawan, pengembangan manajemen, inovasi termasuk produksi, proses dan administrative, tanggung jawab

³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung : Alfabeta, CV, : 2018), hlm. 201.

⁴ Basori dkk, "Metode Penciptaan Lanjut 2021" <https://spada.uns.ac.id> diakses 13 september 2023 pukul 02.10 WIB.

sosial, tanggung jawab pemilik, luas/pertumbuhan.⁵ Apabila strategi tersebut diterapkan pada semua bidang secara optimal maka akan tercapai hasil yang diinginkan oleh Lembaga atau organisasi tersebut.

d. Perencanaan Strategi

Perencana strategi perlu dibuat agar lembaga/organisasi akan berjalan lebih baik dan lebih tanggap terhadap lingkungannya.⁶

Perencanaan strategi sendiri memiliki karakteristik, diantaranya :

- 1). Berkaitan dengan pertanyaan dasar dan memberi jawaban atas pertanyaan seperti : dalam bidang usaha siapa pelanggan kita? Dan seterusnya
- 2). Memberikan kerangka kerja untuk pertanyaan lebih rinci, dan untuk pengambilan keputusan harian.
- 3). Berkaitan dengan kurun waktu lebih panjang dari perencanaan jenis kegiatan lain.
- 4). Membantu memusatkan energi dan sumber daya lembaga/organisasi pada kegiatan prioritas.
- 5). Merupakan aktivitas dimana manajer puncak (pimpinan) harus terlibat secara aktif.⁷

Kesederhanaan maupun kompleksitas proses perencanaan strategi dapat bergantung pada sifat dan ukuran lembaga (organisasi) tersebut.

⁵ Rina Surjani P, "Manajemen Strategi dalam Menghadapi Era Globalisasi", *Jurnal Unitas*, Volume. 11 No. 1 (September 2002 – Februari 2003), hlm. 22.

⁶ Rr. Suhartini, *Manajemen Pesantren*, (Yogyakarta : Pustaka Pesantren 2013), hlm. 119.

⁷ *Op.cit*, hlm. 119.

Dalam hal ini terdapat dua level strategi, yaitu strategi tingkat lembaga/organisasi dan strategi tingkat unit usaha.⁸

e. Alasan Perlunya Perencanaan Strategi

Salah satu maksud dibuat perencanaan strategi adalah melihat program-program yang dipergunakan untuk meningkatkan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan diwaktu yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan pengambilan keputusan yang lebih baik. Oleh karena itu, perencanaan organisasi harus aktif, dinamis, berkesinambungan dan kreatif, sehingga perencanaan strategi tidak hanya bereaksi terhadap lingkungannya, tetapi lebih menjadi peserta aktif dalam dunia usaha.⁹ Ada dua alasan perlu adanya perencanaan strategi :

- 1) Untuk mencapai “*protective benefits*” yang dihasilkan dari pengurangan kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pembuatan keputusan.¹⁰
- 2) Untuk mencapai “*positive benefits*” dalam bentuk peningkatannya sukses pencapaian tujuan organisasi.¹¹

f. Bentuk-Bentuk Strategi

Menurut Rangkuti pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 tipe strategi yaitu :

- 1) Strategi Manajemen

⁸*Op.cit*, hlm. 121-122.

⁹*Op.cit*, hlm. 65.

¹⁰*Op.cit*, hlm. 65.

¹¹*Op.cit*, hlm. 65.

Meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, penetapan harga, akuisisi, pengembangan pasar dan sebagainya.

2) Strategi Investasi

Merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi *divestasi* dan sebagainya.

3) Strategi Bisnis

Strategi bisnis disebut juga strategi bersaing, biasanya dikembangkan pada level divisi dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut. Strategi bisnis divisi mungkin menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan.¹²

g. Jenis-Jenis Strategi

Dari pengertian-pengertian di atas maka strategi dibagi ke dalam beberapa jenis, diantaranya:¹³

1) Strategi Penetrasi Pasar

¹² J. David Hunger dan Thomas I. Wheelen, *Manajemen Strategi*, (Jakarta : Erlangga, 2002), hlm. 24.

¹³ Hari Suminto. *Pemasaran Blak-blakan* (Batam: Inter Aksara, 2002), hlm. 20.

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban.

2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan usaha meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada konsumen. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan atau anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4) Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan perusahaan-perusahaan.

5) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud di sini adalah perusahaan memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perusahaan dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankkan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerat (korporat).

6) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana terencana yang dirancang oleh sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran mereka. Strategi ini melibatkan serangkaian langkah dan keputusan yang diambil untuk mengidentifikasi target pasar, mengembangkan produk atau layanan, menentukan harga, mendistribusikan produk, dan mengkomunikasikan nilai kepada pelanggan potensial. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan penjualan, meraih pangsa pasar yang lebih besar, dan membangun citra merek yang kuat.

Strategi pemasaran yang komprehensif mencakup 4p, yaitu: *product, price, place dan promotion*. dari sini dapat diketahui bahwa ruang lingkup strategi pemasaran mulai dari proses pembentukan produk hingga ke pasar sasaran, yang juga mempengaruhi harga produk (*price*) serta produk yang akan dipasarkan dimana dan dari media apa dari situ konsumen akan mengenali produk kita. Penjelasan dari 4p yaitu :

1) Produk (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk dapat dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen melalui ciri-ciri yang dimiliki baik yang nyata maupun yang tidak nyata.¹⁴

2) Harga (*price*)

Harga adalah sejumlah rupiah yang harus dikeluarkan untuk dapat memperoleh barang dan jasa yang diinginkan.¹⁵

3) Distribusi

Distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung dan membantu membuat produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.¹⁶

¹⁴ *Op.cit*, hlm. 135.

¹⁵ *Op.cit*, hlm. 135.

¹⁶ *Op.cit*, hlm. 135.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi adalah aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh pemilik produk atau jasa yang di berikan kepada masyarakat yang memiliki tujuan untuk produk atau jasa, nama perusahaan, dan merek dapat dikenal dengan masyarakat tersebut menggunakan jasa atau produk tersebut.¹⁷

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari kata *promote* dalam Bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan salah satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya, dengan tujuan untuk memberitahukan bahwa suatu produk itu ada dan memperkenalkan produk tersebut kepada pembeli atau calon pembeli. Promosi merupakan salah satu acara yang dibutuhkan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan.¹⁸ Oleh karena itu, kegiatan promosi ini harus dapat dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran serta diarahkan dan dikendalikan dengan baik sehingga promosi tersebut benar-benar dapat, memberikan kontribusi yang tinggi dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

¹⁷ Esti Dwi Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2023), hlm 121.

¹⁸ Perpustakaan Universitas Islam Riau, "Pengertian Promosi" <https://repository.uir.ac.id>, diakses 03 February 2018 pukul 23.51 WIB.

Adapun definisi promosi menurut William J. Stanton Promosi *is the element in an organization marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization or product*, (Promosi adalah unsur dari bauran pemasaran suatu organisasi yang bertujuan memberitahukan, membujuk dan mengingatkan pasar dari organisasi/produk).¹⁹

Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa promosi yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan atau memberitahukan suatu produk kepada orang lain dengan adanya promosi tersebut, produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dapat diketahui khalayak ramai dengan harapan dapat menerima tanggapan positif dari pelanggan.

b. Tujuan Promosi

Promosi merupakan rangkaian kegiatan yang memiliki tujuan tertentu, sebuah perusahaan melakukan kegiatan promosi tentunya memiliki maksud dan tujuan. Berikut ini tujuan promosi adalah sebagai berikut :

- 1) *Informing*, yaitu memberitahukan informasi selengkap-lengkapya kepada calon pembeli tentang barang yang ditawarkan, siapa penjualnya, siapa pembuatnya, di mana memperolehnya, harganya dan sebagainya. Informasi yang digunakan dapat diberikan melalui tulisan, gambar, kata-kata dan sebagainya, yang disesuaikan dengan keadaan.

¹⁹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2001). hlm. 410.

- 2) *Persuading*, yaitu membujuk calon konsumen agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Perlu ditekankan di sini bahwasannya membujuk bukan berarti memaksa calon konsumen sehingga keputusan yang diambil.
- 3) *Reminding*, yaitu mengingatkan konsumen tentang adanya barang tertentu yang dibuat dan dijual perusahaan ditempat tertentu dengan harga yang tertentu pula. Konsumen kadang-kadang memang perlu diingatkan. Karena mereka tidak ingin bersusah payah untuk selalu mencari barang apa yang dibutuhkan dan dimana mendapatkannya.²⁰

3. Strategi Promosi

a. Pengertian Strategi Promosi

Strategi promosi adalah salah satu cara yang biasa digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan. Cara promosi yang paling umum adalah dengan mengiklankan produk dan brand perusahaan melalui siaran televisi, media cetak, atau media online. Promosi tidak hanya bersifat memberitahukan, namun juga dengan menyatakan suatu produk lebih baik dibandingkan produk lainnya.²¹

strategi dalam manajemen atau organisasi diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melakukan

²⁰ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Pusat, 2006), hlm. 120-124.

²¹Resty Avita Haryanto, “*Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald’s Manado*”, *Jurnal Emba* Volume.1 No.4 (Desember 2013), hlm. 1465-1473.

fungsi manajemen yang terarah pada tujuan organisasi.²² Promosi sebagai “*the coordination of all seller-initiated efforts to set up channels of information and persuasion services or promote an idea*” (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).²³

Pemasaran tidak hanya membicarakan mengenai produk, harga produk dan mendistribusikan produk, tetapi juga mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli. Untuk mengkomunikasikan produk ini perlu disusun strategi yang sering disebut dengan strategi bauran promosi (*promotion-mix*).²⁴

Sedangkan menurut istilah ada beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli tentang pengertian strategi promosi yaitu :

- a. Menurut Boyd dkk, strategi promosi adalah komunikasi antara dua pihak untuk menarik calon konsumen untuk mencapai tujuan sebelumnya.²⁵
- b. Menurut Lamb, Hair, Mc Daniel bahwa strategi promosi adalah perpaduan khusus antara iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan,

²² Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi NonProfit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta : Gajah Mada Universitas Press, 2000), hlm. 147.

²³ Morrison, *Periklanan : Komunikasi, Pemasaran, Terpadu*, (Jakarta : Kencana, 2010), hlm. 16.

²⁴ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 35.

²⁵ Boyd dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2002), hlm. 65-66.

hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk meraih tujuan iklan dan pemasarannya.²⁶

- c. Menurut Larreche, strategi promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produknya kepada calon konsumen.²⁷

Dari pengertian yang dipaparkan oleh para ahli, peneliti menyimpulkan strategi promosi adalah suatu cara atau kiat yang dilakukan untuk mengoptimalkan instrumen promosi yang terdiri dari iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi perusahaan.

b. Fungsi dan Tujuan Strategi Promosi

Fungsi strategi promosi menurut Larreche adalah untuk menyampaikan ciri-ciri produk yang memuaskan kebutuhan untuk mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Pengembangan strategi promosi yang efektif sangat tergantung pada seberapa baik perusahaan melakukan tahap-tahap awal dalam proses manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan pemasaran, perilaku pembeli, segmentasi pasar, analisa persaingan, penetapan pasar sasaran dan penentuan sisi produk. Strategi promosi yang dijalankan harus memberikan kontribusi yang jelas terhadap

²⁶ Lamb dkk, *Pemasaran, Penerjemah David Oktavia*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), hlm. 146.

