

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori dan Kerangka Pikir

1. Kajian Teori

a. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” diambil dari kata *stratos* yang berarti militer dan *Ag* yang berarti memimpin. Pada mulanya istilah strategi digunakan dalam dunia militer yang diartikan sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan. Jadi strategi dalam konteks awalnya ini diartikan sebagai *general ship* yang artinya sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal dalam membuat rencana untuk menaklukkan musuh dan memenangkan perang.⁸ Strategi adalah keseluruhan kepuasan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan guna mencapai tujuan.⁹

Secara harfiah, kata strategi dapat diartikan sebagai “seni (*art*) melaksanakan *stratagem* yakni siasat atau rencana”.¹⁰ Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi misinya. Artinya, bahwa para manajer memainkan peranan penting yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang

⁸ Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), h. 8

⁹ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi* (Bandung: Armilo, 1984), h. 59

¹⁰ Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), edisi revisi, h. 214

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan dengan diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹¹ Strategi juga merupakan rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan atau lembaga dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari lembaga dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Strategi dapat dipahami sebagai suatu rencana yang cermat tentang cara-cara pendayagunaan dan penggunaan sumber daya yang ada untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam menapai sasaran tertentu. Efektifitas dan efisiensi sebuah strategi tersebut berkaitan dengan kegiatan usaha dan hasil usaha tersebut. Didalam dunia bisnis, strategi sering digunakan untuk menunjuk pada tingkatan khusus yang dipakai oleh seorang manajer guna mengimbangi tindakan potensial para pesaingnya.

¹¹ Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2007), h. 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut pendapat lain, strategi adalah penentuan tujuan utama dalam berjangka panjang dan sasaran dari suatu perusahaan atau organisasi serta pemilihan cara-cara bertindak dan menganaliskasikan sumber daya yang diperlukan untuk mewujudkan tujuan tersebut.¹² strategi juga diartikan program yang luas untuk mencapai tujuan organisasi. maksudnya adalah bagaimana cara melaksanakan misi dari suatu organisasi. Dan kata program berarti peranan yang aktif, sadar, dan rasional yang dilakukan oleh para manjer dalam merumuskan strategi organisasi.¹³

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara untuk mencapai suatu tujuan dengan perencanaan dan sumber daya yang sifatnya menyeluruh dan terintegrasi dengan sasaran-sasaran yang ditetapkan dalam menghadapi persoalan, peluang, dan ancaman dari dalam ataupun dari luar sebuah lembaga atau organisasi.

1) Strategi Sekolah Dalam Upaya Menarik Minat Masyarakat

Minat merupakan masalah yang paling penting dalam pendidikan. Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju kesesuatu yang telah menarik minatnya. Minat merupakan sumber motivasi yang

¹² A.M. Kardiman, *Pengantar Ilmu Manajemen* (Jakarta: PT. Pronhalindo), h. 58

¹³ Zasri M. Ali, *Dasar-Dasar Manajemen* (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.¹⁴ Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari obyek.¹⁵

Sedangkan masyarakat sebenarnya memiliki sejarah bahasa yang panjang. Ia berasal dari bahasa Arab, *masyarah* yang kemudian dalam dialek Persia yang terkenal akan peradabannya itu menjadi *masyarah* yang artinya berkumpul atau kumpulan orang-orang.¹⁶ Menurut Prof. Dr. Koentjaraningrat, masyarakat adalah kesatuan hidup manusia yang saling berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinue dan terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Sedangkan menurut Hassan Shadily mengatakan bahwa masyarakat dapat didefinisikan sebagai golongan besar atau

¹⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 744.

¹⁵ Abdul Rahman Saleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 263.

¹⁶ Abdulsyani. *Sosiologi Skematika, Teori, dan Terapan*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2007), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecil dari beberapa manusia, yang dengan atau sendirinya bertalian secara golongan dan mempunyai pengaruh kebatinan satu sama lain.

Denga demikian dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat adalah kekuatan pendorong yang ada didalam diri masyarakat dengan menaruh perhatian pada objek atau aktifitas tertentu yang disukai. Adapun usaha yang dapat dilakukan sekolah dalam menarik minat masyarakat (siswa dan orang tua), antara lain:

a. Sosialisasi

Menurut David A. Goslin, sosialisasi adalah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan keterampilan, nilai-nilai dan norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat.¹⁷ Melihat dari pendapat David tersebut, sosialisasi dapat disimpulkan suatu proses bagaimana seorang individu belajar menghayati berbagai macam nilai, norma, sikap dan pola perilaku dalam masyarakat sehingga ia dapat menjadi anggota masyarakat tersebut.

