

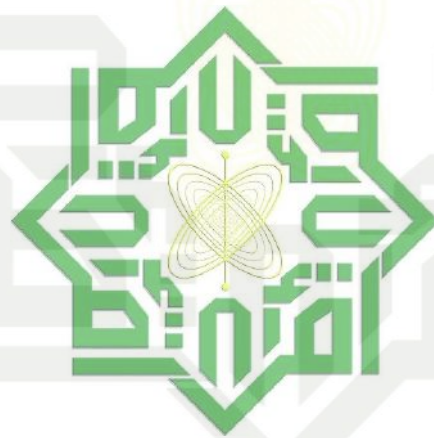
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH
SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA
MAIS JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL
DITINJAU DARI EKONOMI**

SYARIAH

SKRIPSI



Di Susun Oleh :

MUSTOFA HUSEIN

NIM :11325105612

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU**

RIAU

2019



© Hak cipta milik 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.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH
SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA
MAIS JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN
KABUPATEN MANDAILING NATAL
DITINJAU DARI EKONOMI
SYARIAH**

SKRIPSI

*Skripsi Diajukan untuk Meperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi
(S.E)*



Di Susun Oleh :

MUSTOFA HUSEIN

NIM :11325105612

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
RIAU
2019**



PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *"PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR. DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH"*, yang ditulis oleh :

Nama : Mustofa Husein
Nim : 11325105612
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan sidang Munaqasah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 20 September 2019
Pembimbing Skripsi


Ahmad Adri Riva'i, M.Ag
NIP : 197302231998031004

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.



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL DI TINJAU DARI EKONOMI SYARIAH* yang ditulis oleh :

Nama : **Mustofa Husein**
 NIM : 11325105612
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :
 Hari / Tanggal : Senin, 28 Oktober 2019
 Waktu : 08.00 Wib
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Oktober 2019 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

Sekretaris
Nuranti, SE.i, ME, Sy

Penguji I
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Penguji II
Dr. Lenita, SE., MM

UIN SUSKA RIAU

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19580712 198603 1 005

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



PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul, *PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS TAMBAUR KECAMATAN TAMBANGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL DI TINJAU DARI EKONOMI SYARIAH* yang ditulis oleh :

Nama : **Mustofa Husein**
NIM : 11325105612
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 28 Oktober 2019 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

Sekretaris
Nuryanti, SE.i, ME, Sy

Penguji I
Muhammad Nurwahid, M.Ag

Penguji II
Dr. Lenita, SE., MM

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

UIN SUSKA RIAU

Erni, S.Sos., MM

NIP. 19680226 199103 2 002

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 mengumumkan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mustofa Husein
NIM : 11325105612
Tempat Tanggal Lahir : Sikumbu, 29 September 1993
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas : UIN SUSKA RIAU

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”** adalah benar karya saya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya saya sendiri atau plagiat hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 01 desember 2019
Yang membuat pernyataan

MUSTOFA HUSEIN
NIM. 11325105612

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.

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : **Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau Dari Ekonomi Syariah.**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengamatan penulis terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur yang mengalami fluktuasi terhadap jumlah santri setiap tahunnya sedangkan promosi yang dilakukan sudah cukup maksimal. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil objek penelitian pada Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur serta Bagaimana tinjauan ekonomi syariah promosi terhadap promosi di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur menurut Ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi sekolah terhadap peningkatan jumlah santri Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah secara observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi dan dengan mengajukan angket kepada pimpinan, ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dan anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum desa Muara Mais Jambur. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 94 orang. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *total sampling*.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa pengaruh promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dengan persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 27,060 + 0,261 X$ yaitu bernilai positif. Dari hasil uji t hipotesis yang diperoleh nilai $t_{hitung} (2,590) > t_{tabel} (1,989)$ dan $Sig (0,011) > 0,05$ yang berarti memiliki hubungan keeratan antara dua variabel yang mana H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

Menurut tinjauan ekonomi syariah bahwa promosi sekolah yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur telah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah. Karena Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dalam melakukan promosi sekolah tidak melampaui batas kewajaran dalam menyebut tentang instansinya.

Kata Kunci : Pengaruh Promosi, Peningkatan Jumlah Santri

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.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam dan sumber segala ilmu, yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada Penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam kehadiran Nabi besar Muhammad SAW, sehingga risalah dan ajarannya dapat penulis rasakan pada saat sekarang ini. Selain sebagai salah satu syarat kelulusan, skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau menurut Ekonomi Syariah”, disusun untuk menambah khasanah keilmuan Ekonomi Syariah. Namun, dengan segala keterbatasan yang ada, kekurangan dan kesalahan yang tak terhindarkan, maka segala saran dan kritikan yang konstruktif sangat dibutuhkan.

Saya ucapkan terimakasih kepada kedua Orang Tua Saya tercinta (Ayah: Sahminan Nasution, dan ibu: Nur Hayati Nasution) yang telah memberikan kasih sayangnya dengan sepenuh hati kepada peneliti, do'a, semangat serta dukungan moril dan materil yang telah diberikan, mudah-mudahan ini adalah langkah awal untuk Ananda dalam meraih cita-cita dan kesuksesan dimasa yang akan datang, Amin.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag., Selaku Rektor UIN Sultan Syarif Kasim Riau, dan Penasehat Akademis (PA) peneliti.
2. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Ahmad Adri Riva'i, M.Ag., selaku Pembimbing Skripsi peneliti.
5. Untuk semua Dosen dan Admin jurusan Ekonomi Syariah yang tidak disebutkan namanya satu persatu.
6. Buat kak Mardiana, SH, abang Abdul Hatib dan adik-adik ku terima kasih atas pengertian dan doa yang diberikan. Buat yang spesial untuk adik sekaligus sahabat terbaik ku Ahmad Syarif Nst, terimakasih atas semua do'a, motivasi, support, pengertian dan waktunya yang telah mau menemani mulai dari pengurusan surat riset sampai dengan selesai penelitian, selamat jalan semoga kamu tenang di alam sana. amin
7. Buat Rekan-rekan Ekonomi Syariah Angkatan '13. seperjuangan yang tidak disebutkan namanya satu persatu.
8. Buat ayahanda H. Mawardi Lubis Ad-dary selaku Pimpinan Ponpes Darul Ulum Muara Mais beserta seluruh majelis guru, Terimakasih atas bantuan yang diberikan sehingga penelitian Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
9. Buat Bapak Indra Pohan selaku Ketua Pengurus Mesjid Baitul Jalal beserta seluruh staf dan jama'ah terimakasih atas bantuan dan supportnya.

**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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

10. Buat ibu angkat ku (Buk Leha, Bunda Tari Dan Buk Desi Suryani) terimakasih atas support, bantuan, saran dan pengertiannya.
11. Buat kawan-kawan garim mesjid seperjuangan yang tidak disebutkan namanya satu persatu terimakasih atas saran-saran dan bantuannya.

Akhirnya kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan, penulis hanya dapat memanjatkan do'a, semoga bantuan, kebaikan dan pengorbanan yang diberikan mendapat balasan kebaikan dan dijadikan sebagai amal jariyah di hadapan Allah SWT. Amin.

Pekanbaru, 20 Oktober 2019

Mustofa Husein

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian.....	9
E. Review Studi Terdahulu.....	9
F. Metode Penelitian.....	12
1. Lokasi Penelitian.....	12
2. Subjek dan Objek Penelitian	12
3. Populasi dan Sampel.....	12
4. Sumber Data	14
5. Teknik Pengumpulan Data	15
6. Metode Analisa Data	16
G. Hipotesis.....	19
H. Variabel	20
I. Sistematika Penulisan	20
BAB II	
GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	22
A. Latar Belakang Berdirinya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	22



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Sejarah Singkat Berdirinya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	22
2. Perkembangan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais.....	23
B. Gambaran Umum Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur....	24
1. Visi dan Misi Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	24
2. Struktur Organisasi	25
3. Sarana dan Prasarana.....	27
C. Kegiatan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	28
1. Kurikulum di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais.....	28
2. Waktu Belajar di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais.....	30
3. Organisasi Santri Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.....	31
BAB III	
LANDASAN TEORI.....	36
A. Promosi	36
1. Pengertian Promosi.....	38
2. Bauran Promosi (<i>Promotion MIX</i>)	41
3. Tujuan Promosi.....	44
4. Sasaran Promosi.....	49
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Promosi Komunikasi... 50	
B. Peningkatan Jumlah Santri (<i>penjualan jasa</i>).....	51
1. Pengertian Peningkatan (<i>penjualan</i>)	53
2. Tujuan Peningkatan (<i>penjualan</i>).....	54
C. Hubungan Promosi dengan Peningkatan Jumlah Santri	54
D. Promosi Menurut Ekonomi Islam.....	56
1. Landasan Al-Qur'an dan Hadits	58
2. Etika Islam dalam Promosi.....	59
3. Prinsip-prinsip Etika dalam islam.....	60
4. Konsep Etika Bisnis dalam Islam	61
BAB IV	
PEMBAHASAN	64



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

A. Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.....	64
1. Pengujian Instrumen Penelitian	64
2. Uji Normalitas	67
3. Deskriptif Karakteristik Reponden.....	68
4. Statistik Deskriptif Responden.....	70
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	74
6. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	75
B. Tinjauan Ekonomi Islam Mengenai Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	77
BAB V	
PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

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.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	6
Tabel 1.2 Skala Pengukuran.....	17
Tabel 1.3 Variabel.....	20
Tabel 2.1 Sarana Dan Prasarana Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur	28
Tabel 2.2 Kurikulum Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais.....	29
Tabel 2.3 Jadwal Masuk/belajar di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais .	30
Tabel 2.4 Jadwal Masuk/Belajar Tambahan bagi Kelas 4-7 di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais	30
Tabel 2.5 Jadwal Masuk/Belajar bagi Kelas 3 Mts. Tsanawiyah dan Aliyah (MA) di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais	31
Tabel 2.6 DAFTAR NAMA-NAMA KETUA PERSATUAN SANTRI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR T.A 2017-2018	32
Tabel 3.1 4P, 4C dan 4E.....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.4 Data Respdn Menurut Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.5 Data Respdn Menurut Usia.....	69
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Responden.....	70
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Variabel Promosi (X)	70
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Variabel Peningkatan Jumlah Santri	72
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Sederhana	74
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	76
Tabel 4.11 Interval Koefisien Korelasi dan Kuatan Hubungan	77
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R^2).....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Penelitian	19
Gambar 4. 1 Kurva Histogram	68



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.

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 I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu negara yang berkembang, sangat memperhatikan dan terus mengupayakan sumber daya manusia, yang salah satunya melalui jalur pendidikan. Ditengah persaingan industri pendidikan ditambah dengan banyaknya berdiri sekolah-seoklah baru seperti pondok pesantren terutama di Mandailing Natal, hal sangat dirasakan dampaknya bagi pondok pesantren yang lama maupun yang baru berdiri. Untuk mengatsi hal tersebut, penyelenggara pendidikan harus mengelola pendidikannya dengan sebaik mungkin seperti halnya bisnis pada umumnya dengan tidak meninggalkan aspek idealnya yaitu komunikasi bisnis (*promosi*).

Setiap kali mendengar kata promosi, maka pemikiran kita selalu tertuju pada dunia bisnis. Hal ini wajar karena istilah *promosi* seringkali muncul dalam kalangan bisnis, baik bisnis yang bergerak dalam jasa, maupun manufaktur. Lalu muncul pertanyaan, apakah perlu mempromosikan sekolah? Jawabannya sangat perlu, karena promosi bagian yang tidak terpisahkan dari dunia bisnis kepada pelanggannya, bahkan promosi merupakan ujung tombak keberhasilan kegiatan bisnis. Apa jadinya produk yang berkualitas dan memiliki nilai (*value*) yang superior bagi pelanggan, namun justru pelanggan tidak mengetahuinya.¹ Karena

¹ Risma Somad, Donni Juni Priansa, *Manajemen Komunikasi (mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan)*, (Bandung : Alfa Beta, 2014), h. 258-259

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.

sikap konsumenlah yang pada akhirnya yang menentukan kesuksesan setiap perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa.²Oleh sebab itu, untuk mempengaruhi pelanggan jasa pendidikan di dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa pendidikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, sangat dibutuhkan yang namanya promosi.³

Dengan promosi siswa tahu dengan suatu instansi, dengan promosi masyarakat tahu dengan suatu sekolah, yang pada akhirnya akan menimbulkan keinginan untuk melanjutkan pendidikan di sekolah tersebut dan supaya lembaga pendidikan itu tidak ditinggalkan masyarakat luas dan masyarakat yang potensial.⁴

Setiap usaha itu bersifat dinamis, yang diwarnai dengan perubahan dari waktu ke waktu. Perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta menguasai pasar. Tujuan akan tercapai apabila bagian pemasar perusahaan melaksanakan strateginya dengan bagus.⁵ Jadi, aktivitas promosi jasa pendidikan harus mendukung dan meningkatkan sasaran pemasar jasa pendidikan.⁶

Promosi jasa pendidikan merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang harus dilakukan oleh sekolah untuk memasarkan produk jasa pendidikan. Yang terdiri dari 4P yaitu : *produk* merupakan barang dan jasa, *place* merupakan tempat atau lokasi penjualan produk tersebut, *price* merupakan harga

² Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Kenncana Prenadamedia Group, 2006), h. 148

³ David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016), h. 134

⁴ *Ibid.*, h. 148

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2007), h. 167

⁶ David Wijaya, *Op.Cit.*, h. 135

yang ditetapkan pada produk, dan yang terakhir *promotion* yang menyangkut bagaimana mengenalkan produk kepada konsumen agar mengetahui.⁷

Promosi adalah mengomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli yang potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Bagian promosi dalam bauran pemasaran melibatkan pemberitahuan kepada pelanggan target bahwa produk yang tepat dan tersedia di tempat dan pada harga yang tepat.⁸

Dan promosi adalah langkah yang perlu dilakukan untuk mengenalkan produk dan membujuk para calon pembeli atau pengguna agar mau mengeluarkan uang untuk membeli produk atau jasa kita. Dalam promosi dikenal dengan *promotion mix* atau kombinasi program promosi yang berwujud beberapa elemen kunci,⁹ sebagai berikut :

1. *Penjualan Personal*, yang melibatkan komunikasi lisan secara langsung antara penjual dan pelanggan.
2. *Penjualan Massal*, melibatkan periklanan dan publisitas. Penjualan massal atau *mass selling* adalah komunikasi antara penjualan dan pembeli dalam jumlah yang banyak pada waktu yang bersamaan.
 - Periklanan adalah bentuk fersentase non personal atas ide atau barang dan jasa oleh sebuah sponsor yang dikenal dengan bayaran.

