

konvensional dan media baru sebagai sarana untuk pembuatan iklan metode tilawati yang diproduksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya merupakan lembaga keislaman yang memproduksi beberapa produk Tilawati sebagai metode pembelajaran tata cara membaca Al-Qur'an. Sebagai lembaga sosial yang berbasis keislaman, Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah bukan hanya menawarkan program yang dapat menghasilkan produk-produk yang bermutu. dengan melihat hasil dari wawancara yang dilakukan maka, penggunaan iklan sangat berpengaruh sebagai sarana untuk menginformasikan produk yang dihasilkan oleh Yayasan pesantren Al-Qur'an Nurul Falah.

Produk yang dijual berjumlah kurang lebih 100 produk. Dengan adanya produk yang diciptakan maka, Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga membutuhkan iklan sebagai media promosi untuk lebih memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Iklan yang digunakan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dibuat melalui beberapa media.

Media konvensional seperti brosur dan spanduk yang telah disediakan oleh kantor Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dibagian tempat tunggu tamu atau *receptionist*. tujuannya adalah supaya konsumen dapat melihat langsung tentang Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dengan cuplikan kegiatan singkat Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dan

informasi tentang beberapa produk Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Selain spanduk brosur juga disediakan oleh pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Ada beberapa jenis brosur Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya yang ntang kegiatan dan pelatihan yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Tujuan pemasangan spanduk dan brosur adalah untuk memperkenalkan tentang produk yang ada di Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang keislaman bagi masyarakat yang berkunjung di kantor pusat Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Selain spanduk dan brosur sebagai media periklanan, majalah juga digunakan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. mMajalah yang dimiliki oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya diproduksi sendiri oleh pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Majalah tersebut bernama majalah donatur majalah yang diproduksi merupakan majalah yang diberikan kepada kepada donatur setiap bulannya. Majalah donatur berisikan tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dan informasi penting yang dibagikan tiap bulannya secara gratis kepada para donatur rutin. Majalah tersebut mengambil topik pilihan da nisi yang selalu berubah tiap bulannya sehingga membuat majalah donatur semakin menarik dan bermanfaat untuk dibaca. keunggulan dari majalah tersebut adalah majalah

merupakan media yang fleksibilitas, tepat waktu, jangkauan penerimaan yang luas serta tingkat kepercayaan yang tinggi bagi setiap pembaca mengingat penggunaan iklan sangat berpengaruh pada proses pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Media lainnya yang digunakan sebagai media pembuatan iklan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah media sosial seperti: Youtube, facebook, dan website. Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga mempunyai alamat website sendiri sebagai sarana informasi sekaligus pemasangan iklan yang akan digunakan untuk menginformasikan tentang produk yang diproduksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya yang akan diinformasikan kepada konsumen untuk terus mengetahui perkembangan informasi tentang Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya atau informasi penting yang selalu di *update* oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Penggunaan iklan juga dilakukan melalui media sosial youtube. Dalam youtube ini, pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dengan berbagai keunggulan yang dimilikinya. Dengan menjelaskan tentang media yang digunakan oleh pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam pembuatan iklan maka, dapat disimpulkan bahwa penting bagi setiap perusahaan atau

Pemasaran dilakukan pada cabang-cabang yang sudah bekerjasama dengan pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Hingga saat ini, cabang yang dimiliki oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya berjumlah 73 Cabang. Pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya tidak melakukan penjualan secara bebas melainkan menggunakan sistem penjualan melalui cabang dengan berbagai faktor yang ada yang menjadi alasan untuk tidak melakukan penjualan secara bebas. Untuk harga yang ditetapkan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya seperti yang sudah dijelaskan oleh Ibu Ivo bahwa untuk harga penjualan tilawati ditentukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dengan mengkategorikan cabang, KPA dan anggota unit atau lembaga pengguna. Dengan menentukan HET (harga eceran tertinggi) maka, harga buku dapat dikontrol. Walau demikian ada beberapa kondisi yang menyebabkan HET bisa lebih tinggi dari yang sudah ditentukan. Hal ini diterapkan atau berlaku di luar Jawa dan luar negeri karena faktor jarak yang jauh sehingga membutuhkan ongkos pengiriman sesuai dengan wilayah tersebut.