Di dalam sosialisasi terdapat saling pengaruh antara individu beserta potensi kemanusiaannya dengan masyarakat beserta kebudayaannya. Berdasarkan bentuknya, sosialisasi terbagi menjadi 2 (dua) bentuk, yaitu:

¹⁷ Ihrom, *Sosiologi Keluarga* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), h. 30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Sosialisasi Primer

Dalam sosialisasi primer ini dimana pada tahap-tahap awal kehidupan seseorang sebagai manusia belajar menjadi anggota masyarakat.

2. Sosialisasi Sekunder

Proses sosialisasi lanjutan setelah sosialisasi primer yang memperkenalkan individu ke dalam kelompok tertentu dalam masyarakat. Didalam sosialisasi sekunder inilah seseorang akan mengenal orang banyak, suatu kelompok termasuk lembaga pendidikan.

Sosialisasi atau pengenalan sekolah kepada calon siswa atau masyarakat dapat dilakukan dengan kegiatan diantaranya:

1) Seminar

Pengadaan seminar kepada masyarakat atau calon siswa bisa menjadi salah satu cara sosialisasi yang dapat dilakukan oleh sekolah. Salah satu contoh dalam acara seminar yang diadakan disekolah secara tidak langsung peserta seminar atau masyarakat melihat dan mengetahui keadaan sekolah seperti fasilitas sekolah.

2) Penyuluhan

Penyuluhan sekolah kepada masyarakat bisa memberikan persepsi dan kesan yang positif tentang latar belakang tempat atau asal seseorang atau lembaga tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) Mengunjungi sekolah

Kunjungan sekolah merupakan proses sosialisasi sekolah yang secara tidak langsung bekerja sama dengan sekolah yang nanti para siswanya menjadi calon siswa. Dalam tahap ini, calon siswa yang ada di suatu lembaga pendidikan akan menemui secara langsung dan diberikan pengenalan baik keunggulan atau fasilitas jika melanjutkan kesekolah tersebut.

4) Kunjungan kerumah calon siswa

Proses sosialisasi ini yaitu orang tertentu atau pilihan dari sekolah secara langsung menemui calon siswa kerumahnya. Calon siswa akan diajak berbicara seputar tentang sekolah dan apa saja yang akan didapat jika bersekolah di sekolah tersebut

b. Promosi

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan serta meningkatkan kualitas penjualan untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan termasuk dibidang pendidikan.

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah

promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen.

Perusahaan dewasa ini menganggap bahwa promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil penjualan dan keuntungan yang maksimal.

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau meningkatkan minat orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga. Promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut.¹⁸

Sedangkan pendapat lain, promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.¹⁹

Strategi promosi adalah tindakan perencanaan, implementasi, dan pengendalian, komunikasi dari organisasi kepada pelanggan dan audiens sasaran lainnya. Strategi promosi mengkombinasikan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat (publisitas) dan pemasaran langsung dalam suatu program dan koordinasi untuk berkomunikasi dengan pembeli dan pihak lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian atau dikenal dengan *promotion mix* (bauran promosi).²⁰ Adapun bauran promosi tersebut, yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*)

Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor

¹⁸Djalim Saladin dan Yevis Marty Oesman, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran* (Bandung: Linda Karya, 2002), h. 123

¹⁹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 179

²⁰Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan* (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.150

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertentu yang bersifat nonpersonal dalam rangka untuk menarik calon konsumen guna melakukan pembelian, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dari perusahaan yang bersangkutan.

2. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasi penjualan. *Personal selling* dapat juga diartikan sebagai hubungan antara dua orang atau lebih secara bertatap muka untuk meimbulkan hubungan timbal-balik dalam rangka membuat, mengubah, menggunakan, dan atau membina hubungan komunikasi antara produsen dengan konsumen.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotoni*)

Promosi penjualan merupakan segala kegiatan pemasaran selain personl selling, advertensi dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi, dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur arau kontinyu. Sebagai contoh gratis atau demonstrasi, perlombaan, dan kemasan khusus.