⁷ Irham fahri, *Studi Kelayakan Bisnis Dan Keputusan Investasi (Panduan Bagi Para Akademisi Dan Praktisi Bisnis Dalam Membangun Dan Mengembangkan Bisnis)*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2014), h. 123

⁸ Josep P. Canon William D, *Pemasaran Dasar dan Pendekatan Manajerial Global*, (Jakarta : Mitra Selemba Empat, 2009), h. 69

⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta : Kompas Gramedia, 2012), h. 31

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.

- *Publisitas* adalah bentuk fersentase non personal atas ide atau barang dan jasa yang tidak dibayar.¹⁰

Dari beberapa metode promosi diatas, terkadang sangat sulit membuat generalisasi yang dapat merangkum semuanya. Maka yang harus diperhatikan adalah persentase umum, tersebar luas, dan tidak bersifat pribadi/nonpersonal.¹¹

Promosi dalam istilah ekonomi Islam disebut *at-tarwīj* (الترويج) adalah merupakan usaha yang dilakukan oleh produsen untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dan mempengaruhi mereka untuk membelinya, baik dilakukan sebelum transaksi maupun sesudahnya.¹²

Dalam Islam promosi diperbolehkan berdasarkan kejujuran atau amanat, tidak boleh melewati batas kebenaran dalam menyebutkan dagangannya.

Sebagaimana Allah Swt menjelaskan dalam al-qur'an yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya :*Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS. At-taubah :119)*¹³

Dan hadits Nabi Saw yang berbunyi :

عن أبي قتادة - رضي الله عنه -: أنه سمع رسول الله - صلى الله عليه وسلم- يقول: «إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ، فَإِنَّهُ يُنْفَقُ ثُمَّ يَمْحَقُ». [صحيح.] - [رواه مسلم.]

¹⁰ Sadono Sukirno, *Op. Cit.*, h. 237-238

¹¹ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h. 72

¹² <http://www.rumahfiqh.com/y.php?id=473> (diakses pada 26 Maret 2017)

¹³ Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsisir Al-Qura'an, (*Mujamma' Al Malik Fadh Li Thiba'at Al Mush-Haf Asy-Syarif Madinah Al Munawwarah P.O Box 6262 Kerajaan Arab SaudI*), h. 301

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.

Artinya :*Dari Abi Qotadah semoga Allahmeridhoinya : aku mendengar Rosululloh SAW bersabda: Jauhkan dirimu banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan. (HR. Muslim : 1013).*¹⁴

Dalam mempromosikan produk atau jasa, bersumpah secara berlebihan dilarang dalam agama Islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai Islami. Sebab banyak dewasa ini perusahaan atau pebisnis yang berpromosi dengan melebih-lebihkan berkata melalui iklan dan Allah Swt dan Rasul-Nya telah memberikan aturan dan larangan mengenai hal itu.

Perkembangan pondok pesantren di Mandailing Natal bisa terbilang sangatlah pesat dimana sampai tahun 2017 sudah tercatat 22 pesantren yang berdiri yang sama-sama bertujuan untuk merealisasikan slogan pemerintah Mandailing Natal yang berbunyi “*MANDAILING NATAL KOTA BERADAT YANG TAAT BERIBADAT*” untuk menciptakan generasi muda yang beriman dan taat kepada sang Pencipta. Diantaranya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur, yang berdiri sejak tahun 1981, yang mulanya hanyalah sebagai Madrasah Ibtidaiyah, seiring dengan perkembangannya sehingga berubah fungsi menjadi Pondok pesantren. Yang tahun ke tahun jumlah muridnya terus bertambah ± 4.000 (empat ribu) santri/wati.¹⁵

¹⁴ Imam Al-Mundziri, *Mukhtashor Shahih Muslim*, (Jakarta : Ummul Qura, 2016) h. 451

¹⁵ H. Mawardi Lubis Addary, Pemimpin Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur, *Wawancara*, Muara Mais Jambur, 20 Maret 2017

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.

Untuk terus mempertahankan perkembangannya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur selalu mengandalkan sistem promosi, baik dengan metode ceramah, maupun dengan brosur dan radio setempat.

Dari data yang penulis dapatkan tentang jumlah santri Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dari tahun ke tahun sangatlah jauh dari yang diharapkan, padahal Pondok Pesantren Darul Ulum adalah salah satu Pondok Pesantren terbesar di Mandailing Natal dan kalau dilihat dari segi prestasi sekolah, setiap kali di adakan Musabaqah Qira'atul Kutub (MQK) tingkat kabupaten Pondok Pesantren Darul Ulum sering mendapatkan juara 2 (dua) dan sesekali dapat juara 3 (tiga).¹⁶ Namun itu tidak terlalu mempengaruhi terhadap jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat tabel di bawah ini.¹⁷

Tabel.I.1

Jumlah Pondok Pesantren Darul 'Ulum Muara Mais Jambur

No	Tahun Ajaran	Santri	Santriwati	Jumlah
1	2009/2010	192	199	391
2	2010/2011	189	169	358
3	2011/2012	153	127	290
4	2012/2013	176	176	352
5	2013/2014	141	118	259
6	2014/2015	147	122	269
7	2015/2016	139	117	256
8	2016/2107	84	136	220
9	2017/2018	96	120	216

Sumber : Jumlah santri baru Ponpes Darul 'Ulum Muara Mais Jambur

¹⁶Ibid., Wawancara

¹⁷Anwar Musaddad, *Daftar Satri Baru Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur*, (Muara Mais Jambur, Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur, 2018)

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

Dari tabel diatas menunjukkan adanya fluktuasi jumlah santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dari tahun ajaran 2009/2010 sampai dengan tahun ajaran 2017/2018.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri baru serta melihat berapa besar pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri baru di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Oleh sebab itu, penulis mengangkat masalah ini untuk diteliti dan mengangkatnya sebagai karya ilmiah dengan judul *“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal ditinjau Dari Ekonomi Syariah”*

Penelaahan tentang pengaruh promosi di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur ini dirasakan penting mengingat belum banyaknya tulisan-tulisan yang berkembang mengenai pengaruh promosi di suatu instansi pendidikan khususnya di pondok pesantren.

Selanjutnya sebagaimana yang terungkap di atas, masalah-masalah yang terjadi di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur yang jumlah santrinya mengalami penurunan setiap tahunnya, padahal Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur melakukan promosi seperti pondok pesantren lain pada umumnya

Padahal Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur termasuk salah satu ponpes terbesar di Mandailing Natal dan Pondok Pesantren Darul Ulum

Muara Mais juga memiliki perestasi yang cukup bagus, Namun itu tidak terlalu mempengaruhi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.

B. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi penyimpangan dan demi terarahnya penelitian ini, maka perlu adanya pembatasan suatu masalah yang akan diteliti yaitu ***“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal ditinjau dari Ekonomi Syariah”***.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh promosi di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur terhadap peningkatan jumlah santri?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh promosi di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur terhadap peningkatan jumlah santri.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menambah pengetahuan sekolah mengenai pengaruh promosi, sehingga pihak sekolah dapat mempromosikan instansinya sesuai dengan syariat Islam.
- b. Untuk melengkapi khazanah keilmuan bagi pihak sekolah khususnya yang berkaitan dengan promosi dalam Islam.
- c. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan studi dan program Strata 1 (S1) pada jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum.

E. Review Studi Terdahulu

Diantara para peneliti yang pernah meneliti di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur adalah Fitriani yang berjudul *Pertumbuhan dan perkembangan pondok pesantren darul ulum muaramais kec. Tambangan kab. Mandailing natal tahun 1990-2017*. Dia menjelaskan tentang kontribusi pesantren sangat diharapkan membangun moralitas bangsa, dari masyarakat Indonesia yang sebagian besar masih sangat percaya terhadap praktek-praktek takhayul dan perdukunan agar menjadi masyarakat yang mengutamakan rasionalitas dengan berdasarkan nilai-nilai tauhid. Dan proses modernisasi pondok pesantren, baik dari pola pendidikan, maupun sistem dan kurikulum yang ditawarkan. Selain mempelajari kitab klasik islam atau yang sering disebut kitab kuning, kini pesantren juga telah

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

banyak ditemukan yang mengadopsi pelajaran sekolah umum seperti Bahasa Inggris, IPA, Matematika, dan lain sebagainya. Diantara pondok pesantren yang ada di Mandailing Natal adalah pesantren Darul 'Ulum Muara Mais yang terletak di Desa Muara Mais Tambur, Kecamatan Tambangan. Pesantren ini merupakan salah satu pesantren yang cukup cepat menunjukkan perkembangannya jika dilihat dari segi usia yaitu berdiri sejak tahun 1990.¹⁸

Adapun penelitian Auliya Fitri yang berjudul *Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Tingkat Penjualan Agen PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Tinjau dari Aspek Ekonomi Islam*. Dia menjelaskan banyaknya agen PT. HPAI yang menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk PT. HPAI yang mereka jual walaupun pada dasarnya perusahaan HPAI sudah memiliki teknik-teknik promosi tersendiri. Akan tetapi data menunjukkan bahwa tingkat penjualan agen PT. HPAI sebelum dan sesudah menggunakan sosial media sebagai alat promosi sangatlah berbeda.¹⁹

Adapun penelitian Ahmad Sanusi yang berjudul *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BMT Sakinah Kecamatan Bkit Raya Kota Pekanbaru*. Promosi merupakan bagian yang ditujukan untuk mempengaruhi nasabah agar mereka dapat mengenal akan produk yang akan di tawarkan oleh pihak yang bersangkutan. Banyak orang yang menganggap penjualan dan pemasaran dua istilah yang mempunyai arti yang sama, sedangkan yang sebenarnya penjualan hanyalah satu komponen dari pemasaran.

¹⁸ Fitriani, *Pertumbuhan dan perkembangan pondok pesantren darul ulum muaramais kec. Tambangan kab. Mandailing natal tahun 1992-2017*, (Medan, Universitas Medan, 2017)

¹⁹ Auliya Fitri, *Pengaruh Promosi Sosial Media Terhadap Tingkat Penjualan Agen PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Tinjau dari Aspek Ekonomi Islam*, (Pekanbaru, Univesitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, 2107)

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

Penjualan dan promosi sering dianggap sebagai istilah yang sama artinya akan tetapi lebih menyukai istilah promosi dalam depenisi promosi meliputi iklan, penjualan personal dan lain cara penjualan. Cara-cara itu sama-sama merupakan faktor dasar dalam bauran pemasaran. Pada dasarnya promosi merupakan usaha dalam bidang informasi, himbauan, bujukan dan komunikasi. Bidang ini saling berhubungan sebab memberi informasi adalah himbauan dan sebaliknya orang yang dihimbau juga diberikan informasi dan himbauan dan informasi akan menjadi efektif dengan dikomunikasikan kepada penerimanya. Walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah tetapi cukup punya andil dalam mempengaruhi pencapaian yang diinginkan. Untuk itu promosi harus dilaksanakan dengan cara serta media yang tepat dan sesuai sehingga meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah.²⁰

Dari semua review studi terdahulu yang ada di atas, disimpulkan bahwa penelitian ini berbeda dengan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu yang berkaitan dengan promosi. Dan adapun judul yang akan penulis teliti yaitu “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”.

²⁰Ahmad Sanusi, *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BMT Sakinah Kecamatan Bkit Raya Kota Pekanbaru*. (Pekanbaru, Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, 2016)



F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Mandailing Natal Desa Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan. Pertimbangan penulis memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian adalah karena Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur adalah salah satu pondok terbesar di Mandailing Natal akan tetapi jumlah santrinya dalam beberapa tahun terakhir ini selalu mengalami penurunan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan,ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dan anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.
- b. Objek penelitian adalah apa yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian. Sebagai objek penelitian ini adalah pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²¹ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pimpinan, ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dan anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum desa Muara Mais Jambur.

Jumlah populasi berjumlah 94 orang yang masing-masing terdiri dari pimpinan, pegawai dan ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum desa Muara Mais Jambur 43 orang.²² Tetapi tidak ditemukan data yang jelas di kantor kepala Desa Muara Mais Jambur mengenai jumlah anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum, akan tetapi menurut hasil survei ditemukan jumlah anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum desa Muara Mais Jambur sebanyak 51 orang.²³

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki sifat-sifat yang sama dari obyek yang merupakan sumber data untuk penelitian.²⁴ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama

²¹ Suryani, Hendryani, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 190 ; lihat juga Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 215.

²² Anwar Musaddad, *Bio Data Guru dan Pegawai Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur*, (Muara Mais Jambur, Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur, 2018)

²³ Nur Hasanah, Fahrur Rozi, *Wawancara*, Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Tanggal 09 Februari 2019.

²⁴ Abdurrahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), hlm. 23.

dengan populasi. Alasan mengambil total sampling, karena menurut Sugiyono jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian.²⁵

Metode yang digunakan dalam penghitungan jumlah sampel yaitu dengan metode *judgment sampling*, pada metode ini peneliti menggunakan pengumpulan data atas dasar strategi kecakapan dan pertimbangan pribadi semata.²⁶

4. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data dapat diperoleh.²⁷ Data merupakan salah satu unsur yang penting dalam menyusun laporan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.²⁸ berupa data yang diperoleh langsung dari pimpinan serta ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dan anak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Data ini untuk mengetahui pengaruh promosi sekolah terhadap peningkatan jumlah santri.

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 85

²⁶ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Teori dan Aplikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 156

²⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 114

²⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102

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. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.²⁹ berupa data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen serta literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. **Teknik Pengumpulan Data**

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.³⁰
- b. Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.³¹ Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada pimpinan serta ustadz/ustadzah Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jamburanak-anak berpendidikan setara SMP/MTs yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.
- c. Kuesioner yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.³²

²⁹ *Ibid.*, h. 102

³⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 51

³¹ Muhammad, *Op. Cit.*, h. 151

³² Husein Umar, *Op. Cit.*, h. 51

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

- d. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

6. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif sebagai berikut :

a. Metode Deskriptif dan kuantitatif

Metode deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.³³

Metode kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan.³⁴ Dengan

³³ Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 13

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 165.