3. Peran Hubungan Masyarakat Dalam Pemasaran

Peran masyarakat dalam pemasaran berpengaruh pada hasil akhir yang didapatkan oleh Nurul Falah. Cara yang digunakan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam mendekati diri kepada konsumen adalah dengan cara melakukan sosialisasi oleh pihak

Nurul Falah. Sosialisasi dilakukan dengan cara mendatangi sekolah atau lembaga yang menjadi sasaran pemasaran. Biasanya sasaran pemasaran adalah sekolah yang berbasis islam. Sedangkan untuk masyarakat dan lembaga mengadakan workshop yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah bagi masyarakat yang tertarik dengan program metode tilawati tersebut. Terbukti hingga saat ini yang membaca Al-Qur'an untuk orang dewasa dan para penghafal Al-qur'an memiliki banyak peminat hingga sekarang.

Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga mengadakan pelatihan guru Al-Qur'an yang diselenggarakan di Nurul Falah ataupun di luar lembaga. Sasaran Nurul Falah bukan hanya orang yang akan belajar mengaji melainkan kepada para guru Al-Qur'an yang ingin mengabdikan dirinya untuk mengajar. Nurul Falah seringkali mengadakan pelatihan kepada guru. pelatihan yang dilakukan oleh Nurul Falah dihadiri oleh guru-guru yang berasal dari berbagai wilayah. Secara tidak langsung maka, pelatihan tersebut mengakibatkan pemasaran tentang Nurul Falah semakin luas. Selain menjaga cabang-cabang dan donatur, Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar lembaga baik lembaga formal ataupun non formal. Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya yang berbasis keislaman dan mengajarkan tentang cara membaca Al-Qur'an dengan metode tilawati. Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga melakukan pelatihan guna mendekatkan diri kepada konsumen.

Yayasan pesantren Nurul Falah dikenal sebagai lembaga yang memproduksi metode Tilawati. Perencanaan komunikasi pemasaran perlu dilakukan dengan cara menganalisis pasar. Analisis pasar dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya sebagai sarana untuk mengontrol perkembangan konsumen. Salah satu strategi yang dilakukan Nurul Falah dalam melakukan perencanaan komunikasi pemasaran Pihak Nurul Falah melakukan analisis pasar dengan cara menugaskan beberapa pegawai untuk mengontrol pasar guna melihat beberapa permasalahan yang ada dipasar dan untuk mengetahui bagaimana perkembangan konsumen. Peran masyarakat dalam proses analisis pasar yang dilakukan oleh pegawai dari pihak Nurul Falah. Cara yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah adalah terjun langsung ke lapangan untuk melakukan pendekatan kepada konsumen tentang kondisi pasar di wilayah sekitar. cara mendekati diri dengan konsumen juga dilakukan dengan mengadakan pelatihan yang dilakukan oleh Nurul Falah hampir di semua wilayah atau daerah di Indonesia. Dengan adanya pelatihan maka, hubungan masyarakat yang terjalin dengan pihak Nurul Falah semakin baik. pelatihan yang dilakukan berdampak semakin meluasnya pasar Nurul Falah di berbagai wilayah yang ada.

Komunikasi dengan masyarakat dalam melakukan analisis pasar sangat berpengaruh terhadap hasil akhir tentang bagaimana kondisi pasar saat ini, untuk mengetahui apakah kondisi pasar masih memungkinkan untuk didirikan cabang penjualan baru sesuai dengan

kebutuhan konsumen atau tidak mengingat tidak semua wilayah mudah untuk dimasuki oleh pihak Nurul Falah dalam penambahan cabang penjualan. Ada beberapa wilayah yang tidak mau dimasuki oleh pihak Nurul Falah dengan berbagai alasan.

Dengan melihat fenomena yang ada maka hubungan masyarakat sangat berpengaruh dalam proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah. Analisis pasar sangat membantu pihak nurul falah dalam langkah awal melakukan strategi komunikasi dengan baik. Nurul falah secara tidak langsung melakukan hubungan baik dengan kosumen tiap minggunya dalam kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah.

