

STRATEGI PROMOSI PROGRAM UNGGULAN TAHFIDZ DI MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 KENDAL

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh:
QORINA ALFADA NUR ASTUTI
NIM: 2003036039

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Qorina Alfada Nur Astuti
NIM : 2003036039
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**STRATEGI MANAJEMEN PROMOSI PROGRAM UNGGULAN TAHFIDZ DI
MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 KENDAL**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya.

Semarang, 23 Juni 2024

Pembuat Pernyataan



METERA
TEMPORE
41EALX192254241

Qorina Alfada Nur Astuti
NIM: 2003036039

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295
Fax. 024-7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : **Strategi Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal**

Penulis : Qorina Alfada Nur Astuti

NIM : 2003036039

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 28 Juni 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/Penguji I,

Prof. Dr. Mustofa, M.Ag
NIP.197104031996031002

Sekretaris/Penguji II,

Agus Khunafi, M.Ag
NIP.197602262005011004

Penguji III,

Drs. Wahyudi, M.Pd
NIP.196803141995031001



Penguji IV,

Drs. Muslim, M.Ag
NIP.196603052005011001

Pembimbing,

Syaiful Bakhri, M.MSI
NIP. 198810302019031011

NOTA PEMBIMBING

NOTA DINAS

Semarang, 23 Juni 2024

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan
Keguruan UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

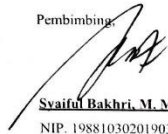
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : Strategi Manajemen Promosi Program Unggulan Tahfidz di
Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal
Nama : Qorina Alfada Nur Astuti
NIM : 2003036039
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang untuk diajukan dalam sidang munaqosah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing,



Syaiful Bakhri, M. MSI.
NIP. 198810302019031011

ABSTRAK

**Judul : STRATEGI PROMOSI PROGRAM UNGGULAN
TAHFIDZ DI MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1
KENDAL**

Penulis : Qorina Alfada Nur Astuti

NIM : 2003036039

Salah satu bentuk pendidikan agama yang mendapatkan perhatian khusus adalah program tahfidz, yang berfokus pada hafalan Al-Qur'an. MIN 1 Kendal telah mengimplementasikan program unggulan tahfidz sebagai bagian kurikulum pendidikan mereka. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan hafalan Al-Qur'an siswa, tetapi juga untuk membentuk pribadi yang religius dan berakhlak mulia. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan metode kualitatif. Pada tahap ini, peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Fokus penulisan dalam penelitian kualitatif adalah untuk mengetahui strategi promosi program unggulan tahfidz yang dilakukan oleh Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal, beserta faktor pendukung dan faktor penghambatnya. teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Kegiatan promosi program unggulan tahfidz dilakukan melalui periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, dan publisitas. faktor pendukungnya adalah sosial media, antusiasme orang tua, manajemen sekolah, dan tenaga pengajar kompeten. sedangkan faktor penghambatnya sumber daya manusia, waktu, dan kemampuan siswa dalam pembelajaran program tahfidz.

Kata Kunci : Strategi, Manajemen Promosi, Tahfidz Qur'an

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	'
ث	s	غ	g
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	'
ص	S	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd:

a > = a panjang

i > = i panjang

u > = u panjang

Bacaan Diftong:

au = أَوْ

ai = أَيَّ

iy = اِيَّ

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Manajemen Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal” sebagai bagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dalam program studi Manajemen Pendidikan Islam.

Penulis menyadari bila penulisan skripsi ini tak lepas dari bimbingan serta masukan dari dosen pembimbing dan serta dukungan dari sejumlah pihak, maka penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Nizar, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Prof Dr. Fatah Syukur, M. Ag, selaku dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Syaiful Bakhri, M. MSI, selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya guna selalu memberi bimbingan serta arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Nur Asiyah, M. SI dan Baqiyatus Sholihah S. Th. I, M. Si, selaku ketua dan sekretaris jurusan Manajemen Pendidikan Islam.
5. Segenap dosen, staf, serta semua sivitas akademika UIN Walisongo yang sudah memberi pengalaman serta pengetahuan di bangku perkuliahan.
6. Keluarga besar MIN 1 Kendal yang sudah bersedia memberi informasi kepada penulis terkait judul penelitian.
7. Bapak Nor Chalim dan Ibu Retno Puji Astuti yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta perhatiannya kepada penulis. Semoga senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT.

8. Keluarga besar MPI B 2020 dan MPI angkatan 2020 yang telah kebersamai dari awal perkuliahan hingga di penghujung perkuliahan. Semoga dimudahkan dalam menggapai cita-citanya.
9. Teman-teman saya yang selalu memberikan semangat dan dukungannya selalu.
10. Teman-teman kos yang selalu menemani keseharian saya selama mengerjakan tugas ini.
11. Keluarga besar dari pihak Ayah dan Ibu yang mendukung saya selama ini.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis tidak bisa memberi apapun selain ucapan terima kasih serta do'a yang penulis panjatkan semoga Allah SWT menerima amal baik mereka, serta membalas dengan sebaik-baiknya balasan. *Aamiin*.

Penulis menyadari bila pada penulisan skripsi ini pastinya tidak akan lepas dari kekurangan serta kesalahan. Kritik dan saran dari pembaca yakni hal yang sangat berharga bagi penulis sehingga skripsi ini bisa diperbaiki menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bisa memberi manfaat pada bidang keilmuan serta kontribusi pemikiran bagi penulis maupun pembaca. *Aamiin*.

Semarang, 16 Juni 2024
Penulis,

Qorina Alfada Nur Astuti
NIM 2003036039

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DATA TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II : LANDASAN TEORI.....	10
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Strategi.....	10
2. Promosi	14
3. Program Unggulan Tahfidz.....	25
B. Kajian Pustaka Relevan	33
C. Kerangka Berpikir	36
BAB III : METODE PENELITIAN.....	38

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Sumber Data	39
D. Fokus Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Uji Keabsahan Data	46
G. Teknik Analisis Data	47
BAB IV : DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	50
A. Deskripsi Data	50
B. Analisis Data	54
C. Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V : PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	81
C. Kata Penutup.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104

DATA TABEL

Tabel 3. 1 Pedoman Observasi.....	43
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara	44
Tabel 3. 3 Pedoman Dokumentasi.....	45
Tabel 4 1 Data Materi Tahfidz Kelas I-VI MIN 1 Kendal	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4 1 Kondisi lingkungan MIN 1 Kendal	51
Gambar 4 2 Website resmi MIN 1 Kendal	58
Gambar 4 3 Live youtube akhirussanah MIN 1 Kendal	62
Gambar 4 4 Promosi program tahfidz di sosial media	65
Gambar 4 5 Promosi kegiatan madrasah dengan banner	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pendidikan yakni aspek kehidupan yang penting guna dikuasai oleh individu. Pendidikan secara harfiah mengacu pada tahapan maupun tindakan mendidik atau mengajarkan seorang melalui sejumlah metode serta pendekatan. Tahapan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman seseorang tentang dunia sekitarnya serta memperluas pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilainya yang disengaja dan direncanakan untuk membimbing serta mendidik individu dengan tujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan nilai-nilai mereka. Pendidikan merupakan pembinaan yang disengaja oleh pendidik untuk mengarahkan perkembangan jasmani serta rohani anak didik pada penciptaan pribadi yang utuh.¹

Peranan pendidikan dalam kehidupan dan kehidupan manusia dikenal dengan istilah kekuasaan (education as power) dimana menetapkan kinerja serta

¹ Eka Yuliana Rahman and Dkk, Manajemen Pendidikan (Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023), hal.3.

produktivitas dalam aspek lain, khususnya pada masa ini yang dikenal dengan abad Cyathica. Menurut Theodore Braeld, pendidikan menjadi kekuatan bermakna kemampuan untuk menjadi cenderung kokoh sehingga memungkinkan kita, masyarakat luas, untuk memilih dunia yang kita inginkan dan cara untuk mencapainya (proses pembelajaran).

Setiap bidang kehidupan membutuhkan tahapan pendidikan, baik di dalam ataupun di luar instansi formal. Hubungan serta hubungan yang terbentuk pada masyarakat selama tahapan pendidikan memberi pengaruh bagi perkembangan seseorang. Guna menjumpai dasar perkembangan manusia sebagai akibat dari tatanan kehidupan manusia.²

Pemasaran di bidang pendidikan berkontribusi terhadap kepuasan siswa dan kesejahteraan pemangku kepentingan di instansi pendidikan pada jangka panjang. Pada umumnya teknik pemasaran jasa pendidikan dipakai di bidang instansi pendidikan. Hal ini tidak hanya memerlukan pemasaran eksternal, namun juga pemasaran internal guna mendorong staf pengajar, pembelajaran serta

² Muhammad Anwar, *Filsafat Pendidikan* (Jakarta: KENCANA, 2015), hal. 123.

pemasaran internal untuk meningkatkan kesadaran di antara penyedia layanan.³

Penggunaan materi promosi di lembaga pendidikan juga meningkat di dunia bisnis dalam satu dekade terakhir. Aktivitas tersebut terlihat misalnya saat melakukan pendekatan terhadap siswa baru. Sejumlah instansi pendidikan dimana mempromosikan acara ini dengan televisi, radio, surat kabar, poster, baliho, penyebaran brosur serta sejumlah cara promosi yang lain. Tujuan dari semua ini yakni guna menarik perhatian masyarakat pada umumnya serta calon siswa dalam khususnya.⁴

Pendidikan agama Islam di Indonesia mempunyai andil penting pada penyusunan karakter serta moral siswa. Salah satu bentuk pendidikan agama yang mendapatkan perhatian khusus adalah program tahfidz, yang berfokus pada hafalan Al-Qur'an. MIN 1 Kendal telah mengimplementasikan program unggulan tahfidz sebagai bagian kurikulum pendidikan mereka. Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan hafalan

³ Fahrurrozi, "Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam," Jurnal Pemikiran, Riset Dan Pengembangan Pendidikan Islam 2 (2012), hal. 208.

⁴ Fahrurrozi, hal. 209.

Al-Qur'an siswa, namun juga guna membentuk pribadi yang religius serta berakhlak mulia.

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi, persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat. MIN 1 Kendal perlu mengembangkan strategi manajemen promosi yang efektif untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan partisipasi dalam program Tahfidz. Promosi yang tepat dapat membantu menyebarkan informasi tentang keunggulan dan manfaat program, sehingga meningkatkan jumlah peserta dan memperkuat citra sekolah sebagai lembaga pendidikan yang unggul dalam bidang Tahfidz.

Meskipun program Tahfidz memiliki banyak manfaat, MIN 1 Kendal menghadapi berbagai tantangan dalam melakukan promosi. Beberapa tantangan tersebut meliputi terbatasnya sumber daya, minimnya wawasan masyarakat tentang program, serta persaingan dengan program pendidikan lainnya. Maka, dibutuhkan strategi yang komprehensif serta inovatif guna menangani kendala-kendala ini.⁵

⁵ Hasil observasi di MIN 1 Kendal pada hari Rabu, 22 Mei 2024.

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal yakni Lembaga Pendidikan Islam dimana terfokus kepada Pendidikan agama Islam. Program unggulan tahfidz yakni sebuah usaha guna menambah pemahaman siswa terhadap Al-Qur'an, mempromosikan nilai-nilai Islam, dan memperkuat akidah para peserta didik. Kepala madrasah kemungkinan menemukan beberapa permintaan yang cukup besar dari masyarakat atau orang tua peserta didik untuk mengadakan program unggulan tahfidz.⁶

Hal tersebut selaras pada penelitian yang dijalankan Sita Nurazizah dkk, dimana menyebut bila berjalannya metode pemasaran pendidikan program tahfidz Qur'an di PPTQ Ibnu Abbas Serang dengan memakai media sosial di era digital misalnya whatsapp, instagram, youtube, tiktok, serta web lembaga.⁷ Hal senada juga diungkapkan Beny Sintasari dan Nailatul Afifah dimana menyebut teknik manajemen pemasaran yang baik ditampilkan melalui perancangan yang matang,

⁶ Hasil observasi di MIN 1 Kendal pada hari Rabu, 22 Mei 2024.

⁷ Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur'an and others, 'Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur'an Untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di PPTQ Ibnu Abbas Serang', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2023), 2053–66 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5018>>.

berjalannya program yang tersusun baik selaras pada kinerja, organisasi yang kompeten, serta pengawasan yang cenderung merujuk pada perbaikan kelembagaan.⁸ Koordinator Bidang Kurikulum, Bapak Mustofa menyebut:

“Program unggulan tahfidz ini merupakan program yang berjalan 3 tahun ini, program ini merupakan program unggulan yang dipilih oleh MIN 1 Kendal. Jadi sebelumnya program tahfidz ini hanya kegiatan ko-kurikuler dan dimasukan di pembiasaan. Namun saat ini program tahfidz reguler masuk ke dalam muatan lokal sejak tahun pelajaran 2022/2023 dan untuk tahfidz khusus sebagai penguatan (tidak terjadwal).”⁹

Oleh karena itu, peneliti memilih Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal menjadi objek penelitian, sebab menjadi madrasah negeri, program unggulan tahfidz yang ada di madrasah ini dapat dikatakan masih terdapat masyarakat yang kurang paham penerapannya di pembelajaran

⁸ Solechan Solechan and Naila Afifah, ‘Strategi Manajemen Pemasaran Unggul Jasa Pendidikan Di SMP Islam Terpadu Ar Ruhul Jadid Jombang’, *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 11.2 (2022), 129–44 <<https://doi.org/10.54437/urwatulwutsqo.v11i2.599>>.

⁹ Hasil Pra Riset di MIN 1 Kendal pada Bulan Oktober 2023.

Mengacu dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik guna menjalankan penelitian mengenai “Strategi Manajemen Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal” sebagai tugas akhir kuliah di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, UIN Walisongo Semarang.

B. Rumusan Masalah

Mengacu dari latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi promosi program unggulan tahfidz yang diimplementasikan MIN 1 Kendal?
2. Apa saja faktor pendukung serta faktor penghambat pada implementasi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal?