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.

skala penelitian (skor) 1 sampai 5, varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:³⁵

Tabel I.2
Skala Pengukuran

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Biasanya syarat minimum suatu kuesioner untuk memenuhi validitas adalah jika r bernilai minimal 0,3. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel.³⁶

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan

³⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 93.

³⁶Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 236

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.

menghasilkan data yang sama.³⁷Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpha >0,60. Jika nilai reliabelitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan > 0,8 adalah baik.³⁸

c. Uji Model Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.³⁹ Dimana variabel independen (X) adalah pengaruh promosi sekolah, sedangkan variabel dependen (Y) adalah peningkatan jumlah santri baru.

$$Y = a + bX$$

Keterangan : Y= Peningkatan jumlah santri baru

a = Konstan

b = Koefisien arah regresi linear

X = Pengaruh promosi Sekolah

d. Uji Model Penelitian

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk mengetahui pola distribusi dari suatu data hasil penelitian sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, regresi, uji t, dan korelasi dapat dilaksanakan.

³⁷ Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 121

³⁸ Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009),

³⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),

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

e. Uji Hipotesis Penelitian

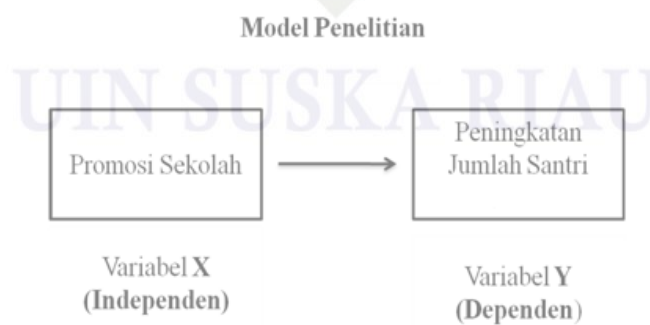
1) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.⁴⁰

2) Koefisien Korelasi (r)

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 22.00.

3) Model Penelitian



G. Hipotesis

H_a : Terdapat pengaruh yang positif antara promosi terhadap peningkatan jumlah Santri baru di Ponpes Darul Ulum Muar Mais.

⁴⁰*Ibid.*, h. 136-137

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.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang positif antara promosi terhadap peningkatan jumlah Santri baru di Ponpes Darul Ulum Muar Mais.

Berdasarkan pada rumusan masalah dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini yaitu : diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi sekolah terhadap peningkatan jumlah santri baru pada Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur.

H. Variabel

**Tabel I.3
Variabel**

No	Variabel	Indikator
1.	Promosi Sekolah (X) Sebuah proses yang menggambarkan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Sedangkan hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas. Kuantitas adalah jumlah hasil dari sebuah proses atau dengan tujuan peningkatan. Sedangkan kualitas menggambarkan nilai dari suatu objek karena terjadinya proses yang memiliki tujuan berupa peningkatan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan 2. Mengingat 3. Kemudahan administrasi 4. Metode Dakwah 5. Jelas 6. Menarik 7. Sesuai Kenyataan
2.	Peningkatan Jumlah Santri Baru (Y) Usaha yang dilakukan produsen untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli produk maupun jasa yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas 2. Kenyamanan 3. Pelayanan 4. Strategis 5. Mandiri 6. Murah 7. Prestasi

I. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Berisikan tentang gambaran umum Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur yang berisikan pemaparan tentang sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasinya.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Menguraikan tentang pengertian promosi, tujuan dan manfaat promosi, pengertian peningkatan, faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah santri baru. Dan hubungan promosi dengan peningkatan jumlah santri baru.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang statistik deskriptif yang berupa hasil pengujian instrumen (uji validitas dan normalitas), pengujian hipotesis penelitian, serta Promosi Sekolah dalam meningkatkan Jumlah Santri Baru Pada Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur di tinjau menurut Ekonomi Syariah.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Menjelaskan kesimpulan pengaruh Promosi Sekolah terhadap peningkatan Jumlah Santri Baru Pada Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dan saran-saran yang dikemukakan penulis bagi Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur untuk ke depannya dalam meningkatkan Jumlah Santri Baru.

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

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Latar Belakang Berdirinya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

1. Sejarah Singkat Berdirinya Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

Pesantren Darul Ulum Muaramais Jambur ini didirikan pada tanggal 1 Januari 1981, atas petunjuk dan saran Alm. Syekh H. Abdul Wahab Lubis Addary (Tuan Syekh MuaraMais). Pesantren Darul Ulum MuaraMais Jambur pada saat itu masih berbentuk Madrasah Diniyah Awaliyah (MDA) santri santrinya masih berjumlah 23 orang yang dipimpin oleh putera beliau yaitu H. Mawardi Lubis Addary.¹

Pesantren Darul Ulum Muaramais Jambur yang terletak di Desa Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Madina, berjarak kira-kira 20 Km dari pusat Kota Panyabungan luas lokasi 15.000 M2. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Lumban Pasir, sebelah timur berbatasan dengan Desa Saba Dolok, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Angin Barat Lama. Kecamatan Tambangan Ibu Kota Laru Lombang merupakan Kecamatan baru berdasarkan Surat Keputusan pemekaran / perubahan

¹Asrin Nasution, Persepsi Masyarakat Terhadap Pendidikan Islam di *pondok pesantren darul ulum muara mais kec. Tambangan kab. Mandailing natal* (Padangsidempuan IAIN Padangsidempuan, 2016), h. 25

wilayah dan pemekaran Kecamatan Kotanopan menjadi Kecamatan Tambangan No. 05/PUD/2003 Instruksi Camat tanggal 7 Maret 2003.²

2. Perkembangan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

Pada tahun 1989/1990 atas saran ayahnya serta desakan masyarakat sekitar didirikanlah Pesantren Darul Ulum, dengan tingkat pendidikan Tsanawiyah. Sistem pendidikan yang digunakan masih berbentuk klasikal dimana Kitab Kuning digunakan sebagai materi kurikulum utama. Melihat banyaknya santri dan santriwati yang telah menyelesaikan pendidikan tingkat Tsanawiyah, maka pada tahun ajaran 1995/1996 Darul Ulum Muaramais membuka tingkat Aliyah sekaligus membuka tingkat Tsanawiyah dengan sistem SKB 3 Mentteri (Izin Operasional Kanwil Departemen Agama Sumatra Utara). Menyusul pada tahun pelajaran 1997/1998 dibukalah tingkat Aliyah sistem SKB 3 Menteri.³

Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur pada tahun 2001/2002 memiliki santri/santriwati berjumlah ± 3.350 dengan jumlah pendidik 74 orang. Dalam perjala waktu sejak tahun 1997, Pondok Pesantren Darul Ulum Muaramais telah menamatkan santri/santriwati sebanyak enam kali.

² *Ibid.*, h. 26

³ *Ibid.*, h. 27

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. Gambaran Umum Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

1. Visi dan Misi Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

a. Visi

Menjadikan Pondok Pesantren Ma'had Darul Ulum menjadi sebuah lembaga yang membawa perubahan pada masyarakat yang beriman, berilmu, beramal shaleh dan berakhlak mulia menurut Al-Qur'an dan Hadist Rasul Saw.⁴

b. Misi

- Mewujudkan pendidikan yang dikelola dengan menerapkan nilai Islam yang berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist Rasul Saw untuk diterapkan dan diperaktekkan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menjadi karakter mukmin yang beriman dan berilmu.
- Membina insan rabbani kearah mencapai kebaikan dunia dan akhirat.
- Menyelenggarakan proses pendidikan yang unggul dan mampu memenuhi kebutuhan anak didik untuk menghasilka lulusan yang berilmu, berkualitas, mandiri dan berakhlak mulia sehingga bisa membawa perubahan di tengah-tengah masyarakat.
- Mewujudkan sumber daya manusia khususnya guru yang amanah dan profesional serta mempunyai komitmen dan kompetensi tinggi sehingga mampu memberikan yang terbaik bagi umat manusia dan agama Allah SWT.

⁴ *Ibid.*, h. 31

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

- Memberikan keyakinan teguh serta mengamalkan ajaran Islam secara benar dan konsekuen yang berpegang pada Al-Qur'an dan Hadist Rasul Saw.
- Menumbuhkan kapasitas dan potensi siswa dan guru secara maksimal sesuai bakat dan minatnya, sehingga mampu memberikan yang terbaik untuk kemaslahatan umat.⁵

2. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI KEPENGURUSAN

PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR T.A

2017-2018

1. Pimpinan / Mudir	: H. Mawardi Lubis Addary
2. Wakil Pimpinan / Mudir	: H. Anwar Musaddad,S.Pd.I
3. Pimpinan Asrama Putri	: Hj. Zahara Hannum Lubis
4. Kepala Sekolah	: H. Mawardi Lubis Addary
5. Sekre taris	: H. Anwar Musaddad,S.Pd.I
6. Bendahara	: Drs. Mhd. Yazid Lubis
7. Roisul Muallimin	: H. Hasan Basri
8. Bidang Kurikulum	: Luci Andriani, S.Pd
9. Bidang Kesiswaan	: Muhammad Ramli Nst, S.Pd.I
10. Bidang Keamanan	: Muammar Rangkuti
11. Bidang Ibadah	: Ali Basya
12. Bidang Kebersihan	: Ahmad Idris
13. Bidang Sarana / Prasarana	: Azkar Saleh
14. Kabag Perpustakaan	: Amir Husein Lubis
15. Kabag Humas	: H. Zainal Abidin, S.Pd.I.
16. Ketua Koperasi Karyawan	: Mukhlis Lubis, S.Pd.I.

⁵ *Ibid.*, h. 32



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.

17. Kepala MTs. Prog. SKB- 3 Menteri : Irpan Nasution, S.Pd.I

18. Kepala MAS Prog. SKB- 3 Menteri : Syamsul Bahri, S.Pd.⁶

1. STAF TATA USAHA

- H. Anwar Musaddad, S.Pd.I (Sekretaris)
- Yuhibban A.R. Siregar

2. STAF MTs SKB-3 MENTERI

- Irpan Nasution, S.Pd.I.
- Edi Sarwedy, S.Pd.I.

3. STAF MAS SKB-3 MENTERI

- Syamsul Bahri, S.Pd.
- Ahmad Ariadi, S.Pd.I

4. STAF KURIKULUM

- Luci Andriani, S.Pd
- Adanan Nasution
- H. Hasan Basri

5. STAF KEAMANAN

- Muammar Rangkuti
- Satpam

6. STAF KEUANGAN

- Drs. Mhd. Yazid Lubis.
- Nur Hamidah Lubis

7. STAF SARANA/PRASARANA

- Azkar Saleh
- Pengunci Sekolah

8. STAF KESISWAAN

- Muhammad Ramli Nst, S.Pd.I
- Zulfan Efendi

⁶ Fitriani, *Pertumbuhan dan perkembangan pondok pesantren darul ulum muaramais kec. Tambangan kab. Mandailing natal tahun 1990-2017*, (Medan, Universitas Medan, 2017), h. 40

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.

9. STAF KEBERSIHAN

- Ahmad Idris
- Nur Hasanah

10. STAF IBADAH

- Ali Basya
- Ali Syahbana.⁷

3. **Sarana dan Prasarana**

Sarana pendukung pendidikan untuk mencapai keberhasilan program wajib belajar pendidikan bagi santri sesuai kemampuan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur adalah sebagai berikut:

- a. Ruang belajar atau ruang kelas
- b. Perpustakaan yang menyediakan buku-buku teks dan buku penunjang dalam berbagai mata pelajaran Agama dan Pendidikan umum, baik yang ditetapkan, seperti Bahasa Indonesia, Matematika, dan IPA, dan lain-lain.
- c. Lapangan olah raga, seperti tersedianya lapangan olah raga volley badminton dan tennis meja bagi para siswa. Untuk lebih jelasnya sarana dan prasarana Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur dapat dilihat pada table berikut ini.⁸

⁷ *Ibid.*, h. 41

⁸ *Ibid.*, h. 44

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

Tabel. I
Sarana Dan Prasarana Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

No	Sarana / prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Santri	2.218 orang	
2	Ruang belajar	32 lokal	
3	Ruang asrama putri	20 kamar	
4	Perpustakaan	1 unit	
5	Mesjid	2 unit	
6	Koperasi	1 unit	
7	Ruang perkantoran	4 unit	
8	Kantor piket	1 unit	
9	Arena parkir roda dua	1 unit	
10	Halte	1 unit	
11	Kamar mandi	4 unit	
12	WC	8 kamar	
13	Sarana air bersih	2 unit	
14	Laboratorium bahasa	3 unit	
15	Ruang komputer	2 unit	
16	Lab. Internet	1 unit	
17	Pondok santri	121 unit	
18	Lapangan Bola	1 Unit	
19	Lapangan Badminton	1 Unit	

C. Kegiatan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

1. Kurikulum di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

Proses pembelajaran antara santri dengan santriwati dibedakan atau dipisah kelasnya dan proses pembelajaran berlangsung selama 7 tahun. Pada kelas 1 belum dia adakan mata pelajaran umum dan lebih memfokuskan kemata pelajaran agama, pada kelas 2 sudah mulai masuk mata pelajaran umum sebanyak 4 mata pelajaran yaitu, Matematika, Bahasa

Inggris, Bahasa Indonesia dan PPKN. Dan untuk lebih jelasnya mata pelajaran yang tercantum dalam kurikulum yang telah ditetapkan oleh Departemen Agama RI adalah sebagai berikut:⁹

Tabel. II
Kurikulum Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

Agama	Umum
<ul style="list-style-type: none"> • Al-Qur'an • Nahu (Matan Jurmiah dan Kawakib) • Hadist (Bulughul Marom, Subulussalam dan Arba'in) • Mukhtarul/mustholahul Hadits • Qowa'id • Sorof (Kailani) • Tafsir (Jalalain dan Sowi) • Tauhid (Kifayatul Aulam) • Tasuwuf (Minhajul Abidin) • Fiqih (Bajuri, Syarqowi, Fathul Mu'in dan Fathul Qorib) • Fara'id • Ilmu Hadist/Musthalahul Hadist • Ilmu Falaq • Usul Fiqih • Akhlak (Ta'limul Muta'alim) • Balagoh (Jauharul Maknum) • Mantiq • SKI (Tarekhul Islamiyah) 	<ul style="list-style-type: none"> • Matematika • Bahasa Indonesia • Bahasa Inggris • IPA • IPS • PPKN • Fisika • Kimia