Kegiatan pelatihan metode tilawati merupakan tindakan sebagai sarana pendekatan kepada konsumen. Pelatihan yang dilakukan setiap minggunya akan berdampak semakin dekatnya pihak Nurul Falah dengan konsumen. Pada pelatihan tersebut secara tidak langsung mentor memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Nurul Falah sebagai media pembelajaran metode Tilawati tindakan tersebut juga dapat dikatakan sebagai sarana promosi produk tilawati kepada konsumen. Dengan demikian konsumen akan tertarik untuk membeli produk tilawati tersebut untuk digunakan sebagai media pembelajaran tilawati. Hal ini, menunjukkan bahwa hubungan masyarakat dengan pihak perusahaan atau lembaga sangat berpengaruh untuk semakin dekat dengan konsumen dalam proses pemasaran. Penentuan target konsumen juga berpengaruh dengan hubungan masyarakat.

Produk yang diproduksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah produk metode tilawati yang dapat digunakan oleh semua kalangan dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Faktor tersebut menyebabkan konsumen lebih banyak tertarik dengan produk yang dihasilkan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya karena memberikan banyak manfaat bagi setiap masyarakat yang ingin belajar tentang tata cara membaca Al-Qur'an dengan baik dan benar dengan menggunakan metode tilawati. Dan produk tilawati ini digunakan oleh semua kalangan tanpa ada batasan umur hal ini, mengakibatkan semua konsumen memiliki hak untuk mendapatkan produk tilawati yang diproduksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

4. Strategi Komunikasi Pemasaran

Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya merupakan langkah untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk-produk yang diproduksi oleh pihak Nurul Falah. Berikut adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam melakukan peningkatan jumlah konsumen. Langkah awal yang dilakukan dalam strategi komunikasi pemasaran adalah perencanaan pasar. Perencanaan pasar Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya memiliki beberapa cabang yang sudah tersebar di seluruh Indonesia. Sasaran pasar yang dituju

adalah konsumen, dan cabang-cabang yang sudah terdaftar di kantor pusat Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dan wilayah yang belum ditemukan cabang pemasaran Nurul Falah. Pemasaran atas produk Nurul Falah hanya di distribusikan untuk para cabang yang telah bermitra dengan lembaga tersebut. Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya juga mempunyai donatur yang turut membantu keuangan Nurul Falah. Donatur juga merupakan sasaran pemasaran atas kegiatan atau program yang ada di Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya semua juga diberlakukan untuk para donatur. Bentuk apresiasi perlu dilakukan untuk para donatur karena, donatur merupakan aset dalam membangun peningkatan lembaga. Langkah selanjutnya adalah Pemberian Diskon kepada Anggota Atau Lembaga.

Strategi komunikasi pemasaran dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah dengan cara diadakannya Pemberian diskon kepada anggota Nurul Falah. Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya mempunyai strategi yang dilakukan hingga saat ini, untuk menarik jumlah konsumen. Beberapa strategi yang digunakan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya mampu membuat konsumen tertarik dalam buku metode Tilawati yang di produksi oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Setiap lembaga formal (SD-PT) dan non formal (TPQ, majelis taklim, TK) yang sudah mendaftarkan diri sebagai anggota metode Tilawati sudah mendapatkan (Id Card) yang berfungsi sebagai identitas untuk pemberian diskon dalam pembelian buku Tilawati yang

diinginkan. Pemberian diskon merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam meningkatkan jumlah Konsumen.

Setiap anggota atau lembaga yang sudah bergabung dengan Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya sebagai anggota metode tilawati akan mendapatkan diskon untuk pembelian buku metode Tilawati yang akan dibeli. Strategi ini, juga masih digunakan hingga saat ini. Peminat untuk menjadi anggota semakin naik tiap tahun. Sejauh ini, Perawatan anggota yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dalam mempertahankan anggota adalah dengan cara Pendampingan atau pelatihan yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah dengan lembaga-lembaga yang sudah terdaftar untuk melakukan pendampingan untuk kualitas buku metode tilawati. Total lembaga dan cabang yang dimiliki adalah sejumlah dengan adanya pendampingan yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah maka, dari hasil pendampingan ini banyak lembaga yang merasa senang sehingga hasil atau out put pembelajaran dapat diterima dan akan membahagiakan semua pihak dari lembaga pendidikan itu sendiri maupun wali murid/wali santri dan masyarakat. Pendaftaran sebagai anggota Nurul Falah tidak harus dilakukan di Nurul Falah melainkan bisa diakses di cabang-cabang terdekat yang sudah diseleksi dan diberi amanah oleh pihak Nurul Falah untuk menerima masyarakat yang ingin menjadi anggota.