C. Tujuan Penelitian

Bersumber dari pokok rumusan masalah yang ada, terdapat pula tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis strategi promosi program unggulan tahfidz yang diimplementasikan MIN 1 Kendal.

2. Untuk mengidentifikasi faktor pendukung serta faktor penghambat pada implementasi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dijalankan pada harapan bisa membentuk informasi yang akurat serta bisa memberi manfaat guna menjawab persoalan yang sedang diamati. Di samping harapannya memiliki manfaat teoritis bagi pengembangan kegunaan praktis dimana berkenaan pada penuntasan persoalan yang aktual.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menjadi sebuah upaya guna menambah wawasan mengenai strategi manajemen promosi program unggulan tahfidz.
 - b. Guna menambah wawasan serta menambah acuan buku bacaan bagi peneliti.
 - c. Temuan penelitian ini menjadi acuan bagi mahasiswa program studi Manajemen Pendidikan Islam guna menjalankan penelitian skripsi
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal Memahami mengenai pentingnya strategi promosi program unggulan tahfidz, melalui adanya hal ini

madrasah harus senantiasa berinovasi guna menambah mutu agar menjadi daya tarik di kalangan masyarakat terhadap pendidikan di MIN 1 Kendal. Penelitian ini pula bisa menjadi evaluasi pada aktivitas promosi program-program unggulan yang lain.

b. Bagi Kementerian Agama Kendal

Melalui penelitian, kementerian dapat mengevaluasi program serta aktivitas yang sudah dijalankan. Evaluasi ini bisa menjadi landasan guna perbaikan serta penyelarasan program-program di masa depan.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini harapannya bisa menambah wawasan mengenai strategi yang bagus guna mempromosikan program unggulan tahfidz diimplementasikan secara langsung di lapangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

Guna mengarahkan peneliti agar tetap fokus pada penelitian yang hendak dijalankan serta memberi gambaran umum mengenai latar penelitian serta menjadi bahan pembahasan temuan penelitian, peneliti mengutip sejumlah teori berkenaan pada penelitian yang hendak dijalankan. Teori-teori tersebut antara lain:

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi yakni kunci berhasilnya guna meraih tujuan madrasah. Kepala madrasah yang baik yakni kepala madrasah dimana mempunyai taktik jitu guna membuat maju madrasahnyanya. Tanpa melalui strategi maka program madrasah tidak akan bisa dijalankan. Strategi yakni tahapan awal serta utama saat pemimpin berniat mengunggulkan madrasahnyanya. Sehebat apapun seorang pemimpin bila ia tidak mempunyai strategi yang bagus serta jitu maka programnya tidak bermakna. Kepemimpinan tidak hanya

memakai kapabilitas sang pemimpin tetapi juga strategi sang pemimpin.

Menurut El Mulyasa pada bukunya Strategi Kependidikan menyebut “strategi yakni upaya terstruktur serta terkoordinasi dengan terus menerus memperbaiki mutu pelayanan, dimana menjadikan fokusnya ditujukan bagi pelanggan pada konteks ini peserta didik, orang tua peserta didik, pemakai lulusan, guru karyawan, pemerintah, serta masyarakat”.¹⁰

Sementara strategi menurut Nanang Fattah dalam Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan menyebut “metode maupun pendekatan dimana dijalankan guna melaksanakan penjaminan mutu guna menilai mutu tahapan serta mutu hasil”.¹¹

Muhammad Rais menjabarkann bila, strategi yakni unsur pada pemikiran strategi di samping nilai-nilai, misi, serta visi. Strategi yakni sebuah tahapan dimana menampilkan arah yang wajib dituju oleh organisasi menjadi daya dorong

¹⁰ El Mulyasa, *Strategi Kependidikan* (Jakarta: Pustaka, 2006), hal. 216.

¹¹ Nanang Fatah, *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan* (Jakarta: Pustaka, 2012).

serta aspek penting yang lain dimana bisa mendorong pengelola organisasi guna menetapkan produk, jasa, serta pasar bagi organisasi dimasa depan.¹²

Dari sejumlah definisi diatas bisa dikatakan bila strategi yakni penempatan misi sebuah organisasi, penempatan target organisasi melalui penambahan kekuatan eksternal serta internal, perumusan kebijakan serta metode tertentu guna meraih target penting dari organisasi akan tercapai. Strategi umumnya berkenaan pada bagaimana usaha guna menjalankan sejumlah prioritas guna meraih visi yang sudah ditetapkan. Pembentukan strategi tersebut akan berkenaan pada usaha serta kebijakan-kebijakan yang perlu diambil madrasah guna merealisasikan sejumlah tujuan dimana sudah dirancang tersebut.

b. Tujuan Strategi

Pada upaya memunculkan ide yang perlu bagi pemimpin, umumnya dilewati sebuah tahapan serta memiliki tujuan sebagai berikut:

¹² Muhamad Rois, *Manajemen Sekolah* (Bandung: Alfabeta, 2009).

- 1) Guna mengevaluasi serta melaksanakan strategi yang telah ditentukan melalui metode efektif serta efisien.
- 2) Guna menjalankan evaluasi kerja, mengamati, mengkaji kembali, menjalankan penyesuaian serta mengoreksi bila ada kesalahan maupun penyimpangan pada berjalannya sebuah strategi.
- 3) Memperbarui strategi dimana sudah dirumuskan agar selaras pada berkembangnya lingkungan eksternal.
- 4) Guna mengamati kembali dari kekuatan, kelemahan, peluang, serta juga ancaman yang ada.
- 5) Supaya bisa menjalankan inovasi.¹³

c. Manfaat Strategi

Menurut Hassan Linggulang manfaat strategi mencakup:

- 1) Tahapan pada manajemen strategi ini bisa membentuk suatu ketetapan yang paling

¹³ Utami Munandar, Manajemen Strategi Pendidikan (Jakarta: Rosdakarya, 2013), hal. 50.

bagus sebab interaksi kelompok yang mengumpulkan sejumlah ketetapan strategi yang cenderung besar maupun banyak.

- 2) Aktivitas pada formulasi strategi bisa menambah kapabilitas guna menghadapi sejumlah persoalan yang sedang dirasakannya.
- 3) Setidaknya manajemen strategi pula bisa mencegah munculnya sejumlah persoalan yang bersumber dari dalam ataupun luar perusahaan serta juga bisa menambah kapabilitas perusahaan guna menangani persoalan.¹⁴

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi yakni aktivitas yang dijalankan guna menjabarkan sebuah pesan mengenai produk baik barang maupun jasa, merek dagang maupun perusahaan serta lain sebagainya bagi konsumen dimana bisa membantu pemasaran menambah penjualan.

¹⁴ Hasan Langgulung, Strategi Pendidikan (Bandung: Pustaka, 2009), hal. 56.

Philip Kotler (1997:142) memaknai promosi menjadi sebuah aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan guna menyampaikan kegunaan dari produknya serta guna meyakinkan konsumen supaya membeli.¹⁵ Julian Cummins (1991:11) memaknai promosi menjadi rangkaian metode yang dipakai guna meraih target penjualan maupun pemasaran melalui anggaran yang efektif, melalui pemberian nilai tambah dalam produk maupun jasa baik bagi perantara maupun pemakai langsung. Umumnya tidak terbatas pada jangka waktu tertentu.¹⁶

Menurut Anton Tejakusuma (dalam Mega Super Salesman: 2010) promosi yakni sebuah aktivitas dimana mempunyai tujuan guna menambah penjualan, juga menjadi taktik guna mengajak peluang dengan transaksi.¹⁷

Dari ketiga makna tersebut, bisa dikatakan bila aktivitas promosi tidak hanya berguna

¹⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prentice Hall, 1997), hal. 142.

¹⁶ Julian Cummins, *Promosi Penjualan* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1991).

¹⁷ Anton Tejakusuma, *Mega Super Salesmen* (Jakarta: New Diglossia, 2010).

menjadi alat komunikasi pada perusahaan serta konsumen, namun suatu instrumen guna memberi pengaruh pada aktivitas pembelian selaras pada harapan serta keperluannya. Hal-hal tersebut bisa diraih melalui instrumen promosi.

Promosi yakni unsur pada aktivitas dimana diperlukan di sektor perdagangan, baik barang ataupun jasa. Promosi diakui cenderung penting di sektor perdagangan kini dimana kompetisi makin sukar. Namun, promosi wajib dijalankan selaras pada ketetapan dimana ada.. Dasar hukum mengenai promosi yaitu Q.S. Al Hujurat: 6

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا
بِجَهَالَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ لَتَدْمِينَنَّ ۚ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan (-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.

Maksud ayat diatas yakni bila ayat ini tergolong ayat dimana menyampaikan adab serta

akhlak dimana baik, yakni keharusan mengklarifikasi pada sebuah berita supaya tidak mudah mengikuti kabar berita dimana tidak baik bertanggung jawab, sera juga tidak mudah menghukumi orang melalui bekal informasi dimana samar serta tidak pasti kebenarannya.

b. Bauran Promosi

Bauran promosi yakni program komunikasi pemasaran total sebuah instansi dimana mencakup iklan, penjualan personal, promosi penjualan, serta hubungan masyarakat dimana dipakai instansi guna meraih tujuan iklan serta pemasarannya.

Menurut Kotler dan Gery A, bauran promosi yakni rumusan khusus pada iklan, promosi penjualan, penjualan personal, serta hubungan masyarakat dimana dipergunakan Perusahaan guna meraih target iklan serta pemasarannya. Sementara menurut Basu Swasatha, bauran promosi yakni perpaduan taktik terbaik pada variabel-variabel periklanan, *personal selling*, serta alat promosinya, dimana

semuanya sudah dirancang guna meraih target program penjualan.¹⁸

Maka bisa dikatakan bila *promotion mix* maupun bauran promosi yakni elemen pemasaran dimana saling terkait, dibaurkan, diorganisir serta dipakai secara sesuai, dimana menjadikan perusahaan bisa meraih target pemasaran secara efektif, serta memuaskan keperluan serta harapan pelanggan. Hakikatnya, variabel-variabel dimana ada pada *promotion mix* tersebut ada empat (ada juga dimana berasumsi lebih dari empat), yakni:¹⁹

1) Periklanan

Periklanan yakni bentuk presentasi serta promosi non pribadi terkait gagasan, barang, serta jasa dimana dibayar oleh sebuah sponsor. Komunikasi dimana dijalankan oleh sponsor bersifat massal sebab memakai media massa seperti radio, televisi, surat-kabar, majalah, surat pos, papan nama, serta sebagainya. Iklan dimana dipasang di media-media tersebut bisa memberi umpan-balik

¹⁸ Kotler.

¹⁹ Basu Swastha and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 2nd edn (Yogyakarta: Liberty, 1999).

bagi sponsornya (berbentuk respon) walaupun pada tenggang masa tertentu maupun tidak secepat personal selling.

Pada aktivitas periklanan ada dua Keputusan penting dimana harus diambil yakni menetapkan iklan dimana harus dijabarkan bagi pasar dimana dituju serta memilih media dimana selaras.

2) *Personal selling*

Personal selling yakni presentasi lisan pada sebuah perbincangan beserta satu calon pembeli maupun lebih dimana ditujukan guna meraih penjualan. Pada personal selling terjadi interaksi langsung, saling bertatap muka antara pembeli serta penjual. Komunikasi dimana dijalankan kedua belah pihak bersifat individual serta dua arah, sehingga penjual bisa langsung mendapat respon menjadi umpan balik mengenai harapan serta kesukaan pembeli. Penyampaian berita maupun perbincangan dimana mereka jalankan sangat fleksibel sebab bisa menyelaraskan pada keadaan dimana ada. Aktivitas personal selling ini

tidak hanya terjadi di lokasi pembelian saja, namun juga bisa dijalankan di lokasi penjual.

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan yakni aktivitas pemasaran selain personal selling, periklanan, serta publisitas dimana mendukung pembelian konsumen serta efektivitas pengecernya. Aktivitas ini diantaranya peragaan, pertunjukan, pameran, demonstrasi, serta sebagainya. Umumnya aktivitas ini dijalankan beriringan pada aktivitas promosi lain, serta anggarannya cenderung murah dibandingkan periklanan serta personal selling. Di samping itu promosi penjualan juga cenderung fleksibel sebab bisa dijalankan tiap saat pada anggaran dimana ada serta dimana saja.

Adapun tujuan pada promosi penjualan yakni: a) Merangsang/mendorong pelanggan guna membeli, b) mendapat pelanggan baru, c) mempertahankan kontak hubungan beserta pelanggan, d) memperkenalkan produk baru, e) menjual lebih banyak bagi pelanggan lama serta mendidik pelanggan.

4) Publisitas

Publisitas yakni pendorong permintaan secara non pribadi bagi sebuah produk, jasa, maupun gagasan melalui pemakaian berita komersial pada media massa serta sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung. Publisitas yakni unsur pada fungsi dimana lebih luas, disebut hubungan masyarakat, serta mencakup upaya guna membentuk serta mempertahankan hubungan dimana memberi untung pada organisasi pemerintah, penyalur, serikat buruh, di samping juga calon pembeli.

Komunikasi bersama masyarakat luas dengan hubungan masyarakat ini bisa memberi pengaruh bagi kesan terhadap sebuah organisasi ataupun produk serta jasa dimana ditawarkan. Bila sebuah perusahaan atau instansi keuangan berusaha menjalankan hubungan dimana memberi untung bagi masyarakat melalui pembuatan berita komersial dalam media, aktivitas humas seperti ini dinamakan publisitas. Berbeda dengan periklanan, komunikasi

dimana dijabarkan pada publisitas berbentuk berita, bukan iklan.

c. Fungsi Promosi

Menurut Terence A. Shimp (2002:7), promosi mempunyai fungsi sebagai berikut:

- 1) Informasi (memberi informasi), promosi menyadarkan pelanggan pada produk baru, menginformasikan kepada mereka mengenai sejumlah fitur serta kegunaan merek serta memfasilitasi pembentukan citra perusahaan penyedia produk maupun jasa tersebut. Promosi mengajarkan kegunaan baru bagi merek yang sudah ada serta memberi pesan informatif berguna yang lain baik bagi pengiklan merek ataupun konsumen.
- 2) Media periklanan atau pemasaran yang persuasif serta efektif akan bisa membujuk konsumen guna mencoba produk serta jasa yang ditawarkan. Dalam beberapa kasus, persuasi mengambil bentuk perubahan preferensi dasar, yaitu mengajukan tuntutan di semua tingkatan. Promosi sering kali mencoba menciptakan kelas kedua dan mengklaim merek tertentu.