²⁷ Larreche, *Manajemen Pemasaran* , (Jakarta : Erlangga, 2000), hlm. 65-66.

produk yang ditawarkan pada konsumen serta memuaskan barang mulai jangka pendek hingga jangka panjang dengan proses promosi.²⁸

Sedangkan tujuan strategi promosi menurut Basu Swastha dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Modern* adalah sebagai berikut :

- 1) Memodifikasi tingkah laku
- 2) Memberitahu
- 3) Membujuk
- 4) Mengingatkan²⁹

c. Tahap-Tahap Mengembangkan Bauran Promosi

Karena ada empat unsur bauran promosi yang berbeda, masing-masing dengan kekuatan dan kelemahan uniknya sendiri, sangatlah sulit untuk mengembangkan bauran promosi yang efektif. Untuk membantu tugas ini, kebanyakan perusahaan mengikuti proses keputusan enam tahap yang akan dibahas berikut ini :

- 1) Menetapkan tujuan promosi
- 2) Merancang pesan
- 3) Memilih saluran promosi
- 4) Menyiapkan anggaran promosi
- 5) Memilih bauran promosi
- 6) Mengevaluasi hasil³⁰

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kegiatan Promosi

Dalam memasarkan suatu produk dengan menggunakan bauran promosi, tentu saja tidak semudah pembahasan secara teoritis. Banyak persyaratan dan kendala kompleks yang dihadapi para pengusaha atau

²⁸ *Op.cit*, hlm. 65-66.

²⁹ Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta : Liberty, 2005), hlm. 353-355.

³⁰ Harper W. Boyd, *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, (Jakarta : Erlangga, 2000), hlm. 69-74.

produsen. Dengan demikian pemilihan strategi promosi juga berbeda-beda berdasarkan kondisi yang dihadapi saat itu dan banyak faktor yang mempengaruhi penerapan bauran promosi. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi yaitu :

- 1) Anggaran yang tersedia (*Budgeting*)
- 2) Sifat pasar
- 3) Sifat dan jenis produk
- 4) Daur ulang hidup produk ³¹

e. Macam-Macam Bauran Promosi

Dalam kegiatan promosi dikenal dengan adanya bauran promosi, bauran promosi adalah kombinasi metode promosi yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan penerimaan produk-produknya, untuk mempromosikan suatu produk tergantung pada karakteristik dan target pasar. Diantaranya bauran promosi adalah sebagai berikut :³²

1. Periklanan

Periklanan menurut Basu Swastha adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.³³ Komunikasi yang dilakukan oleh pihak sponsor bersifat massal karena menggunakan media massa seperti radio, TV, surat kabar, majalah, surat pos, papan nama dan sebagainya. Di samping itu *advertensi* (periklanan) bersifat non personal untuk

³¹ Danang Suntoyo, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), hlm. 24-25.

³² Grace dkk, “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen...”, *Jurnal Emba* Volume. 3 No. 2 (Juni 2015), hlm. 1073-1085

³³ *Op.cit*, hlm. 276.

menimbulkan kegiatan tertentu, guna mendapatkan keuntungan dari pemasangan *advertensi* itu, yang umumnya diperoleh melalui penjualan produk yang berupa barang atau jasa.

2. *Personal Selling*

Personal selling dapat diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka untuk menimbulkan hubungan timbal balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan dan atau membina hubungan komunikasi antara produsen dengan konsumen.³⁴

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran selain periklanan, *personal selling*, maupun *publisitas* yang mendorong pembelian konsumen dan *efektivitas* pengecer. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi penjualan antara lain adalah peragaan, pertunjukkan atau pameran, demonstrasi atau peragaan.³⁵

4. Hubungan Masyarakat (Humas)

Humas berupaya untuk mempengaruhi publik agar memberikan opini yang bersifat positif bagi organisasi. Disisi lain, humas juga harus mengumpulkan informasi dari khalayak dan melaporkannya kepada manajemen jika informasi tersebut memiliki pengaruh terhadap keputusan manajemen. Humas juga bertanggung jawab menjelaskan tindakan perusahaan kepada khalayak yang berkepentingan dengan

³⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2004), hlm. 272.

³⁵ *Op.cit*, hlm. 350.

perusahaan, humas harus menjadi saluran arus bolak-balik antara organisasi dan perusahaan dan khalayaknya. Program humas antara lain mengadakan *event* ke masyarakat, hubungan dengan *investor*, pameran dan mensponsori beberapa acara.³⁶

5. Pemasaran Langsung

pemasaran langsung adalah suatu unsur yang paling efektif di dalam melakukan suatu bauran promosi. Pemasaran langsung merupakan bentuk tahapan-tahapan proses implementasi pemasaran yang dimulai dari penyediaan produk berupa barang/jasa, kemudian dilanjutkan dengan implementasi transaksi antara penjual dan pembeli, yang membentuk adanya perilaku berupa sikap dan tanggapan terhadap pemasaran yang diberikan berdasarkan tingkat preferensi, keyakinan dan tindakan pembelian.³⁷

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan digunakan peneliti, maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang dilakukan oleh :

³⁶ *Op.cit*, hlm. 28.

³⁷ Heri Setiawan dan Jusmawi Bustan, “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan”, *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Volume. 3, No. 1, (April 2017), hlm. 4.

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1.	Muhammad Alfin Arrafi, Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab, dan Dakwah. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Tahun (2020)	Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Santri (Studi Kasus di Pondok Pesantren Pancasila Kota Bengkulu)	Hasil penelitian mengatakan bahwa ada beberapa strategi yang dilakukan madrasah (MTs) Pancasila Bengkulu dalam menarik minat masyarakat guna untuk meningkatkan jumlah santri di MTs Pancasila Bengkulu maupun secara umum di Pondok Pesantren Bengkulu, yaitu sebagai berikut : program pengabdian masyarakat (PPM), sosialisasi secara langsung dan tidak langsung, meningkatkan kualitas/mutu MTs Pancasila Bengkulu, mengadakan lomba-lomba tingkat sekolah Dasar.
2.	Tika Syukriyah, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun (2015)	Strategi Promosi PT. Lintas Iskandaria Tours dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah.	Hasil penelitian mengatakan bahwa yang dilakukan Iskandar Tour periklanan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat dan publik, promosi, namun kegiatan promosi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan jumlah jamaah umrah di Iskandar.

Adapun persamaan dan perbedaan antara kedua penelitian tersebut dengan penelitian yang saya lakukan sekarang yaitu :

1. Perbedaan antara penelitian saudara Muhammad Alfin Arrafi dengan peneliti lakukan adalah di dalam skripsi saudara ini berfokus membahas tentang strategi saja sedangkan penelitian yang peneliti lakukan ini yaitu membahas tentang strategi promosi, jadi teori yang digunakan saudara Muhammad

Alfin Arrafi tersebut berbeda dengan teori yang peneliti gunakan. Persamaannya penelitian yang dilakukan oleh saudara Muhammad Alfin Arrafi dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang strategi yang dilakukan oleh pondok pesantren, dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.³⁸

2. Perbedaan antara penelitian saudara Tika Syukriyah dengan peneliti lakukan ini adalah di dalam skripsi saudara ini berfokus membahas tentang strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah sedangkan peneliti yang peneliti lakukan ini yaitu membahas tentang peningkatan jumlah santri di pondok pesantren, jadi teori dan isi yang ada di skripsi saudara Muhammad Alfin Arrafi tersebut berbeda dengan teori dan isi yang peneliti gunakan. Persamaannya penelitian yang dilakukan oleh saudara Tika Syukriyah dengan peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas tentang strategi promosi dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.³⁹

³⁸ Muhammad alfin arrafi, Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Santri (Studi Kasus di Pondok Pesantren Pancasila Kota Bengkulu), *skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2020.

³⁹ Tika Syukriyah, Strategi Promosi PT. Lintas Iskandaria Tours dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah, *skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini adalah di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan tepatnya di Mts Al-Khoiriah Desa Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.

Waktu yang digunakan peneliti dalam meneliti tentang “Strategi Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri Mts Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas”, dilaksanakan sejak bulan Juni 2022 sampai dengan bulan Januari 2023.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan metode deskriptif tujuan dari pada metode deskriptif ini untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai situasi, kondisi ataupun fenomena realitas yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi serta tindakan lainnya.¹

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan masyarakat tertentu, dilembaga-lembaga serta organisasi-organisasi kemasyarakatan dan

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, Offset, 2016), hlm. 6.

juga lembaga-lembaga pemerintahan.² Dengan metode ini, peneliti berharap dapat menggambarkan bagaimana strategi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri Mts Al-Khoiriah Desa Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.

C. Informan Penelitian

Untuk memperoleh data atau informasi maka dibutuhkan subjek penelitian yaitu pihak pelaku atau orang yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian ini secara lebih fokus.³ Dalam menentukan informan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive* ini merupakan pengambilan *sampel* dengan berbagai pertimbangan-pertimbangan tertentu misalnya, yang menjadi objek dari penelitian ini adalah yang dianggap sebagai orang yang lebih mengetahui tentang apa yang diinginkan oleh peneliti sehingga mempermudah bagi peneliti untuk memperoleh berbagai informasi.

Informan dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang dianggap mengetahui dengan baik masalah yang diteliti dan bersedia untuk memberikan informasi kepada peneliti, dan yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Madrasah Tsanawiyah yaitu ustadz lirhanuddin siregar, S.Pd. Ustadz dan ustadzah Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sebanyak 5 (lima) orang

² Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1993), hlm. 63.

³ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2014), hlm. 28.

yaitu Ustadz Kobul Harahap, S.Pd, Ustadz Haholongan Rambe, Ustadz Alil Siregar, Ustadzah Ida Royani Sagala, Ustadzah Erlina Daulay. perwakilan orang tua santri sebanyak 10 (sepuluh) orang yaitu Ibuk Ermida Tanjung, Ibuk Sakmin Harahap, Ibuk Hapsah Hasibuan, Ibuk Atikah, Ibuk Eka, Bapak Sahunana Siregar, Bapak Mirin Siregar, Bapak Gadombang Siregar, Bapak Asgun, Bapak Ali Siregar. Dan perwakilan santri dan santriwati MTs Al-Khoiriah Aek Buaton sebanyak 10 (sepuluh) orang yaitu Sungguh Ari, Roma Ito, Runi, Rosida, Samsidar, Nurur, Kupon, Kamil, Riskon, Ison.

D. Sumber Data

Data adalah segala keterangan (informasi) mengenai semua hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian.⁴ Namun tidak semua informasi atau keterangan yang diperoleh merupakan data penelitian, akan tetapi hanya sebagian saja yang menjadi data penelitian yaitu hanya hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan *Kuesioner* atau teknik wawancara dalam pengumpulan data, maka sumber data tersebut dapat dikatakan sebagai responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dari peneliti, baik itu pertanyaan secara tertulis maupun lisan.⁵ Dalam penelitian ada dua jenis sumber data yang bertujuan untuk mendukung informasi atau data yang akan digunakan dalam suatu penelitian, yaitu sebagai berikut.

⁴ Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta : PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014), hlm. 136.

⁵*Ibid*, hlm. 136.

1. Sumber data primer

Sumber data primer yaitu sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian dan merupakan data utama di dalam penelitian ini. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu ketua Yayasan Pondok Pesantren/Kepala Madrasah Tsanawiyah yaitu Ustadz Lirhanuddin Siregar, S.Pd. Ustadz dan ustadzah sebanyak 5 (lima) orang yaitu Ustadz Kobul Harahap, S.Pd, Ustadz Haholongan Rambe, Ustadz Alil Siregar, Ustadzah Ida Royani Sagala, Ustadzah Erlina Daulay..

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang berfungsi sebagai pendukung bagi data utama (*primer*). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah, santri/santriwati sebanyak 10 (sepuluh) orang di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton yaitu Sungguh Ari, Roma Ito, Runi, Rosida, Samsidar, Nurur, Kupon, Kamil, Riskon, Ison. Dan perwakilan orang tua santri/santriwati sebanyak 10 (sepuluh) orang yaitu Ibuk Ermida Tanjung, Ibuk Sakmin Harahap, Ibuk Hapsah Hasibuan, Ibuk Atikah, Ibuk Eka, Bapak Sahunana Siregar, Bapak Mirin Siregar, Bapak Gadombang Siregar, Bapak Asgun, Bapak Ali Siregar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti dapat menggunakan beberapa metode-metode penelitian, diantaranya sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan dialog ataupun percakapan yang dilakukan antara pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (subjek).