⁹ *Ibid.*, h. 47

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

2. Waktu Belajar di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

Waktu belajar di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais yang masuk pagi hari dimulai pada jam 07.30-12.00 WIB dan waktu belajar siang hari dimulai 13.00-17.30 WIB. Begitu juga dengan malam hari waktu tambahan yang diperuntukkan kepada santri/wati dari kelas 4-7 dimulai pada jam 19.00-22.00 WIB. Untuk lebih jelasnya lihat tabel di bawah ini :¹⁰

Tabel. III
Jadwal Masuk/belajar di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

No	Hari	Jam Masuk	
		Pagi	Siang
1	Rabu	07.30-12.00 WIB	13.00-17.30 WIB
2	Kamis		
3	Jum'at	07.30-11.30 WIB	13.00-17.30 WIB
4	Sabtu	07.30-12.00 WIB	13.00-17.30 WIB
5	Ahad		
6	Senin		13.00-15.30 WIB
7	Selasa	Libur	

Tabel. IV
Jadwal Masuk/Belajar Tambahan bagi Kelas 4-7 di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

No	Hari	Jam Masuk	
		Pagi	Malam
1	Rabu	06.00-07.15 WIB	Ba'da Magrib 19.00- Ba'da Isya 22.00 WIB
2	Kamis		
3	Jum'at		
4	Sabtu		

¹⁰ *Ibid.*, h. 48

5	Ahad		
6	Senin		
7	Selasa	Libur	

Tabel. IV

Jadwal Masuk/Belajar bagi Kelas 3 Mts. Tsanawiyah dan Aliyah (MA) di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais

No	Hari	Jam Masuk	
		Tsanawiyah	Aliyah
1	Rabu	Libur	13.00-15.30 WIB
2	Kamis		
3	Jum'at		
4	Sabtu		
5	Ahad		
6	Senin	16.00-17.30 WIB	16.00-17.30 WIB
7	Selasa	07.30-12.00 di sambung ba'dan zuhur 13.00-15.30	

3. Organisasi Santri Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur

Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur memiliki beberapa organisasi santri yang tujuannya agar lebih mudah mengkoordinir para santri yang ada di pesantren ini. Ada organisasi santri yang disesuaikan dengan daerah asalnya dan ada juga organisasi yang lebih fokus membantu kegiatan yang diadakan oleh pondok pesantren yang disebut dengan Dewan Pelajar (Depel).

Organisasi yang disesuaikan dengan daerah tersebut berfungsi untuk membimbing anggotanya dalam mengupayakan pencapaian cita-cita pesantren. Adapun organisasi itu ialah:¹¹

Tabel. V
DAFTAR NAMA-NAMA KETUA PERSATUAN SANTRI PONDOK
PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR T.A 2017-2018

No	Nama	Jabatan	Kls	PERSATUAN	Guru Pembimbing
1	Indra Nst	Ketua	IV	IPMDMS (Medan)	Irpan Nasution, S.Pd.I
2	Mhd. Amin	Ketua	V	KBMDPS (Padang Sidempuan)	Muammar Rangkuti
3	Pauzi Saputra	Ketua	V	KBMDTAS (Tambangan)	Ali Basya
4	Basruddi Nst	Ketua	IV	KBMDSS (Sibolga)	Ali Syahbana
5	M. Taher Lubis	Ketua	IV	HIP SAM DAS (Aceh)	H. Zainal Abidin, S.Pd.I
6	Abd Mu'in Lubis	Ketua	V	GAM SOBAR (Sosa Barumun)	Syamsul Bahri, S.Pd
7	Ardi Ansyah	Ketua	IV	KBMDLC (Lancang Kuning)	Edi Sarwedy,S.Pd.I
8	Amlu Nasutio	Ketua	V	KBMDKP (Panti)	Drs. Mhd. Yazid Lubis
9	Bahrum Lubis	Ketua	IV	KBMDKS (Kisaran)	Ahmad Idris

¹¹ *Ibid.*, h. 51

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.

10	Amir Lubis	Ketua	V	KMBDKAS (Kota Nopan)	Muhammad Ramli Nst, S.Pd.I
11	Armansyah	Ketua	V	KBMD PAS (Panyabungan)	Zulfan Efendi
12	Marwan Riadi	Ketua	V	HIP SAM SIS (Siabu)	Azkar Saleh
13	Kiky Hestanto	Ketua	IV	KBMDLDS (Lumban Dolok)	Yuhibban A.R. Siregar
14	Mhd. Fikry	Ketua	IV	IPDU BANAS (Batang Natal)	H. Sobirin
15	Abdullah	Ketua	V	IPMD LPS (Lumban Pasir)	Amir Husein Lubis
16	Ahmad Faisal	Ketua	V	KBMDSIS (Sibanggor)	Abd. Shomad
17	Salamat Hasibuan	Ketua	VI	KBMD SM (Sumbar)	H. Hasan Basri

Bagi yang terdaftar sebagai pengurus persatuan santri, maka mereka di berikan tugas-tugas yang ditetapkan oleh pesantren. Tugas Utama Ketua/Pejabat Persatuandi Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur :¹²

1. Membuat Data Lengkap Semua Anggota Persatuan.
2. Bertanggung Jawab Terhadap Semua Permasalahan Persatuan
3. Mewajibkan Santri Yang Berasal Dari Wilayah Persatuan Untuk Masuk Persatuan
4. Melaporkan Masalah Penting Kepada Bapak Pembimbing Persatuan
5. Pelantikan Pejabat Persatuan Wajib Diketahui Oleh Bapak Pembimbing

¹² *Ibid.*, h. 53

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

6. Melaporkan Keberangkatan Ta'ziah Kepada Bapak Pembimbing Persatuan
7. Membina, Merangkul, Serta Menunjukkan Sifat-Sifat Terpuji Terhadap Anggota Persatuan
8. Tetap Menegakkan Amar Ma'ruf Nahi Mungkar Dalam Persatuan Dengan Kesabaran
9. Membantu Keamanan, Kesiswaan, dan Ibadah Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur
10. DII (Yang Dianggap Memajukan Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur)

Selain organisasi persatuan santri yang disesuaikan dengan nama daerah, didapati juga organisasi yang lebih fokus terhadap program pesantren yang dikenal dengan depel. Depel merupakan organisasi santri yang beranggotakan dari utusan-utusan organisasi persatuan santri dan diseleksi oleh guru tim seleksi. Para dewan pelajar tersebut lebih fokus pada kegiatan pesantren.

Di bawah ini struktur organisasi dewan pelajar yang ada di Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur masa bakti 2016-2017.¹³

Pelindung	: H. Mawardi Lubis Addary (Mudir)
	: H. Anwar Musaddad, S.Pd.I (Wakil Mudir)
Penasehat	: H. Hasan Basri
	: Muammar Rangkuti
Ketua	: Rahmat Pandapotan Nst

¹³ *Ibid.*, h. 54



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.

Wakil Ketua	: M. Syofyan
Sekretaris	: Zulhermansyah Hsb
	: Ahmad Syarif
Bendahara	: Zuhabi Lubis
	: Muhammad Yusuf
Seksi Kegiatan	: Muhammad sholihin Nst
	: Rizal Kamal Pulungan
Seksi Ibadah	: Pandapotan
	: Khoitul Amri
Seksi Kebersihan	: Mahdan Hsb
	: Wildansyah
Seksi Protokoler	: Muhammad Fahrin
Seksi Peralatan	: Sobirin Lubis
	: Zulhamdi Lubis
Seksi keamanan	: Mislah
Seksi Humas	: Zainuddin
	: Abdul Mu'in Nasution

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 III

LANDASAN TEORI

A. Promosi

Pemasaran terdiri dari dua proses. Pertama proses penciptaan, komunikasi dan penyampaian nilai yang superior kepada pelanggan sasaran. Kedua mengolah kereliasan pelanggan.¹ Untuk mewujudkan komunikasi yang efektif dibutuhkan lima macam keterampilan pokok, yaitu mendengarkan (*lisening*), memberi dan menerima umpan balik (*feedback skills*), menunjukkan ketegasan (*resolving conflicts*), serta memecahkan masalah (*problem solving*).²

Salah satu kebijakan di dalam pemasaran yaitu *marketing mix* yang tidak kalah pentingnya sebagai usaha untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan secara keseluruhan adalah kebijakan promosi.³ Yang dimaksud dengan *marketing mix* adalah sejumlah perangkat atau sarana pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan dalam target pemasaran. Terdapat 4 variabel P yang pemasar gunakan untuk memfasilitasi perubahan pelanggan.⁴ Karena pelanggan adalah menjadi pusat atau fokus dari seluruh keputusan atau tindakan dari organisasi jasa. Dalam hal ini, kita harus memandang jasa adalah paralel dengan cara memandang kualitas.⁵

¹ Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing MIX, CRM, Customer Value, dan Customer Dependency*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 20

² Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta : ANDI, 2005), h. 43

³ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002), h.329

⁴ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan taktik (dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT)*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2006), h.90

⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Operasi Produksi Pencapaian Sasaran Organisasi Berkesinambungan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h.26

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.

Adapun bauran pemasaran bisnis jasanya yaitu *product* seperti apa jasa yang di tawarkan, *price* strategi penentuan harganya, *place* dimana tempat jasa yang diberikan, *promotion* bagaimana promosi dilakukan, *People* bagaimana sumber daya manusianya, *process* manajemen pembelajaran yang diberikan, *physical evidence* sarana dan prasarana apa yang dimiliki.⁶

Dari sudut pandang penjual 4P dipergunakan sebagai alat untuk mempengaruhi perilaku pembeli. Sebaliknya dari sudut pandang pembeli, setiap saat pemasaran di desain untuk menyampaikan manfaat bagi pelanggan. Robert Lauterban mengusulkan bahwa 4P dari sudut pandang penjual sesuai dengan 4C dari sudut pandang pelanggan, sebagai berikut :⁷

4P Sudut Pandang Penjual	4C Sudut Pandang Pelanggan	4E Sudut Pandang Holistik
<i>Product</i>	<i>Customer Solution</i>	<i>Everything</i>
<i>Price</i>	<i>Customer Cost</i>	<i>Everytime</i>
<i>Place</i>	<i>Convenience</i>	<i>Everywhere</i>
<i>promotion</i>	<i>Communication</i>	<i>Everyone</i>

Perusahaan yang bisa memenangkan persaingan ialah perusahaan yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara ekonomis, menyenangkan dan dengan komunikasi yang efektif.

Keberhasilan dalam promosi jasa tergantung pada :

- Kemampuan mengidentifikasi audien target sesuai segmen pasar.

⁶Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Selemba Empat, 2011), h. 81-82

⁷Nandan Limakrisna, Wilhelmus Hary Susilo, *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis)*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2016), h. 12

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.

- Kemampuan menentukan tujuan promosi : apakah untuk menginformasika, mempengaruhi atau mengingatkan.
- Kemampuan mengembangkan pesan yang disampaikan : terkait dengan isi pesan, struktur pesan, gaya pesan, dan sumber pesan.
- Pilih bauran komunikasi yaitu komunikasi personal atau nonpersonal.⁸

1. Pengertian Promosi

Promosi berasal bahasa ingris yaitu dari kata *promote* yang artinya mengembangkan atau meningkatkan.⁹ Sedangkan dalam kamus besar bahasa indonesia kontemporer kata promosi diartikan perkenalan dalam rangka memajukan usaha dan sebagainya.¹⁰

Istilah komunikasi pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communication*) yang merupakan pengembangan dari istilah promosi. Kata promosi berkonotasi arus informasi satu arah, sedangkan komunikasi pemasaran lebih menekankan interaksi dua arah. Konsekuensinya, promosi dipersepsikan sebagai komunikasi yang bersifat massal, sedangkan komunikasi pemarkan terintegrasi lebih bersifat personal atau individual. Selain itu, ‘terintegrasi’ menunjukkan keselarasan atau keterpaduan dalam hal tujuan, fokus, dan arah strategi antar elemen bauran promosi dan antar bauran pemasaran. Dengan kata lain, komunikasi pemasaran terintegrasi menekankan

⁸Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Op.Cit.*, h.75

⁹Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Dan Analisi Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 49

¹⁰Peter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta : MODERN ENGLISH PERSS, 2002), h. 1193

dialog terorganisasi dengan audiens internal dan eksternal yang bersifatnyalebih *personalized, costumer-orientated* dan *technology-driven*.¹¹

Dan istilah komunikasi bersal dari kata latin *communis* yang berarti ‘bersama’. Jadi, jika anda berkomunikasi, anda berusaha mengadakan kebersamaan dengan seseorang. Komunikasi pemasaran adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.¹² Atau Semua elemen promosi dari *marketing mix* yang melibatkan komunikasi antar organisasi dan target audiens pada segala bentuknya ditujukan untuk performan pemasaran.¹³

Promosi ini mempunyai dua makna yaitu makna umum dan makna khusus. Makna umum promosi adalah segala perbuatan yang dilakukan oleh *shirkah* (perusahaan atau produsen) untuk menambah hasil penjualan. Sedangkan arti promosi secara khusus adalah hubungan komunikatif penjual atau produsen kepada para pembeli dengan maksud untuk memberi tahumereka, membujuk dan mendorong mereka untuk membeli.¹⁴ Untuk lebih jelasnya berikut pengertian promosi menurut para ahli :

¹¹Fandy Tjiptono dkk, *Pemasaran Strategik (Mengupas Topik Utama Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Costumer satisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-Marketing)*, Yogyakarta : Penerbit Andi, 2008), h. 507

¹²Marius P. Angipora, *Op. Cit.*, h. 330

¹³Ilham Prigunanto, *Op. Cit.*, h. 8

¹⁴<https://www.google.co.id/search?q=promosi+dalam+islam&aq=chrome.3.69i57j015.14714j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8> (diakses pada 02 April 2017)

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

- Buchari Alma mengatakan promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.¹⁵
- Menurut Nurrahmi Hayani promosi adalah Berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk pada pasar sasaran. Atau semua aktivitas komunikasi dan perancangan intensif untuk membangun persepsi pelanggan yang dikehendaki perusahaan atas layanan spesifik yang perusahaan berikan.¹⁶
- Stanton mengatakan promosi adalah kombinasi dari periklanan, *personal selling* dan alat promosi lainnyayang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.¹⁷
- Kolter dan Armstrong menyatakan bahwa promosi adalah komunikasi yang dilaksanakan oleh pemasaran untuk menginformasikan, mengajak, dan mengingatkan pembeli potensial dari suatu produk, yang tujuan untuk mempengaruhi atau menimbulkan sebuah tanggapan.¹⁸

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan yang meyakinkan calon konsumen, tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.¹⁹

¹⁵Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 179

¹⁶Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran, Op. Cit.*, h. 84-85

¹⁷Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010), h. 90

¹⁸Risma Somad, donni juni priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 237

¹⁹Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Op.Cit.*, h. 121

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.