- 3) Mengingat, periklanan membuat perusahaan menjadi merek baru di benak konsumen. Apabila diperlukan, pengaruh promosi masa lalu mengenai produk atau layanan yang diiklankan memastikan bahwa merek yang diiklankan terlihat di benak konsumen. Periklanan pula terbukti memberi pengaruh bagi peralihan produk dengan memberi arahan bagi konsumen apabila merek itu ada serta memiliki fitur yang bermanfaat.
- 4) Menambah nilai, ada tiga metode utama perusahaan bisa menambahkan nilai pada penawaran mereka yaitu inovasi, peningkatan mutu, maupun berubahnya persepsi pelanggan. Ketiga unsur nilai tambah ini sepenuhnya independen. Promosi yang baik membuat merek terlihat bagus, keren, disegani dan unggul.²⁰

d. Tujuan Promosi

Menurut Boone dan Kurtz (2002:134), tujuan promosi yakni sebagai berikut:

²⁰ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi* (Erlangga, 2002).

- 1) Memberikan informasi, tujuan dari strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan guna memberikan informasi kepada konsumen berkenaan pada produk maupun jasa yang hendak dipasarkan.
- 2) Diferensiasi produk, tujuan promosi ini yakni guna membedakan produk maupun tujuan perusahaan pada produk maupun jasa kompetitor. Dengan pelayanan untuk penerapan konsep yang disebut jabatan. Pemasar mencoba untuk mendapatkan pijakan di benak konsumen; Ini berarti mengkomunikasikan perbedaan besar dalam fitur, harga, mutu maupun kegunaan suatu produk maupun layanan.
- 3) Meningkatkan penjualan, yakni tujuan bersama pada strategi pemasaran. Seperti disebutkan sebelumnya, sejumlah strategi fokus dalam peningkatan kebutuhan dasar, bahkan jika ada yang meninggalkan produknya.
- 4) Menstabilkan penjualan, stabilitasi penjualan yakni tujuan lain pada promosi, perusahaan umumnya mempromosikan konten penjualan

dalam masa kemerosotan penjualan, serta mendorong tenaga penjualan melalui penawaran hadiah-hadiah misalnya liburan, televisi, serta beasiswa bagi mereka yang mendapat target tertentu.

- 5) Menampilkan nilai produk, promosi dalam jumlah besar diperlukan untuk menunjukkan nilai produk dengan memberi tahu konsumen yang belum terbiasa dengan produk tentang manfaat memilikinya.²¹

3. Program Unggulan Tahfidz

a. Pengertian Program Tahfidz

Program Tahfidz Qur'an yakni sebuah teknik guna menguatkan pendidikan akhlak pada sektor keagamaan. Sebuah konsep dasar guna mendidik siswa yakni hubungan spiritual, termasuk mengenalkan anak pada Al-Qur'an. Koneksi spiritual adalah terhubungnya ruh keimanan yang cemerlang dan jernih dengan aliran jiwa yang maha esa dalam kepenuhan

²¹ Louis E. Boone and David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis: Jilid Ke-1, Terjemahan Anwar Fedriansyah* (Erlangga, 2002).

kesucian. Sebab Al-Qur'an mengarahkan kehidupan umat Islam.²²

Tahfidz dimaknai mengingat, dari bahasa Arab hafidza-yahfadzu-hifdzan dimana bermakna melindungi, memelihara, melestarikan. Sementara Al-Qur'an yakni kitab suci dimana diturunkan Allah SWT bagi Nabi Muhammad SAW melalui malaikat Jibril untuk terus menjangkau semua umat manusia.²³

Mengacu dari wawasan tersebut, kita bisa menegaskan bila Tahfidz Al-Qur'an yakni metode pelestarian, melindungi serta melestarikan Al-Qur'an untuk mengingat keimanan dan menjunjung tinggi Tuhan SWT serta mencegah perubahan dan kebohongan. Ibnu Khaldun berbicara tentang pentingnya mengajarkan Al-Quran kepada siswa dalam bukunya Abdullah Nasih Ulwan. Pengajaran Al-Qur'an sebagai dasar kurikulum di sekolah Islam. Sebab Al-Qur'an sebagai dasar penguatan

²² Abdullah Nasih Ulwan, *Ensiklopedia Pendidikan Akhlak Mulia Panduan Mendidik Anak Menurut Metode Islam* Jil. 9 (Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadii, 2006), hal. 2.

²³ Wisnu Arya Wardhana, *Al-Qur'an Dan Energi Nuklir* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004).

serta penguatan keimanan.²⁴ Sebuah sifat yang wajib diciptakan pada perilaku peserta didik yakni menambah keimanan serta komitmen sebagai landasan yang kuat bagi terciptanya sifat-sifat lain seperti belajar, sesama, lingkungan dan kewarganegaraan, yang terdiri dari pikiran, hati, emosi serta olah raga.²⁵

Maka, program Tahfidz Qur'an bisa menjadi program yang berbeda, seperti pengembangan kurikulum sekolah Islam maupun madrasah guna menambah keimanan serta ketaqwaan. Melalui program Tahfidz Al-Qur'an di sekolah merupakan salah satu cara guna menambah kapabilitas siswa guna membaca serta menghafal Al-Qur'an serta meningkatkan semangat kerja mereka. Peran program tahfidz Al-Qur'an cukup kompleks mulai dari mengajarkan siswa membaca serta menghafal Al-Qur'an, hingga akhirnya seluruh tingkah lakunya pun menjadi berlandaskan Al-Qur'an.

²⁴ Ulwan, Ensiklopedia Pendidikan Akhlak Mulia Panduan Mendidik Anak Menurut Metode Islam Jil. 9, hal. 4.

²⁵ Novan Ardy Wiyani, Pendidikan Karakter Berbasis Iman Dan Taqwa (Yogyakarta: Teras, 2012), hal. 13.

Dengan demikian, Tahfidz Qur'an menambah mutu manusia pada semua aspek, baik ibadah, perilaku, spiritualitas, sosial, mental, dan jasmani, secara utuh serta seimbang sehingga bisa meraih taraf pengabdian yang seutuhnya kepada Allah SWT.

b. Keutamaan Membaca dan Menghafal Al-Qur'an

Membaca serta menghafal Al-Qur'an yakni yang pertama. Seperti dalam hadis Nabi Muhammad disebutkan pentingnya mempelajari Al-Qur'an. Membaca serta menghafal Al-Qur'an mempunyai sejumlah keutamaan, seperti berbudi luhur, mempunyai derajat yang tinggi di sisi Allah, shalat di hari kiamat, memperoleh dua keutamaan, dan mencapai derajat surga yang tertinggi.²⁶ Ini lebih baik di sisi Allah bagi mereka yang hendak membaca serta menghafal Al-Qur'an. Maka, penting apakah program Tahfidz Qur'an dimasukkan dalam program madrasah.

²⁶ Adhim, Nikmatnya Membaca Al-Qur'an, hal 14-18.

Selain itu, orang dimana hanya mendengarkan ayat-ayat Al-Qur'an mempunyai hati yang rasional. Akan ada perdamaian sehingga mereka yang melakukan kejahatan mendapat belas kasihan. Tak hanya itu, menurut hasil penelitian yang dijalankan di Amerika guna mengakumulasi gelombang otak, terlihat jelas bila saat seseorang membaca Al-Qur'an, kecepatan otaknya meraih maksimal 25 getaran per detik. Hal ini memungkinkan otak untuk berpikir dengan kuat.²⁷ Penelitian ini mengungkap manfaat pribadi dari membaca Al-Qur'an berulang kali dan meningkatkan kecerdasan serta kemampuan seseorang saat membaca Al-Qur'an. Sebagaimana dijabarkan pada kitab Ta'lim muta'lim.

Keutamaan membaca serta menghafal Al-Qur'an sangatlah besar. Ia tidak hanya bisa memperindah atau mempercantik tingkah laku manusia atau tingkah lakunya terhadap Tuhan dan manusia. Tapi itu juga meningkatkan daya

²⁷ Sa'ad Riyadh, *Anakku Cintailah Al-Qur'an* (Jakarta: Gema Insani, 2009), hal. 82-83.

ingat. Sebab tahapan menghafal Al-Qur'an memakai fungsi memori guna mengingat ayat-ayat Al-Qur'an dengan benar. Menurut At Kinson, teori memori berfokus pada tiga sistem memori, termasuk sistem memori kerja dan memori jangka panjang (LTM), yang memerlukan upaya lebih untuk mengingat aktivitas.²⁸

Ingatan yang diperlukan siswa guna menghafal Al-Qur'an yakni ingatan jangka panjang. Saat menghafal Al-Qur'an, ayat-ayat yang dihafal harus diulang-ulang. Hal ini bisa dijalankan dengan teknik yang sama yang dipakai guru ketika mempelajari program Tahfidz Qur'an.

c. Metode-metode Pembelajaran Program Tahfidz

Metode yakni teknik dimana dipakai guru guna meraih tujuan yang ingin diingat. Program Tahfidz Al-Qur'an, sebuah aktivitas khusus madrasah, selalu berkenaan pada teknik yang

²⁸ Magda Bhinnety, "Struktur Dan Proses Memori," Jurnal Buletin Psikologi 16, no. 2 (n.d.), hal. 74.

dipakai sejumlah guru agar siswa membaca serta menghafal Al-Qur'an selaras pada kaidah ilmu tajwid. Cara-cara yang bisa dipakai yakni sebagai berikut:

a. Metode Juz'i

Metode *juz'i* yakni menghafal dengan berangsur-angsur maupun sebagian demi sebagian serta mengaitkan tiap bagian ayat satu dengan ayat yang lain pada satu kesatuan materi yang dihafal. Berarti dalam teknik ini siswa memadukan hafalan yang telah dihafal sebelumnya pada hafalan ayat yang baru. Maka, harus sering di *muraja'ah*.²⁹

b. Metode Takrir (mengulang)

Metode *takrir* yakni teknik mengulang hafalan dimana sudah diperdengarkan kepada ustadz maupun pembimbing tahfidz, dimana kegunaan

²⁹ Umar, "Implementasi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur'an Di SMP Lukman Hakim," Jurnal Pendidikan Islam 6, no. 1 (2017), hal. 8.

utamanya guna menjaga supaya materi yang telah dihafal agar tidak lupa maupun hilang.³⁰

c. Metode Setor

Metode setor yakni memperdengarkan hafalan-hafalan baru ke pembimbing maupun ustadz. Teknik ini wajib dijalankan oleh siswa agar hafalan siswa meningkat serta selaras pada sasaran yang telah ditetapkan oleh sekolah. Serta dengan teknik ini bacaan siswa akan cenderung baik. Sebab guru akan memperdengarkan bacaan siswa satu persatu.

d. Metode Tes

Metode tes yakni metode yang dipakai oleh guru guna menguji semua hafalan siswa selama satu semester. Teknik ini melalui penekanan dalam materi keselarasan bacaan (makhorijul huruf dan tajwid). Maka, teknik ini dipakai guna mengetahui ketercapaian materi yang sudah dipahami.³¹

³⁰ Umar, hal. 9.

³¹ Umar, hal. 10.

B. Kajian Pustaka Relevan

Berkenaan pada penelitian yang disusun oleh penulis, ada sejumlah peneliti dimana mengangkat tema penelitian selaras yakni kebijakan promosi pada instansi pendidikan.

1. Siti Nurazizah, Anis Zohriah, Supardi, tentang “Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur’an untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di PPTQ Ibnu Abbas Serang” dengan kesimpulan:
 - a. Perancangan taktik pemasaran dijalankan melalui koordinasi rapat seluruh bidang diawal tahun ajaran, penentuan program mingguan, bulan serta tahunan diikuti penetapan keperluan pemasaran pendidikan.
 - b. Berjalannya taktik pemasaran pendidikan di PPTQ Ibnu Abbas dijalankan selaras pada planning marketing mix serta promosi langsung melalui pemanfaatan relasi santri, orang tua santri, serta alumni juga memakai media sosial seperti whatsapp, Instagram, youtube, tiktok, serta web lembaga.
 - c. Aspek pendorong utama yakni SDM internal PPTQ Ibnu Abbas, sementara aspek penghambat

yakni masyarakat, minimnya suntikan dana, serta sejumlah artikel negatif di media sosial yang berpengaruh bagi turunnya kepercayaan masyarakat.³²

Persamaan pada penelitian penulis yakni mengulas mengenai strategi pemasaran/promosi program tahfidz Qur'an.

Perbedaan pada penelitian yakni pada ranah pendidikan Pondok Pesantren, sementara penelitian yang dijalankan peneliti yakni pada ranah Madrasah Ibtidaiyah yakni di MIN 1 Kendal.

2. Akhmad Muadin, tentang “Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren”, dengan kesimpulan:

Pendidikan pemasaran yakni tahapan baru saat suatu instansi pendidikan mengikuti kompetisi yang ketat guna mendapat konsumen. Bagi instansi pendidikan yang unggul pada implementasi manajemen pemasaran pendidikan membutuhkan perancangan yang baik pada mutu perbaikan yang berkelanjutan guna mengantisipasi tuntutan dunia kerja. Adapun metodenya melalui implementasi pemasaran manajemen pendidikan tahfidz Qur'an

³² Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur and others.

dimana mengadopsi dari Kotler yakni teori pemasaran 7 mix.³³

Persamaan pada penelitian penulis yakni mengulas mengenai strategi pemasaran/promosi program tahfidz Qur'an.