Dalam penelitian kualitatif, wawancara menjadi cara pengumpulan data yang utama, karena sebagian besar data serta informasi itu dapat diperoleh dari wawancara baik dengan atau tidak menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.⁶

Secara umum wawancara teknik wawancara dibagi menjadi 3 bagian yaitu :

- a. Wawancara tidak terstruktur, wawancara ini bersifat *fleksibel*. Pewawancara dengan bebas menanyakan berbagai pertanyaan kepada narasumber dalam urutan manapun, sehingga dapat diperoleh informasi yang sangat dalam dan rinci. Teknik wawancara ini digunakan jika peneliti belum mengetahui pasti informasi atau indikator yang akan diperoleh dari narasumber dan responden.
- b. Wawancara semi terstruktur, wawancara ini memiliki berbagai pertanyaan sistematis, dalam proses wawancara ini boleh menambah atau mengurangi pertanyaan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan, karena tujuan peneliti untuk menemukan informasi yang lebih terbuka sehingga pewawancara akan meminta pendapat atau ide yang lebih terbuka (*open minded*) kepada narasumber atau responden yang diwawancarai.
- c. Wawancara terstruktur, pedoman wawancara yang menyertakan berbagai pertanyaan baku dan sistematis, sehingga semua narasumber atau responden yang diwawancarai akan mendapat pertanyaan sesuai dengan isi pedoman wawancara.

⁶ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 111.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur, supaya peneliti bebas untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan data yang ada.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.⁷ Observasi dibagi menjadi dua yaitu :

- a. Observasi Partisipan, pada teknik observasi ini peneliti mengamati situasi/lingkungan, dimana observasi atau si peneliti terlibat di dalam keseharian responden.
- b. Observasi *non* partisipan, pada teknik observasi ini peneliti tidak terlibat dengan subjek yang diamati, melainkan observasi ini peneliti harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek.⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi *non* partisipan.

3. Dokumentasi

Metode maupun teknik dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mencari data atau informasi melalui buku-buku catatan, surat kabar, majalah dan lain sebagainya. Teknik dokumentasi digunakan sebagai salah satu alat pendukung dalam penelitian agar program yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar untuk mendapatkan data Mts

⁷ Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2000), hlm. 54.

⁸*Op.cit*, hlm. 118.

Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas tersebut.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif data akan disajikan dalam bentuk narasi kualitatif yang diungkapkan dalam bentuk verbal. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif data akan disajikan dalam bentuk narasi kualitatif yang diungkapkan dalam bentuk verbal yang diolah menjadi jelas akurat dan sistematis.⁹

Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif yang disajikan dalam bentuk deskriptif (*exposure*) dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Meneliti semua data yang tersedia dari berbagai sumber data yaitu wawancara, observasi yang telah dituliskan dalam catatan lapangan.
2. Reduksi data dilakukan dengan cara membuat abstraksi. Abstrak adalah upaya untuk membuat rangkuman inti, proses dan pernyataan yang perlu dipertahankan di dalamnya.
3. Melakukan pengecekan validasi data setelah diklarifikasi dilakukan pemeriksaan keabsahan data untuk menentukan daya mana yang harus dibuang.

G. Teknik Keabsahan Data

Agar data dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan, maka dibutuhkan pemeriksaan kembali terhadap keabsahan data dengan cara :

1. Perpanjangan Keikutsertaan

⁹ *Op.cit*, hlm. 79.

Dalam setiap penelitian kualitatif, kehadiran peneliti dalam setiap penelitian sangat dibutuhkan dan dapat membantu peneliti dalam memahami semua data yang dibutuhkan dalam penelitian.

2. Ketekunan Pengamatan

Untuk memperoleh hasil keabsahan data yang baik, maka peneliti dianjurkan untuk meningkatkan ketekunan dalam penelitian atau pengamatan di lapangan. Peneliti harus jeli dalam menelaah data-data yang sudah ada, dan memahami secara mendalam sehingga tidak ada data yang diragukan lagi.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik yang dilakukan untuk memeriksa keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar dari data tersebut, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi dilakukan dengan membandingkan dan mengecek sumber data yang baik serta kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan cara yang berbeda dalam metode kualitatif yang dilakukan dengan yaitu:

- a. Membandingkan data hasil dari pengamatan dengan cara wawancara.
- b. Membandingkan perkataan orang yang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.
- c. Membandingkan hasil dari wawancara dengan dokumen atau data yang berkaitan.¹⁰

¹⁰ *Op.cit*, hlm. 264.

Triangulasi sumber data juga memberi kesempatan untuk dilakukannya hal-hal sebagai berikut :

- a. Penilaian hasil penelitian dilakukan oleh responden.
- b. Mengoreksi kekeliruan dari sumber data.
- c. Menyediakan tambahan informasi.
- d. Memasukkan informan dalam kancan penelitian
- e. Menilai kecukupan dari semua data yang dikumpulkan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum

1. Sejarah Berdirinya Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan Desa Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsaawan merupakan pondok pesantren yang berdiri di Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Yayasan Pondok Pesantren ini memiliki dua madrasah yaitu Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Khoiriah Aek Buatun tahun berdirinya 2017 dan Madrasah Aliyah (MAs) Al-Khoiriah Aek Buatun tahun berdirinya 2019. Dan pondok pesantren ini merupakan Pondok Pesantren yang termuda dibandingkan pondok pesantren yang ada di sekitar Kecamatan Aek Nabara Barumon.¹

Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Khoiriah Aek Buatun didirikan tepatnya pada Tanggal 18 September 2017 merupakan madrasah yang sama dengan pada umumnya di Indonesia masa pendidikan MTs Al-Khoiriah Aek Buatun ditempuh dalam waktu 3 tahun, mulai dari kelas I (satu) sampai kelas III (tiga). Yang menjadi kepala Madrasah Tsanawiyah (MTs) ustadz Lirhanuddin Siregar, S. Pd. Sekaligus menjadi pendiri dan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsaawan.

¹ Dok. *Yayasan Ponodok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsaawan Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas, Tahun 2023.*

Berdirinya MTs Al-Khoiriah dilatar belakangi oleh tingginya minat masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan anaknya ke pondok pesantren, dengan demikian Ustadz Lirhanuddin Siregar, S. Pd. Memiliki cita-cita yang dimana ingin mengabdikan minat masyarakat tersebut. Sehingga beliau mendirikan MTs Al-Khoiriah Aek Buaton ini dan tentunya supaya para orang tua dapat terbantu sehingga tidak perlu menyekolahkan anaknya ke luar kecamatan atau bahkan keluar kabupaten yang memakan banyak biaya.²

Kondisi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan pada awal tahun didirikannya pondok pesantren ini jumlah santri yang masuk tidak begitu bagus karna santri yang masuk hanya 42 orang saja, ini dikarenakan informasi tentang pondok pesantren belum begitu luas dan sarana prasarana yang ada belum begitu memadai.

Tahun seterusnya pondok pesantren mengalami peningkatan jumlah santri, hal itu salah satu penyebabnya karena faktor informasi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan yang semakin meluas kekalangan masyarakat dan sarana prasarana sudah mulai lengkap baik dari segi bangunan, kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan semakin banyak, dan pondok pesantren ini juga memberikan baju putih gratis bagi santri baru yang masuk untuk menarik minat masyarakat sehingga masyarakat pun mulai tertarik dan percaya untuk menyekolahkan anaknya di pondok pesantren ini.

² Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas*, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

Untuk menunjang kegiatan pembelajaran MTs Al-Khoiriah Aek Buaton memberikan kesempatan kepada santri untuk mengikuti kegiatan kulikuler dan ekstrakurikuler dalam rangka membina bakat dan keahlian siswa dibidang yang mereka inginkan, kurikulum yang diterapkan di pondok pesantren ini yaitu kurikulum pondok dan kurikulum 2013. Terdapat beberapa kegiatan ekstrakurikuler unggulan yang ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton sebagai berikut :

A. Mata Pelajaran yang ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

Table 4.1 Mata Pelajaran MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

No.	Kelas VII	Kelas VIII	Kelas IX
1.	Fiqih SKB	Nahwu	Bahasa Indonesia
2.	Nahwu	F. SKB	Akidah Alhlak
3.	Bahasa Inggris	IPS	IPS
4.	Akidah Akhlak	Akidah Akhlak	IPA
5.	IPS	Bahasa Inggris	F. Skb
6.	Bahasa Arab	MTK	Tafsir
7.	Tafsir	Tafsir	Nahwu
8.	Shorof	Bahasa Arab	PKN
9.	SKI	PKN	Quran Hadits
10.	MTK	SKI	Bahasa Arab
11.	Tauhid	Bahasa Indonesia	Faroid
12.	Hadits	Tajwid	SKI

13.	Tajwid	Tauhid	Tarekh
14.	Tarekh	Hadits	MTK
15.	Akhlaq	Mahfuzod	Bahasa Inggris
16.	Bahasa Indonesia	Mulok	Tauhid
17.	Mulok	IPA	Mulok
18.	IPA	Shorof	Hadits
19.	Mutho	Akhlaq	Shorof
20.	Hafiz Qur'an	Tarekh	Hafiz Qur'an
21.	PKN	Fiqh KK	Fiqh KK
22.	Fiqh KK	Mutho	SKI
23.	Quran Hadits	Ha Qur'an	
24.		Quran Hadits	

B. Kegiatan Olahraga

- 1) Pencak silat
- 2) Volly ball
- 3) Futsal
- 4) Sepak bola
- 5) Tenis meja
- 6) Bulu tangkis.³

C. Kegiatan Kesenian

- 1) Seni hadrah

³ Wawancara, Kobul Harahap, *WKM Kurikulum, MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 11.00.*

- 2) Seni nasyid
- 3) Seni marawis
- 4) Seni pidato tiga Bahasa
- 5) Seni tari.⁴

D. Kegiatan Ibadah Kemasyarakatan

- 1) Praktek imam sholat dan wirid setelah sholat
- 2) Praktek tahlil dan do'a
- 3) Membaca yasin
- 4) Muhadrah
- 5) Praktek sholat dhuha
- 6) Praktek menjadi khotib
- 7) Praktek pardu kifayah.⁵

Dalam menciptakan suasana pembelajaran yang kondusif MTs Al-

Khoiriah Aek Buaton di dukung oleh fasilitas dan sarana yang memadai di

antaranya :

- a. Ruang kelas
- b. Masjid
- c. Asrama santri dan asrama santriwati
- d. Kantin
- e. Kamar mandi santri kamar mandi santriwati
- f. Ruang guru
- g. Ruang rapat
- h. Balai Latihan Kerja (BLK)
- i. Ruang tahfiz.⁶

2. Visi, Misi dan Tujuan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah

Bangsawan

- a. Visi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan

⁴ Wawancara, Kobul Harahap, *WKM Kurikulum, MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 2 Oktober 2023, pukul 11.00.

⁵ Wawancara, Kobul Harahap, *WKM Kurikulum, MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 2 Oktober 2023, pukul 11.00.

⁶ Wawancara, Kobul Harahap, *WKM Kurikulum, MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 2 Oktober 2023, pukul 11.00.

