

Implementasi Strategi Promotion Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Baru

Bekti Widyaningsih^{*}, Arivatu Ni'mati Rahmatika, Erif Fiantini

Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: bekti@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Paud Al-Amaanah is an early childhood education institution, located in Sambong Dukuh Jombang. The KB activities carried out can hone children's intelligence, instill character according to the child's age, and behave morally towards fellow friends and parents. This institution requires promotion to increase the number of new students. Therefore, this study aims to promote the strategies implemented so that the number of students increases. This study uses a qualitative descriptive approach by conducting field research. The results of this study are the elements of the 4 promotional strategies used, namely: advertising, personal selling, sales promotion, public relations can increase the number of students. The positive and negative impacts experienced when implementing the 4-element strategy at Paud Al-Amaanah Sambong Dukuh Jombang are seen and felt. The obstacles faced in implementing this strategy have also been experienced.

Keywords: Strategy, Promotion Mix, Number of Students.

ABSTRAK

Paud Al-Amaanah adalah lembaga pendidikan anak usia dini, yang berlokasi di Sambong Dukuh Jombang. Kegiatan KB yang dilakukan dapat mengasah kecerdasan anak, menanamkan karakter sesuai usia anak tersebut, dan bersikap moral kepada sesama teman maupun orang tua. Lembaga ini diperlukan promosi untuk meningkatkan jumlah peserta didik baru. Maka dari penelitian ini bertujuan untuk mempromosikan strategi yang diterapkan agar jumlah peserta didik meningkat. Penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan deskriptif kualitatif dengan meneliti di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah elemen 4 strategi promosi yang digunakan yaitu: iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat dapat meningkatkan jumlah peserta didik. Dampak positif dan negatif yang dialami saat menerapkan strategi 4 elemen tersebut di Paud Al-Amaanah Sambong Dukuh Jombang ini terlihat dan dirasakan. Kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi ini juga telah dialami.

Kata Kunci: Strategi, Promotion Mix, Jumlah Peserta Didik

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan aspek fundamental dalam pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas. Dalam konteks pelaksanaannya, lembaga pendidikan formal atau sekolah memegang peranan penting sebagai wadah untuk mengembangkan potensi peserta didik, baik dari segi kognitif maupun psikomotorik. Seiring dengan perkembangan zaman dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pendidikan, terjadi persaingan yang semakin ketat di antara lembaga-lembaga pendidikan, khususnya di wilayah perkotaan maupun pedesaan.

Fenomena tersebut menghadirkan tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan yang baru didirikan dalam hal memperoleh peserta didik. Data menunjukkan bahwa sekolah-sekolah yang telah memiliki reputasi baik dan dikenal luas oleh masyarakat cenderung lebih diminati dibandingkan dengan sekolah yang baru beroperasi. Kondisi ini mengharuskan setiap lembaga pendidikan untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan sistem pengelolannya.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah melalui kegiatan promosi yang terencana dan bertanggung jawab. Kotler dan Armstrong (2018) mendefinisikan promosi sebagai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi untuk mengomunikasikan keunggulan produk atau jasanya serta mempersuasi konsumen potensial. Dalam konteks lembaga pendidikan, promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara sekolah dengan masyarakat, tetapi juga sebagai sarana untuk menginformasikan program-program unggulan yang ditawarkan.

Namun demikian, aspek etika dan kejujuran dalam promosi pendidikan perlu mendapat perhatian khusus. Merujuk pada perspektif Islam, sebagaimana tercantum dalam Al-Quran Surat Ali Imran ayat 77, praktik promosi harus dilandasi dengan kejujuran dan menghindari berbagai bentuk manipulasi informasi. Prinsip ini sejalan dengan tujuan pendidikan yang mengutamakan pembentukan karakter dan nilai-nilai moral.

Dalam era persaingan yang semakin kompetitif, lembaga pendidikan dituntut untuk dapat melakukan pengelolaan yang profesional dan memberikan pelayanan pendidikan berkualitas. Program-program unggulan yang ditawarkan harus dapat diimplementasikan secara nyata untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya unggul dalam aspek akademik, tetapi juga memiliki karakter dan budi pekerti yang baik. Hal ini menjadi pertimbangan utama bagi para orang tua dalam memilih lembaga pendidikan yang tepat bagi putra-putrinya.