Perbedaan pada penelitian yakni pada konteks pendidikan Pondok Pesantren, sementara penelitian yang dijalankan peneliti yakni pada ranah Madrasah Ibtidaiyah yakni di MIN 1 Kendal.

3. Upik Elok Endang Rasmani, dkk, tentang Manajemen Promosi Lembaga Paud di Era Revolusi Industri 5.0, dengan kesimpulan:

Hambatan implementasi manajemen promosi kelembagaan bergantung pada kemampuan guru serta sekolah guna memberi layanan yang dibutuhkan selaras pada keperluan konsumen. Adapun peluang yang ada kini, pengaturan promosi lembaga pendidikan anak usia dini bisa dikembangkan dengan sejumlah strategi dimana bisa dikembangkan oleh sekolah. Sementara itu, perkembangan manajemen

³³ Akhmad Muadin, 'Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an', *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 5.2 (2017), 293–308
<<https://doi.org/10.21274/taalum.2017.5.2.293-308>>.

promosi dari masa ke masa bergantung pada perkembangan media promosi dimana sampai kini memudahkan pemakai guna mengenal institusi yang diharapkan tanpa mengeluarkan uang maupun tenaga lebih sebab berbasis media sosial.³⁴

Persamaan pada penelitian penulis yakni mengulas mengenai manajemen promosi di lembaga pendidikan.

Perbedaan pada penelitian penulis yakni penelitian ini mengulas mengenai manajemen promosi lembaga PAUD di era revolusi industry 5.0, sedangkan penelitian penulis membahas tentang strategi manajemen promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal.

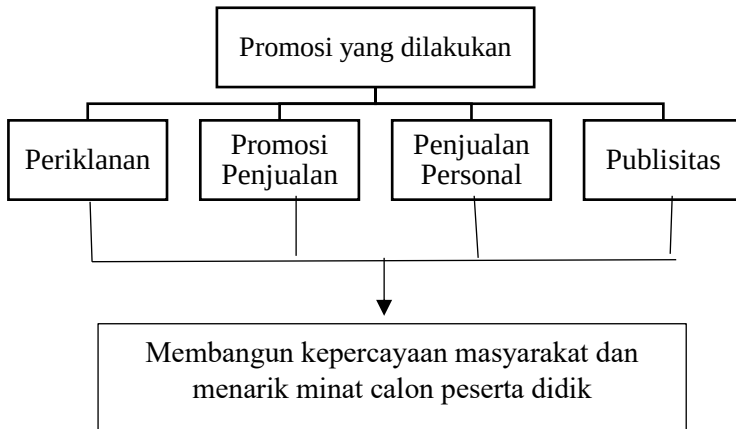
C. Kerangka Berpikir

Masalah:

1. Rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap program tahfidz.
2. Terbatasnya sumber daya untuk kebutuhan promosi.

³⁴ Upik Elok Endang Rasmani and others, 'Manajemen Promosi Lembaga PAUD Di Era Revolusi Industri 5.0', *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.6 (2022), 6443–49 <<https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.3479>>.

3. Kurangnya evaluasi terhadap efektivitas promosi.



Gambar 2 1 Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dijalankan yakni penelitian melalui teknik kualitatif. Teknik penelitian kualitatif yakni teknik penelitian dimana cenderung fokus dalam aspek pemahaman secara mendalam bagi sebuah persoalan dari pada mengamati persoalan bagi penelitian generalisasi, teknik penelitian ini cenderung suka memakai metode analisis mendalam (*indepth analysis*). Menurut teori penelitian kualitatif, supaya penelitiannya bisa bermutu, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yakni berupa data primer serta data sekunder.

Pada penelitian ini peneliti menjalankan studi langsung ke lapangan guna mendapat data yang sebenarnya terkait aktivitas strategi manajemen promosi yang dijalankan MIN 1 Kendal pada program unggulan tahfidz.

Peneliti memilih penelitian kualitatif deskriptif sebab guna mengetahui secara langsung aktivitas strategi manajemen promosi yang dijalankan oleh MIN 1 Kendal pada program unggulan tahfidz, di samping itu pula

mendapat informasi yang cenderung mendalam melalui teknik pendekatan kualitatif deskriptif ini.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian dijalankan di sebuah madrasah ibtidaiyah negeri yang ada di Kabupaten Kendal yaitu MIN 1 Kendal tepatnya ada di Jalan Pahlawan, Kalibuntu Wetan, Kabupatem Kendal, Jawa Tengah. Pertimbangan peneliti menjalankan penelitian di MIN 1 Kendal yakni

Penelitian ini dijalankan kurang lebih selama 7 hari yakni di pertengahan bulan Mei 2024 dimana dimulai pada terjun langsung ke lapangan guna mengetahui serta mengobservasi kondisi di lapangan. Berikutnya peneliti hendak mengambil informasi baik secara langsung ataupun tidak langsung dari sumber yang terpercaya di lokasi penelitian. Tidak menutup peluang peneliti akan kembali ke lapangan guna mengambil data bila data yang didapat belum cukup guna menjawab persoalan pada penelitian.

C. Sumber Data

Dalam tahap ini, peneliti berupaya mencari serta mengumpulkan sejumlah sumber data dimana ada korelasinya pada persoalan yang diteliti. Pada penelitian

ini ada data utama (primer) serta data pendukung (sekunder).

Sumber data primer yakni data yang didapat maupun dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer dinamakan pula menjadi data asli maupun data baru dimana mempunyai sifat *up to date*. Guna mendapat data primer, peneliti harus mengumpulkannya dengan langsung. Metode yang bisa dipakai peneliti pada pengumpulan data primer diantaranya observasi, wawancara, diskusi terfokus/FGD (*Focus Grup Discussion*).³⁵ Sumber data primer yakni data berupa verbal maupun kalimat yang disampaikan dengan lisan, gerak-gerik maupun perilaku yang dijalankan oleh subjek yang bisa dipercaya.

Adapun yang turut dengan langsung menjadi sumber data primer bersumber dari wawancara serta observasi langsung pada penelitian ini yakni bersama kepala madrasah, koordinator bidang tahfidz, tim media, koordinator bidang humas dan keagamaan, koordinator bidang kurikulum dalam mempromosikan program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal.

³⁵ Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 67-68.

Sumber data sekunder yakni data dimana didapat maupun dikumpulkan peneliti dari sejumlah sumber yang sudah ada (peneliti menjadi tangan kedua). Data sekunder bisa didapat dari sejumlah sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, serta lain-lain.³⁶ Data sekunder yakni data yang didapat dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, serta lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, serta benda-benda dimana bisa memperkaya data primer. Peneliti memakai data sekunder ini guna memperkuat serta mencukupi informasi yang sudah dikumpulkan dengan wawancara.

D. Fokus Penelitian

Fokus penulisan pada penelitian kualitatif yakni guna memahami strategi manajemen promosi program unggulan tahfidz yang dijalankan oleh Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal, beserta faktor pendukung dan faktor penghambatnya. Pada konteks ini yang menjadi sumber wawancara yakni kepala madrasah, koordinator bidang tahfidz, tim media, koordinator bidang humas dan keagamaan, dan koordinator bidang kurikulum.

³⁶ Siyoto and Sodik, hal. 68.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yakni tahapan yang paling penting pada penelitian, sebab target utama pada penelitian yakni mendapat data. Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dijalankan dalam keadaan yang alamiah (*natural setting*), sumber data primer, serta metode pengumpulan data lebih banyak dalam observasi dimana berperan serta (*participan observation*), wawancara mendalam (*in depth interview*) serta dokumentasi.³⁷

Dalam mendapatkan data yang akurat dibutuhkan metode pengumpulan data yang benar. Metode pengumpulan data pada penelitian sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi yakni pengumpulan data dengan pengamatan serta pencatatan secara terstruktur pada fenomena-fenomena yang diamati baik langsung ataupun tidak langsung.³⁸ Melalui metode observasi peneliti menjalankan pengamatan secara langsung serta tidak langsung mengenai berjalannya strategi

³⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2016), hal. 308-309.

³⁸ Sutrisno Hadi, Metode Penelitian Jilid 1 (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal. 151.

manajemen promosi program unggulan tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal.

Tabel 3. 1 Pedoman Observasi

No	Kegiatan	Waktu
1.	Mengamati kondisi lingkungan di MIN 1 Kendal	22/05/24
2.	Mengamati kegiatan periklanan program tahfidz	07/06/24
3.	Mengamati kegiatan promosi penjualan program tahfidz	03/06/24
4.	Mengamati kegiatan penjualan personal program tahfidz	22/05/24
5.	Mengamati kegiatan hubungan masyarakat program tahfidz	25/05/24

2. Wawancara

Pada penelitian ini penulis memakai teknik wawancara (*interview*). Aktivitas wawancara yang dijalankan pada penelitian ini bertujuan guna memperdalam serta menguatkan sebuah informasi mengenai bagaimana strategi manajemen promosi program unggulan tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal.

Bila wawancara bisa dijalankan dengan terstruktur ataupun tidak terstruktur, serta bisa

dijalankan dengan tatap muka (*face to face*) ataupun memakai telepon.³⁹

Wawancara pada penelitian kualitatif sifatnya mendalam sebab hendak mengeksplorasi informasi dengan holistik serta jelas dari informan.⁴⁰ Pada konteks ini maka awalnya interviewer menanyakan sejumlah pertanyaan dimana telah terstruktur, berikutnya satu per satu diperdalam guna mengorek keterangan lebih lanjut. Maka jawaban yang didapat bisa mencakup seluruh variable, pada keterangan yang lengkap serta mendalam.

Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara

No	Narasumber	Waktu
1.	Kepala Madrasah	22/05/24
2.	Korbid Kesiswaan	25/05/24
3.	Korbid Kurikulum	25/05/24
4.	Korbid Tahfidz	03/05/24
5.	Korbid Humas & Keagamaan	07/05/24
6.	Anggota Tim Tahfidz & Humas	07/05/24
7.	Orang tua siswa	15/05/24

³⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, hal. 194.

⁴⁰ Djam'an Satori and Aan Komariah, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: Alfabeta, 2017), hal. 130.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dari asal katanya dokumen dimana berasal dari Bahasa latin yakni *docere*, dimana maknanya *mengajar*. Pada Bahasa Inggris dinamakan *document* yakni “*Something written or printed, to be used as recor or evidence*”.⁴¹ Teknik dokumentasi dipakai guna mendapat data mengenai bagaimana kebijakan manajemen promosi program unggulan tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal.

Dokumen yang diamati berkenaan pada program-program kerja, hasil-hasil rapat, hasil-hasil pelaksanaan program, serta dokumen-dokmen lain dimana berkenaan pada persoalan yang diteliti. Dokumen-dokumen ini bisa berbentuk naskah, diklat, makalah, serta foto.

Tabel 3. 3 Pedoman Dokumentasi

No	Dokumen	Waktu
1.	Profil sekolah	22/05/24
2.	Daftar jumlah siswa	22/05/24
3.	Daftar jumlah siswa	22/05/24
4.	Daftar tenaga pendidik & kependidikan	22/05/24

⁴¹ Satori and Komariah, hal. 146.

5.	Daftar saran dan prasarana	22/05/24
6.	Daftar materi tahfidz kelas I - VI	22/05/24

F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif mencakup uji, validitas interbal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), reliabilitas (*dependability*), serta objektivitas (*confirmability*). Dalam penelitian ini memakai teknik triangulasi guna menjalankan pengecekan data-data yang sudah didapat di lapangan.

Guna menguji keabsahan data, peneliti akan memakai triangulasi, yakni metode pemeriksaan keabsahan data melalui hal yang lain di luar data itu guna kebutuhan pengecekan maupun menjadi pembanding pada data itu. Menurut Denzin, sebagaimana dikutip oleh Lexy J. Moeloeng ada empat jenis triangulasi menjadi metode pemeriksaan, yakni melalui pemakaian sumber, metode, penyidik, serta teori. Tetapi disini peneliti hanya memakai dua teknik saja, yakni melalui sumber serta metode.

Triangulasi melalui metode akan dijalankan melalui teknik perbandingan data dimana didapat dengan waktu serta instrumen yang berbeda pada tujuan memperkaya data dimana menjadikan data yang absah bisa dijumpai.

Maka peneliti memakai wawancara, observasi, serta dokumentasi guna menelusuri kebenaran hasil pengumpulan data, dari sebuah teknik tersebut yang dijalankan terhadap informan terkait strategi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal. Pada makna lain dijalankan pengecekan hasil wawancara dengan observasi serta mengecek hasil wawancara dengan dokumentasi maupun sebaliknya.

Triangulasi sumber guna menguji kredibilitas data dijalankan melalui pengecekan data dimana sudah didapat dengan sejumlah sumber.⁴² Pada berjalannya penelitian, peneliti menjalankan pengecekan data yang berasal dari kepala madrasah serta humas dibidang promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yakni tahapan mengorganisasikan serta mengurutkan data pada pola, kategori serta satuan penjabaran dasar sehingga bisa dijumpai tema serta bisa dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Analisis data kualitatif dijalankan dengan induktif,

⁴² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 274.

yakni penelitian kualitatif tidak diawali pada deduksi teori namun diawali pada fakta empiris.⁴³

Tahapan analisis data pada penelitian kualitatif menurut Sugiyono sebagai berikut:⁴⁴

1. Reduksi Data

Mereduksi data maknanya merangkum, memilih hal yang utama, fokus dalam hal-hal yang utama, dicari tema serta polanya dan membuang yang tidak dibutuhkan. Maka data yang sudah direduksi akan memberi gambaran yang sudah jelas, serta memudahkan peneliti guna menjalankan pengumpulan data berikutnya, serta mencarinya bila dibutuhkan.