Dan komunikasi juga memungkinkan terjadinya koordinasi, perintah atau intruksi, saran-saran, informasi, dan sebagainya dapat disampaikan secara cepat, tepat, dan jelas, sehingga tujuan organisasi bisnis dan kebutuhan serta keinginan pelanggan dapat disinergikan dalam kerangka hubungan yang saling menguntungkan.²⁰

2. Bauran Promosi (*Promotion MIX*)

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.²¹ Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi (*promotion mix*):

a. Penjualan Personal

Penjualan Personal merupakan pemasaran pada produk atau jasa dimana penjual bertemu langsung dengan pembeli untuk melihat dan menjejaki prospek (peluang) pembelian calon pembeli. Penjualan personal dilakukan bila memiliki nilai unit yang tinggi dan membutuhkan demonstrasi, produk yang sangat teknis dan memerlukan penjelasan.

Ciri dan sifat khusus dari penjualan personal adalah mempererat hubungan dan respons (tanggapan untuk mendengarkan). Sedangkan fungsinya adalah mencari prospek, menentukan sasaran, mengomunikasikan, menjual, melayani, mengumpulkan informasi dan

²⁰Risma Somad, Donni Juni Priansa, *Op. Cit.*, h. 139

²¹Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Op.Cit.*, h. 120

mengalokasikan. Dan kriteria yang harus dimiliki oleh tenaga penjual/wiraniaga adalah pengetahuan produk/seni jual, kemampuan bernegosiasi, dan hubungan antara manusia yang efektif.²²

b. Penjualan Massal (*mass selling*)

Penjualan massal adalah komunikasi dengan jumlah besar pelanggan pada waktu yang bersamaan. Bentuk utama dari penjualan massal ada dua periklanan dan publisitas. adalah sebagai berikut :²³

1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu. Karena banyak dan bentuk penggunaan periklanan, sangat sulit membuat generalisasi yang dapat merangkum semuanya. Namun, kualitas khusus berikut sepatutnya harus diperhatikan :

- *Persentasi Umum.* Periklanan yang bersifat umum itu memberikan semacam keabsahan pada produk dan menyarankan tawaran yang terstandarisai.
- *Tersebar Luas.* Periklanan adalah medium yang berdaya sebar luas yang memungkinkan penjual mengulang-ulang pesan berkali-kali.
- *Tidak Bersifat Pribadi/nonpersonal.* Khalayak tidak merasa wajib untuk memperhatikan atau menanggapi. Iklan hanya mampu melakukan monolog, bukan dialog dengan khalayak.²⁴

²²Agus Hermawan, *Op.Cit.*,h. 121

²³Josep P. Canon dkk, *Op.Cit.*, h. 45

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

- *Membandingkan*. Memberikan kesempatan kepada audiens untuk menerima dan membandingkan pesan dari sejumlah produsen yang saling bersaing.²⁵

2. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait.²⁶ Dan yang menjadi keunggulan *public relation* yaitu kredibilitas tinggi, kemampuan menjangkau audiens yang menghindari wiraniaga dan iklan, memungkinkan untuk mendramatisasi perusahaan atau produk.²⁷

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusung nilai tambah dari suatu produk (untuk mendapatkan lebih dari sekedar yang dari nilai produk) dalam jangka waktu tertentu untuk mendorong pembelian konsumen, efektivitas penjualan, atau mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjual. Dan adapun sifat yang terkandung dalam promosi penjualan adalah mampu menarik perhatian, memberi informasi, memberikan keistimewaan/rangsangan (intensif), dan mengundang tindakan untuk membeli saat itu juga.²⁸

²⁴ Agus Hermawan, *Op. Cit.*, h. 72

²⁵ Fandy Tjiptono dkk, *Op. Cit.*, h. 516

²⁶ Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan taktik (dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT)*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2006), h. 20

²⁷ Fandy Tjiptono dkk, *Op. Cit.*, h. 517

²⁸ Agus Hermawan, *Op. Cit.*, h. 148

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

Ada tiga hal mendasar dalam promosi penjualan :

- Penting sekali bagi promosi penjualan untuk berjalan selaras dengan periklanan.
- Umumnya terdapat tiga sasaran yang ditujukan dalam promosi penjualan yakni konsumen, penjual perantara dan tenaga penjualan.
- Promosi penjualan merupakan senjata kompetitif yang memberikan dorongan ekstra bagi pasar sasaran untuk membeli atau mendorong satu merek di atas merek yang lain dalam penjualan.²⁹

d. Informasi Mulut ke Mulut (*word of mouth*)

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan penyampaian jasa. Dengan kata lain pelanggan tersebut akan berbicara kepada pelanggan lain yang berpotensi dengan pengalamannya dalam menerima jasa tersebut, sehingga informasi dari mulut kemulut ini sangat besar pengaruhnya dan dampaknya terhadap pemasaran jasa.³⁰

3. Tujuan Promosi

Pada dasarnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada calon konsumen agar mereka mengenal dan tertarik kepada produk tersebut dan pada akhirnya bersedia membeli produk tersebut.³¹

²⁹Agus Hermawan, *Op. Cit.*,h. 129

³⁰Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani, *Op. Cit.*, h. 122

³¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*,(Yogyakarta : Andi, 2008), h. 219

Tujuan utama promosi yang dilakukan perusahaan terdiri dari beberapa alternatif, antara lain menginformasikan, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan konsumen akan keberadaan produk tersebut, sehingga konsumen tidak beralih kepada produk lain yang dipasarkan pesaing. Sementara lipiyoadi mengemukakan bahwa tujuan promosi antara lain menginformasikan, membujuk, mengingatkam dan pemantapan. Untuk lebih jelasnya dapat diuraikan sebagai berikut :³²

a. Mengingatkan

Mengingatkan kembali konsumen sasaran yang selama ini dimiliki atas keberadaan perusahaan dan merek produk yang dihasilkan yang tetap setia dan konsisten untuk melayani konsumennya dimanapun mereka berada. Kegiatan mengingatkan ini terdiri atas :

- Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam jangka waktu dekat.
- Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.³³
- Menjaga agar tetap ingat terhadap produk atau jasa walaupun tidak ada kampanye iklan.³⁴

³²Marius P. Angipora, *Op. Cit.*, h. 339

³³*Ibid.*,h. 340

³⁴Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani, *Op.Cit.*, h. 132

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. Pemantapan dan Meyakinkan

Pada tahap ini, perusahaan berusaha meyakinkan konsumen bahwa mereka telah melakukan pilihan yang tepat dengan membeli produk tersebut dan menjadi pelanggan loyal.³⁵

- Menyampaikan pesan tentang keunggulan produk jasa yang diberikan
- Meyakinkan konsumen tentang keunggulan jasa
- Meningkatkan interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan
- Memberikan pemahaman tentang penguasaan produk secara lebih persuasif
- Mengarahkan dan menanamkan keyakinan kepada pelanggan untuk melakukan tindakan membeli³⁶

c. Menginformasikan

Menginformasikan seluruh aspek-aspek dan kepentingan perusahaan yang berhubungan dengan konsumen dapat dilakukan sebaik-baiknya untuk diketahui secara jelas. Kegiatan menginformasikan atas berbagai hal yang berkaitan antara perusahaan dan konsumen dapat berupa :

- Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
- Menyampaikan perubahan harga
- Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan
- Meluruskan kesan yang salah

³⁵Marius P. Angipora, *Op. Cit.*, h. 340

³⁶Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani, *Op. Cit.*, h. 132

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.

- Mengurangi ketakutan dan kehawaatiran pembeli
- Membangun citra perusahaan.³⁷
- Melakukan komunikasi publik yang efektif dan mengantisipasi isu-isu yang berkembang
- Memberikan informasi secara panjang lebar dan menerangkan produk jasa dalam tahap pengenalan
- Memperkenalkan jasa yang diberikan kepada pelanggan³⁸
- Menginformasikan sebuah produk kepada konsumen
- Menjelaskan fungsi, manfaat dan keunggulan sebuah produk usaha atau layanan
- Menginformasikan sebuah produk atau layanan baru kepada konsumen.³⁹

d. Mempengaruhi dan Membujuk Pelanggan Sasaran

Mempengaruhi dan membujuk pelanggan atau konsumen sasaran agar mau membeli atau mengalihkan pembelian terhadap produk-produk yang dihasilkan perusahaan. Dan kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi dan membujuk pelanggan sasaran dengan tujuan utama untuk :

- Membentuk pilihan merek
- Mengalihkan pilihan ke merek lain.⁴⁰

³⁷*Ibid.*, h. 340

³⁸*Ibid.*, h. 132

³⁹Henra Riofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru : CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h.

⁴⁰*Ibid.*, h. 340

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.

- Memengaruhi citra atau persepsi pelanggan terhadap atribut produk atau jasa yang diberikan.
- Membujuk calon pelanggan sehingga menciptakan permintaan yang selektif akan merek tertentu
- Mempengaruhi calon konsumen dengan memanfaatkan pelanggan yang loyal terhadap jasa yang diberikan (*customer get customer*).⁴¹

e. Mendorong

- Mendorong konsumen agar bersedia mencoba produk baru.
- Mendorong konsumen agar memilih merek perusahaan
- Mendorong konsumen untuk membeli lebih banyak, meminimumkan perilaku berganti merek
- Mendorong pelanggan untuk belanja saat itu juga.
- Mendorong terjadinya *business leads*.⁴²

Dari keseluruhan alternatif tujuan promosi yang dilakukan perusahaan tersebut di atas, secara singkat dapat dikatakan bahwa tujuan promosi yang dilakukan berkaitan erat dengan upaya bagaimana konsumen atau calon konsumen dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin dan pada akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.⁴³

⁴¹Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani, *Op.Cit.*, h. 132

⁴²Fandy Tjiptono dkk, *Op. Cit.*, h.547-548

⁴³Marius P. Angipora, *Op. Cit.*, h.341

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.

4. Sasaran Promosi

Dalam berbagai kegiatan bisnis yang akan dilakukan tidak hanya sekedar mengomunikasikan tujuan, tetapi kegiatan harus menentukan secara jelas kapan perusahaan akan melakukan dan berapa banyak dari apa untuk mencapai tujuan itu. Artinya perusahaan harus menentukan secara jelas sasaran promosi yang ingin dicapai dalam priode waktu tertentu. Sasaran-sasaran promosi ini lebih lanjut perlu diterjemahkan ke dalam sasaran yang lebih spesifik dan berorientasi kepada tindakan sebagai berikut :⁴⁴

a. Sasaran Penjualan

Sasaran penjualan harus ditetapkan secara jelas dengan mencantumkan secara spesifik kenaikan penjualan dari produk tertentu diharapkan dari kegiatan promosi yang dilakukan. Namun di dalam penetapan sasaran penjualan sebagai konsekuensi dari sasaran promosi, hendaknya memperhatikan tiga karakteristik dasar seperti :

- Sasaran harus spesifik dan dapat diukur
- Sasaran harus dapat dicapai dalam waktu terbatas
- Sasaran harus dapat diidentifikasi dengan suatu hasil yang sebenarnya.

b. Sasaran Konsumen

Dengan menetapkan sasaran konsumen secara jelas, maka perusahaan dapat menentukan dengan tepat apa yang ingin disampaikan, bagaimana menyampaikan, kapan disampaikan, di mana disampaikan,

⁴⁴*Ibid.*, h.342

dan siapa yang menyampaikan serta pemilihan elemen-elemen promotion mix yang akan dilakukan di samping atas penetapan atas media yang akan digunakan menjadi lebih jelas dan terarah sesuai dengan biaya yang di sediakan.⁴⁵

Dengan ditetapkanya tujuan dan sasaran promosi secara jelas, maka pada akhir kegiatan promosi itu dilakukan, pimpinan perusahaan dapat menganalisa dan mengevaluasi apakah kegiatan promosi yang dilakukan mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan sebagaimana ditetapkan sebelumnya dengan cara membandingkan antara apa yang telah dilakukan dengan hasil nyata yang berhasil dicapai.⁴⁶

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Promosi Komunikasi

Faktor-faktor umum yang mempengaruhi efektivitas suatu komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Semakin besar monopoli sumber komunikasi terhadap penerima, maka semakin besar kemungkinan penerima akan menerima pengaruh atau pesan tersebut.
2. Pengaruh komunikasi yang paling besar adalah pada saat pesan yang disampaikan sesuai dengan pendapat, kepercayaan dan watak sipenerima.
3. Komunikasi dapat menyebabkan perubahan yang efektif atas masalah yang tidak dikenal, dianggap ringan, dan yang tadak terletak pada pusat sistem nilai penerima itu.

⁴⁵*Ibid.*, h.342

⁴⁶*Ibid.*, h.342.

4. Komunikasi akan lebih efektif jika sumber dipercaya memiliki keahlian, status yang tinggi, objektif atau disukai, tetapi yang paling utama adalah sumber memiliki kekuasaan yang dapat diidentifikasi.
5. Konteks sosial, kelompok, atau kelompok referensi akan menjadi penengah dalam komunikasi dan mempengaruhi apakah komunikasi akan diterima atau ditolak.⁴⁷

B. Peningkatan Jumlah Santri (*penjualan jasa*)

Dalam dunia pendidikan yang penuh persaingan seperti saat ini, kepuasan pelanggan jasa pendidikan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan kompetisi pendidikan. Apabila sekolah menghasilkan produk jasa pendidikan yang tidak bermutu, pelanggan jasa pendidikan akan pergi meninggalkan sekolah.⁴⁸

Peningkatan mutu berkaitan dengan target yang harus dicapai. Ada dua aspek yang perlu diperhatikan, yakni aspek kualitas hasil dan aspek proses mencapai hasil tersebut atau yang lebih dikenal dengan *Total Quality Management* (TQM) akhir-akhir ini banyak diadopsi dan digunakan oleh dunia pendidikan dan teori ini dianggap sangat tepat dalam dunia pendidikan saat ini.