Terwujudnya santri yang berakhlakul karimah, berilmu, ikhlas dan beramal sholeh, sehingga menjadi orang yang berguna bagi bangsa dan agama dan bisa sukses di dunia dan akhirat.⁷

b. Misi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan

- 1) Menanamkan ilmu-ilmu dasar agama Islam
- 2) Menanamkan nilai-nilai akhlakul karimah
- 3) Mewujudkan satri yang inovatif dan kreatif
- 4) Meneladani salafussholeh
- 5) Mewujudkan kepekaan santri terhadap lingkungan, sosial dan budaya serta teladan bagi kemaslahatan ummat.⁸

c. Tujuan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan

- 1) Mendidik santri untuk menjadi seorang yang bertaqwa kepada Allah, berakhlakul karimah, memiliki kecerdasan dan keterampilan, dan mampu bersaing di masyarakat.
- 2) Mendidik santri untuk menjadi kader-kader Da'i atau Muballigh yang berjiwa ikhlas serta teguh dalam menjalankan syariat agama.
- 3) Mendidik santri agar menjadi seorang yang cakap dalam berbagai sektor.
- 4) Mendidik santri untuk membantu meningkatkan kesejahteraan sosial di masyarakat.⁹

3. Struktur Organisasi MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

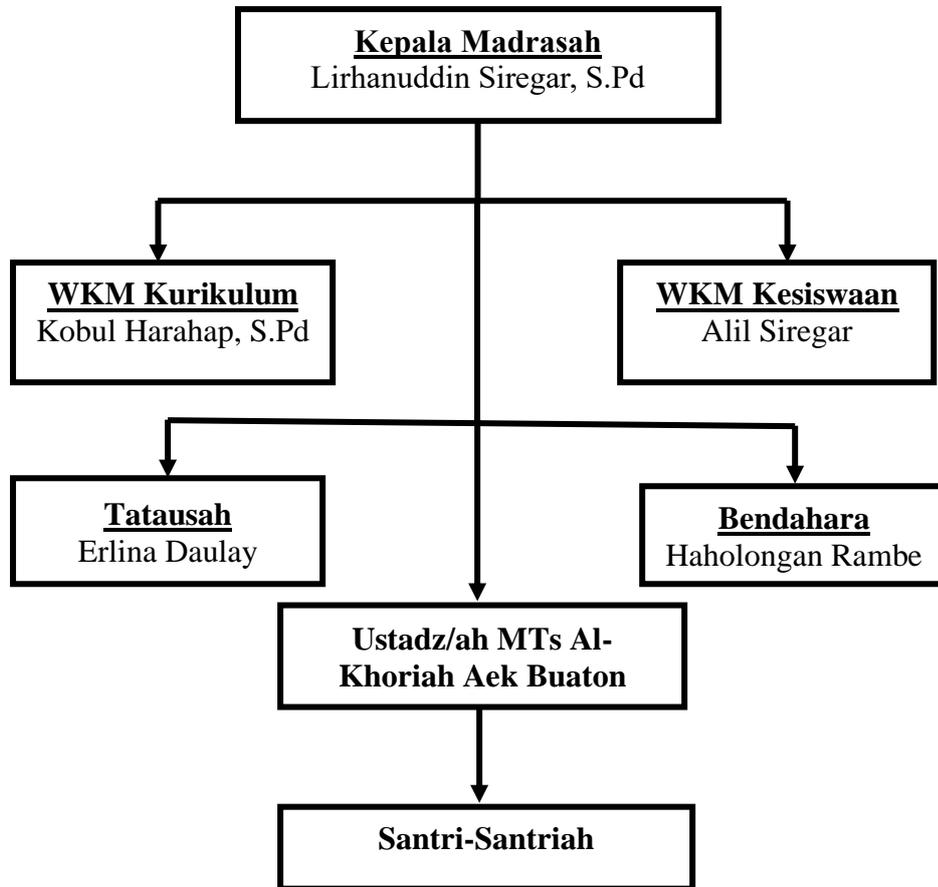
Adapun Struktur Organisasi MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Yakni :

⁷ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

⁸ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

⁹ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
MTs Al-Khoriah Aek Buaton



B. Temuan Khusus

1. Strategi Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas

Promosi merupakan salah satu dari empat bauran pemasaran (*marketing mix*). Tujuan dari kegiatan promosi itu sendiri untuk memperkenalkan, memberitahu/menginformasikan. Dengan demikian dapat menarik minat masyarakat, promosi penting dilakukan oleh setiap pondok pesantren karena dengan melakukan promosi tujuan dan rencana yang ditetapkan oleh pondok pesantren dapat tercapai.

Dalam upaya meningkatkan jumlah santri di Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Khoiriah Aek Buaton perlu adanya strategi promosi yang dilakukan, oleh sebab itu MTs Al-Khoiriah Aek Buaton melakukan strategi promosi dalam menarik minat masyarakat hal ini dilakukan guna meningkatkan jumlah santri, mempertahankan jumlah santri yang telah pondok pesantren miliki, mengatasi kendala-kendala yang muncul, serta menarik minat masyarakat. Melalui kegiatan promosi ini diharapkan masyarakat secara umum dapat mengetahui keberadaan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan.



Gambar 4.2
Diagram Bauran Promosi

Dalam mempromosikan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan menggunakan empat elemen bauran promosi (*promotion mix*) yaitu *mass selling*, *personal selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*), dan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan juga memakai strategi informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) jadi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan melakukan promosi dengan lima elemen bauran promosi. Berikut ini akan peneliti paparkan lima elemen bauran promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan tersebut yaitu sebagai berikut.

a. *Mass Selling*

Mass selling merupakan pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dalam satu

waktu. Di dalam pondok pesantren *mass selling* ini kita artikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan pondok pesantren kepada masyarakat dengan menggunakan media yang dilakukan dalam setiap satu bulan atau setiap satu tahun sekali, *Mass selling* dibagi menjadi 2 bagian yaitu :

1). Periklanan

Periklanan adalah satu bentuk dari promosi dengan menggunakan media cetak dan media sosial. Iklan dipandang sebagai promosi yang paling efektif.

a). Media Cetak

Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman fungsi utama media cetak adalah memberkan informasi. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang merupakan Kepala Madrasah Tsanawiyah (MTs) Al-Khoiriah Aek Buatun, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd :

Dalam melakukan kegiatan periklanan ini Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan setiap tahunnya membuat iklan terutama melalui media cetak seperti brosur. Dengan brosur, Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dapat menjelaskan secara rinci berbagai kegiatan kurikuler dan ekstrakurikuler, jadwal atau tanggal pendaftaran, serta fasilitas dan ruangan-ruangan tempat belajar, dan keunggulan-keunggulan lainnya. Brosur ini disebar ke berbagai desa, kecamatan, kabupaten, hingga provinsi. Selain itu juga brosur

dibagikan kepada santri/santriwati agar mereka dapat menyebarkan brosur tersebut di tempat masing-masing.¹⁰

Beliau juga menambahkan :

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan juga menggunakan spanduk sebagai media periklanan lainnya. Spanduk selalu digunakan pada saat keberangkatan dan acara di luar pondok pesantren yang berisikan identitas Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan. Walaupun isi spanduk tidak seperti spanduk iklan pada umumnya, akan tetapi dengan spanduk yang berisi identitas pondok pesantren tersebut dapat menjadi dokumentasi tidak langsung bagi orang-orang yang telah melihat dan membacanya.¹¹

Berdasarkan wawancara di atas maka dapat dilihat bahwa periklanan yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ialah dengan menyebarkan brosur ke berbagai desa, kecamatan, kabupaten, hingga provinsi. Dan yayasan pondok pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan juga menggunakan spanduk sebagai periklanan lainnya.

b). Media Sosial

Media sosial saat ini sudah menjadi media iklan yang menarik. Banyak praktisi pemasaran mengiklankan produk mereka baik di *website* sendiri maupun *website* milik perusahaan lain. Dapat dikatakan media sosial merupakan media yang bahkan dapat digunakan untuk melaksanakan seluruh elemen bauran promosi.

¹⁰ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.*

¹¹ *Ibid.*

Wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren di Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buaton, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S.Pd beliau mengatakan :

Peran media sosial sangatlah membantu Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan untuk dapat melakukan promosi, oleh karena pasar yang luas Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan tentu harus menggunakan media sosial sebagai sarana promosi kami sehingga kami mempunyai akun *you tube*, yang dimana *you tube* tersebut kami gunakan sebagai sarana promosi dengan mengunggah (*upload*) video kegiatan dan keadaan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan serta apa saja perkembangan yang terjadi di pondok pesantren kami ini, dan saya sendiri sangat aktif mengunggah (*upload*) kegiatan, brosur, foto-foto kegiatan yang kami lakukan dan berita lainnya di akun *facebook* dan *Instagram* saya. Dikarenakan hal ini sangat fungsional dapat diakses kapan saja, dimana saja. Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan menggunakan seluruh kegiatan bauran promosi, untuk memaksimalkan kegiatan promosi yang kami lakukan, dengan tujuan supaya dapat lebih meningkatkan jumlah santri kami di pondok pesantren ini tentunya.¹²

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pada media sosial juga di gunakan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam melakukan promosi yang dimana media sosial yang digunakan yaitu *you tube*, *facebook* dan *Instagram*, juga menggunakan kegiatan bauran promosi untuk memaksimalkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan khususnya untuk meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton.

¹² Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buaton, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

Tabel 4.2 Nama dan Alamat Media Sosial Yang Digunakan Oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawa Untuk Promosi

No.	Nama Media Sosial	Alamat Media Sosial
1.	<i>you tube</i>	@ponpesdinulkhoiriah
2.	<i>Fecebook</i>	Ponpes Dinul Khoiriah
3.	<i>Instagram</i>	Ponpeskhoiriah

Berdasarkan dari observasi yang peneliti lakukan terhadap media sosial Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan berupa akun *you tube*, *fecebook* dan *instagram* masi kurang menarik dalam menyajikan vidio atau dokumentasi berupa foto-foto kegiatan yang dilakukan di pondok pesantren ini.¹³

2). Publissitas

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang perusahaan atau organisasi yang disebarluaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor. Di dalam pondok pesantren maksud dari publisitas ini yaitu dengan mengadakan atau mengikuti kegiatan di berbagai kecamatan, dan kabupaten hingga provinsi. lalu acara tersebut ternyata diliput oleh berbagai media seperti radio, koran, dan surat kabar lainnya. Sehingga secara tidak sengaja Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sudah dipromosikan oleh berbagai media-media yang meliput acara tersebut, publisitas jauh lebih murah karena dilakukan secara bebas tanpa dipungut

¹³ Observasi, *di Media Sosial Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan*, 10 Oktober 2023, Pukul 14.00 WIB.

biaya. Berdasarkan wawancara dengan Ustadz Alil Siregar WKM

Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek :

Kegiatan publisitas ini kami lakukan dengan mengikuti perlombaan seperti Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) tingkat kecamatan, kabupaten, hingga provinsi dan perlombaan lainnya. Serta kami juga mengikuti *event* yang di selenggarakan di berbagai kota dan provinsi seperti baru-baru ini kami menghadiri *event* yang diselenggarakan di UIN Syahada Padang Sidimpuan yaitu dengan tema Pameran Expo Pesantrend dalam rangka acara Peringatan Hari Santri Nasional 2023 tepatnya pada tanggal 19 oktober lalu.¹⁴

Tambahan dari Saudari Roma Ito Siregar, perwakilan dari santriwati beliau mengatakan :

Memang benar kami selalu mengikuti kegiatan seperti Tilawatil Qur'an (MTQ) tingkat kecamatan, kabupaten, hingga provinsi dan perlombaan lainnya. Dan setiap acara yang kami ikuti kami selalu dapat meraih juara walaupun tidak disemua bidang yang kami ikuti, dan piala yang kami raih bisa di lihat langsung di Balai Latihan Kerja (BLK) pondok pesantren kami.¹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa pada kegiatan publisitas yang dilakukan oleh yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan yaitu dengan mengikuti kegiatan Musabaqah Tilawatil Qur'an (MTQ) tingkat kecamatan, kabupaten, hingga provinsi dan mengikuti kegiatan *event* salah satunya di UIN Syahada Padang Sidimpuan yaitu dengan tema Pameran Expo Pesantrend dalam rangka acara Peringatan Hari Santri Nasional 2023 tepatnya pada tanggal 19 oktober lalu.

¹⁴ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun*, 4 Oktober 2023, Pukul 11.00 WIB.

¹⁵ Wawancara, Roma Ito Siregar, *Santriwari MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun* 11 Oktober 2023, Pukul 10.00 WIB.