2. Penyajian Data

Dengan penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, terbentuk pada pola hubungan, dimana menjadikannya akan makin mudah difahami. Penyajian data bisa dijalankan berupa penjabaran singkat, bagan, korelasi tiap kategori, *flowchart* serta sejenisnya. Pada penyajian data, huruf besar, huruf

⁴³ Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, hal. 120.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, hal. 338-345.

kecil, serta angka dibentuk pada urutan sehingga strukturnya bisa dipahami.

3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan awal yang dijabarkan masih bersifat sementara, serta akan berganti bila tidak dijumpai bukti yang kuat dimana mendorong dalam tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun bila kesimpulan yang dijabarkan dalam tahap awal, didorong pada bukti yang valid serta konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan menjalankan pengumpulan data, maka kesimpulan yang dijabarkan yakni kesimpulan yang kredibel. Temuan bisa berbentuk deskripsi maupun gambaran sebuah objek dimana sebelumnya masih remang-remang maupun gelap dimana menjadikannya sesudah diamati menjadi jelas, bisa berbentuk hubungan kausal maupun interaktif, hipotesis atau teori.

Dari penarikan kesimpulan, data-data hasil observasi, wawancara, serta dokumentasi yang didapat dari lapangan dipakai pada penyajian data maupun menginterpretasikannya, sehingga didapat analisis mengenai strategi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal, sesudah itu disusun simpulan penelitian mengacu dari analisis tersebut.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal berada di jalan Pahlawan 1 Km. 1 Kendal, adalah satu lembaga pendidikan di bawah naungan Kementerian Agama. Bertolak dari kondisi internal madrasah, semua komponen Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal terus berusaha memenuhi kelengkapan sarana pendukungnya dalam bentuk peningkatan kualitas fisik maupun non fisik yang sebetulnya sudah sejak lama, tetapi dalam prosesnya sangat lambat. Dengan mengharapkan peran serta berbagai pihak demi terciptanya cita-cita luhur lembaga pendidikan tersebut.

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal berdiri tahun 1962 dan dinegerikan pada tahun 1991, dengan usia yang sudah cukup lama sehingga semakin mantap dalam melayani dunia pendidikan terhadap masyarakat. Selain itu terlihat jelas bahwa animo masyarakat semakin meningkat terhadap pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal.

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal merupakan lembaga pendidikan formal berbasis keagamaan milik

Kementerian Agama yang terletak di perkotaan. Sebagai lembaga pendidikan Islam, Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal mempunyai target utama yakni berikhtiar seoptimal mungkin agar bisa membentuk generasi Islam dimana mempunyai kemantapan *akidah al-Islamiyah*, ber-*akhlakul korimah* serta mempunyai keteguhan guna menjalankan syariat Islam, serta membentuk generasi Islam Qur'ani yang cerdas pada penguasaan IPTEK, tangguh serta mandiri guna menghadapi masa globalisasi serta perdagangan bebas.⁴⁵



Gambar 4 1 Kondisi lingkungan MIN 1 Kendal

Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal menjadi unsur pada institusi pendidikan dimana diarahkan guna mendidik putra-putri bangsa secara baik bertekad agar

⁴⁵ Hasil observasi di MIN 1 Kendal pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 14.00 WIB.

tampil menjadi madrasah dimana mempunyai kualifikasi standar nasional yang mempunyai keunggulan komparatif ataupun kompetitif terkhusus di bidang keagamaan. Menjadi tahapan awal guna menanamkan keimanan serta ketakwaan peserta didik di aspek keagamaan serta wawasan keislaman, maka Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal mengembangkan madrasah tahfidz menjadi prioritas keunggulan Madrasah.

Tabel 4 1 Data Materi Tahfidz Kelas I-VI MIN 1 Kendal

Kelas/ Semest.	Surat	Doa Harian
I / I	S. Al Fatihah S. Al Ikhlas S. Al Falaq S. An Nas S. Al Lahab	Doa sebelum makan Doa sesudah makan Doa sebelum tidur Doa sesudah tidur
I / II	S. An Nasr S. Al Kafirun S. Al Kautsar S. Al Ma'un S. Al Quraisy	Doa masuk WC Doa keluar WC Doa sebelum belajar Doa sesudah belajar
II / I	S. Al Fiil S. Al Humazah S. Al Asr S. At Takasur	Doa masuk masjid Doa keluar masjid Doa akan mandi Doa akan wudhu
II / II	S. Al Qori'ah S. Al Adiyat S. Al Zalzalah S. Al Bayinah	Doa sesudah wudhu Doa di waktu pagi Doa di waktu sore

III / I	S. Al Qodr S. Al Alaq S. At Tin S. Al Insyirah	Doa akan memakai pakaian Doa bercermin Doa keluar rumah Doa masuk rumah
III / II	S. Ad Dzuha S. Al Lail S. As Syam S. Al Balad	Doa naik kendaraan darat Doa naik kendaraan air Doa pembuka hari Doa kedua ortu
IV / I	S. Al Fajr S. Al Ghosiyah S. Al A'la	Doa ilmu bermanfaat Doa diberi kecerdasan berfikir Doa mendapat petunjuk
IV / II	S. At Thariq S. Al Buruj S. Al Insyiqaq	Doa petunjuk kepada Allah Doa petunjuk dan kejayaan jiwa Doa mendapat kabar gembira
V / I	S. Al Mutaffifin S. Al Infithar S. At Taqwir	Doa menjenguk orang sakit Doa mohon ampunan Doa keselamatan dunia akhirat
V / II	S. Abasa S. An Naziat S. An Naba'	Doa sebelum belajar kelompok Doa sesudah belajar kelompok Doa minta derajat yang mulia
VI / I	S. Al Mulk S. Al Waqi'ah	Doa sesudah sholat

VI / II	S. Yasin	Doa mau melaksanakan ujian
---------	----------	-------------------------------

B. Analisis Data

1. Strategi Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal

Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁴⁶

Menurut Kotler, ada empat bauran promosi yakni periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan personal (*personal selling*), dan publisitas (*public relations*). Promosi penjualan serta iklan cenderung berpengaruh positif terhadap keberhasilan program, sementara itu penjualan personal serta publisitas yakni aspek pendorong bagi berhasilnya program.⁴⁷

Mengacu dari hasil wawancara dengan Kepala Madrasah MIN 1 Kendal, Bapak Subiyono, beliau mengatakan bahwa:

⁴⁶ Djaslim Saladin, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 1991), hal. 66.

⁴⁷ Kotler.

“Latar belakang dari program unggulan tahfidz yaitu adanya KMA Nomor 183-184 yang menyebutkan setiap madrasah harus memiliki keunggulan lokal. Berdasarkan kajian beberapa potensi disini dan berdasarkan rapat komite dan stakeholder maka memilih tahfidz. Adapun tujuan dari program ini adalah anak-anak memperoleh ilmu sesuai kurikulum dinas dan kemenag, dan taget utama hafal juz amma & 3 surat pilihan. Sedangkan strategi promosi sesuai dengan era saat ini, yaitu melalui media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Website, PKP (Pembiasaan Karakter Pancasila) setiap hari jumat, dan setiap acara ceremonial selalu menampilkan tahfidz.”⁴⁸

Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal, Bapak Sukri, juga mengatakan bahwa:

“Latar belakang dari program unggulan tahfidz ini membentuk bibit dari anak-anak untuk cinta Al-Qur’an sampai khatam juz 30. Adapun tujuannya tidak untuk kebanggan tersendiri, tetapi agar alumni MIN 1 Kendal dapat meneruskan ke jenjang lebih baik seperti sekolah tahfidz atau pondok pesantren tahfidz Al-Qur’an. Terkait strategi promosi melalui sosial media seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Website, Pamflet PPDB.”⁴⁹

⁴⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Subiyono (Kepala Madrasah MIN 1 Kendal) di ruang Kepala Madrasah pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 13.00 WIB.

⁴⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Sukri (Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal) di Musholla pada hari Senin, 03 Juni 2024 Pukul 13.00 WIB.

Terkait Program Unggulan Tahfidz di MIN 1 Kendal, Kepala Madrasah dan Koordinator Bidang Tahfidz menyatakan bahwa program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal merupakan program unggulan di madrasah yang bertujuan agar anak-anak mencintai dan memperoleh ilmu Al-Qur'an dimana bisa menciptakan karakter yang baik sejak dini serta di masa depan.

Mengacu dari hasil wawancara bersama Kepala Madrasah dan Koordinator Bidang Tahfidz, bahwa MIN 1 Kendal telah melaksanakan promosi program unggulan tahfidz yang telah dilakukan setiap ada acara besar, lomba tahfidz, dan prestasi senantiasa diunggah di sosial media kemudian ada evaluasi terkait penampilan dari siswa.

Adapun strategi promosi yang diimplementasikan MIN 1 Kendal untuk mempromosikan program unggulan tahfidz sebagai berikut:

a. Periklanan (*advertising*)

Periklanan adalah komunikasi non-personal dengan beberapa pengeluaran, melalui bermacam-macam media yang digunakan oleh

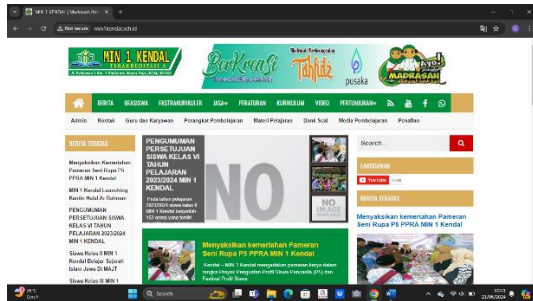
lembaga. Periklanan juga dapat disampaikan dalam beberapa media yang berbeda, misalnya pada media cetak, media elektronik, dan media *outdoor*.

Adanya program tahfidz ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai seperti peningkatan jumlah pendaftar, kesadaran masyarakat tentang tahfidz, dan meningkatkan citra madrasah.

Strategi dalam mempromosikan program unggulan tahfidz merupakan sebuah pendekatan untuk memperkenalkan dan menarik perhatian terhadap suatu program. MIN 1 Kendal memiliki program unggulan tahfidz Al-Qur'an dimana bermaksud guna menambah kesadaran masyarakat dengan bidang tahfidz.

Kegiatan Promosi yang dilakukan MIN 1 Kendal melalui beberapa kegiatan seperti adanya acara besar, pembiasaan karakter pancasila (khusus tahfidz setiap hari jumat), lomba tahfidz, peringatan hari besar Islam yang selalu menampilkan tahfidz. Selain dengan kegiatan-kegiatan tersebut promosi juga dilakukan lewat sosial media yaitu Youtube,

Instagram, Tiktok, Website. Jadi adanya kegiatan-kegiatan tersebut akan diunggah ke sosial media oleh tim promosi.⁵⁰



Gambar 4 2 Website resmi MIN 1 Kendal

Perencanaan dalam kegiatan periklanan yang dilakukan oleh MIN 1 Kendal dimulai dengan menentukan media-media untuk promosi, selain itu jika saat penerimaan peserta didik baru (PPDB) pihak madrasah juga merencanakan untuk pembuatan dan penyebaran pamflet.

Kegiatan pelaksanaan periklanan di MIN 1 Kendal menggunakan platform sosial media seperti Instagram, youtube, tiktok, dan website. Pelaksanaan periklanan ini dengan membuat

⁵⁰ Hasil observasi di MIN 1 Kendal pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 13.30 WIB.

konten menarik, mengunggah video tahfidz anak, dan membuat berita di website.

Kegiatan controlling periklanan di MIN 1 Kendal dilakukan oleh kepala madrasah dengan memberikan evaluasi terhadap strategi promosi program tahfidz yang dilakukan oleh tim media atau tim tahfidz.

b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi yang dilakukan untuk menciptakan rangsangan kepada pelanggan untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2003), promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk memotivasi terjadinya transaksi berupa penjualan atau pembelian dari produk perdagangan.

Mengacu dari hasil wawancara bersama Kepala Madrasah, Bapak Subiyono, menyebut bila:

“Dalam hal melakukan strategi promosi program tahfidz, MIN 1 Kendal memilih mempromosikan program lewat sosial media dan acara-acara yang diadakan di madrasah. Sosial media yang digunakan dalam hal promosi ini adalah Youtube, Instagram, Tiktok, Website, kegiatan PKP,

acara-acara besar yang menampilkan tahfidz, dan jargon untuk anak-anak.”⁵¹

Koordinator Bidang Humas dan Keagamaan, Bapak Moh Nur Ikhsan juga mengatakan bahwa:

“Strategi promosi yang digunakan dalam mempermosikan program unggulan tahfidz ini melalui kerjasama dengan korbid kesiswaan yaitu membuat branding tentang madrasah diantaranya madrasah tahfidz, adiwiyata, aransi dan digital. Selanjutnya, lewat acara-acara yang menampilkan tahfidz, dan koordinasi dengan tim gemi untuk melakukan promosi di sosial media.”⁵²

Koordinator kesiswaan, Ibu Arni Nuria juga mengatakan bahwa:

“Dalam kegiatan PKP bidang kesiswaan memberikan waktu dalam seminggu satu kali memberikan kesempatan anak-anak untuk menampilkan program tahfidz, selanjutnya ada kegiatan-kegiatan hari besar, dan akhirussanah kami juga

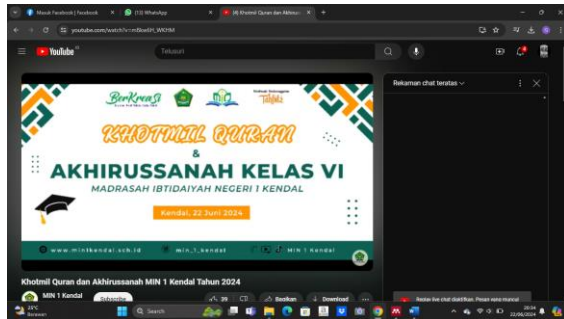
⁵¹ Hasil wawancara dengan Bapak Subiyono (Kepala Madrasah MIN 1 Kendal) di ruang Kepala Madrasah pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 13.00 WIB.