Gratis atau demonstrasi dalam perikalan disebut dengan premium yang meruapakan sebuah benda yang ditawarkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gratis atau dengan harga miring untuk mendorong konsumen membeli sebuah produk yang diiklankan.²¹ Promosi mengacu pada setiap insentif yang digunakan oleh produsen untuk memicu transaksi pada konsumen untuk membeli suatu merek serta mendorong tenaga penjual untuk agresif menjualnya.²²

4. Diferensiasi

Adalah strategi memberikan penawaran yang berbeda dibandingkan penawaran yang diberikan oleh kompetitor. Strategi *diferensiasi* mengisyaratkan perusahaan mempunyai jasa atau produk yang mempunyai kualitas ataupun fungsi yang bisa membedakan dirinya dengan pesaing. Strategi *diferensiasi* dilakukan dengan menciptakan persepsi terhadap nilai tertentu pada konsumennya. Misalnya: persepsi mengenai keunggulan kerja, inovasi produk, pelayanan yang lebih baik, brand *image* yang lebih unggul, dan lain-lain.

5. Keunggulan biaya (*low cost*)

Adalah strategi mengefisienkan seluruh biaya produksi sehingga menghasilkan produk atau jasa yang bisa dijual lebih murah dibandingkan pesaing. Strategi harga murah ini fokusnya pada harga, jadi biasanya produsen tidak terlalu peduli dengan berbagai faktor pendukung dari produk ataupun

²¹*Ibid.* h. 342

²²Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi* (Jakarta: Erlangga, 2004), edisi kelima, h. 111

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga yang penting bisa menjual produk atau jasa dengan harga murah kepada konsumen

Adapun alat atau media yang digunakan dalam bauran promosi, lihat pada tabel dibawah ini:

Tabel II. 1
Media Atau Alat Yang Bisa Digunakan Dalam Bauran Promosi

Iklan	Promosi Penjualan	Publik Relation	Personal Selling	Direct Marketing
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Iklan cetak dan siaran ▪ Packaging outer ▪ Packaging inserts ▪ Film ▪ Brosur ▪ Poster dan selebaran ▪ Direktori ▪ Cetak ulang iklan ▪ Billboard ▪ Display signs ▪ Point of purchased displays ▪ Bahan audio visual ▪ Simbol dan logo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontes, permainan, undian, lotre ▪ Premium dan hadiah ▪ Produk sampel ▪ Pasar malam, pameran dagang ▪ Pameran ▪ Demonstrasi ▪ Pemberian ▪ Kupon ▪ Potongan rabat/ tawaran ▪ Pengembalian uang ▪ Pendanaan dengan bunga rendah ▪ Hiburan ▪ Kelonggaran tukar tambah ▪ Trading stamps ▪ Tie-ins ▪ Price packs ▪ Free in the mall premium ▪ Hadiah bagilanggan ▪ Coba gratis ▪ Jaminan produk ▪ Promosi silang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kotak pers ▪ Pidato ▪ Seminar ▪ Laporan tahunan ▪ Donasi/ sumbangan ▪ Sponsor ▪ Publikasi ▪ Humas ▪ Lobbying ▪ Media identitas ▪ Majalah perusahaan ▪ Peringatan peristiwa tertentu ▪ Berita ▪ Aktivitas layanan masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentasi penjualan ▪ Pertemuan penjualan ▪ Program insentif ▪ Contoh/ sampel dan pameran dagang 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Katalog ▪ Surat ▪ Telemarketing ▪ Electronic shopping ▪ Kios shopping ▪ TV direct respons ▪ Radio, majalah dan surat kabar

Sumber: Fandy Tjiptono

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Event

Event saat ini tidak asing lagi bagi kita. Semua orang pasti pernah menyelenggarakan sebuah *event* atau sekedar menjadi tamu undangan dalam *event*. Contohnya seperti *event* pernikahan, pesta ulang tahun, *aqiqah*, ataupun perayaan keagamaan yang bersifat pribadi, dan sebagainya.