Dalam hal ini tanpa mengeluarkan biaya Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan telah melakukan promosi karena dalam kegiatan *event* tersebut masuk dalam berita yang dirilis oleh Humas UIN Syahada Padang Sidimpuan itu sendiri. Sehingga masyarakat dapat melihat dan mengenali Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan terhadap *event* yang diikuti oleh yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan ini peneliti mendapati bahwa memang benar event tersebut diikuti oleh yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan dan kegiatan tersebut di unggah di *website* UIN Syahada Padangsidimpuan, dengan alamat *website* <http://www.uinsyahada.ac.id/persiapan-expo-hari-santri-nasional-2023-telah-kelar-event-terbuka-untuk-umum/>.¹⁶

e. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah sebuah aktivitas yang diterapkan untuk tujuan meningkatkan penjualan dan meningkatkan permintaan konsumen terhadap sebuah produk, contohnya seperti Flash sale, voucher, kupon, atau hadiah gratis. Dalam pondok pesantren promosi penjualan dapat di artikan sebagai kegiatan untuk menarik minat masyarakat yaitu seperti dengan di gratiskannya baju putih, dan berbagai kegiatan kulikuler dan ekstrakulikuler yang ditawarkan kepada masyarakat, tentunya dengan biaya yang sangat

¹⁶ Observasi, di *Website UIN Syahada Padangsidimpuan*, 20 Oktober 2023, Pukul 14.00 WIB.

terjangkau dan masih banyak strategi lain lagi yang bisa digunakan untuk menarik minat masyarakat tersebut. Berdasarkan wawancara dengan WKM Kurikulum Dinul Khoiriah Bangsawan, Ustadz Kobul Harahap, S.Pd :

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan melakukan promosi penjualan dengan di gratiskannya baju putih bagi santri yang ingin masuk ke MTs Al-Koiriah Aek Buaton, dan memberikan tawaran berupa kegiatan ekstrakurikuler yang sudah sampai ditingkat provinsi seperti pencak silat, dan tenis meja dan dengan biaya yang terjangkau oleh orang tua santri dan masih banyak kegiatan lainnya yang kami tawarkan kepada masyarakat.¹⁷

Tambahan dari Ibuk Hafsah Hasibuan, perwakilan dari orang tua santri beliau mengatakan :

Memang benar Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini memberikan baju putih gratis untuk anak-anak kami yang baru masuk, serta kegiatan yang ada di pondok pesantren ini juga sudah sangat banyak dan sudah ada yang meraih penghargaan di tingkat provinsi.¹⁸

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan promosi penjualan yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan menawarkan berupa baju putih gratis dan menawarkan kegiatan ekstrakurikuler yang sudah mampu tampil sampai ketinggian provinsi yaitu seperti pencak silat, dan tenis meja dengan biaya yang terjangkau oleh orang tua santri dari tawaran ini yayasan pondok pesantren berharap dapat menarik minat masyarakat untuk memilih yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan sebagai tempat untuk melanjutkan Pendidikan anak-anaknya.

¹⁷ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas*, Aek Buaton, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

¹⁸ Wawancara, Hafsah Hasibuan, *Orang Tua Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas*, Batu Sundung, 12 Oktober 2023, pukul 15.00.

c. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat adalah kiat pemasaran penting lainnya dimana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan public yang lebih besar. Program hubungan masyarakat antara lain publikasi, acara-acara penting, hubungan dengan insvertor, pameran dan mensponsori beberapa acara.

Di dalam pondok pesantren maksud dari hubungan masyarakat yaitu dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar dan sesama pondok pesantren bahkan pemerintahan sekitar juga harus terjalin dengan baik. Wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buatun, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd beliau mengatakan :

Kami selalu menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar, para orang tua santri/santriwati, pesantren-pesantren yang ada di sekitar kecamatan itu sendiri dan dengan para pemerintahannya juga. Karena hubungan yang baik dengan masyarakat dapat mendatangkan keuntungan bagi pondok pesantren ini dan bagi masyarakat itu sendiri. Keuntungan bagi pondok pesantren yaitu dapat mengharumkan nama baik masyarakat terhadap pondok pesantren serta terbangunnya kepercayaan antara para orang tua santri/santriwati bahkan masyarakat. Sedangkan bagi orang tua atau masyarakat yaitu mereka mendapatkan kepercayaan dan kepuasan karna bisa menyekolahkan anaknya di pondok pesantren tanpa biaya yang mahal.¹⁹

Untuk memperkuat pernyataan yang di sampaikan oleh Ustadzah Erlina Daulay di atas maka peneliti mewawancarai perwakilan dari orang

¹⁹ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.*

tua santri/santriwati yaitu dengan Ibu Ermida Tanjung, beliau mengatakan bahwa :

Menurut saya Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini sangat bagus dan amanah dalam mendidik anak-anak kami saya selaku orang tua santri sudah menyekolahkan anak saya 3 (tiga) orang di pondok pesantren ini dan saya rasa sangat puas atas didikan yang diberikan oleh pondok pesantren ini dan saya bersyukur dengan adanya pondok pesantren ini. Saya dapat menyekolahkan anak saya di pondok pesantren karna terjangkau dekat dengan rumah sehingga tidak membutuhkan biaya yang banyak.²⁰

Tambahan dari Ibu Sakmin Harahap, perwakilan dari orang tua santri beliau mengatakan :

Kami rasa dengan adanya pondok pesantren ini sangat memberikan dampak yang baik kepada Desa Aek Buatun ini dan desa-desa yang ada di sekitar pondok pesantren, karena selain dapat meringankan biaya dan jangkauan kami dalam menyekolahkan anak kami, pondok pesantren ini juga sangat membantu kami dalam melaksanakan *pardhu kifayah* dan melaksanakan peringatan hari-hari besar Islam dan masih banyak dampak positif lainnya lagi.²¹

Dari beberapa wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat yang di jalin oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sangat baik, baik dengan masyarakat sekitar Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan, orang tua santri/santriwati, bahkan dengan pemerintah sekitar. Tanggapan dari masyarakat pun sangat baik dengan adanya yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan Dimana memberikan dampak baik bagi masyarakat sekitar karna dapat

²⁰ Wawancara, Ermida Tanjung, Orang Tua Santri, *MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun*, 8 Oktober 2023, pukul 13.00.

²¹Wawancara, Sakmin Harahap, *Orang Tua, MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun*, 8 Oktober 2023, pukul 13.00.

membantu mereka dalam melaksanakan *pardhu kifaya* dan memperingati hari-hari besar Islam.

d. Informasi dari Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth*)

Para orang tua santri bahkan masyarakat sekitar akan berbicara kepada masyarakat lainnya tentang pengalamannya menyekolahkan anaknya di pondok pesantren tersebut, jadi iklan ini bersifat referensi kepada orang lain, dan referensi ini dilakukan dari mulut ke mulut. Jika dilihat secara fisik kegiatan iklan ini sangat sederhana, namun merupakan jurus jitu untuk memperluas tentang informasi pesantren tersebut. Wawancara dengan Ustadzah Idarohayani Siregar, beliau mengatakan :

Kegiatan informasi dari mulut ke mulut ini dilakukan oleh para orang tua santri/santriwati, para alumni kami dan masyarakat sekitar, tentunya mereka telah mengetahui bagaimana pondok pesantren kami ini. Dengan itu mereka merekomendasikan kepada masyarakat lain dan kepada adik-adik mereka yang akan melanjutkan ke jenjang Madrasah Tsanawiyah (MTs) agar memilih Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sebagai tempat menuntut Ilmu selanjutnya.²²

Berdasarkan wawancara di atas maka dapat di lihat bahwa informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh para orang tua santri/santriwati dan masyarakat yang telah melihat langsung keadaan pondok pesantren ini memberikan pengakuan kepada orang lain dan merekomendasikan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiria Bangsawan. Selain itu juga para tua santri/santriwati dan masyarakat menjadi ujung tombak dari kegiatan promosi, karena informasi dari mulut ke mulut inilah

²² Wawancara, Ida Rohayani Siregar, Guru, *MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buatun, 8 Oktober 2023, Pukul 13.00.

juga berpengaruh terhadap peningkatan jumlah santri di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan setiap tahunnya.

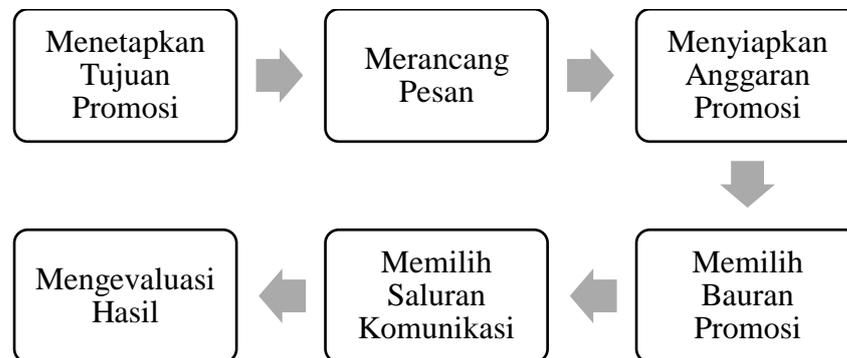
Tabel 4.3 Perkiraan Persentasi Keberhasilan Kegiatan Promosi dalam Menarik Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

No.	Nama kegiatan promosi	Persentasi
1.	<i>Mass selling</i>	$\pm 15\%$
2.	Promosi penjualan	$\pm 30\%$
3.	Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	$\pm 20\%$
4.	Informasi dari Mulut ke Mulut (<i>Word Of Mouth</i>)	$\pm 35\%$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dalam melakukan kegiatan promosi yang paling berhasil untuk sejauh ini yaitu dengan melalui penyampaian informasi dari mulut ke mulut, dan kegaitan promosi yang tingkat keberhasilannya masi rendah yaitu melalui kegiatan promosi *mass selling*. Hal ini dikarenakan *mass selling* yang dilakukan masi kurang menarik minat masyarakat seperti dalam periklanana, ataupun publisitas yang di tampilkan sehingga masyarakat yang menyaksikan kurang tertarik.

Peningkatan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton setiap tahunnya ini juga tidak terlepas dari pengembangan bauran promosi yang dilakukan oleh pihak yayasan. Pengembangan bauran promosi penting dilakukan agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat sesuai dengan tujuan yang efektif dan efisien. Dalam mengembangkan bauran promosi ada enam

tahapan proses. Tahapan-tahapan tersebut dapat dilihat pada diagram proses di bawah ini.



Gambar 4.3
Diagram Tahapan Pengembangan Bauran Promosi

Berikut uraian tahapan pengembangan bauran promosi yang dilakukan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan :

1. Menetapkan Tujuan Promosi.

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buaton, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd beliau mengatakan :

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam hal melakukan promosi selalu mengadakan *meeting* setiap tahunnya, biasanya *meeting* ini dilakukan pada akhir tahun ajaran. *Meeting* ini di ikuti oleh seluruh ustadz/ah yang ada di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan untuk membahas program rencana tahun depan, mangsa pasar yang baru, dan pembaharuan lainnya, dan hal lain mengenai pemasarannya. Pada *meeting* ini ditentukan pula tujuan utama dari pemasaran yang akan dilakukan untuk lebih meningkatkan jumlah santri ke depannya.²³

²³ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

Hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa menetapkan tujuan pondok pesantren dengan mengadakan *meeting* setiap tahunnya dan biasanya dilakukan di akhir tahun untuk membahas program rencana tahun depan, mangsa pasar yang baru, dan program rencana tahun depan.

2. Merancang Pesan

Berdasarkan wawancara dengan WKM Kesiswaan yaitu Ustadz

Alil Siregar :

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan merancang pesan melalui slogannya, slogan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan yaitu “berakhlakul karimah, cerdas dan berani”. Melalui slogan ini diharapkan dapat membangun citra pondok pesantren dan menarik minat masyarakat.²⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas maka dapat kita lihat bahwa merancang pesan melalui dengan slogan, yang dimana slogan dari Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan adalah “berakhlakul karimah, cerdas dan berani” dengan dibentuknya slogan ini harapan dari Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dapat membangun citra dari pondok pesantren dan menarik minat masyarakat.

3. Menyiapkan Anggaran Promosi

Berdasarkan wawancara dengan Bendahara Haholongan Rambe yaitu :

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan telah menyiapkan anggaran berupa dana setiap tahunnya untuk keperluan kegiatan promosi, dan anggaran tersebut bisa

²⁴ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun*, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

digunakan kapan saja dibutuhkan pada saat melakukan kegiatan promosi tersebut. Namun dana yang di sediakan oleh pondok pesantren tidak begitu besar, maka dari itu kami selalu berusaha agar pengeluaran yang kami lakukan saat promosi tidak ada yang sia-sia. Maka sebelum kami melakukan pengeluaran kami selalu berupaya mendiskusikannya dahulu, agar dana yang kami keluarkan tepat tanpa menghamburkan dana tentunya.²⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, ditarik kesimpulan bahwa pada Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sudah menyiapkan anggaran untuk melakukan seluruh kegiatan promosi tapi anggaran yang disediakan tidak begitu besar Maka sebelum yayasan pondok pesantren melakukan pengeluaran yayasan pondok pesantren selalu berupaya mendiskusikannya dahulu, agar dana yang dikeluarkan tepat sasaran tanpa menghamburkan dana tentunya.