⁵² Hasil wawancara dengan Bapak Moh Nur Ikhsan (Koordinator Bidang Humas dan Keagamaan MIN 1 Kendal) di ruang kelas III C pada hari Jumat, 07 Juni 2024 Pukul 10.00 WIB.

mengakomodir untuk anak-anak dapat tampil. Sementara ini, apapun kegiatan yang dibuat masih tetap jalan karena sebelumnya sudah ada *planning*.”⁵³

Mengacu dari hasil observasi serta temuan pengamatan bisa dikatakan bila strategi yang dipakai MIN 1 Kendal guna mempromosikan program unggulan tahfidz melalui sosial media seperti Youtube, Instagram, Tiktok, Website, sedangkan untuk kegiatan secara langsung yaitu melalui kegiatan-kegiatan yang diadakan di madrasah yang didalamnya terdapat tahfidz, selanjutnya ada kegiatan pembiasaan karakter Pancasila (PKP) setiap hari jumat menampilkan siswa dengan membawakan tahfidz, dan yang terakhir menggunakan branding madrasah tahfidz, digital, aransi, dan adiwiyata setiap postingan/flayer di sosial media maupun secara langsung.

⁵³ Hasil wawancara dengan Ibu Arni Nuria (Koordinator Bidang Kesiswaan MIN 1 Kendal) di Perpustakaan pada hari Sabtu, 25 Mei 2024 Pukul 11.00 WIB



Gambar 4 3 Live youtube akhirussanah MIN 1 Kendal

Kegiatan perencanaan dalam program ini dimulai dengan koordinasi dengan pihak-pihak yang ikut menyelenggarakan agar program ini dapat berlangsung dengan sesuai tujuan dan penampilan dari siswa siswi dapat lancar dengan hafalan.

Pelaksanaan promosi penjualan di MIN 1 Kendal mengadakan acara akhirussanah yang dihadiri secara langsung oleh orang tua siswa dengan menyaksikan penampilan tahfidz siswa siswi madrasah secara langsung dan pada kesempatan ini juga orang tua dapat bertemu langsung dengan pendidik.

Kegiatan controlling di acara tersebut diadakan evaluasi bersama setelah kegiatan

tersebut dilakukan. Evaluasi ini dilakukan untuk pelaksanaan program maupun penampilan dari siswa siswi yang menampilkan tahfidz.

c. Penjualan personal (*personal selling*)

Penjualan personal adalah hubungan antar personal, saling bertemu yang diarahkan untuk membuat, meningkatkan, mengendalikan atau mempertahankan kontak perdagangan yang saling menguntungkan antar pihak.

Dalam melakukan promosi program unggulan tahfidz, madrasah memiliki sebuah tim media yang bertugas untuk membuat, mengunggah, dan mempromosikan segala kegiatan yang ada di MIN 1 Kendal termasuk tahfidz yang bernama Tim GEMI (Generasi Muda Inovatif). Jadi didalam tim ini terdapat 3 orang yang ikut bergabung salah satu dari anggotanya juga dari tim tahfidz.⁵⁴

Berdasarkan hasil observasi tersebut, Koordinator Bidang Tahfidz Bapak Sukri, mengatakan bahwa:

⁵⁴ Hasil observasi di MIN 1 Kendal pada hari Senin, 3 Juni 2024 Pukul 14.00

“Media-media yang digunakan dalam melakukan kegiatan promosi tahfidz ini dipegang oleh tim Gemi yang terdapat 3 orang diantaranya dari tim tahfidz sendiri.”⁵⁵

Anggota Tim Tahfidz sekaligus Tim Gemi, Bapak Muhamad Zubair Hasan, juga mengatakan bahwa:

“Kami anggota tim gemi memegang media-media madrasah untuk melakukan promosi. Jadi setiap media sosial ada yang dipegang satu orang atau juga bersama-sama. Sehingga terkadang dalam sosial media bahan yang diunggah tidak sama dalam hal waktu yang dimaksud. Selain di sosial media, biasanya guru-guru juga sering membantu mempromosikan lewat unggahan status di WhatsApp.”⁵⁶

Mengacu dari hasil wawancara serta observasi penelitian, bisa dikatakan bila pada pengorganisasian promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal dimulai dengan pembentukan tim-tim yang berkompeten

⁵⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sukri (Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal) di Musholla pada hari Senin, 03 Juni 2024 pukul 13.15 WIB.

⁵⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Muhamad Zubair Hasan (Anggota Tim Tahfidz dan Tim Gemi MIN Kendal) di kantin pada hari Jumat, 07 Juni 2024 pukul 11.15 WIB.

dibidangnya seperti tim promosi (gemi) dan tim tahfidz yang memiliki tugas khusus dalam mempromosikan program tahfidz ini. Tim gemi yang dimiliki oleh madrasah memiliki tugas untuk mempromosikan segala kegiatan yang ada di madrasah tanpa terkecuali kemudian diunggah melalui foto, video, flayer, maupun berita di sosial media milik madrasah.



Gambar 4 4 Promosi program tahfidz di sosial media

Kegiatan perencanaan ini dimulai dengan membentuk tim pelaksanaan program tahfidz dan tim media yang bernama gemi. Dari kedua tim ini diberikan tugas yang sesuai dengan bidangnya, seperti tim tahfidz mengelola program tahfidz dan tim media gemi mempromosikan segala kegiatan yang ada di

madrasah ke sosial media maupun secara langsung.

Pelaksanaan penjualan promosi dilakukan oleh tim tahfidz yang mengelola seluruh kegiatan yang berhubungan dengan program tahfidz, seperti dalam hal pembelajaran, kegiatan lomba, dan acara-acara besar tahfidz. Sedangkan, tim media gemi bertugas untuk melakukan kegiatan promosi melalui media sosial ataupun secara langsung.

Kegiatan controlling terhadap tim-tim yang ada di madrasah yaitu memberikan evaluasi dan semangat untuk tim tersebut agar dalam melakukan promosi kedepannya dapat berjalan dengan lancar.

d. Publisitas (*public relations*)

Publisitas merupakan kegiatan untuk memperkenalkan organisasi dan produk atau jasa yang ia jual dengan membuat pengumuman, pemberitahuan atau berita mengenai sesuatu tanpa biaya sponsor. Media umum yang sering digunakan pada publisitas antara lain penyiaran berita, pidato, mengadakan seminar, laporan, sponsor dan hubungan masyarakat.

Pelaksanaan program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal mengadakan kerjasama dengan 2 lembaga, yaitu lembaga (1) FUSPAQ (Forum Ukhuwah Silaturrahim Pendidikan Al-Qur'an). Kegiatan ini dilakukan dalam rangka untuk siswa-siswi kelas 1-3 yang belum lancar mengaji. Kegiatan ini dilakukan tiga kali dalam seminggu selama 1 jam pelajaran, sedangkan lembaga (2) Pondok Pesantren Tahfidhul Qur'an (PPTQ) As-Shiddiqie yang digunakan untuk tahfidz khusus dengan nama program "Takhasus Tahfidz".



Gambar 4 5 Promosi kegiatan madrasah dengan banner

Berdasarkan hasil observasi penelitian diatas, didukung oleh hasil wawancara dengan

Koordinator Bidang Tahfidz, Bapak Sukri mengatakan bahwa:

“MIN 1 Kendal dalam mensukseskan program unggulan tahfidz bekerjasama dengan 2 lembaga yaitu lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie. Jadi anak-anak kelas 1-3 setiap tiga kali dalam seminggu tepatnya hari selasa-kamis selama satu jam pelajaran terdapat 30 orang guru, yang masing-masing kelas dua orang guru dalam mengajar. Anak-anak dapat memilih selain tahfidz reguler yaitu tahfidz khusus yang diberi nama program “Takhasus Tahfidz”, yang nanti ketika ujian akan diuji secara langsung dengan Bapak Kyai Irvan Shodiq pengasuh PPTQ Ash-Shiddiqie.”⁵⁷

Anggota Tim Tahfidz sekaligus Tim Gemi, Bapak Muhamad Zubair Hasan mengatakan bahwa:

“Terkait promosi jika dengan pihak media luar belum ada, pihak luar disini hanya lembaga yang ikut mendukung program tahfidz seperti lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie. Terkadang guru-guru

⁵⁷ Hasil wawancara dengan Bapak Sukri (Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal) di Musholla pada hari Senin, 03 Juni 2024 pukul 13.15 WIB.

juga ikut mempromosikan lewat sosial media pribadi maupun Whatsapp.”⁵⁸

Mengacu dari hasil observasi penelitian serta hasil wawancara bisa dikatakan bila MIN 1 Kendal sudah menjalankan kerjasama dengan dua pihak luar yaitu lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie yang bertujuan untuk mensukseskan kegiatan tahfidz Al-Qur'an di MIN 1 Kendal dan melalui lembaga ini para siswa yang mengikut takhasus tahfidz juga akan mendapatkan sertifikat, sedangkan untuk kerjasama dengan pihak media luar, MIN 1 Kendal belum melakukan itu.

Kegiatan perencanaan dalam membangun kerjasama dengan pihak luar dimulai dengan menentukan terlebih dahulu lembaga yang akan diajak bekerjasama. Kemudian koordinator tahfidz dan koordinator humas & keagamaan datang langsung ke tempat yang bersangkutan untuk menjalankan kerjasama bersama pihak tersebut.

⁵⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Muhamad Zubair Hasan (Anggota Tim Tahfidz dan Tim Gemi MIN Kendal) di kantin pada hari Jumat, 07 Juni 2024 pukul 11.15 WIB.

Publisitas dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie agar program tahfidz terlaksana sesuai dengan tujuannya. Sedangkan terkait berita dan artikel dapat diakses melalui website resmi MIN 1 Kendal yang sudah terdapat kegiatan program tahfidz, prestasi siswa, dan berbagai kegiatan di madrasah.

Kegiatan controlling dalam membangun kemitraan kerjasama dengan lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie berjalan sesuai yang diinginkan yakni terlaksana dengan baik. Sehingga, dalam mensukseskan program tahfidz ikut menggandeng dua lembaga tersebut.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Implementasi Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal

Sebuah program yang dijalankan di tiap sekolah berhasil maupun tidaknya bisa diukur melalui adanya aspek pendukung serta aspek penghambat. Begitu pula pada terlaksananya promosi program unggulan tahfidz yang telah dipilih dan ditetapkan oleh MIN 1 Kendal.

Program unggulan tahfidz yakni gagasan madrasah dimana menampilkan keunggulan maupun ciri khusus dimana dijalankan madrasah guna menambah mutu serta daya saing dengan mengembangkan karakter.

Mengacu dari hasil wawancara bersama Kepala Madrasah MIN 1 Kendal, Bapak Subiyono menyebut bila:

“Faktor pendukung dari kegiatan ini adalah MIN 1 Kendal memiliki program tahfidz yang sudah sesuai dengan kurikulum dinas dan Kementerian Agama sehingga menjadi branding di madrasah. Selain itu adanya tim gemi yang memegang media di madrasah juga ikut mengelola sosial media menjadikan keuntungan bagi madrasah untuk mempromosikan kegiatan-kegiatan yang ada di madrasah.”⁵⁹

Mengenai faktor pendukung dalam implementasi manajemen promosi program unggulan tahfidz, Anggota Tim Tahfidz sekaligus Anggota Tim gemi, Bapak Muhammad Zubair Hasan juga mengatakan bahwa:

⁵⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Subiyono (Kepala Madrasah MIN 1 Kendal) di ruang Kepala Madrasah pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 13.00 WIB.

“Faktor pendukung dari kegiatan mempromosikan program unggulan tahfidz ini adalah adanya sosial media seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan Website yang sudah memiliki pengikut yang dikatakan sudah lumayan banyak sehingga memudahkan tim kami dalam mempromosikan program-program yang ada di madrasah. Selain itu, selain itu, ada beberapa pihak yang ikut serta dalam mendukung proses promosi ini diantaranya, para guru ikut menyebarkan pamflet/flyer di masing-masing sosmed mereka. Disamping itu juga ada penyebaran informasi dari mulut ke mulut.”⁶⁰

Mengacu dari hasil wawancara bisa dikatakan bila aspek pendukung pada aktivitas promosi program unggulan tahfidz adalah sosial media, antusiasme orang tua, manajemen sekolah, dan tenaga pengajar yang kompeten. Berdasarkan hal-hal tersebut, strategi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal dapat terlaksana sehingga tercapainya tujuan yang telah ditentukan.

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Muhamad Zubair Hasan (Anggota Tim Tahfidz dan Tim Gemi MIN Kendal) di kantin pada hari Jumat, 07 Juni 2024 pukul 11.15 WIB.

Selain faktor pendukung, juga terdapat faktor penghambat. Kepala Madrasah MIN 1 Kendal, Bapak Subiyono, mengatakan bahwa:

“Dalam implementasi program unggulan tahfidz juga terdapat kendala atau tantangan tersendiri, berasal dari faktor intern yaitu kemampuan anak mengaji yang berbeda-beda ada yang belum, setengah, dan sudah lancar. Keterkaitan waktu juga mempengaruhi, jika anak sudah TPQ dan mengaji di rumah berarti anak-anak di sekolah tinggal menghafal karena jika anak belum bisa mengaji jam pelajaran tahfidz ini tidak cukup jika untuk mengajarkan mengaji untuk anak dulu.”⁶¹

Pernyataan tersebut pula didukung oleh hasil wawancara bersama Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal, Bapak Sukri, juga mengatakan bahwa:

“Tantangan yang dihadapi adalah dari siswa-siswi, bukan dari pengajar. Keterkaitan pengajar sudah aman. Latar belakang anak-anak itu tidak semuanya bisa mengaji dan pintar mengaji. Jadi ini secara tidak langsung menjadi faktor penghambat untuk implementasi program tahfidz ini. Jika anak tidak bisa mengaji otomatis dalam kegiatan

⁶¹ Hasil wawancara dengan Bapak Subiyono (Kepala Madrasah MIN 1 Kendal) di ruang Kepala Madrasah pada hari Rabu, 22 Mei 2024 Pukul 13.00 WIB.

menghafal anak juga terkendala padahal dalam program tahfidz ini hanya memiliki dua jam pelajaran selama seminggu.”⁶²

Selain itu, Anggota Tim Tahfidz dan Humas, Bapak Muhamad Zubair Hasan memberikan tambahan, mengatakan bahwa:

“Terdapat juga faktor penghambat dari promosi ini yaitu masalah dari dalam, admin dari sosial media berbeda-beda mulai dari Youtube, Instagram, Tiktok, Website, tetapi ada juga yang dipegang lebih dari satu orang. Karena adanya kesibukan yang berbeda-beda setiap personel, terkadang postingan sudah diunggah disatu sosmed, tetapi sosmed yang lain belum diunggah, terkadang juga muncul moment yang sama.”⁶³

Mengacu dari penjabaran diatas bisa dikatakan bila yang menjadi aspek penghambat pada implementasi manajemen promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal yaitu latar belakang dari anak-anak yang berbeda-beda dimana membuatnya

⁶² Hasil wawancara dengan Bapak Sukri (Koordinator Bidang Tahfidz MIN 1 Kendal) di Musholla pada hari Senin, 03 Juni 2024 pukul 13.15 WIB.