Fenomena persaingan antar lembaga pendidikan dan pentingnya strategi promosi yang efektif menimbulkan berbagai permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut. Di satu sisi, lembaga pendidikan dituntut untuk melakukan promosi yang agresif guna menarik minat calon peserta didik, namun di sisi lain mereka harus tetap menjaga etika dan kejujuran dalam penyampaian informasi. Selain itu, kesenjangan antara program-program yang dijanjikan dalam promosi dengan implementasinya di lapangan sering kali menjadi kendala yang dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka diperlukan penelitian lebih mendalam mengenai strategi promosi yang efektif dan beretika dalam meningkatkan jumlah peserta didik di lembaga pendidikan.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang mengarah pada fenomena yang bersifat alami. Penelitian kualitatif sifatnya mendasar dan naturalistik atau bersifat kealamian, dan tidak bisa dilakukan di laboratorium, melainkan di lapangan. Oleh karena itu, penelitian semacam ini sering disebut dengan *naturalistic inquiry*, atau *field study*.

Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang peneliti amati. Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik berupa fakta maupun angka. Ada dua sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, dimana data primer didapatkan langsung dari narasumber yang sengaja dipilih, tujuannya untuk menyelesaikan masalah dari penelitian tersebut. Sedangkan data sekunder, adalah data yang berasal dari data primer dan dibawa untuk digunakan dari hasil wawancara, observasi, dokumentasi, ataupun bahan rujukan. Analisis data yang digunakan analisis data kualitatif. Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menganalisis data adalah, reduksi data dimana data yang sudah diperoleh dirangkum, dan memilih data-data yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, kemudian mencari tema dan polanya serta memilah hal yang tidak perlu, memberikan penyajian data, data yang disajikan berupa sekumpulan informasi yang terstruktur hingga memungkinkan memperoleh kesimpulan, memberikan kesimpulan dimana data-data yang sudah dikumpulkan dirangkum dan diolah hingga menarik kesimpulan di akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dari hasil wawancara penelitian yang dilakukan oleh sang peneliti, implementasi strategi *promotion mix* dalam penerimaan peserta didik baru di Paud Al-Amaanah Sambong Dukuh ada 2 strategi yang diterapkan oleh selaku kepala sekolah yaitu pertama memperbanyak relasi, mencari kenalan dari orang terdekat maupun dari luar, tujuannya untuk mendapatkan bantuan promosi dari interaksi perkenalan tersebut sehingga timbul rasa penasaran dan ketertarikan dari interaksi yang membahas mengenai Paud tersebut. Kedua yaitu sering upload sosial media, memposting kegiatan murid ke media sosial dapat

dikenal oleh orang luar hingga memunculkan banyak pertanyaan mengenai Paud Al-Amaanah ini. Strategi lain yang diterapkan yaitu strategi promotion mix dimana strategi ini terdapat 4 elemen yaitu periklanan (*advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*publisitas*).

Dari strategi promotin mix yang diterapkan, ditemukan dampak positif dan negatif yang ditimbulkan, dampak positifnya yaitu, meningkatnya jumlah peserta didik, semakin dikenalnya Paud Al-Amaanah, meningkatnya kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan usia dini, mempererat hubungan saudara jauh maupun dekat dari kegiatan yang diciptakan, dampak negatifnya adalah munculnya isu-isu yang jelek dari wali murid terdahulu karna konflik internal yang terjadi, menjadikan citra sekolah buruk dan berkurangnya peserta didik.

Penerapan strategi promotin ini juga terdapat kendala yang ditemukan diantaranya, kendala kesibukan diluar tujuan promosi paud, kesibukan selaku kepala sekolah dan guru karna padatnya jadwal mereka selain tujuan pencapaian promosi paud al-amaanah, kedua masih mencari strategi yang lebih efektif lagi hingga dapat meningkatkan jumlah peserta didik karna saat mengimplementasikan strategi promosi ini masih adanya dampak dan kendala yang dialami. Akan tetapi kendala tersebut tidak memberhentikan penerapan yang dilakukan, karna masih ada beberapa strategi yang efektif. Oleh karna itu, pihak Paud Al-Amaanah ini masih tetap menggunakan strategi promotion mix ini, dan mencari strategi yang lain untuk meningkatkan pencapaian tujuan promosinya.