TQM adalah sebagai sebuah pendekatan dalam menjalankan usaha yang berupaya memaksimalkan daya saing melalui penyempurnaan secara terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan organisasi. Aspek

⁴⁷Agus Hermawan, *Op. Cit* h. 20-21

⁴⁸David Wijaya, *Op.Cit.*, h. 182

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

yang menyangkut cara mencapainya dan berkaitan dengan sepuluh karakteristik TQM yang terdiri atas :

- a. fokus pada pelanggan (internal & eksternal),
- b. berorientasi pada kualitas,
- c. menggunakan pendekatan ilmiah,
- d. memiliki komitmen jangka panjang,
- e. kerja sama tim,
- f. menyempurnakan kualitas secara berkesinambungan,
- g. pendidikan dan pelatihan,
- h. menerapkan kebebasan yang terkendali,
- i. memiliki kesatuan tujuan,
- j. melibatkan dan memberdayakan karyawan.⁴⁹

Perbedaan utama antara perusahaan produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, di mana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari layanan konsumennya. Konsumen dapat dapat penilaian yang sangat subjektif terhadap suatu jasa karena mereka merasakan standar kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh pada kepuasan yang hendak diraih.⁵⁰

Layanan konsumen memiliki beberapa aktivitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengombinasikan melalui pemesanan, pemrosesan, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerja sama dengan

⁴⁹Eti Rochaety, dkk, *Sistem Informansi Manajemen Pendidikan* (Jakarta : bumi Aksara, 2005), 97.

⁵⁰Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa, Op.Cit.*, h. 139

konsumen. Layanan konsumen bukan sekedar melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan.⁵¹

1. Pengertian Peningkatan(*penjualan*)

Peningkatan berasal dari kata dasar “tingkat” yang kemudian ditambah dengan imbuhan pe-an sehingga menjadi kata peningkatan. Sugono mendefinisikan peningkatan sebagai proses, cara meningkatkan usaha dan sebagainya. Yang berarti proses perubahan menjadi lebih baik.⁵² Sementara jumlah menurut KBBI “banyaknya (tentang bilangan atau sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu”.⁵³

Secara teoritis peningkatan jumlah santri sejalan dengan teori penjualan, yang mana maksud penjualan disini adalah Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Dan penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen(pembeli).⁵⁴

⁵¹Lok. Cit.

⁵²<http://pgsdblog.blogspot.co.id/2017/11/pengertian-peningkatan-pembelajaran.html>

⁵³Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (KBBI Online)

⁵⁴M. Nafarin, Penganggaran Perusahaan,(Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

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.

2. Tujuan Peningkatan(penjualan)

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Adapun tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu :

- a. Tujuan yang dirancang untuk meningkatkan volume penjualan total atau meningkatkan penjualan produk- produk yang lebih menguntungkan.⁵⁵
- b. Tujuan yang dirancang untuk mempertahankan posisi penjualan yang efektif melalui kunjungan penjualan reguler dalam rangka menyediakan informasi mengenai produk baru.
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan.

Tujuan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan sebagaimana yang telah direncanakan sebelumnya. Penjualan tidak selalu berjalan mulus, keuntungan dan kerugian yang diperoleh perusahaan banyak dipengaruhi oleh lingkungan pemasaran. Lingkungan ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

C. Hubungan Promosi dengan Peningkatan Jumlah Santri

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatkannya penjualan. Kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik akan dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Dan promosi merupakan ujung tombak keberhasilan kegiatan suatu bisnis. Apa jadinya produk

⁵⁵Fandy Tjiptono dkk, *Op. Cit.*, h. 604

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.

yang berkualitas dan memiliki nilai (*value*) yang superior bagi pelanggan, namun justru pelanggan tidak mengetahuinya.⁵⁶ Karena sikap konsumenlah yang pada akhirnya yang menentukan kesuksesan setiap perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa.⁵⁷

Setiap usah itu bersifat dinamis, yang diwarnai dengan perubahan dari waktu ke waktu. Perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta menguasai pasar. Tujuan akan tercapai apabila bagian pemasar perusahaan melaksanakan strateginya dengan bagus.⁵⁸ Jadi, aktivitas promosi jasa pendidikan harus mendukung dan meningkatkan sasaran pemasar jasa pendidikan.⁵⁹

Promosi juga dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Keuntungan bagi konsumen ialah konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik. Dan keuntungan bagi produsen ialah promosi dapat menghindarkan persaingan berdasarkan harga, karena konsumen membeli berdasarkan mereknya. Promosi dapat menimbulkan goodwill bagi merek, meningkatkan penjualan dan dapat menstabilkan produksi.⁶⁰

Dan pada umumnya perusahaan mempunyai tujuan mendapatkan laba terlalu (mungkin maksimal), mendapatkan atau bahkan berusaha meningkatkan

⁵⁶Risma Somad, Donni Juni Priansa, Manajemen Komunikasi (*mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan*), (Bandung : Alfa Beta, 2014), h. 258-259

⁵⁷Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Kenncana Prenadamedia Group, 2006), h. 148

⁵⁸Sofjan Assauri, *Op.Cit.*, h. 167

⁵⁹David Wijaya, *Op.Cit.*, h. 135

⁶⁰Buchari Alma, *Op. Cit.*,h. 181

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.

untuk jangka waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat direalisasikan apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti yang direncanakan.⁶¹

D. Promosi Menurut Ekonomi Islam.

Ekonomi islam didasarkan pada tiga konsep fundamental, yaitu : keimanan (tauhid), kepemimpinan (khilafah), dan keadilan (a'dalah). Tauhid adalah konsep yang paling penting dan mendasar, sebab konsep yang pertama dalam pelaksanaan segala aktivitas baik yang menyangkut Ubudiah/ibadah mahdah (sholat, zikir, shiam dan sebagainya), muamalah (termasuk ekonomi), muasyarah hingga akhlak.⁶²

Promosi merupakan salah satu unsur penting dalam pemasaran dimana para ahli ekonomi mengistilalkannya dengan 4P. Dan merujuk dari keterangan diatas, dalam perspektif syariat islam seharusnya ada 1P lagi yang tidak boleh dilupakan oleh seseorang ketika akan memulai usahanya, yaitu *Pray* atau do'a. Dimana unsur ini adalah faktor yang sangat mempengaruhi kesuksesan seseorang dalam menjalankan usahanya.

Promosi dalam istilah ekonomi islam disebut at-tarwijiج) adalah merupakan usaha yang dilakukan oleh produsen untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen dan mempengaruhi mereka untuk membelinya, baik dilakukan sebelum transaksi maupun sesudahnya.⁶³ Dalam islam promosi diperbolehkan berdasarkan kejujuran atau amanat, tidak boleh melewati batas

⁶¹Basu Swasth, *Manajemen Penjualan*, (Yogyakarta : BPFE, 2001), h. 404

⁶²Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip ekonomi Islam*, (Erlangga), h. 5

⁶³<http://www.rumahfiqh.com/y.php?id=473>(diakses pada 02 April 2017)



kebenaran dalam menyebutkan dagangannya. Sebagaimana Allah Swt menjelaskan dalam al-qur'an yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Artinya :*Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. (QS. At-taubah :119).*⁶⁴

Dan hadits Nabi Saw yang berbunyi :

عن أبي قتادة -رضي الله عنه-: أنه سمع رسول الله -صلى الله عليه وسلم- يقول: «إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ، فَإِنَّهُ يُنْفَقُ ثُمَّ يَمَحَقُ». [صحيح.] - [رواه مسلم.]

Artinya :*Dari Abi Qotadah semoga Allahmeridhoinya : aku mendengar Rosululloh SAW bersabda: Jauhkan dirimu banyak bersumpah dalam penjualan, karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagang) kemudian menghilangkan keberkahan. (HR. Muslim : 1607).*⁶⁵

Dalam mempromosikan produk atau jasa, besumpa secara berlebihan dilarang dalam agama islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat merusak nilai-nilai islami. Sebab banyak dewasa ini perusahaan atau pebisnis yang berpromosi dengan melebih-lebihkan berkata melalui iklan dan Allah Swt dan Rasul-Nya telah memberikan aturan dan larangan mengenai hal itu.

⁶⁴Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir Al-Qura'an, (Mujamma' Al Malik Fadh Li Thiba'at Al Mush-Haf Asy-Syarif Madinah Al Munawwarah P.O Box 6262 Kerajaan Arab Saudi), h. 301

⁶⁵Imam Al-Mundziri, *Op. Cit.*, h. 451

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.

Usaha-usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan promosi tentunya bermacam-macam, mulai dari cara yang biasa-biasa saja sampai cara yang cukup luar biasa. Mulai dari ala kadarnya sampai yang didesain sedemikian rupa, apalagi di zaman yang sudah canggih ini tentunya sarana dan pra-sarana yang ada untuk melakukan promosi produk tentunya semakin mudah. Sehingga sebagai seorang muslim, usaha-usaha tersebut memerlukan batasan dan patokan agar tidak bertentangan dengan tujuan syari'at islam secara umum, yaitu untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan kerusakan bagi ummat manusia.

1. Landasan Al-Qur'an dan Hadits

Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu⁶⁶; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa' ayat 29).⁶⁷*

Hadits Nabi SAW :

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ

مَبْرُورٍ

⁶⁶Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan

⁶⁷Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir Al-Qura'an, *Op. Cit.*, h. 122

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

Artinya : *Rasulullah ditanya : “Pekerjaan apa yang paling utama?” beliau bersabda : “Pekerjaan orang dengan usaha (tangan)-nya sendiri dan pula semua perdagangan yang suci”*.⁶⁸

2. Etika Islam dalam Promosi

Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan Rosulullah, yaitu regelius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Marketing islami mengutamakan akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Kerena marketing islami penting bagi tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar.⁶⁹

Etika islam berupa nilai ketulusan, keikhlasan berusaha, persaudaraan dan keadilan. Etika bisnis syariah bisa diwujudkan dalam bentuk ketulusanperusahaan dengan orientasi yang tidak hanya pada keuntungan perusahaan namun juga bermanfaat bagi masyarakat dalam arti sebenarnya. Karena etika bisnis islam dapat memberikan pedoman bagi manusia pebisnis yang *abid* sekaligus *khalifah* yang *ulul albab*. Dan etika bisnis islam lebih menekankan empat sifat yaitu Kesatuan, Kesimbangan, Kebebasan dan Tanggung jawab.⁷⁰

Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap pelaku bisnis, terutam dalam kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika menyelidiki, memikirkan, dan mempertimbangkan tentang yang baik dan buruk. Sedangkan moral menyatakan ukuran yang baik tentang tindakan manusia dalam kesatuan

⁶⁸Imam Al-Mundziri, *Op. Cit.*, h. 106

⁶⁹Veithzal Rivai, *Op. Cit.*, h. 156

⁷⁰Abdul aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)*, (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 64-68

sosial tertentu. Etika memandang laku-perbuatan manusia secara universal, moral secara tempat. Moral sesungguhnya dibentuk oleh etika. Yang merupakan muara atau buah dari etika.⁷¹

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. Prinsip-prinsip Etika dalam islam

- a. Kejujuran, dalam ajaran islam, kejujuran merupakan syarat paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Rosulullah sangat menganjurkan kejujuran dalam segala aktivitas bisnis. Karna kejujuran akan membawa kepada kepada kebajikan dan sebaliknya kebohongan akan membawa pelakunya kepada keburukan.
- b. Amanah, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat karena orang yang selalu jujur pastilah amanah (terpercaya). Allah memerintahkan agar umat islam menunaikan amanah kepada orang yang berhak menerimanya dan jika memutuskan perkara agar dilakukan secara adil.
- c. Kesadaran tentang signifikasi sosial dalam bisnis, pelakuk bisnis tidak seharusnya tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (tolong-menolong). Tegasnya memberi kemudahan bagi orang lain dalam menjual atau membeli barang.
- d. Tidak menjelek-jelekkan bisnis orang lain agar orang membeli kepadanya. Seorang tidak diperbolehkan mencar-cari kejelekan barang orang lain, tidak boleh berburuk sangka, dan bermusuhan dengan pebisnis lainnya.⁷²

⁷¹A. Kardi, Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an, (Jakarta : HAMZAH, 2010), h. 47-

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.

4. Konsep Etika Bisnis dalam Islam

a. Tauhid Dalam islam, tauhid merupakan konsep sentran yang berisi ajaran bahwa tuhan adalah pusat dari segala sesuatu, dan bahwa manusia harus mengabdikan diri sepenuhnya kepada-Nya.

b. Iman, Islam dan Ihsan

- Iman adalah merupakan wujud dari rasa aman dari ketakutan. Artinya, orang yang beriman akan terhindar dari rasa takut. Bahkan secara sosial sangat peduli sama sesamanya, ini inti dari iman sebagai bagian dari *filantropi*, tanggung jawab sosial muncul karena kesadaran imannya.
- Islam adalah suatu ajaran yang bersifat penyerahan, tunduk dan patuh terhadap perintah (hukum-hukum Allah) untuk dilaksanakan setiap manusia.
- Ihsan adalah merupakan muatan komponen meliputi pengetahuan, manajemen orientasi dan sistem.⁷³

c. Adil

Berkenaan dengan keadilan, ada dua kata yang digunakan Al-Qur'an yaitu *Al-adl* dan *Al-qisth*. Adil adalah sesuatu yang benar, sikap yang tidak memihak, penjagaan hak-hak seseorang, dan cara yang tepat dalam mengambil keputusan.⁷⁴ Nash-nash Al-Qur'an yang menyebutkan keadilan, bukan hanya sekedar anjuran, namun berbentuk perintah yang bersifat

⁷²H. Idri, hadis ekonomi (ekonomi dalam perspektif hadits nabi), (Jakarta : prenadamedia group, 2015), h, 330-335

⁷³Abdul aziz, *Op. Cit.*, h. 77-86

⁷⁴*Ibid.*, h. 250

mutlak tanpa ikatan waktu, tempat atau individu tertentu.⁷⁵ Allah SWT berfirman :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (QS. An-Nahl ayat 90).*⁷⁶

d. Tolong Menolong

Allah telah menganugerahkan kelebihan-kelebihan yang satu terhadap yang lain. Kehidupan akan terselenggara apabila umat manusia bekerja sesuai dengan keahlian masing-masing. Contoh seorang guru melayani masyarakat dalam bidang pendidikan dan pengajaran. Dan manusia sebagai makhluk sosial yang dalam hidupnya harus melaksanakan kerja sama dan tolong menolong sesuai dengan kedudukannya sebagai makhluk terhormat.⁷⁷ Sebagaimana Allah SWT menjelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi :

⁷⁵A. Kardi, *Op. Cit.*,h 75-76

⁷⁶Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir Al-Qura'an, *Op. Cit.*, h. 415

⁷⁷A. Muhtadi Ridwan, *Al-Qur'an dan Sistem Perekonomian*, (Malang : UIN-MALIKI PERSS, 2011), h. 53-54



وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya. (Q.S Al-Ma'idah ayat 2)*

e. Tanggung Jawab

Konsep tanggung jawab bermula dari pemahaman bahwa setiap orang akan dipertanggungjawabkan amalnya, kemudian keluarganya dan perusahaan miliknya.⁷⁸

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.