⁶³ Hasil wawancara dengan Bapak Muhamad Zubair Hasan (Anggota Tim Tahfidz dan Tim Gemi MIN Kendal) di kantin pada hari Jumat, 07 Juni 2024 pukul 11.15 WIB.

pada implementasi aktivitas ini menjadi terkendala, menyelaraskan waktu pelaksanaan program yang hanya dua jam pertemuan juga menjadi tantangan tersendiri guru dalam mengajar di kelas, dan kesibukan pemegang admin sosial media yang berbeda-beda, karena admin-admin tersebut juga guru yang mengajar di MIN 1 Kendal.

Faktor pendukung adalah segala sesuatu hal yang dapat mendorong kegiatan manajemen promosi program unggulan tahfidz, terlebih letak MIN 1 Kendal yang strategis di perkotaan, disamping itu fasilitas dan media yang memadai, media ini dapat digunakan sebagai salah satu modal untuk mempromosikan program unggulan tahfidz. Faktor penghambat adalah segala sesuatu hal yang memiliki sifat menghambat atau bahkan menghalangi dan menahan terjadinya sesuatu dalam proses promosi program unggulan tahfidz.

Dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung strategi promosi program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal berdasarkan dengan hasil wawancara adalah sosial media, antusiasme orang tua, manajemen sekolah, dan tenaga pengajar yang kompeten. Sedangkan terkait faktor penghambat yang dihadapi

dalam strategi manajemen promosi program unggulan tahfidz adalah sumber daya manusia, waktu, dan kemampuan siswa dalam pembelajaran program tahfidz.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diakui untuk memberikan gambaran yang lebih realistis tentang hasil dan kesimpulan yang diambil, antara lain:

1. Lingkup Geografis Terbatas

Penelitian ini hanya dilakukan di satu madrasah, yaitu MIN 1 Kendal, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan untuk sekolah-sekolah lain di daerah yang berbeda atau dengan karakteristik yang berbeda.

2. Waktu Penelitian

Waktu yang tersedia untuk melakukan penelitian ini terbatas, sehingga tidak semua aspek dari strategi promosi dan implementasinya dapat dieksplorasi secara mendalam. Perubahan atau perkembangan yang terjadi setelah penelitian selesai mungkin tidak tercatat.

3. Variabel yang Dikaji

Fokus penelitian ini adalah pada strategi promosi, sehingga aspek-aspek lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap keberhasilan program tahfidz, seperti kualitas pengajaran, kurikulum, dan faktor psikologis siswa tetapi tidak dijadikan variabel utama.

4. Keterbatasan Responden

Jumlah dan variasi responden yang terlibat dalam penelitian ini mungkin tidak cukup representative untuk seluruh populasi yang ada di MIN 1 Kendal. Pendapat guru, siswa, orang tua yang tidak terlibat dalam penelitian mungkin akan berbeda dan tidak tercapture dalam hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengacu dari hasil penelitian diatas, sejumlah Kesimpulan yang bisa diambil sebagai berikut:

1. Strategi Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal
 - a. Periklanan (*advertising*)

Periklanan yang dilakukan MIN 1 Kendal melalui platform sosial media seperti Instagram, youtube, tiktok, dan website. Pelaksanaan periklanan dengan membuat konten menarik, mengunggah video tahfidz, dan membuat berita terbaru di website.
 - b. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Mengadakan acara skhirussanah yang dihadiri secara langsung oleh orang tua siswa dengan menyaksikan penampilan tahfidz siswa-siswi madrasah secara langsung dan pada kesempatan ini juga orang tua dapat bertemu dengan pendidik.
 - c. Penjualan personal (*personal selling*)

Penjualan promosi dilakukan oleh tim tahfidz yang mengelola seluruh kegiatan yang berhubungan dengan program tahfidz, seperti dalam hal pembelajaran, kegiatan lomba, dan acara-acara besar tahfidz. Sedangkan, tim media gemi bertugas untuk melakukan kegiatan promosi melalui media sosial ataupun secara langsung.

d. Publisitas (*public relations*)

Menjalin kerjasama dengan lembaga FUSPAQ dan PPTQ Ash-Shiddiqie agar program tahfidz terlaksana sesuai dengan tujuannya. Sedangkan terkait berita dan artikel dapat diakses melalui website resmi MIN 1 Kendal yang sudah terdapat kegiatan program tahfidz, prestasi siswa, dan berbagai kegiatan di madrasah.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat dalam Implementasi Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal

- a. Perencanaan telah dilakukan dengan baik oleh kepala sekolah dan pihak-pihak yang terkait untuk melakukan strategi promosi program unggulan tahfidz.

- b. Implementasi juga dinilai baik, dibuktikan dengan tetap terlaksana promosi program unggulan tahfidz melalui sosial media seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan Website. Selain melalui sosial media, promosi juga dilaksanakan secara langsung melalui word of mouth (dari mulut ke mulut).
- c. Evaluasi semua kegiatan dilakukan dengan baik, serta kinerja guru, tim tahfidz, tim gemi, dibuktikan dengan terorganisasinya kegiatan promosi program tahfidz.

Selain faktor pendukung yang terdapat di strategi promosi program unggulan tahfidz, terdapat juga faktor penghambatnya, yaitu:

- a. Perencanaan evaluasi promosi dinilai kurang karena belum spesifik menilai kegiatan promosi. Tetapi masih menilai dari kegiatan implementasi program tahfidz.
- b. Implementasi dinilai kurang karena karena dalam implementasi promosi di sosial media masih terdapat kekurangan dalam mengunggah konten dikarenakan admin sosial media yang berbeda sehingga terkadang masih ada akun

yang belum mengunggah konten karena kesibukan admin.

- c. Dalam evaluasi, semuanya berjalan dengan maksimal, hanya saja dalam evaluasi promosi program tahfidz belum diadakan evaluasi secara detail, dilakukan hanya sekilas saja.

B. Saran

Berdasarkan dengan kesimpulan diatas, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat dilakukan untuk pengembangan lebih lanjut, yaitu:

1. Studi longitudinal tentang efektivitas strategi promosi
Penelitian jangka panjang diperlukan untuk memahami dampak berkelanjutan dari strategi promosi yang diterapkan. Studi longitudinal dapat membantu mengidentifikasi tren dan perubahan dalam efektivitas promosi dari waktu ke waktu.
2. Studi kasus tentang penggunaan media sosial
Melakukan studi kasus mendalam tentang penggunaan platform media sosial misalnya Youtube, Instagram, Tiktok, dan Website untuk promosi program tahfidz. Penelitian ini dapat fokus pada

analisis konten, engagement, dan pengaruhnya terhadap Keputusan calon siswa dan orang tua.

3. Evaluasi kualitas materi promosi

Penelitian yang mengevaluasi kualitas dan desain materi promosi yang digunakan oleh lembaga pendidikan. Studi ini bisa melibatkan ahli pemasaran dan desain untuk memberikan rekomendasi tentang cara meningkatkan daya tarik visual dan informatif materi promosi.

Dengan mengimplementasikan saran-saran tersebut, diharapkan MIN 1 Kendal dapat memberikan kontribusi yang lebih mendalam dan komprehensif terhadap pengembangan strategi promosi program unggulan tahfidz, tidak hanya di MIN 1 Kendal tetapi juga di lembaga pendidikan lainnya.

C. Kata Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, penulis bisa menuntaskan tugas akhir ini. Penulis menyadari bila masih ada banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Hal tersebut semata-mata bukan sebab kesengajaan, namun terbatasnya kemampuan yang penulis miliki. Maka, penulis memohon

kritik serta saran yang membangun bagi perbaikan hasil tugas akhir.

Penulis sangat berterimakasih bagi seluruh pihak yang sudah membantu, mendoakan, dan membimbing di setiap penyusunan tugas akhir. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, Said Abdul, *Nikmatnya Membaca Al-Qur'an* (Solo: Aqwam, 2013)
- Anwar, Muhammad, *Filsafat Pendidikan* (Jakarta: KENCANA, 2015)
- Bhinnety, Magda, 'Struktur Dan Proses Memori', *Jurnal Buletin Psikologi*, 16.2
- Boone, Louis E., and David L. Kurtz, *Pengantar Bisnis: Jilid Ke-1, Terjemahan Anwar Fedriansyah* (Erlangga, 2002)
- Cummins, Julian, *Promosi Penjualan* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1991)
- Fahrurrozi, 'Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam', *Jurnal Pemikiran, Riset Dan Pengembangan Pendidikan Islam*, 2 (2012)
- Fatah, Nanang, *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan* (Jakarta: Pustaka, 2012)
- Hadi, Sutrisno, *Metode Penelitian Jilid 1* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prentice Hall,

1997)

Langgulung, Hasan, *Strategi Pendidikan* (Bandung: Pustaka, 2009)

Muadin, Akhmad, 'Manajemen Pemasaran Pendidikan Pondok Pesantren Tahfidz Qur'an', *Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam*, 5.2 (2017), 293–308
<<https://doi.org/10.21274/taalum.2017.5.2.293-308>>

Mulyasa, El, *Strategi Kependidikan* (Jakarta: Pustaka, 2006)

Munandar, Utami, *Manajemen Strategi Pendidikan* (Jakarta: Rosdakarya, 2013)

Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur, Strategi, an Untuk Meningkatkan, Sita Nurazizah, and Anis Zohriah, 'Strategi Pemasaran Pendidikan Program Tahfidz Qur'an Untuk Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Di PPTQ Ibnu Abbas Serang', *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2023), 2053–66 <<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5018>>

Rasmani, Upik Elok Endang, Siti Wahyuningsih, Novita Eka Nurjanah, Jumiarmoko Jumiarmoko, Nurul Shofiatin Zuhro, Anjar Fitrianingtyas, and others, 'Manajemen Promosi Lembaga PAUD Di Era Revolusi Industri 5.0',

- Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6.6 (2022), 6443–49
<<https://doi.org/10.31004/obsesi.v6i6.3479>>
- Riyadh, Sa’ad, *Anakku Cintailah Al-Qur’an* (Jakarta: Gema Insani, 2009)
- Rois, Muhamad, *Manajemen Sekolah* (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Saladin, Djaslim, *Unsur-Unsur Inti Pemasaran Dan Manajemen Pemasaran* (Bandung: Mandar Maju, 1991)
- Satori, Djam’an, and Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Shimp, Terence A., *Periklanan Promosi* (Erlangga, 2002)
- Siyoto, Sandu, and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015)
- Solechan, Solechan, and Naila Afifah, ‘Strategi Manajemen Pemasaran Unggul Jasa Pendidikan Di SMP Islam Terpadu Ar Ruhul Jadid Jombang’, *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 11.2 (2022), 129–44
<<https://doi.org/10.54437/urwatulwutsqo.v11i2.599>>

- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2013)
- , *Metode Penelitian Pendidikan*, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Swastha, Basu, and Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 2nd edn (Yogyakarta: Liberty, 1999)
- Tejakusuma, Anton, *Mega Super Salesmen* (Jakarta: New Diglossia, 2010)
- Ulwan, Abdullah Nasih, *Ensiklopedia Pendidikan Akhlak Mulia Panduan Mendidik Anak Menurut Metode Islam Jil. 9* (Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadii, 2006)
- Umar, ‘Implementasi Pembelajaran Tahfidz Al-Qur’an Di SMP Lukman Hakim’, *Jurnal Pendidikan Islam*, 6.1 (2017)
- Wardhana, Wisnu Arya, *Al-Qur’an Dan Energi Nuklir* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004)
- Wiyani, Novan Ardy, *Pendidiksn Karakter Berbasis Iman Dan Taqwa* (Yogyakarta: Teras, 2012)
- Yuliana Rahman, Eka, and Dkk, *Manajemen Pendidikan* (Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia, 2023)

LAMPIRAN

Lampiran 1: Transkrip Wawancara Penelitian

Transkrip Wawancara Kepala Madrasah

Nama : Bapak Subiyono, S.Ag, M.Pd.I

Hari/Tanggal : Rabu, 22 Mei 2024

Tempat : Ruang Kepala Madrasah

No	Pewawancara	Responden
1.	Apa latar belakang penerapan program unggulan tahfidz di MIN 1 Kendal?	Adanya KMA Nomor 183-184 menyebutkan setiap madrasah harus memiliki keunggulan lokal. Berdasarkan kajian, rapat komite dan stakeholder maka dipilih tahfidz.
2.	Apa tujuan utama dari program tahfidz?	Anak-anak memperoleh ilmu sesuai kurikulum dinas dan kemenag dan ada nilai plus yang ditarget adalah hafal juz amma dan tiga surat pilihan.
3.	Strategi apa saja yang digunakan oleh MIN 1 Kendal dalam mempromosikan program tahfidz?	Promosi sesuai era yaitu sosial media youtube, website, Instagram, tiktok, kegiatan PKP, dan setiap acara besar ada tahfidz.
4.	Bagaimana cara MIN 1 Kendal memilih media	Memilih media promosi sosial media karena mudah

	promosi yang tepat untuk program ini?	dijangkau dan subscribe di youtube sudah banyak
5.	Apakah ada kerjasama dengan pihak luar dalam mempromosikan program tahfidz ini?	Ada, madrasah dalam hal ini melakukan kerjasama dengan dua lembaga yaitu lembaga FUSPAQ (Forum Ukhuwah dan Silaturahmi Pengajar Al-Qur'an) dan Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Ash-Shiddiqie. Lembaga FUSPAQ ini membantu mengajar mengaji anak-anak kelas I-III. Sedangkan PPTQ Ash-Shiddiqie membantu menguji secara langsung program tahfidz takhasus.
6.	Bagaimana program tahfidz diimplementasikan?	Penerapan program ini berbeda-beda setiap tingkatan kelasnya karena memiliki capaian yang berbeda, semisal kelas 1 surat al fatihah-al lahab, kelas 5 semester 1 khatam juz amma, dan kelas 6 surat pilihan seperti al mulk dan al waqiah.
7.	Apa saja tantangan yang dihadapi selama proses proses implementasi program tahfidz dan cara mengatasinya?	Kemampuan anak membaca berbeda-beda ada yang sudah, setengah, belum lancar, hal ini mempengaruhi pelaksanaan program tahfidz, keterbatasan waktu juga mempengaruhi karena jika

		anak sudah ikut TPQ dan mengaji di rumah bisa terpenuhi kebutuhan mengajinya sehingga waktu di madrasah cukup untuk setoran.
8.	Apa dampak dari program promosi ini terhadap jumlah pendaftar atau minat masyarakat?	Mengalami peningkatan, saat tahun pelajaran 2023/2024 terdapat 5-10 calon peserta didik yang tertolak. Sedangkan tahun pelajaran 2024/2025 terdapat ini ada 180 pendaftar dan yang diterima sebanyak 160 jadi hampir satu kelas yang ditolak.