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.²³

Adapun definisi *event* sebagai berikut: “*Events are transient, and every event is a unique blending of its duration, setting, management, and people.*” *Event* adalah fana, tidak abadi, dan setiap *event* merupakan suatu campuran unik dari durasi, pengaturan, pengurus dan orang-orangnya.²⁴ *Event* dibedakan menjadi *public event* dan *private event*. Yang termasuk dalam *public event* adalah perayaan budaya, seni atau hiburan, bisnis atau perdagangan, kompetisi olahraga, pendidikan dan ilmu pengetahuan, rekreasi, serta politik atau kenegaraan. Sedangkan *private event* meliputi perayaan pribadi seperti peringatan hari jadi

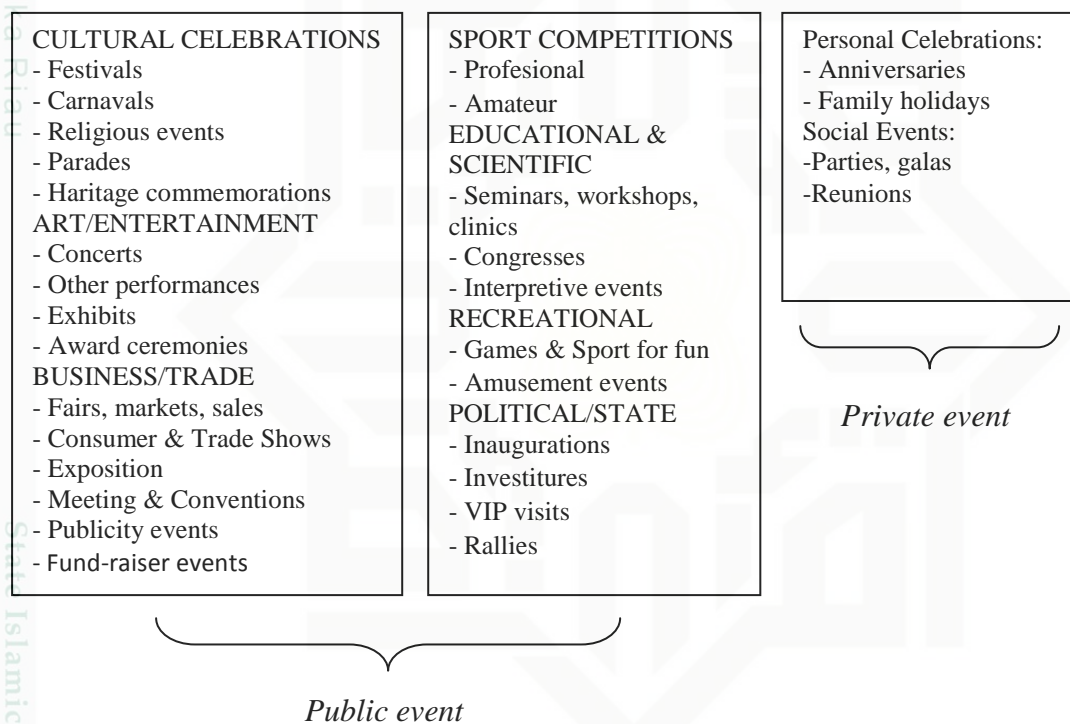
²³ Any Noor, *Manajemen Event* (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 7

²⁴ Donald Getz, *Event Studies* (Francis: Taylor, 1997), h. 4

atau anniversaries, liburan keluarga, pesta pernikahan, dan pesta ulang tahun, serta *event-event* sosial seperti pesta-pesta, gala, dan acara reuni.²⁵ *Typology of planned event* menurut Getz dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar II. 1

Typology Of Planned Event



Sumber: Getz, *Event Stidies*, h. 7

Event sering dikaitkan sebagai suatu kegiatan humas (*public relation*) yang tujuannya untuk untuk menciptakan citra (*image*) yang positif dimata masyarakat. Ada beberapa *Events* (acara/peristiwa) yang dikenal dalam aktivitas kehumasan, diantaranya:

²⁵*Ibid.* h. 7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. *Calendar of events*, yaitu acara rutin (*regular events*) yang dilaksanakan pada hari, bulan, tahun tertentu secara periodik, dan berulang-ulang (rutin) diselenggarakan sepanjang tahun kalender.
2. *Momentum events*, yaitu acara yang sifatnya khusus yang dilaksanakan pada momen-momen tertentu di luar acara rutin tersebut. Misalnya, peluncuran produk barang/jasa pelayanan tertentu, pembukaan kantor baru, ulang tahun perusahaan, dan sebagainya, yang dianggap sebagai momen oleh pihak lembaga atau Humas untuk mengadakan suatu acara istimewa, yang perlu diperingatkan dan dipublikasikan.
3. *Special Event*, yaitu acara khusus yang dianggap istimewa, yang terdiri dari:
 - a. Acara peresmian, contohnya: *grand opening*
 - b. Acara peringatan, contohnya: ulang tahun perusahaan
 - c. Acara yang bersifat komersial dan nonkomersial. Komersial meliputi peluncuran produk baru, sedangkan non komersial seperti *event* kepedulian sosial.²⁶

d. Sarana dan Prasarana Pendidikan

Sarana dan prasarana sangat penting dalam dunia pendidikan karena sebagai alat penggerak suatu pendidikan. Sarana dan prasarana pendidikan dapat berguna untuk menunjang