4. Memilih Bauran Promosi

Wawancara dengan WKM Kesiswaan yaitu Ustadz Alil Siregar yaitu :

Dalam memilih bauran promosi, Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan terlebih dahulu merancang apa saja promosi yang cocok diterapkan dan ini kami lakukan dalam *meeting* akhir tahun dan terkadang kami lakukan di waktu-waktu saat ada peluang promosi itu kami lakukan maka kami akan melakukan *meeting* kecil-kecilan,

Hasil wawancara di atas pada kegiatan memilih bauran promosi dapat disimpulkan bahwa dalam menetapkan promosi yang akan dilakukan maka Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan terlebih dahulu melakukan *meeting* baik itu dilakukan diakhir tahun

²⁵ Wawancara, Haholongan Rambe, Guru, *MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 6 Oktober 2023, pukul 09.00.*

bahkan terkadang *meeting* itu dilakukan disaat tak terduga tergantung peluang yang ada saat itu, dengan demikian promosi yang dilakukan terarah dan memiliki tujuan yang jelas.

5. Memilih Saluran Komunikasi

Wawancara dengan WKM Kesiswaan yaitu Ustadz Alil Siregar yaitu

:

Setelah kami menentukan bauran promosi apa yang akan digunakan kemudian kami akan memilih saluran komunikasi. Dinisini kami memilih saluran komunikasi melalui media sosial dan media cetak. Media sosial yang kami pilih yaitu *you tobe*, *facebook* dan *instagram*. Dimana saluran ini kami akan mengaploot kegiatan-kegiatan yang ada dipondok pesantren ini dan perestasi-perestasi yang kami raih, sedangkan saluran komunikasi melalui media cetak kami memnyebarkan brosur dan menampilkan spanduk saat acara didalam dan diluar yayasan berlangsung.²⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan WKM Kesiswaan yaitu Ustadz Alil Siregar dapat disimpulkan bahwa pada kegiatan memilih saluran kominikasi yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan memilih media sosial dan media cetak Media sosial yang kami pilih yaitu *you tobe*, *facebook* dan *instagram*. Dimana saluran ini kami akan mengaploot kegiatan-kegiatan yang ada dipondok pesantren ini dan perestasi-perestasi yang kami raih, sedangkan saluran komunikasi melalui media cetak kami memnyebarkan brosur dan menampilkan spanduk. Dengan pemilihan saluran kominikasi ini yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan dapat lebih memperkenalkan atau

²⁶ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buatun, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

lebih mudah mempromosikan Yayasan Dinul Khoiriah Bangsawan terutama kepada orang diluar sana yang ingin melanjutkan pendidikannya ke pondok pesantren.

6. Mengevaluasi hasil

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buatun, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd beliau mengatakan :

Yayasan Pondok pesantren mengevaluasi hasil dari kegiatan promosi setiap awal tahun ajaran baru yang juga di ikuti oleh seluruh ustadz-ustadzah dalam sebuah *meeting*. Dalam *meeting* dibahas mengenai sudah efektif atau belum kegiatan promosi yang dilakukan sebelumnya. Jika dinilai kurang efektif pondok pesantren akan segera memperbaikinya dengan kegiatan promosi yang lain. Dengan demikian dapat di katakana pondok pesantren melakukan riset pemasaran. Selain itu dibahas juga mengenai kendala apa saja yang ditemui saat melakukan promosi.²⁷

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dilihat bahwa mengevaluasi hasil saat promosi itu dilakukan oleh pondok pesantren pada saat awal tahun ajaran baru yaitu dengan melakukan *meeting* yang diikuti oleh seluruh ustadz-ustadzah, jika dinilai kurang efektif maka pondok pesantren akan segera memperbaikinya dengan kegiatan promosi lainnya.

²⁷ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.*

2. Perkembangan Jumlah Santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

Perkembangan jumlah santri yang ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton saat ini yaitu dengan menggunakan dan memaksimalkan seluruh bauran promosi (*promotion mix*), sehingga setiap tahunnya perkembangan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton mengalami peningkatan. Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buaton, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S.Pd beliau mengatakan :

Perkembangan jumlah santri kami saat ini yaitu tidak terlepas karna upaya yang kami lakukan yaitu dengan melakukan promosi. Promosi ini kami lakukan di tahun 2018 setelah dua tahun yayasan kami ini didirikan dan diresmikan, dengan demikian perkembangan jumlah santri kami mulai meningkat di tahun ajaran 2018-2019 hingga sekarang jumlah santri kamipun semakin bertambah. Hal ini merupakan suatu kebanggaan bagi kami karna dengan yayasan kami yang masi lima tahun lamanya berdiri telah dapat dipercayai oleh masyarakat sekitar, kami sangat bersyukur karna upaya kegiatan promosi yang kami lakukan dapat di respon baik oleh masyarakat tentunya.²⁸

Tambahan juga dari Bapak Sahunan Siregar, perwakilan dari orang tua santriwati beliau mengatakan :

MTs Al-Khoiriah Aek Buaton ini memang sekarang sudah mengalami peningkatan jumlah santri, ini dapat saya lihat dimana ketika saya menyekolahkan anak saya yang pertama kali hingga menyekolahkan anak saya yang ketiga kalinya, saya dapat melihat perubahan dari keramaian santri yang ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton ini, saya sebagai oarang tua santri merasa bangga akan

²⁸ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buaton, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

perkembangan yang di alami Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini.²⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa peningkatan jumlah santri yang ada di yayasan dinul khoiriah bangsawan saat ini yaitu tidak terlepas karna adanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh yayasan tersebut, promosi ini dimulai dari tahun 2018 dimana yayasan ini masih dua tahun lamanya berdiri. Hingga dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak yayasan dapat meningkatkan jumlah santri di tahun berikutnya. berikut data santri pada Tahun Ajaran 2017-2022 :

Tabel 4.4 Perkembangan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Tahun Ajaran 2017-2022

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Santri	Persentase
1.	2017-2018	42	100%
2.	2018-2019	30	- 28%
3.	2019-2020	110	+ 266%
4.	2020-2021	250	+ 127%
5.	2021-2022	360	+ 44%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada Tahun Ajaran 2017-2018 jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun hanya 42 orang santri, hal ini dikarenakan Yayasan Pondok Pesantren Dinul

²⁹ Wawancara, Sahunan Siregar, *Orang Tua Santriwati MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas*, Batu Sundung. 11 Oktober 2023, pukul 15.15.

Khoiriah Bangsawan masih tergolong baru dalam mendirikan pondok pesantren ini.

Sedangkan pada Tahun Ajaran 2018-2019 mengalami penurunan yaitu sebanyak 30 orang santri yaitu dikarenakan perpindahan tempat/lokasi pondok pesantren yang dimana awalnya lokasi pondok pesantren ini terdapat di Desa Ulu Gaja Kecamatan Barumun Tengah Kabupaten Padang Lawas, kemudian berpindah lokasi ke Desa Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Adapun sebab perpindahan lokasi pesantren ini diakibatkan lahan yang belum resmi milik yayasan pondok pesantren Dinul Khoiriah bangsawan. 2019-2020 mengalami peningkatan yang sangat luar biasa dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu dengan jumlah 110 orang santri karena Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan telah mulai melakukan kegiatan strategi promosi. Dan mengalami peningkatan lagi pada Tahun Ajaran 2020-2021 dengan jumlah 250 orang santri. Tahun Ajaran 2021-2022 mengalami peningkatan juga dengan jumlah 360 orang santri ini dikarenakan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan telah melakukan pengembangan bauran promosi serta mengevaluasi setiap promosi yang dilakukan.

Tabel 4.5 Persentase Asal Santri yang Ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

NO.	Asal Santri	Persentase
1.	dari kabupaten padang lawas	$\pm 60\%$
2.	dari luar kabupaten padang lawas	$\pm 30\%$
3.	dari Luar Provinsi Sumatera Utara	$\pm 10\%$

Berdasarkan tabel di atas asal santri yang masuk kepondok pesantren ini tentunya dari berbagai desa, kabupaten hingga provinsi yang berbeda. Dan untuk saat ini asal santri yang banyak masuk ke pondok pesantren ini yaitu dari desa yang ada disekitar pondok pesantren ini seperti dari Desa Aek Buaton, Desa Batu Sundung, Desa Sidong-Dong, Desa Bire dan masih banyak lagi yaitu sekitar 60% santri yang berasal dari desa yang ada di sekitar pondok pesantren ini. Untuk asal santri dari luar kabupaten yang berbeda yaitu hanya sekitar 30% yang masuk ke pondok pesantren ini seperti dari Kabupaten Padang Lawas Utara, dan Kabupaten Tapanuli Selatan. Sedangkan asal santri yang dari luar provinsi hanya sekitar 10% yaitu dari Provinsi Riau.

Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan terus berkembang dan gencar melakukan promosi agar masyarakat menjadi tahu dan kenal dengan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sehingga banyak yang mempercayakan anaknya pada Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan khususnya MTs Al-Khoiriah Aek Buaton.

Berdasarkan observasi yang peneliliti lakukan terhadap perkembangan jumlah santri yang ada di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton memang sudah meningkat yaitu setelah dilakukannya berbagai promosi, hal tersebut terlihat dari semakin banyaknya santri yang ada di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini.³⁰

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoiriah Aek Buaton

Dalam menjalankan suatu usaha, tentunya semua menginginkan tercapainya tujuan. Pondok pesantren juga tentunya memiliki tujuan untuk dapat memajukan dan mengembangkan pondok pesantrennya. Untuk itu diperlukan suatu cara atau kegiatan untuk dapat memperkenalkan pondok pesantrennya ke masyarakat yaitu dengan cara melakukan strategi.

Dalam menjalankan kegiatan promosi tersebut tentunya dipengaruri oleh beberapa faktor yang dapat mendukung kelancaran proses promosi, namun satu sisi juga dapat menghambat. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat kegiatan promosi, maka dalam hal ini peneliti menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, dan threat*) yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistemasi untuk merumuskan strategi perusahaan atau organisasi. Analisis ini

³⁰ Observasi, *Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan*, 10 Oktober 2023. Pukul 14.00 WIB.

didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

1. Faktor Pendukung (Kekuatan dan Peluang)

a. Letak Geografis

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala MTs Al-Khoiriah Aek Buaton, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd beliau mengatakan :

Untuk letak geografi pondok kami juga mendukung kami dalam melakukan strategi promosi yaitu Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan terletak tidak jauh dari jalan raya sehingga masyarakat dapat dengan mudah menjangkaunya. selain itu juga bagi kegiatan promosi masyarakat sekitar juga sangat mendukung akan hal-hal positif yang dilakukan oleh pondok pesantren ini karna mereka juga merasakan dampak yang baik akan adanya pondok pesantren ini.³¹

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa letak geografis yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan ini juga dapat menjadi pendukung untuk menarik minat masyarakat memilih Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sebagai tempat untuk melanjutkan pendidikan bagi anaknya.

b. Mengoptimalkan dan Mengembangkan Ekstrakurikuler

³¹ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.*

Wawancara dengan ustadzah WKM Kurikulum Kobul

Harahap, S. Pd beliau mengatakan bahwa :

Kami berupaya meningkatkan kualitas dengan cara salah satunya kita meningkatkan kualitas kegiatan ekstrakurikuler seperti dibagian pencak silat dan tenis meja, serta baca Qur'an dengan menyewa seorang yang ahli dibidang-bidang tersebut, dengan demikian kegiatan tersebut alhamdulillah santri kami telah mengikuti lomba untuk tingkat provinsi, jadi kami sangat berupaya keras dalam membina santri kami yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler di bidang pencak silat dan tenis meja ini. Tidak hanya itu kami masi banyak lagi menyediakan kegiatan ekstrakurikuler yaitu nasyid yang sudah seriang di undang oleh masyarakat untuk mengisi acara hari-hari besar islam. Dan masih banyak kegiatan lain yaitu seni baca Qur'an, baca kitap gundul, dan sarhil dan kami telah membawa santri/santriwati kami untuk mengikuti lomba baik di tingkat kecamatan ataupun di tingkat kabupaten. Itulah yang bisa kita lakukan untuk persaingan yang ketat ini.³²

Tambahan juga dari saudara kami Sunggu Ari Simamora

perwakilan dari santri beliau mengatakan bahwa :

Saya merupakan perwakilan dari kawan-kawan yang mengikuti kegiatan ekstrakurikuler dibidang pencak silat, yaitu memang benar kami mengikuti lomba pencak silat hingga ke provinsi, dan kami meraih peringkat satu saat mengikuti perlombaan tersebut. Kami tentunya sangat senang atas pencapai kami ini, dan bukan hanya kegiatan pencak silat yang dapat kami tampilkan di perlombaan tingkat provinsi tersebut melainkan kegiatan tenis mejapun juga kami tampilkan dan kami juga dapat meraih peringkat satu di bidang tersebut.³³

Dalam wawancara di atas dapat diketahui upaya Yayasan

Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam menghadapi

³² Wawancara, Kobul Harahap, *WKM Kurikulum, MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun*, 2 Oktober 2023, pukul 11.00.