⁷⁸Abdul aziz, *Op. Cit.*,h. 207

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 V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian beserta pembahasan yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara varsial promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur, hal dapat dilihat dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} (2,590) > t_{tabel} (1,989)$ dan $Sig (0,011) > 0,05$. Dan dilihat dari nilai Adjustend R Square sangat rendah pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Hal ini ditunjukkan dari hasil pengujian identifikasi determinan (R^2) Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur sebesar 0,068 atau 6,8%. Sedangkan sisanya 93,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka dapat dikatakan ustadz/ustadzah dan santri/wati Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur yang ikut serta melakukan promosi sekolah sudah menerepkan syariat islam dalam pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur. Artinya mereka menerapkan konsep yang sesuai dengan ajaran islam dalam melakukan promosi sekolah dan tidak melampaui batas kewajaran dalam menyebut tentang instansinya.

Karena Al-Qur'an telah melarang menyebut dagangannya dengan berlebihan.

B. Saran

Berdasarkan dari keseluruhan data yang berhasil dikumpulkan oleh penyusun, maka ada beberapa hal yang penyusun ingin sampaikan sebagai sumbangan pemikiran atas pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur yaitu sebagai berikut :

1. Disaran kepada bapak pimpinan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur agar menghimbau kepada seluruh ketua persatuan yang di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur untuk menyiapkan meteri atau agenda yang akan dilaksanakan, di waktu sebelum pelaksanaan ujian semester ganjil/genap.
2. Disaran kepada seluruh ketua persatuan di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur untuk lebih kompak dalam menyiapkan materi atau agenda yang akan dilaksanakan di waktu perayaan.
3. Disarankan kepada seluruh santri/wati di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur agar lebih menjaga nilai-nilai islam ketika melaksanakan perayaan ketika libur semester genap/ganjil.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Pentafsir Al-Qura'an, (MUJAMMA' AL MALIK FADH LI THIBA'AT AL MUSH-HAF ASY-SYARIF MADINAH AL MUNAWWARAH P.O BOX 6262 KERAJAAN ARAB SAUDI)
- Imam Al-Mundziri, *Mukhtashor Shahih Muslim*, Jakarta : UMMUL QURA, 2016
- Peter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta : MODERN ENGLISH PERSS, 2002
- Ara Hidayat, Imam Machali, *Pengelolaan pendidikan, Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, Yogyakarta: Kaukaba, 2012
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Daya Saing Sekolah*. Jakarta: BPK Penabur, 2008
- Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, Yogyakarta: ANDI, 2009
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009
- Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005
- Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006
- Joseph P. Canon, William D. *Pemasaran Dasar, Pendekatan Manajerial Global*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Sadono Sukirno dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta : KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, 2006
- Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, Jakarta : KOMPAS GRAMEDIA, 2012

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

Tulus Tambunan, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*, Jakarta : PT. Mutiara Sumber Widya, 2002

Agus Hermawan. *KOMUNIKASI PEMASARAN*, Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012

Yevis Marty Oesman, *Sukses Mengelola Marketing MIX, CRM, Costumer Value, dan Costumer Dependency*, Bandung : Alfabeta, 2010

Pandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta : ANDI, 2005

Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasran*, Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2002

Ilham Prisgunanto, *Komunikasi Pemasaran Strategi dan taktik (dilengkapi analisis SOSTAC dan STOP-SIT)*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 2006

Sofjan Assauri, *Manajwmmwn Operasi Produksi Pencapaian Sasran Organisasi Berkesinambungan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2016

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Selemba Empat, 2011

Nandan Limakrisna, Wilhelmus Hary Susilo, *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Aplikasi dalam Bisnis)*, Jakarta : Mitra Wacan Mwedda, 2016

Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Dan Analisi Kasus Integrated Marketing Comunication*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009

Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta, 2007

Suliyanto, *Studi Kelayakan Bisnis*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2010

Risma Somad, donni juni priansa, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*, Bandung: Alfabeta, 2014

Henra Riofita, *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru : CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015

Eti Rochaety, dkk, *Sistem Informamsi Manajemen Pendidikan* Jakarta : bumi Aksara, 2005

M. Nafarin, *Penganggaran Perusahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009



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.

Basu Swasth, *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta : BPFE, 2001

Nurrahmi Hayani, *Manajemen Pemasaran*, Pekanbaru: Suska Pers, 2012

Abdul aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam (Implementasi Etika Islami Untuk Dunia Usaha)*, Bandung : Alfabeta, 2013

A. Kardi, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta : HAMZAH, 2010

H. Idri, *Hadits Ekonomi Ekonomi Dalam Perspektif Hadits Nabi*, Jakarta : prenadamedia group, 2015

A. Muhtadi Ridwan, *Al- Qur'an dab Sistem Perekonomian*, Malang : UIN-MALIKI PERSS, 2011

Sugiyono, *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*, Bandung: Alfabeta, 2015

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Variabel (X) Promosi

	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Σ
1	Untuk terus meningkatkan jumlah santri/wati di Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur dibutuhkan adanya promosi sekolah.						
2	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur selalu menginformasikan instansinyam ealalui perayaan, brosur dan melalui radio setempat.						
3	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur selalu mengingatkan betapa pentingnya menuntut ilmu, khususnya ilmu agama.						
4	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur selalu menginformasikan jadwal perubahan penerimaan santri/wati di instasinya.						
5	Saya sering membaca dan mendengar berita tentang Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur.						
6	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur selalu memberikan kemudahan administrasi di instansinya.						
7	Promosi yang disampaikan Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur jelas dan mudah dipahami.						
8	Promosi yang disampaikan (dengan metode dakwah) oleh Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur menarik dan membuat saya tertarik untuk melanjutkan pendidikan di Pondok Pesantren tersebut.						
9	Promosi yang disampaikan (dengan metode dakwah) oleh Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur dapat menambah wawasan						
10	Promosi yang disampaikan oleh Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur sesuai dengan kenyataan.						

Hak Sipla Di Lindungi 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Variabel (Y) Peningkatan Jumlah Santri

	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Σ
1	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur memiliki kelengkapan fasilitas yang mendukung kegiatan santri/wati.						
2	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur menggunakan asrama hanya untuk santri watinya dan untuk santrinya pondok (gubuk) yang berukuran 2x3 dan 3x4 untuk tempat tinggal santrinya guna untuk lebih mandiri.						
3	Saya lebih merasa nyaman tinggal di pondok dan asrama dari pada kos-kosan.						
4	Saya memilih Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur karna letaknya yang strategis dan prosesnya mudah.						
5	Saya memilih Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur karna sering menjuarai apabila di adakan MQK di Mandailing Natal.						
6	Saya memilih Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur karena lebih mendidik saya untuk mandiri						
7	Disamping ilmu agama ada juga ilmu-ilmu umum seperti halnya yang didapatkan anak-anak sekolah SMP dan SMA pada umumnya						
8	Kemampuan Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur memberikan pelayanan dan menyelesaikan masalah-masalah yang timbul di lingkungan santri maupun di lingkungan masyarakat sekitarnya						
9	Ponpes Darul Ulum Muara Mais Jambur hanya memungut Rp. 110.000,- untuk uang pembangunan kepada santri/watinya sampai sampai ia selesai						
10	Uang SPP yang murah dan keringanan bagi santri/wati yang kurang mampu dan yang mondok lebih dari satu orang. ¹						

¹Dengan SPP Rp. 50.000,-/bulan, saudara yang pertama akan tetap bayar Rp. 50.000,-/bulan dan saudara yang ke-2 Rp. 35.000,-/bulan, begitu juga dengan saudara yang ke-3

- Hak Sipla Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



	Variabel X										Variabel Y										Σ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	4	5	4	3	3	3	3	4	3	36	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	32
Hak cipta milik UIN Suska Riau	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35	4	3	3	4	4	5	5	3	4	3	38
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	4	3	4	3	4	4	4	5	4	39	4	5	3	4	4	5	5	3	4	3	40
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38	5	5	3	4	4	5	5	3	4	3	41
	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32	4	3	3	4	4	5	5	3	4	3	38
	2	4	3	4	4	3	4	4	3	34	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
	4	4	5	3	4	5	5	4	5	43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
	5	5	5	3	4	5	4	4	5	44	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	31
	4	4	5	3	4	5	4	4	5	42	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	31
	3	3	3	4	2	3	4	3	3	32	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	35
	3	3	2	4	3	3	4	3	3	31	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	38
	4	4	2	4	4	4	3	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	3	3	2	4	3	3	3	3	3	31	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	34
	4	3	3	3	4	3	4	3	3	33	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	39
	3	4	3	4	3	2	4	3	3	33	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	36
	2	4	3	4	3	3	4	3	3	32	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	35
	5	5	5	4	3	5	4	3	5	42	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	42
	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	42
	3	4	2	3	2	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	34
	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	3	4	2	3	5	3	4	3	35
	3	3	3	2	3	3	4	3	3	30	4	3	3	3	2	3	5	3	4	3	33
	4	4	4	3	3	4	3	3	4	36	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	29
	5	4	3	5	4	5	5	4	4	43	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35
	5	5	5	3	3	5	3	3	5	42	4	3	4	3	5	3	5	3	5	3	38
	5	5	5	3	3	5	4	3	5	43	5	5	4	3	5	3	5	3	5	3	41
	3	3	3	4	4	4	4	4	3	36	4	3	4	3	5	3	5	3	5	3	38
	4	2	3	3	4	4	4	4	3	34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
	4	3	3	4	4	3	4	4	3	34	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
	3	3	3	4	4	4	4	3	4	39	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
	4	4	4	4	4	3	4	4	3	35	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38
	3	3	4	4	4	4	3	4	3	36	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	40
	2	3	2	2	3	3	4	4	3	29	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	39
	3	3	4	4	3	3	3	3	4	33	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	42
	3	3	4	4	4	3	4	3	4	35	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	31
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
	3	2	2	2	3	3	4	3	3	28	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	33
	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	32
	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	3	5	5	5	4	3	5	4	3	5	42
	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	44
	5	3	3	3	4	4	4	4	3	37	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	30
	4	2	3	3	4	4	4	4	3	35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39

- 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 satu 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.

© CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 Pengaruh_Promosi
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Pengaruh Promosi
X1	Pearson Correlation	1	,518**	,531**	,541**	,399**	,413**	,598**	,343**	,442**	,527**	,716**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X2	Pearson Correlation	,518**	1	,653**	,647**	,217*	,328**	,690**	,277**	,276**	,707**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,035	,001	,000	,007	,007	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X3	Pearson Correlation	,531**	,653**	1	,710**	,337**	,279**	,631**	,242*	,300**	,735**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,006	,000	,019	,003	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X4	Pearson Correlation	,541**	,647**	,710**	1	,312**	,503**	,724**	,394**	,405**	,823**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X5	Pearson Correlation	,399**	,217*	,337**	,312**	1	,468**	,344**	,654**	,463**	,330**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,000	,035	,001	,002		,000	,001	,000	,000	,001	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X6	Pearson Correlation	,413**	,328**	,279**	,503**	,468**	1	,497**	,511**	,806**	,409**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,006	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X7	Pearson Correlation	,598**	,690**	,631**	,724**	,344**	,497**	1	,431**	,482**	,815**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X8	Pearson Correlation	,343**	,277**	,242*	,394**	,654**	,511**	,431**	1	,479**	,350**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,001	,007	,019	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X9	Pearson Correlation	,442**	,276**	,300**	,405**	,463**	,806**	,482**	,479**	1	,442**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,003	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
X10	Pearson Correlation	,527**	,707**	,735**	,823**	,330**	,409**	,815**	,350**	,442**	1	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,001	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Pengaruh Promosi	Pearson Correlation	,716**	,736**	,743**	,837**	,601**	,705**	,853**	,625**	,684**	,845**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10
Peningkatan_Jumlah_Santri
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

		Correlations										Peningkatan_Jumlah_Santri
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
Y1	Pearson Correlation	1	,602**	,429**	,589**	,628**	,357**	,515**	,522**	,531**	,402**	,771**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	,602**	1	,455**	,572**	,450**	,477**	,558**	,582**	,408**	,547**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	,429**	,455**	1	,384**	,450**	,028	,277**	,425**	,183	,451**	,554**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,789	,007	,000	,077	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	,589**	,572**	,384**	1	,494**	,456**	,643**	,584**	,515**	,735**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y5	Pearson Correlation	,628**	,450**	,450**	,494**	1	,345**	,418**	,493**	,589**	,474**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y6	Pearson Correlation	,357**	,477**	,028	,456**	,345**	1	,421**	,397**	,507**	,314**	,600**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,789	,000	,001		,000	,000	,000	,002	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y7	Pearson Correlation	,515**	,558**	,277**	,643**	,418**	,421**	1	,296**	,630**	,439**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,007	,000	,000	,000		,004	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y8	Pearson Correlation	,522**	,582**	,425**	,584**	,493**	,397**	,296**	1	,399**	,602**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,004		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y9	Pearson Correlation	,531**	,408**	,183	,515**	,589**	,507**	,630**	,399**	1	,474**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,077	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Y10	Pearson Correlation	,402**	,547**	,451**	,735**	,474**	,314**	,439**	,602**	,474**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Peningkatan_Jumlah_Santri	Pearson Correlation	,771**	,783**	,554**	,832**	,744**	,600**	,726**	,724**	,728**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