Strategi komunikasi pemasaran yang lain adalah dengan mengadakan pemberian buletin pada donatur yang sudah terdaftar pada pihak Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya.

Dalam Strategi yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya sebagai sarana untuk mempertahankan produk. Untuk melakukan perawatan terhadap donatur tetap pihak Nurul Falah melakukannya dengan cara memberikan buletin atau majalah donatur rutin di setiap bulannya. Mengingat bahwa donatur merupakan aset yang juga harus diperhatikan karena dengan donaturlah lembaga juga bisa melakukan programnya dengan baik dan maksimal. Dengan alasan tersebut maka, donatur juga dapat menjadi sasaran promosi untuk mengenalkan program serta produk yang ada di lembaga Nurul Falah. Majalah donatur sudah diproduksi oleh pihak Nurul Falah sejak tahun 2005. Hingga saat ini, majalah donatur masih diberikan kepada donatur tetap tiap bulannya. Desain dan isi yang ada di dalam majalah donatur tiap bulannya mengalami pergantian sesuai dengan tema yang diberikan.

Majalah donatur berisikan tentang kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya serta informasi penting dan bermanfaat seputar keislaman. Total majalah donatur yang disebar tiap bulannya kurang lebih 3.000 majalah tiap bulannya. Jumlah akan terus meningkat sesuai dengan jumlah donatur yang akan terus bertambah. Sosialisasi masyarakat tentang pembelajaran Al-Qur'an di lembaga Formal maupun Non formal.

Strategi yang lain yang dilakukan oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya adalah Melakukan kerja sama dengan instansi terkait. Kerja sama yang dilakukan adalah dengan cabang-cabang yang sudah tersebar diseluruh Indonesia. Program yang dimiliki Nurul Falah berupa pelatihan baik standarisasi, supervisor, dan lainnya. pelatihan dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada konsumen yang membutuhkan pengajaran tentang tata cara membaca Al-Qur'an dengan menggunakan metode tilawati. program tersebut menjadi strategi untuk memperkenalkan tentang lembaga Al-Qur'an Nurul Falah. Pelatihan juga berguna untuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. strategi yang dilakukan selanjutnya adalah dengan cara melakukan pelatihan-pelatihan yang belum termasuk cabang sehingga setiap tahunnya cabang akan terus bertambah dengan adanya pelatihan yang dilakukan disetiap wilayah atau daerah. Hingga saat ini, jumlah cabang yang dimiliki oleh Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya berjumlah 52 Cabang, 69 KPA, dan 5.636 lembaga yang tersebar diseluruh Indonesia dan dua diluar negeri yaitu: Singapura dan Malaysia.

3. *Place (tempat)*

Tempat yang dipilih oleh Yayasan Pesantren Nurul Falah adalah berlokasi di Jl. Ketintang wilayah yang cukup strategis dengan keramaian yang ada yaitu berdekatan dengan Royal Plaza, terminal Joyoboyo, Jl. Ahmad Yani lokasi yayasan pesantren Nurul falah dapat dijangkau kurang lebih 10 menit dari wilayah A.yani. dari wilayah Surabaya Selatan menuju Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dapat ditempuh sekitar 30 menit. Selain itu Yayasan pesantren Nurul Falah memiliki 52 Cabang, 69 KPA (coordinator pengembangan Al-Qur'an), dan 5.636 lembaga yang tersebar diseluruh Indonesia dan luar negeri. Tempat Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi ataupun angkutan umum, tergantung situasi dan kondisi jalanan.

4. *People (Sumber Daya Manusia)*

Seperti yang sudah dijelaskan oleh beberapa informan bahwa Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya sudah memberikan yang terbaik kepada konsumen hal ini, dapat dibuktikan oleh SDM (sumber daya manusi) yang kreatif, inovatif, dan pekerja keras untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen yaitu: strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh SDM Yayasan Pesantren Al-Qur'an Nurul Falah Surabaya. Salah satunya dengan cara memberikan pelatihan kepada setiap masyarakat yang sulit belajar tentang tata cara membaca Al-Qur'an pelatihan dilakukan dengan

menggunakan buku metode Tilawati yang sudah disediakan oleh pihak Nurul Falah. Pelatihan juga dipimpin oleh SDM ustadz dan ustadzah yang sudah berkompeten di bidangnya sehingga konsumen tidak perlu ragu untuk mengikuti pelatihan yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah.