³³ Wawancara, Sunggu Ari Simamora, santri, *MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Brumun Kabupaten Padang Lawas*, 7 oktober 2023, pukul 15.00.

persaingan dengan lembaga pendidikan lainnya, diantaranya meningkatkan kualitas dengan cara mengadakan ekstra-ekstra yang Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan mampu bersaing dan menjuarai perlombaan di bidang tersebut, seperti pencak silat, tenis meja, seni baca Qur'an, dan membaca kitab gundul.

c. Fasilitas/Sarana dan Prasarana

Selain dari segi sumber daya manusia, program unggulan dan ekstrakurikuler, dari segi fasilitas juga di upayakan untuk ditingkatkan. Sebagaimana wawancara dengan WKM Kesiswaan Ustadz Alil Siregar beliau mengatakan :

Kemudian usaha kami itu meningkatkan kualitas baik dibidang kulikuler dan ekstrakulikuler, karna dengan adanya persaingan sangat ketat dengan sekolah lainnya, kami berusaha dan berupaya semaksimal mungkin untuk selalu meningkatkan kualitas kulikuler dan ekstrakulikuler, melengkapi sarana dan prasarana seperti ruang belajar, asrama, dan kebutuhan sarana lainnya, supaya santri kami lebih nyaman untuk mengikuti belajar mengajar.³⁴

Tambahan juga dari ustadzah Erlina Daulay mengatakan bahwa :

Kemudian memang selain dari pada itu, pembangunan yang dilakukan oleh pondok pesantren juga sangat besar, dulu santri yang masuk tidak sampai 50 an, yang dimana santri yang masuk awal tahun tepatnya tahun 2017 yaitu sebanyak 42 orang, tapi paska pembangunan yang semakin bertambah dan berita itu menyebar ke masyarakat, akhirnya semakin banyak anak yang masuk ke pesantren kami.³⁵

³⁴ Wawancara, Alil Siregar, *WKM Kesiswaan MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 4 Oktober 2023, pukul 11.00.

³⁵ Wawancara, Erlina Daulay, Guru, *MTs Al-Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas. Aek Buaton*, 9 Oktober 2023, pukul 09.00.

Tambahan juga dari saudari Rosida Siregar perwakilan dari santriwati baliu mengatakan :

Memang benar bahwasanya pondok pesantren kami ini telah mengalami banyak perubahan kearah yang lebih baik lagi terutama dari segi bangunan dan sarana prasarana bseperti ruang belajar, dan perlengkapan kegiatan ekstrakurikuleranya seperti kelengkapan alat nasyid, alat pramuka, tenis meja dan kebutuahn olahraga lainnya yang disediakan oleh pihak pondok kami sangat senang dan bersyukur terhadap perkembangan pondok pesantren kami ini.³⁶

Berdasarkan wawancara di atas bahwa Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan selalu berupaya melengkapi sarana dan prasarana seperti membangun ruang belajar, yang awalnya hanya ada tiga ruangan sekarang sudah sepuluh ruangan, asrama, yang awalnya juga hanya dua kamar untuk santriwatiny sekarang sudah empat kamar, dan kamar santrinya awalnya hanya satu kamar juga sekarang sudah empat kamar juga. Dan perlengkapan kegiatan ekstrakurikuleranya seperti kelengkapan alat nasyid, alat pramuka, tenis meja dan kebutuahn olahraga lainnya, dengan demikian kemampuan santri dapat lebih bisa tersalurkan lagi sehingga memberikan dampak yang sangat fositif juga bagi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan tentunya.

2. Faktor Penghambat (Kelemahan dan Ancaman)

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan sekaligus yang menjadi kepala

³⁶ Wawancara, Rosida Siregar, Santriwati, *MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas. Aek Buatun, 7 Oktober 2023, pukul 10.00.*

MTs Al-Khoiriah Aek Buatun, Ustadz Lirhannuddin Siregar, S. Pd

beliau mengatakan :

Kalau untuk faktor penghambat ialah banyaknya pondok pesantren yang ada di sekitar kecamatan aek nabara barumun sehingga menimbulkan persaingan yang ketat dan juga mengurangi jumlah santri yang masuk ke pondok pesantren kami. Namun tentunya kami akan terus melakukan pembaharuan strategi promosi yang dimana agar lebih dapat menarik minat masyarakat agar memilih pondok pesantren kami.³⁷

Beliau juga menambahi :

Dan yang menjadi kelemahan kami yaitu yang masih kurangnya tenaga pendidik yang kami punya di pondok pesantren kami ini sehingga masih banyak bidang yang kurang dikuasai dengan maksimal oleh tenaga pendidik kami, hal ini juga sangat mempengaruhi kegiatan promosi yang kami lakukan.³⁸

Berdasarkan penjelasan wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi faktor penghambat kelemahan dan ancaman bagi keberlangsungan promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan yaitu persaingan antara pondok pesantren lainnya, dan tenaga pendidik yang masih kurang lengkap di beberapa bidang ada di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan.

³⁷ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

³⁸ Wawancara, Lirhanuddin Siregar, *Ketua Yayasan/Kepala Madrasah MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas*. Aek Buatun, 2 Oktober 2023, pukul 09.00.

C. Analisis Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti tentang kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buatun betul adanya dan sudah sangat memberikan efek yang baik bagi peningkatan jumlah santri di pondok pesantren itu, terbukti dengan respon dari ustadz/zah, santri/santriwati, dan masyarakat.

Strategi promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buatun ialah ada empat elemen bauran promosi (*promotion mix*) *mass selling*, promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*), informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).

Perkembangan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek Buatun mulai dari tahun 2019-2022 mengalami peningkatan dari tahun ketahun, tentunya setelah menggunakan dan memaksimalkan bauran promosi (*promotion mix*), dan pengembangan bauran promosi juga penting dilakukan agar kegiatan promosi yang sesuai dengan tujuan yang efektif dan efisien,

Faktor pendukung kegiatan promosi Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dimanfaatkan untuk meningkatkan jumlah calon santri. Dan faktor penghambat sebagai bahan evaluasi dan pembahasan untuk lebih meningkatkan kegiatan promosi agar lebih baik lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

1. Strategi promosi yang dilakukan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton ialah ada tiga elemen bauran promosi (*promotion mix*) yaitu *mass selling*, , promosi penjualan, hubungan masyarakat (*public relation*), ditambah satu bauran lagi yaitu informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
2. Perkembangan jumlah santri MTs Al-Khoiriah Aek buaton mulai dari tahun 2017-2022 mengalami peningkatan dari tahun ketahun, Peningkatan jumlah santri di MTs Al-khoiriah Aek Buaton setiap tahunnya ini tidak terlepas dari pengembangan bauran promosi yang dilakukan oleh pihak yayasan. Pengembangan bauran promosi penting dilakukan agar kegiatan promosi yang dilakukan dapat sesuai dengan tujuan yang efektif dan efisien. Dalam mengembangkan bauran promosi ada enam tahapan proses, Tahapan-tahapan tersebut yaitu : menetapkan tujuan promosi, merancang pesan, menyiapkan anggaran promosi, mengevaluasi hasil, memilih saluran komunikasi, memilih bauran promosi.
3. Faktor pendukung dan penghambat kegiatan promosi yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ialah faktor pendukung : Letak geografi yang mendukung, mengoptimalkan dan mengembangkan ekstrakurikuler yang sekarang sudah dapat bersaing

dengan sekolah lain baik di kecamatan, kabupaten, hingga provinsi. Fasilitas/sarana dan prasarana yang sudah mengalami peningkatan pesat baik di pembangunan, dan sarana lainnya sudah mulai lengkap. Dan faktor penghambat ialah ketatnya persaingan antara sekolah lain, dan tenaga pendidik yang masih kurang banyak.

B. Saran-Saran

1. Untuk strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan agar lebih meningkat lagi ada baiknya bisa melalui influencer.
2. Mempertahankan hubungan yang harmonis antara orang tua santri, masyarakat, pondok pesantren lain dan pemerintah sekitar.
3. Meningkatkan sarana dan prasarana baik kebutuhan kulikuler dan ekstrakulikuler untuk lebih menunjang kegiatan para santri agar lebih baik lagi. Dan utamanya sarana dan prasarana di ruangan Staff TU.
4. Meningkatkan jumlah tenaga pendidik agar kegiatan belajar mengajar berlangsung lebih efektif lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Halim, *Manajemen Pesantren Yogyakarta* : Pustaka Pesantren, 2005.
- Achmad Muchaddam Fahham, *Pendidikan Pesantren*, Jakarta : Publica Institute Jakarta, 2020.
- Abdul Mujib, “Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah”, *Jurnal Perbankan Syariah* 1, No. 1 2016.
- Adding Kusdiana, *Sejarah Pesantren Pariangan* : Humaniora, 2014.
- Afri Erisman & Andi Azhar, *Manajemen Strategi Yogyakarta* : Deepublish, 2015.
- Andi Muhammad, “Tafsir Surat Al-Hasyr Ayat 18 : Siapkan Bekal Untuk Akhir”
https : // langit 7. Id, diakses 07 September 2022 pukul 08.23 WIB.
- Afri Erisman dan Andi Azhar, *Manajemen Strategi Yogyakarta* : Deepublish, 2015.
- Alisatul Aini, “Promosi : Manfaat, Fungsi, Tujuan, dan Strateginya” *http : //glintas.com*, diakses 03 Februari 2023 pukul 23.02 WIB.
- Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, Yogyakarta : Ar-Ruzz Media, 2014.
- Atur Toko, “Manajemen” *http : www.aturtoko.id*, diakses 03 Februari 2023 pukul 22.46 WIB.
- Basori dkk, “Metode Penciptaan Lanjut 2021” *https://spada.uns.ac.id* diakses 13 september 2023 pukul 02.10 WIB.
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Bandung* : Alfabeta, CV, : 2018.
- Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 2005.
- Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008.
- Boyd dkk, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2002.
- Danang Suntoyo, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013.

- Denny Daud, “Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT. Bess Finance Manado”, *Jurnal Emba*, Volume 1, No. 4, Desember 2013.
- Esti Dwi Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2023).
- Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta : PT. Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014.
- Grace dkk, “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen...”, *Jurnal Emba* Volume. 3 No. 2 Juni 2015.
- Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan dengan Ilustrasi di Bidang Pendidikan*, Yogyakarta : Gajah Mada Universitas Press, 2000.
- Harper W. Boyd, *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*, Jakarta : Erlangga, 2000.
- Heri Setiawan dan Jusmawi Bustan, “Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan dan Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Kunjungan Wisatawan”, *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Volume. 3, No. 1, April 2017.
- Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta : Bumi Aksara, 2000.
- Imam Machali, dkk, *The Handbook Of Education Management Teori dan Praktek Pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia* Yogyakarta : Deepublish, 2015.
- J. David Hunger dan Thomas I. wheelen, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Erlangga, 2002.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana, 2018.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemehannya*, Jakarta : Kamila Jaya Ilmu, 2016.
- Lamb dkk, *Pemasaran, Penerjemah David Oktavia*, Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Larrebbe, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2000.

- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung : Remaja Rosdakarya, offset, 2016.
- M. Suyanto, *Marketing Strategy* Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007.
- Morrison, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta : Kencana, 2010.
- Nurlailah, *Manajemen Pemasaran*, Surabaya : UIN SA Press, 2014.
- Perpustakaan Universitas Islam Riau, “Pengertian Promosi” *https : //repository.uir.ac.id*, diakses 03 February 2018 pukul 23.51 WIB.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Pusat, 2006.
- Rina Surjani P, “Manajemen Strategi dalam Menghadapi Era Globalisasi”, *Jurnal Unitas*, Volume. 11 No. 1 September 2002 – Februari 2003.
- Resty Avita Haryanto, “*Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald’s Manado*”, *Jurnal Emba* Volume.1 No.4 Desember 2013.
- Rr. Suhartini, *Manajemen Pesantren*, Yogyakarta : Pustaka Pesantren 2013.
- Rizki Pujianto, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta : Pustaka baru press, 2023.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2004.
- Sumarto, Mahmud MY, Emmi Kholilah Harahap, “Madrrasah dan Kepuasan Masyarakat Pencapaian Keberhasilan Melalui Penerapan Manajemen Pendidikan”, *Jurnal Literasiologi*, Volume. 2 No. 1, 2019.
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2001.
- William F. Glueck, *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta : Erlangga, 1989.

PEDOMAN WAWANCARA

A. Wawancara dengan ketua Yayasan/kepala madrasah Tsanawiyah Al-Khoriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.

1. Apa saja strategi promosi yang dilakukan oleh Yayasan Dinul Khoriah Bangsawan dalam meningkatkan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton?
2. Dari tahun ajaran berapakah promosi ini mulai di terapkan oleh Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan?
3. Apakah ada evaluasi saat selesai melakukan kegiatan promosi?
4. Bagaimanakah hubungan yayasan dengan masyarakat atau pemerintahan sekitar apakah terjalin dengan baik atau tidak?
5. Bagaimana perkembangan jumlah santri di MTs Al-Khoiriah Aek Buaton?
6. Apa sajakah faktor pendukung dan penghambat Yayasan Dinul Khoiriah Bangsawan saat melakukan kegiatan promosi?

B. Wawancara dengan perwakilan ustadz dan ustadzah MTs Al-Khoriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas sebanyak 5 (lima) orang.

1. Apakah ada anggaran yang disiapkan oleh yayasan dalam pelaksanaan kegiatan promosi ini?
2. Bagaimanakah peningkatan tabel santri/santriwati yang masuk setiap tahunnya ke pondok pesantren Al-Khoriah Aek Buaton?

3. Apa yang menjadi kelemahan Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan?
4. Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh ustadz/ah dalam mengembangkan kegiatan ekstrakurikuler yang ada di Yayasan Pondok Pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan ini?

C. Wawancara dengan perwakilan santri/santriwati sebanyak di MTs Al-Khoriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas sebanyak 10 (sepuluh) orang.

1. Apa saja kegiatan ekstrakurikuler yang ada di pondok pesantren Dinul Khoiriah Bangsawan?
2. Apakah perlengkapan sarana dan prasarana di Yayasan pondok pesantren dinul khoiriah bangsawan terlengkapi sesuai dengan kebutuhan?
3. Apa saja prestasi saudara/i yang pernah diraih?

D. Wawancara dengan perwakilan orang tua santri/santriwati sebanyak 10 (sepuluh) orang .

1. Apa alasan Bapak/Ibu menyekolahkan anaknya ke pondok pesantren Dinul Khoriah Bangsawan Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas?
2. Apakah ada dampak positif yang bapak/ibu rasakan terhadap adanya Yayasan Pondok Pesnatren Dinul Khoiriah Bangsawan ini?

3. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu tentang pondok pesantren Dinul Khoriah Bangsawan Kecamatan Aek Nabara Barumon Kabupaten Padang Lawas?

PEDOMAN OBSERVASI

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Promosi Yayasan Dinul Khoiriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri Mts Al-Khoriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas”**. Maka peneliti membuat pedoman observasi sebagai berikut :

1. Mengamati bagaimana pelaksanaan strategi promosi melalui media sosial dan publisitas yang dilakukan oleh Yayasan Dinul Khoriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.
2. Mengamati perkembangan jumlah santri di MTs Al-Khoriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kola Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximill (0634) 24022 Website: uinsyahada. ac. id

Nomor : 830 /Un.28/FTL.00/08/2023
Sifat : Penting
Lamp. : -
Hal : **Mohon Bantuan Informasi
Penyelesaian Skripsi**

31 Agustus 2023

Yth. Kepada Ketua Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan

Di
Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa :

Nama : Lina Maysuri Siregar
NIM : 1930400002
Fakultas/Prodi : Dakwah dan Ilmu Komunikasi/ MD
Alamat : Batu Sundung, Kecamatan Barumun Barat Kab. Padang Lawas

adalah benar Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan skripsi dengan judul “ **STRATEGI PROMOSI YAYASAN PONPES DINUL KHOIRIAH BANGSAWAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH SANTRI MTS AL-KHOIRIAH AEK BUATON KECAMATAN AEK NABARA BARUMUN KABUPATEN PADANG LAWAS** ”

Sehubungan dengan itu, kami bermohon kepada Ketua Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah Bangsawan untuk dapat memberikan izin pengambilan data dan informasi sesuai dengan maksud judul tersebut .

Demikian disampaikan atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.



Dekan
Dr. Magdalena, M.Ag.
NIP. 19740319200032001



**YAYASAN DINUL KHOIRIAH BANGSAWAN
MTs. AL-KHOIRIAH
DESA AEK BUATON KEC. AEK NABARA BARUMUN
KAB. PADANG LAWAS**

Jalan Gunung Tua-Sibuhuan, Desa Aek Buatun Kec. Aek Nabara Barumun Kab.
Padang Lawas 22755
Email: mtssalkhoriah19@gmail.com

Nomor : 01/YDKB/MTs.S/10/2023

15 Oktober 2023

Sifat : Penting

Lampiran : -

Hal : Konfirmasi Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
UTN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Dengan Hormat

Berdasarkan surat nomor: 830/Un.28/TL.00/08/2023 Tanggal 31 Agustus 2023, perihal permohonan izin melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : Lina Maysuri Siregar

Nim : 1930400002

Fakultas/jurusan : FDIK/Manajemen Dakwah

Alamat : Batu Sundung Kec. Barumun Barat Kab. Padang Lawas

Judul : Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoriah Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-Khoriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.

Berdasarkan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di atas kami terima untuk melaksanakan penelitian di MTs Al-Khoiriah Aek Buatun Kecamatan Aek Nabara Barumun Kabupaten Padang Lawas.

Demikian izin penelitian ini kami sampaikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Pimpinan Yayasan Dinul Khoiriah Bangsawan

Lirhanuddin Siregar, S.Pd



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD AD DARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0636) 22080 Faxmile (0634) 24022

Nomor : 97 /Un.28/F.8a/PP.00.9/01/2023 17 Januari 2023
Lamp. : -
Hal : **Pengesahan Judul dan Pembimbing Skripsi**

Kepada : Bidang
Yth. 1. Dr. H. Armyn Hasibuan, M. Ag Pembimbing I
2. Hasbi Anshori Hasibuan, M. M Pembimbing II

di

Tempat

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan Hasil Sidang Keputusan Tim Pengkajian Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi Mahasiswa/i tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama : Lina Maysuri Siregar
NIM : 1930400002
Judul Skripsi : **"Strategi Promosi Yayasan Ponpes Dinul Khoiriah
Bangsawan dalam Meningkatkan Jumlah Santri MTs Al-
Khoiriah Aek Buaton Kecamatan Aek Nabara Barumun
Kabupaten Padang Lawas"**.

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi **Pembimbing-I** dan **Pembimbing-II** penelitian penulisan Skripsi Mahasiswa/i dimaksud.

Demikian Kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu Kami ucapkan terima kasih.

Dekan

Ka. Prodi MD

Dr. Magdalena, M. Ag
NIP. 197403192000032001

Fithri Choirunnisa Siregar, M. Psi
NIP. 198101262015032003

Pernyataan Kesediaan Sebagai Pembimbing

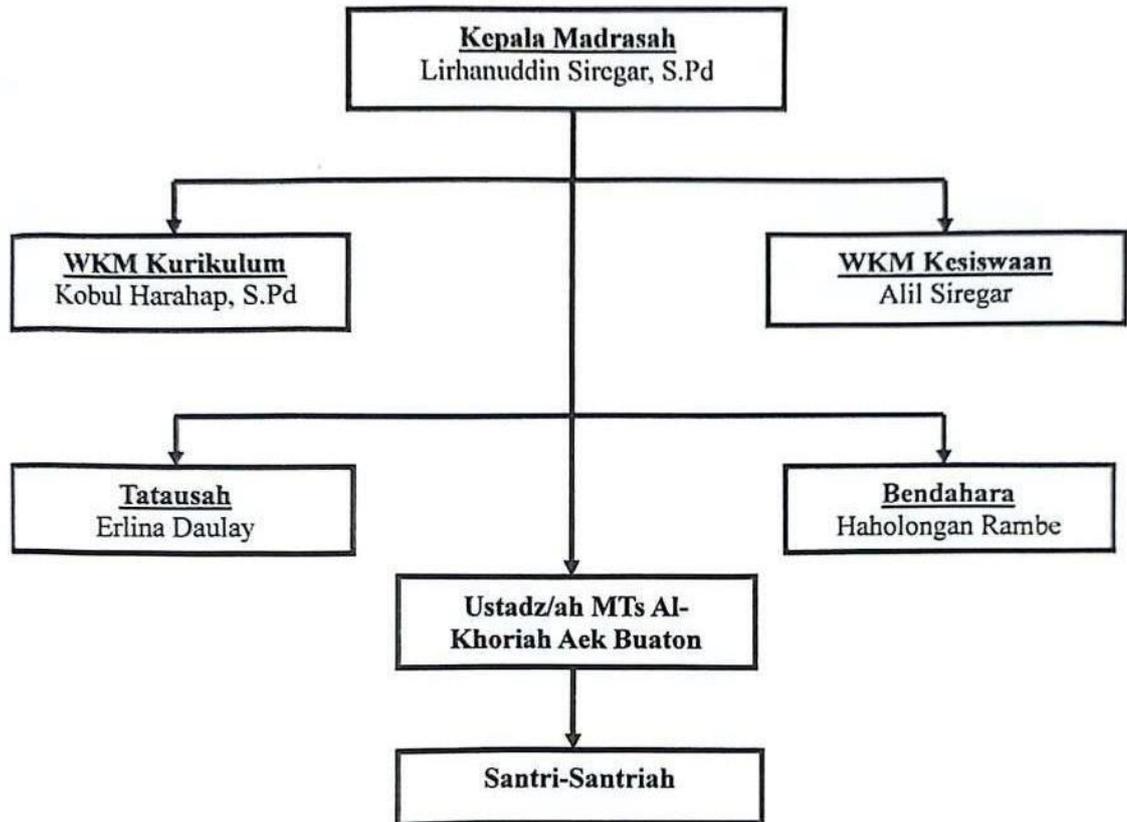
Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing I

Dr. H. Armyn Hasibuan, M. Ag
NIP. 1962092419940310005

Bersedia/Tidak Bersedia
Pembimbing II

Hasbi Anshori Hasibuan, M. M
NIDN. 2018078702

**STRUKTUR ORGANISASI
MTs AL-KHORIAH AEK BUATON**



Aek Buaton, 5 Oktober 2023
Kepala MTs Al-Khoriah Aek Buaton



Lirhanuddin Siregar, S.Pd