- 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

```

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	94	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	10

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	94	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	94	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	10

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengaruh_Promosi ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Peningkatan_Jumlah_Santri
- b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,261 ^a	,068	,058	5,66313

- a. Predictors: (Constant), Pengaruh_Promosi
- b. Dependent Variable: Peningkatan_Jumlah_Santri

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215,207	1	215,207	6,710	,011 ^b
	Residual	2950,538	92	32,071		
	Total	3165,745	93			

- a. Dependent Variable: Peningkatan_Jumlah_Santri
- b. Predictors: (Constant), Pengaruh_Promosi

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.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Coefficients^a

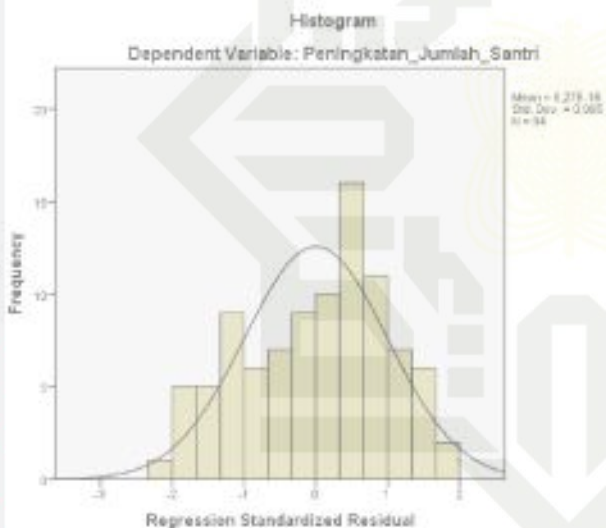
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,060	3,963		6,829	,000
	Pengaruh_Promosi	,261	,101	,261	2,590	,011

a. Dependent Variable: Peningkatan_Jumlah_Santri

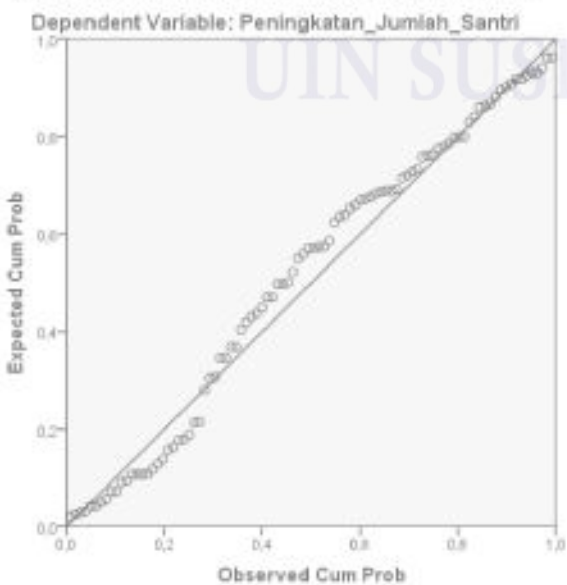
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34,3752	40,1226	37,2128	1,52120	94
Residual	-11,60012	10,10233	,00000	5,63260	94
Std. Predicted Value	-1,865	1,913	,000	1,000	94
Std. Residual	-2,048	1,784	,000	,995	94

a. Dependent Variable: Peningkatan_Jumlah_Santri



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Pengaruh_Promosi	Peningkatan_Jumlah_Santri
N	94	94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	37,2128
	Std. Deviation	5,83440
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,075
Test Statistic	,066	,084
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}	,098 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Peningkatan_Jumlah_Santri	94	28,00	49,00	37,2128	5,83440
Pengaruh_Promosi	94	28,00	50,00	38,8617	5,82283
Valid N (listwise)	94				

UIN SUSKA RIAU

Distribusi nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

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

DISTRIBUSI NILAI t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution," Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustees.



SURAT KETERANGAN

Logo Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: MUSTOFA HUSEIN
 : 11325105612
 : EKONOMI SYARIAH
 : PENGARUH PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH
 SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS
 JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN KABUPATEN
 MANDAILING NATAL DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH

Embimbing : Ahmad Adri Riva'i, M.Ag

nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 27 November 2019

An. Pimpinan Redaksi



M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL

NIP. 198804302019031010

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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Pinang Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

NAMA

: Mustofa husein

NOMOR MAHASISWA

: 11325105612

JUDUL USUL PENELITIAN

: Pengaruh promosi sekolah terhadap peningkatan jumlah santri di pondok pesantren darul ulum muara jambat

Hari/Tgl. Diseminarkan

: Jum'at / 27 Oktober 2017

Hasil Seminar dirumuskan adalah

a. Judul

: Disetujui / Ditolak / Disempurnakan

b. Latar Belakang Masalah

: Jelas/Masih Kabur Perlu Perbaikan

c. Permasalahan

: Jelas / Masih Kabur Dirumuskan kembali agar menjadi jelas

d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

: Jelas / Mengambang Perlu Perbaikan

e. Kerangka Teoritis (jika ada)

: Jelas / Kurang Jelas Perlu Disempurnakan

f. Rumusan Hipotesis (jika ada)

: Cukup Tajam Perlu Diperjajam

g. Metode Penelitian

: Jelas / Masih Kabur Perlu Perbaikan

h. Daftar Pustaka

: Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

UIN SUSKA RIAU

NARASUMBER

Nurhasanah, SE, MM

Catatan

Perubahan Judul dalam Seminar

Dikonsultasikan dengan Wakil Dekan I

- Hak Cipta Diindungi 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Pengaruh Promosi Sekolah Terhadap Peningkatan Jumlah Sntri
di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Ditinjau Dari Ekonomi Islam, ditulis

oleh saurara :

Nama : Mustofa Husein
NIM : 11325105612
Program Studi : Ekonomi Syariah
Diseminarkan pada :
Hari / Tanggal : Jum'at, 27 Oktober 2017
Narasumber : Nurhasanah, SE, MM

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Rosmiana, S.Ag.
NIP. 197009102003122003

Pekanbaru, 09 November 2017
Narasumber

Nurhasanah, SE, MM
NIP. 196701202007012018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska 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 satu 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.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/562/2018

Pekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini
mengatakan bahwa :

Nama : MUSTOFA HUSEIN
NIM : 11325105612
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 6 DESEMBER 2017

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 19 Januari 2018

Dekan,



Dr. H. Akbarizan, M.Ag. M.Pd

NIP. 19710011995031002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Di larang 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.

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FAKULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web : www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

UIN Suska Riau No. 04/F.I.1/PP.00.9/4589/2017

Pekanbaru, 21 Juni 2017

Biasa

Mohon Izin Melakukan PraRiset

Kepada

Yth.

Pimpinan Ponpes Darul Ulum Muara Mais, Jambur

di

Tempat

Assalamu 'alaikum warhmatullahi wabarakatuh

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :

Nama	: MUSTOFA HUSEIN
NIM	: 11325105612
Semester/Tahun	: VIII (Delapan)/ 2017
Program Studi	: Ekonomi Islam

ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitiannya di Instansi yang saudara pimpin.

Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



Dekan

Dr. H. Akbarizan, M. Ag., M. Pd
NIP. 197110011995031002



© Hak Cipta In-Hik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrenas No.155 KM.15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box.1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web.http://fasih.uin-suska.ac.id,E-mail:fsil@uinriau@gmail.com

Nomor : Un.04/F.L/PP.00.9/7190/2017
Stat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 16 November 2017

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : MUSTOFA HUSEIN
NIM : 11325105612
Jurusan : Ekonomi Islam
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur,
Kec. Tambangan, Kab. Mandailing Natal

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
Pengaruh Promosi Sekolah terhadap Peningkatan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Darul
Ulum Muara Mais Jambur.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor
Dekan
Prof. Dr. H. Akbarizan, M. Ag., M. Pd.
NIP.19711001 199503 1 002

Tersusun :
Rektor 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.



1. Di larang 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. Di larang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



182010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/10673
 TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 444/IPP.01.9/7190/2017 Tanggal 16 November 2017, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : MUSTOFA HUSEIN |
| 2. NIM / KTP | : 11325105612 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI ISLAM |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH PROMOSI SEKOLAH TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH SANTRI DI PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIR JAMBUR |
| 7. Lokasi Penelitian | : PONDOK PESANTREN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN KABUPATEN MANDAILING NATAL |

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Dengan Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 13 Desember 2017

a.n. GUBERNUR RIAU
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

EVARERITA, SE, M.Si
 Pembina Utama Muda
 NIP. 19720628 199703 2 004

Tersusun :

Disampaikan kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Mandailing Natal
 Up. Kaban Kesbang Perlindungan Provinsi Sumatera Utara di Medan
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL

BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

KOMPLEK PERKANTORAN PAYALOTING PANYABUNGAN SUMATERA UTARA KODE POS 22978

Telp/ Fax : (0636) 3221589
E.mail : badankesbangpol_madina@yahoo.com

SURAT PEMBERITAHUAN PENELITIAN (SPP)

Nomor : 070/ 49 /BKBP/ 2018

1. Surat Permohonan Izin Riset Atas Nama Mustofa Husein Tanggal 16 November 2017.
2. Surat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah Dan Hukum Nomor : Un.04/F.1/PP.00.9/7190/2017 Tanggal 16 November 2017 Perihal Mohon Izin Riset.
1. Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 40 Tahun 2001 tentang Organisasi Tata Kerja Departemen Dalam Negeri.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor : 7 Tahun 2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Keputusan Direktur Jenderal Sosial Politik Nomor : 14 tahun 1981 tentang Surat Pemberitahuan Praktek (SPP).
- Proposal Skripsi Penelitian yang bersangkutan.

MEMBERITAHUKAN BAHWA :

: MUSTOFA HUSEIN
: 11325105612
: Ekonomi Islam
: Sikumbu Kec. Lingga Bayu Kab. Mandailing Natal
: Mahasiswa
: Indonesia
: "Pengaruh Promosi Sekolah Peningkatan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam."
: Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Kecamatan Tambungan Kabupaten Mandailing Natal
: 6 (enam) Bulan
: Dekan,
Prof. Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.pd

Akan melakukan Penelitian dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan kegiatan penelitian harus melaporkan kedatangannya kepada Instansi yang bersangkutan dengan menunjukkan surat pemberitahuan ini.
2. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai/ tidak ada kaitannya dengan penelitian dimaksud.
3. Harus menaati ketentuan perundang-undangan yang berlaku serta mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Apabila telah selesai melakukan Penelitian harus melapor/mengirimkan hasilnya kepada Bupati Mandailing Natal Cq. Kepala Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Mandailing Natal.
5. Apabila masa berlaku surat pemberitahuan ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan penelitian belum selesai, perpanjangan penelitian harus diajukan kepada instansi terkait.
6. Surat Pemberitahuan ini akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang surat pemberitahuan tidak menaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut di atas.

Dikeluarkan di Panyabungan
Padatanggal, 08 Januari 2018
PIL. KEPALA BADAN KESATUAN
BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN MANDAILING NATAL



Dr. M. DAUF BATUBARA, M.SI
PEMBINA UTAMA MUDA
NIP. 19680909 199009 1 001

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 mengacukan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu 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.

Tembusan :

1. Bapak Bupati Mandailing Natal (sebagai laporan).
2. Pimpinan Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur
3. Dekan Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim di Riau



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

YAYASAN PENDIDIKAN DARUL ULUM MUARA MAIS JAMBUR

PONDOK PESANTREN DARUL ULUM

MUARA MAIS JAMBUR KECAMATAN TAMBANGAN KAB. MANDAILING NATAL

Jl. Lintas Sumatera No. Muara Mais Jambur Kode Pos. 22994

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

NO. 029/SK/YPP-DU/V/2018

Yang beranda tangan di bawah ini :

Nama : H. Mawardi Lubis Ad-dariy
 Jabatan : Pimpinan Yayasan Ponpes Darul Ulum
 Unit Kerja : Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur
 Alamat : Jl. Lintas Sumatera Utara No. 1 Muara Mais Jambur
 Kec. Tambangan, Kab. Mandailing Natal

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Mustofa Husein
 NIM : 11325105612
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Fakultas : Syariah dan Hukum
 Alamat : Pekanbaru

Telah selesai melakukan penelitian di edari tanggal 10 Januari s'd 08 Maret 2018 dengan judul : *"Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur ditinjau dari Ekonomi Islam"*

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Muaramais Jambur, 08 Maret 2018

Pimpinan Ponpes Darul Ulum



[Handwritten Signature]

H. MAWARDI LUBIS AD-DARIY

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.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



MUSTOFA HUSEIN, lahir di Sikumbu pada tanggal 29 September 1993. Penulis merupakan anak ke-3 dari 7 (tujuh) bersaudara yaitu Masrdiana, Abdul Hatib, Mustofa Husein, Basruddin, Ahmad Syarif, Syahrима Yanti dan Siti Syarah. Nama ayah Syahminan Nasution dan Nama Ibu Nur Hayati Nasution. Riwayat pendidikan formal yang telah penulis tempuh adalah sebagai berikut, Sekolah Dasar (SD) Lancat tahun 2006. Tamat pada Ponpes Ma'had Musthafawiyah Purba Baru (7 tahun (3 tahun MTs. Salafiyah dan 3 tahun Madrasah Aliyah)) tahun 2013. Dan melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Syariah dan Hukum jurusan Ekonomi Syariah pada tahun 2013-2019. Ketika menjalani pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, penulis telah melaksanakan kegiatan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di BAZNAZ (Badan Amil Zakat Nasional) Kota Pekanbaru dan juga telah melaksanakan pengabdian di Desa Mentayan Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Penulis kemudian melaksanakan penelitian pada bulan Januari – Maret 2018 dengan judul ***“Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Santri Di Pondok Pesantren Darul Ulum Muara Mais Jambur Kecamatan Tambangan Kabupaten Mandailing Natal Ditinjau Dari Ekonomi Syariah”***. Pada tanggal 28 Oktober 2019 penulis dimunaqasyahkan dalam sidang ujian Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syarian dan Hukum UIN SUSKA RIAU dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).