Pembahasan

Dari strategi promotion mix yang digunakan Paud Al-Amaanah adalah menggunakan periklanan, penjualan pribadi, penjualan promosi, hubungan masyarakat. Dimana semua elemen strategi pomosi ini hampir diterapkan dengan baik, untuk mencapai tujuan meningkatkan jumlah peserta didik baru pada Paud Al-Amaanah Sambong Dukuh Jombang.

a. Periklanan

Periklanan media elektronik dipilih sebagai media promosi yang efektif, karna sangat membantu memperkenalkan Sekolah Paud Al-Amaanah secara luas dari kotanya sendiri maupun di luar kota, memberikan informasi tentang Paud Al-Amaanah, pencapaian strategi promosi Paud Al-Amaanah dapat terwujud atas penerapan yang digunakan. Dengan promosi melalui media sosial WhatsApp dan Instagram mendapat respon yang baik, dari bertanya langsung mengenai postingan yang diposting ataupun hanya sekedar membaca stalking.

b. Penjualan Pribadi

Penjualan pribadi dari Paud Al-Amaanah ini lebih mengarah ke kenalan orang-orang lain. Maksudnya memperbanyak relasi kenalan dengan orang-orang terdekat, agar dapat mempromosikan Paud dengan cara yang lain. Menciptakan hubungan kenalan orang baru bisa menumbuhkan interaksi antar mereka. Pembahasan yang dibahas tentunya mengenai anak mereka selama sekolah di Paud. Jika hasilnya positif tentu ini menjadi poin baru lagi untuk Paud agar tercapainya target tujuan promosi yang sudah ditentukan.

c. Promosi Penjualan

Pilihan kegiatan unggulan untuk promosi penjualan dapat dipilih dengan tatanan yang baik, dan menarik calon peserta didik baru. Kegiatan yang memberikan kemampuan perkembangan anak, baik dari pola pikir anak maupun sikap kesopanan anak di usia dini. Hal itu dapat meningkatkan pencapaian target tujuan strategi promosi. Paud Al-Amaanah memilih kegiatan semi kegiatan sentra sebagai promosi penjualannya, dikarenakan kegiatan positif yang dilakukan anak-anak untuk mengasah kecerdasan mereka dan sikap mereka.

d. Hubungan Masyarakat

Menciptakan, membina dan mempertahankan hubungan masyarakat dengan baik, menimbulkan hubungan yang kuat dan mendapat kepercayaan masyarakat guna meningkatkan suatu penilaian baik bagi sekolah Paud Al-Amaanah. Selain itu dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru. Kegiatan hubungan masyarakat yang dipilih oleh Paud Al-Amaanah ini adalah berkumpulnya para wali murid untuk membahas anak mereka selama belajar disekolah Paud Al-Amaanah.

Dampak positif dan negatif yang timbul saat menerapkan strategi promotion mix yaitu sebagai berikut:

a. Dampak positif

Dampak positif yang didapatkan dari mengimplementasikan strategi promosi ini yaitu, semakin dikenal secara luas oleh masyarakat mengenai sekolah Paud Al-Amaanah SambongDukuh Jombang, memiliki hubungan kuat antar walimurid dan guru ataupun dengan muridnya, meningkatkan rasa saling menghargai antar sesama manusia, menghargai pendapat saran dan kritikan dari para walimurid

baik positif maupun negatif, meningkatkan pencapaian strategi promosi, meningkatkan jumlah peserta didik baru, meningkatnya kesadaran para orang tua betapa pentingnya pendidikan di usia dini.

b. Dampak negatif

Dampak negatif yang dirasakan adalah isu-isu negatif dan fitnah dari para walimurid dulu saat menerapkan strategi promosi ini karena adanya konflik internal. Dari konflik itu, citra sekolah Paud Al-Amaanah ini menjadi jelek sehingga pihak Paud Al-Amaanah ini membabat alas lagi memulai dari nol untuk memperbaiki citra sekolah Paud ini menjadi lebih baik. Selain itu dampak negatif yang ditimbulkan rasa kecewa walimurid jika KBM murid tidak sesuai harapan mereka untuk meningkatkan kecerdasan anaknya.