Transkrip Wawancara Koordinator Humas dan Keagamaan

Nama : Bapak Nur Ikhsan, S.Pd.I

Hari/Tanggal : Jumat, 07 Juni 2024

Tempat : Ruang kelas III C

No	Pewawancara	Responden
1.	Apa peran dan tanggung jawab anda sebagai koordinator bidang humas dan keagamaan?	Segala informasi resmi/tidak resmi yang berkaitan dengan madrasah menjadi tanggung jawab humas. Terkait tugasnya mengumpulkan paguyuban kelas dan menyampaikannya humas. Semua kegiatan yang mempublish pihak humas.
2.	Bagaimana peran humas pada pengelolaan program tahfidz?	Humas dan koordinator bidang kurikulum membuat materi tahfidz dari kelas 1-VI, humas berkolaborasi dengan guru mengaji sebelum mengaji anak-anak murojaah materinya terlebih dahulu, terdapat jam mengaji dan tahfidz tersendiri.
3.	Strategi apa saja yang digunakan oleh MIN 1 Kendal dalam mempromosikan program tahfidz?	(1) Kerjasama dengan tim korbid kurikulum dan kesiswaan membuat branding sekolah diantaranya madrasah digital, aransi, tahfidz, adiwiyata. (2) Event yang menampilkan tahfidz

		dari anak-anak, (3) promosi dengan tim media Gemi.
4.	Apakah tantangan yang dihadapi dalam mempromosikan program tahfidz?	Anak-anak yang hidup diperkotaan masih 0 dalam baca Al-Qur'an, anak-anak dirumah tidak TPQ dan mengaji.
5.	Apa dampak program tahfidz dalam jumlah pendaftar atau minat masyarakat dalam program tahfidz?	PPDB dibuka satu minggu dengan kuota lima kelas ada 28 anak sudah ditutup bahkan lebih sampai ada yang tertolak, tetapi hal ini bukan hanya dampak dari program tahfidz saja.
6.	Apa rencana untuk meningkatkan atau memperbaiki strategi promosi program tahfidz di masa depan?	Menguatkan lagi sinergi dengan guru TPQ yang mengajar di pagi hari lebih meningkatkan cara mengajar agar menjadikan anak-anak cinta Al-Qur'an, menyarankan pada orang tua untuk maghrib mengaji dengan ustadz maupun sendiri.

Transkrip Wawancara Koordinator Bidang Kurikulum

Nama : Bapak Mustofa, S.Pd.I

Hari/tanggal : 25 Mei 2024

Tempat : Ruang kelas IV D

No	Pewawancara	Responden
1.	Bagaimana peran dan tanggung jawab anda sebagai koordinator bidang kurikulum?	Peran dan tanggung jawab saya yaitu menjalankan kegiatan-kegiatan penting dibawah instruksi bapak kepala madrasah. Kegiatan apa saja yang berkaitan dengan kurikulum menjadi tanggung jawab koordinator bidang kurikulum.
2.	Bagaimana program tahfidz di integrasikan ke dalam kurikulum madrasah?	Program tahfidz ini terdapat 2 kategori yaitu program unggulan tahfidz khusus yang tidak terjadwal, sebelumnya hanya kegiatan ko-kurikuler dan sekarang dimasukan pebiasaan. Yang kedua ada tahfidz reguler (umum) yang dimasukan ke muatan lokal pada tahun pelajaran 2022/2023.
3.	Bagaimana anda memastikan bahwa program tahfidz yang dipromosikan sesuai dengan standar pendidikan dan	Melalui pantauan supervisi pembelajaran (masuk kelas), setiap hari jumat menampilkan anak di PKP dari ini bisa memantau capaian dari pembelajaran di

	kurikulum yang berlaku?	kelas, event-event yang ada di masyarakat, dan capaian nilai.
4.	Apa saja tantangan yang dihadapi dalam implementasikan program tahfidz terkait kurikulum?	Tantangannya ada dalam diri siswa sendiri karena kurangnya minat dan motivasi sehingga dalam pembelajaran masih terdapat anak yang belum lancar membaca maupun menghafal, selain itu manajemen waktu dalam penerapan pembelajaran sangat terbatas karena hanya dua jam pelajaran.
5.	Apa dampak program tahfidz terhadap prestasi akademik siswa?	Prestasi dalam hal ini, masih dikatakan belum ke ranah kabupaten karena beberapa perlombaan hanya menang pada tingkat kecamatan saja.

Transkrip Wawancara Koordinator Bidang Tahfidz

Nama : Sukri, S.Pd.I

Hari/Tanggal : 03 Juni 2024

Tempat : Musholla

No	Pewawancara	Responden
1.	Jelaskan peran dan tanggung jawab!	Peran dan tanggung jawab saya adalah membuat program kegiatan yang akan dilaksanakan dari rutinitas mingguan sampai ujian tasmi'
2.	Apa latar belakang dan tujuan utama program unggulan tahfidz?	Membibit anak-anak untuk cinta Al-Qur'an sampai khatam juz 30, tujuannya tidak untuk kebangga (pamer) tetapi agar alumni MIN 1 Kendal dapat meneruskan ke jenjang yang lebih tinggi lagi.
3.	Strategi apa yang digunakan MIN 1 Kendal dalam mempromosikan program unggulan tahfidz ini?	Setiap PPDB sudah ada brosur yang berisi program tahfidz juga, melalui kegiatan-kegiatan yang ditampilkan di acara-acara besar madrasah.
4.	Apa dampak dari program tahfidz ini terhadap karakter siswa di madrasah?	Akhak anak-anak lebih Islami, setiap tahun anak dapat melanjutkan ke sekolah yang lebih tinggi yang terdapat program tahfidz.

5.	Apa rencana anda untuk meningkatkan atau memperbaiki strategi promosi program tahfidz di masa depan	Dalam segi pengajar berencana melakukan studi banding dengan sekolah-sekolah lain yang mempunyai program tahfidz seperti sekolah di banjarnegara, promosi program tahfidz lebih ditekankan melalui jargon, dan tim tahfidz maupun tim media akan lebih intens upload di sosial media.
----	---	---

Lampiran 2: Dokumentasi



Wawancara dengan Bapak Kepala Madrasah



Wawancara dengan Koordinator Bidang Tahfidz



Wawancara dengan
Koordinator Bidang Humas
dan Keagamaan



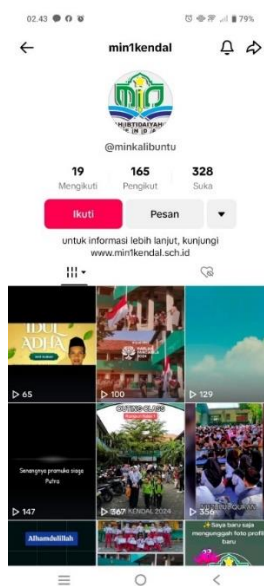
Wawancara dengan
Koordinator Bidang
Kesiswaan



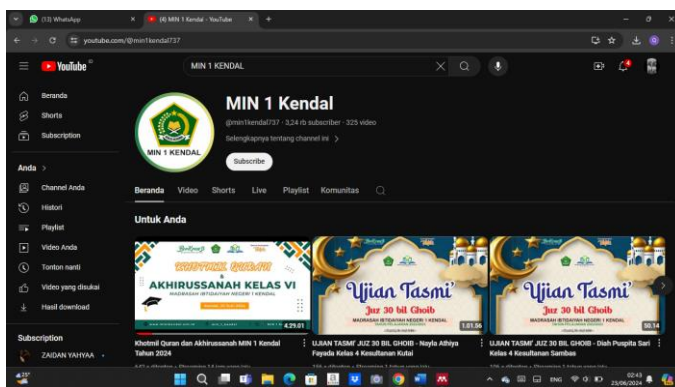
Kegiatan Pembiasaan Karakter Pancasila (PKP)



Tampilan Platform
Instagram MIN 1 Kendal



Tampilan Platform Tiktok
MIN 1 Kendal



Tampilan Platform Youtube MIN 1 Kendal

Lampiran 3: Penunjukan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295 Fax. 7615387, Semarang 50185

Nomor : B- /Un.10.3/D3/PP.00.05/10/2023

Semarang, 06 Oktober 2023

Lamp : -

Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth

Syaiful Bakhri, M.MSI.

Assalamualaikum Wr. Wb.

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul skripsi mahasiswa:

Nama : Qorina Alfada Nur Astuti

NIM : 2003036039

Judul : ***Strategi Mempromosikan Program Unggulan Tahfidz di MIN 1 Kendal***

Dan menunjuk :

1. Pembimbing : Syaiful Bakhri, M.MSI.

Demikian penunjukan pembimbing skripsi ini disampaikan dan atas kerjasama yang diberikan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan,
Ketua Jurusan MPI

Ertokroji, M. Pd.

NIP: 197704152007011032

Tembusan disampaikan kepada Yth:

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 4: Surat Mohon Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Km 2 (024) 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185
Website: <http://fitk.walisongo.ac.id>

Nomor : 1684/Un.10.3/D1/TA.00.01/05/2024

Semarang, 20 Mei 2024

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n. : Qorina Alfada Nur Astuti

NIM : 2003036039

Yth.

Kepala Madrasah di MIN 1 Kendal

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Qorina Alfada Nur Astuti

NIM : 2003036039

Alamat : Ds. Godong, Kec. Godong, Kab. Grobogan

Judul skripsi : **STRATEGI MANAJEMEN PROMOSI MELALUI PROGRAM
UNGGULAN TAHFIDZ DI MIN 1 KENDAL**

Pembimbing :

1. Syaiful Bakhri, M.MSI.

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan diberikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama 7 hari, mulai tanggal 21 Mei 2024.

Demikian atas perhatian dan terakabulnya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr.Wb.

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Tembusan :

Dekan FITK UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 5: Surat Keterangan Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN KENDAL MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 1 KENDAL NPSN : 60713098 NSM : 111133240001 Jalan Pahlawan I Km. I Kendal 51318 Telp. (0294) 381106 Email : admin.111133240001@madrasah1kemenag.go.id Website : www.min1kendal.sch.id	
---	---	---

SURAT KETERANGAN RISET
Nomor : 413 /Mi.11.93/PP.00.4/6/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. Subiyono, S.Ag, M.Pd.I
NIP : 197411112001121002
Jabatan : Kepala MIN 1 Kendal

Menerangkan bahwa :

Nama : QORINA ALFADA NUR ASTUTI
NIM : 2003036039
Asal Kampus : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Bahwa yang bersangkutan di atas adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan Nomor surat :1684/Un.10.3/D1/TA.00.01/05/2024 dengan Judul : " STRATEGI MANAJEMEN PROMOSI MELALUI PROGRAM UNGGULAN TAHFIDZ DI MIN 1 KENDAL" telah selesai melakukan riset di MIN 1 Kendal.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya dan selanjutnya dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Kendal, 7 Juni 2024
Kepala Madrasah,

Subiyono

Lampiran 6: Nilai Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Telp. 024-7601295
Fax. 024-721537 Semarang 50185

Hal : Nilai Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan
Keguruan UIN Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Kami beritahukan bahwa setelah membimbing skripsi Saudara :

Nama : Qorina Alfada Nur Astuti
NIM : 2003036039
Judul : Strategi Manajemen Promosi Program Unggulan Tahfidz di Madrasah
Ibtidaiyah Negeri 1 Kendal

Maka nilai naskah skripsinya adalah :

Catatan khusus pembimbing : *BS*

Dapat di lanjut ke tahap berikutnya

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Pembimbing

Syaiful Bakhril, M. MSI

NIP. 198810302019031011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Qorina Alfada Nur Astuti
2. Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 04 Februari 2002
3. Alamat : Desa Godong RT 03 / RW 03
Kecamatan Godong, Kabupaten Grobogan
4. No. Hp : 085727432049
5. E-mail : qorinaalfada30@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Yatpi Godong
2. SD N 4 Godong
3. SMP N 1 Godong
4. MA N 1 Grobogan
5. UIN Walisongo Semarang

C. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen
Pendidikan Islam

Semarang, 16 Juni 2023

Qorina Alfada Nur Astuti

NIM: 2003036039