Selain itu, target yang harus ditempuh oleh bagian Editor desain untuk memberikan desain baru terhadap tilawati yang akan diterbitkan. Sehingga desain tidak terkesan monoton yang dapat membuat konsumen merasa bosan dengan adanya desain yang selalu baru di setiap penerbitan buku metode tilawati baru.

5. **Process (Proses)**

Proses di sini adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah dalam meningkatkan jumlah konsumen. Proses disini adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah sendiri untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Dimulai dari proses awal pembuatan tilawati atau *percetakan* kemudian *packing* hingga sebuah pemasaran yang dilakukan guna menarik konsumen untuk membeli buku metode tilawati yang sudah diproduksi. Selanjutnya proses pemasaran dilakukan dengan langkah-langkah yang sudah dipilih oleh pihak Nurul Falah langkah yang dilakukan sebelum melakukan strategi pemasaran pihak nurul falah melihat tentang permasalahan dilapangan terlebih dahulu, agar pihak nurul falah dapat mengetahui tentang apa saja permasalahan yang terjadi. Hal apa yang dibutuhkan oleh

konsumen sebagai bentuk pembuatan strategi pemasaran dengan melihat permasalahan yang ada ditengah masyarakat. Permasalahan yang ada kemudian dikaji dan diberikan solusi atas permasalahan tersebut.

Kemudian persiapan-persiapan yang dilakukan oleh pihak nurul falah setelah mengetahui mengkaji dan menemukan solusi tentang permasalahan yang ada, langkah selanjutnya adalah proses perencanaan program. Perencanaan dimulai dari pembuatan produk buku metode tilawati dan produk-produk yang lain masuk dalam proses *percetakan* kemudian pengemasan dibuat sedemikian rupa agar konsumen mudah tertarik dengan desain yang sudah dibuat oleh petugas.

Proses selanjutnya adalah strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pihak nurul falah guna meningkatkan jumlah konsumen yang ada. Startegi pemasaran yang dilakukan oleh pihak nurul falah sudah menjadi pilihan. Startegi yang digunakan yaitu: memberikan pelatihan kepada masyarakat yang ingin belajar dengan mudah tentang tata cara membaca Al-Qur'an.

6. *Physical Evidences* (Bukti Fisik)

Physical Evidences atau bukti fisik yang dimiliki oleh yayasan pesantren Nurul Falah adalah tampilan gambar-gambar pendukung yang dimiliki melalui brosur, iklan, buku panduan nurul Falah dan juga tampilan dari *website* Nurul Falah. Brosur Yayasan Pesantren Al-

Qur'an Nurul Falah Surabaya dibuat secara menarik dan penuh dengan informasi yang menampilkan profil Nurul Falah sampai dengan informasi tentang segala hal yang berkaitan dengan Nurul Falah seperti pendaftaran pelatihan belajar mengaji dan pendaftaran mengaji pendaftaran sekolah pra TK dan TK, sehingga mempermudah pengunjung untuk mengetahui tentang Nurul Falah. *Website* Nurul Falah juga dibuat menarik yang selalu *update* informasi terbaru terkait kegiatan-kegiatan dari pihak Nurul Falah dan informasi yang berkaitan dengan pemasaran, pendaftaran sebagai donatur dari Nurul Falah dan lain sebagainya. Melalui web Nurul Falah sudah dapat melihat secara singkat tentang hal-hal yang berkaitan dengan Nurul Falah dan segala hal yang mencakup segala hal yang berhubungan dengan Nurul Falah. Selain itu, petugas yang bertugas di Yayasan Pesantren Nurul Falah menggunakan seragam safari yang digunakan setiap hari senin – jum'at. Dan warna seragam safari digunakan sesuai dengan hari yang sudah ditentukan.

7. *Promotion (Promosi)*

Promosi sangat berpengaruh pada setiap perusahaan terutama di bagian penghasil produk dan jasa. Promosi yang dilakukan oleh pihak Nurul Falah dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melakukan penambahan cabang pemasaran yang berada diseluruh Indonesia. Tujuannya adalah mempermudah konsumen mendapatkan buku metode tilawati yang diinginkan. Saat ini pihak Nurul Falah