²⁶ Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis* (Bandung : Widjaya Padjajaran, 2009), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penyelenggaraan proses belajar mengajar, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu lembaga dalam rangka mencapai tujuan pendidikan. Prasarana dan sarana pendidikan adalah salah satu sumber daya yang menjadi tolok ukur mutu sekolah dan perlu peningkatan terus menerus seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang cukup canggih.

Menurut Ibrahim Bafadal, sarana pendidikan adalah semua perangkat peralatan, bahan dan perabot yang secara langsung digunakan dalam proses pendidikan di sekolah. Pendapat lain mengatakan sarana pendidikan adalah segala fasilitas yang diperlukan dalam proses pembelajaran, yang dapat meliputi barang bergerak maupun barang tidak bergerak agar tujuan pendidikan tercapai.²⁷ Pendapat lain sarana pendidikan adalah peralatan dan perlengkapan yang secara langsung dipergunakan dan menunjang proses pendidikan, khususnya proses belajar mengajar, seperti gedung, ruang kelas, meja, kursi, serta alat-alat dan media pengajaran.²⁸

Sedangkan prasarana pendidikan merupakan semua komponen yang secara tidak langsung menunjang jalannya proses belajar mengajar di sekolah. Sebagai contoh: jalan menuju

²⁷ Ibrahim Bafadal, *Manajemen Peningkatan Mutu Sekolah Dasar* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 2

²⁸ E Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekolah, halaman sekolah, tata tertib sekolah dan sebagainya. Menurut Tholib Kasan prasarana secara etimologi (arti kata) berarti alat tidak langsung untuk mencapai tujuan. Prasarana pendidikan misalnya lokasi/tempat, bangunan sekolah, lapangan olah raga dan sebagainya.²⁹

Adapun menurut pendapat lain, prasarana pendidikan adalah fasilitas yang secara tidak langsung menunjang jalannya proses pendidikan atau pengajaran, seperti halaman, kebun, taman sekolah, jalan menuju sekolah, tetapi jika dimanfaatkan secara langsung untuk proses belajar mengajar, seperti taman sekolah untuk pengajaran biologi, halaman sekolah sekaligus lapangan olah raga, komponen tersebut merupakan sarana pendidikan.³⁰ Prasarana pendidikan adalah semua perangkat kelengkapan dasar yang secara tidak langsung menunjang pelaksanaan proses pendidikan di sekolah.

Sarana dan prasarana memang merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang prestasi dalam sebuah lembaga pendidikan, seperti salah satunya banyaknya peminat dan keinginan siswa untuk masuk ke sekolah yang mempunyai sarana dan prasarana yang lengkap dan modern.

²⁹ Tholib Kasan, *Teori dan Aplikasi Administrasi Pendidikan* (Jakarta: Studia Press, 2000), h. 91

³⁰ *Op. cit.* E Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, h. 50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pondok pesantren berasal dari bahasa Arab, *Funduq* yang berarti pesangrahan atau penginapan bagi orang yang bepergian.³¹ Kata pesanten berasal dari kata pe-santri-an, yang berasal dari akar kata “Santri” yang mendapat awalan pe dan akhiran an. Kata santri bersal dari bahasa Tamil yang berarti guru ngaji.³²

Istilah pondok dalam kamus bahasa Indonesia adalah rumah untuk sementara waktu, seperti didirikan diladang, dihutan. Dikatakan pondok karena merupakan rumah yang kurang baik biasanya ber dinding bilik atau madrasah dan asrama tempat mengaji belajar agama Islam.³³ Sedangkan Mastuhu mendefenisikan pesantren adalah lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agama Islam dengan menekan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.³⁴

Pesantren adalah gabungan kata “*Sant* (manusia baik)” dihubungkan dengan suku kata “*Tra* (suka menolong)”, sehingga kata pesantren berarti tempat pendidikan manusia baik-baik.³⁵

Secara garis besar, pondok pesantren adalah lembaga atau tempat pendidikan dan pengajaran agama Islam yang mempunyai tujuan untuk

³¹ Karel A. Stembring, *Pesantren Madrasah Sekolah* (Jakarta: LP3ES, 1986), h. 21

³² Dewan Redaksi Ensiklopedia Islam, *Ensiklopedia Islam* (Jakarta: PT Ikhtiar Baru Van Heave, 1984), h. 99

³³ Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Modern* (Jakarta: Pustaka Amani), h. 321

³⁴ Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren* (Jakarta: INIS, 1996), h. 6

³⁵ Manfred Ziemek, *Pesantren Dalam Perubahan Sosial* (Jakarta: P3M, 1986), cet. Ke-1, h. 99

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melestarikan dan mengembangkan ajaran Islam. Dalam perkembangan pondok pesantren, pesantren tidak mudah terpengaruh oleh arus budaya. Bahkan karena menyadari arus itulah yang menyebabkan pihak luar justru melihat keunikan dari pesantren sebagai wilayah sosial yang netral.³⁶

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pondok pesantren adalah tempat para santri mempelajari, memahami, dan menghayati ilmu-ilmu agama yang diajari oleh seorang guru kemudian mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari.

2. Fungsi Pesantren

Suatu organisasi atau lembaga pasti mempunyai fungsi tersendiri, karena fungsi akan memberikan kegunaan yang dapat membantu menjalankan organisasi. Fungsi pesantren tidak hanya sebagai lembaga pendidikan saja, akan tetapi pondok pesantren adalah lembaga sosial dan penyiara agama.

Sebagai lembaga sosial, pesantren menampung anak-anak dari segala lapisan masyarakat Islam tanpa membedakan satu dengan yang lainnya. Semua diperlakukan dengan sama dan tidak memandang tingkat statusnya dimasyarakat. Sedangkan sebagai penyiara agama, pondok pesantren merupakan tempat belajar agama dan ibadah masyarakat umum. Setiap individu yang ingin belajar agama, pondok pesantren bersedia menjadi wadah untuk mendapatkan hal tersebut.

³⁶ M. Bahri Ghazali, *Pesantren Berwawasan Lingkungan* (Jakarta: CV. Prasasti, 1996), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Kajian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian, maka langkah awal yang penulis tempuh adalah mengkaji terlebih dahulu terhadap skripsi-skripsi terdahulu yang menyangkut dengan kesamaan judul penelitian yang akan penulis teliti. Hal ini dimaksudkan agar mengetahui apa yang penulis teliti sekarang dengan yang telah diteliti sebelumnya.

Adapun penulis melakukan kajian pustaka dan menemukan skripsi yang diantaranya: *pertama*, “*Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan Di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta*” tahun 2014 karya Dedik Fatkul Anwar. Skripsi menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan madrasah Muallimin Muhammadiyah dalam meningkatkan peminat layanan jasa pendidikannya yaitu dengan pemasaran langsung (pemanfaatan media cetak dan media elektronik) dan pemasaran tidak langsung (optimalisasi kegiatan madrasah di masyarakat).³⁷

Kedua, “*Strategi Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) Nuurul Fikri Gandusari Trenggalek*” karya Naffi’udin Fuad. Dalam skripsi penelitian tersebut, menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan untuk meningkatkan minat masyarakat yaitu dengan menonjolkan prestasi murid, menambah guru yang profesional, pemanfaatan media masa, meningkatkan pelayanan, dan menambah infrastruktur sekolah.

Dari dua penelitian diatas, persamaan penelitian penulis yaitu sama sama mengkaji strategi yang berfokus pada minat masyarakat terhadap suatu lembaga

³⁷ Dedik Fatkul Anwar, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan Di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta* (Yogyakarta, 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendidikan. Sedangkan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian diatas yaitu tempat penelitian diadakan yakni di pesantren Al-Karomah Aidarusy.

C. Kerangka Fikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁸

Agar tidak terjadi kekeliruan dan salah pengertian, maka terlebih dahulu penulis menetapkan kerangka pikir. Adapun kerangka pemikiran untuk mengetahui apa strategi pesantren Al-Karomah Aidarusy dalam menarik minat masyarakat dapat dilihat indikator dan gambar berikut:

1. Sosialisasi
2. Promosi
3. Event
4. Sarana dan prasarana pendidikan

³⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta cv, 2012), h.363

Gambar II. 2
Kerangka Pemikiran Pesantren Al-Karomah Aidarusy
Dalam Menarik Minat Masyarakat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.