Kendala Strategi Promotiv mix yang timbul dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru yakni:

a. Kendala kesibukan para anggota Paud Al-Amaanah

Selaku Kepala Sekolah dan guru Paud Al-Amaanah ini tidak hanya berpegang teguh pada pencapaian strategi Promosi Paud ini, mereka punya kegiatan luar maupun kegiatan internal yang tidak bisa ditinggalkan, sehingga tidak dapat terfokuskan akan implementasi strategi promosi Paud Al-Amaanah. Untuk mencapai suatu tujuan yang sudah direncanakan atau ditentukan, sebisa mungkin fokus ke satu tujuan utama, jika tidak ada tujuan yang lainnya.

b. Kendala mencari strategi yang cocok

Strategi yang diterapkan ini sebenarnya sudah bisa diterapkan dengan baik. Akan tetapi strategi ini kurang cocok dan pas untuk Paud Al-Amaanah. Dari elemen-elemen yang digunakan juga sudah sesuai dan efektif, tapi yang diinginkan Paud Al-Amaanah ini adalah meningkatkan jumlah peserta didik baru lebih banyak lagi.

SIMPULAN

Strategi yang diterapkan untuk meningkatkan jumlah peserta didik oleh paud al-amaanah yaitu strategi promotion mix dimana strategi ini terdapat 4 elemen yaitu periklanan (*advertising*) dimana media yang digunakan adalah media sosial, platform media sosial yang dipakai adalah whatsapp dan instagram tujuannya agar dikenal luas oleh masyarakat sekitar, penjualan pribadi (*personal selling*) memperbanyak relasi untuk memperkenalkan paud al-amaanah dari interaksi yang dilakukan, promosi penjualan (*sales promotion*) menciptakan kegiatan yang positif untuk murid agar masyarakat luar mengetahui akan kegiatan tersebut sehingga menimbulkan ketertarikan masyarakat menyekolahkan anak mereka di paud al-amaanah, hubungan masyarakat (*publisitas*) berkumpulnya para walimurid dengan guru paud yang membahas perkembangan anak mereka, dan menanyai akan kritikan dan saran jika ada.

Dampak yang ditimbulkan saat menerapkan strategi promotion mix ada dampak positif dan negatif. Dampak positif yang timbul, meningkatkan jumlah peserta didik baru, meningkatnya kesadaran para orang tua betapa pentingnya pendidikan di usia dini, meningkatkan rasa saling menghargai antar sesama manusia, menghargai pendapat saran dan kritikan dari para walimurid baik positif maupun negatif, meningkatkan pencapaian strategi promosi, semakin dikenal secara luas oleh masyarakat mengenai sekolah Paud Al-Amaanah SambongDukuh Jombang. Dampak negatif yang timbul yakni, adalah isu-isu negatif dan fitnah dari para wali murid dulu saat menerapkan strategi promosi ini karena adanya konflik internal, citra sekolah Paud Al-Amaanah ini menjadi jelek, rasa kecewa wali murid jika KBM murid tidak sesuai harapan mereka untuk meningkatkan kecerdasan anaknya.

Kendala yang dihadapi saat menerapkan strategi promosi ini ada dua yaitu, Kendala kesibukan para anggota Paud Al-Amaanah, mereka punya kegiatan luar maupun kegiatan internal yang tidak bisa ditinggalkan, sehingga tidak dapat terfokuskan akan implementasi strategi promosi Paud Al-Amaanah. Untuk mencapai suatu tujuan yang sudah direncanakan atau ditentukan, sebisa mungkin fokus ke satu tujuan utama, jika tidak ada tujuan yang lainnya, kendala yang kedua, Kendala mencari strategi yang cocok, Strategi yang diterapkan ini sebenarnya sudah bisa diterapkan dengan baik. Akan tetapi strategi ini kurang cocok dan pas untuk Paud Al-Amaanah. Dari elemen-elemen yang digunakan juga sudah sesuai dan efektif, tapi yang diinginkan Paud Al-Amaanah ini adalah meningkatkan jumlah peserta didik baru lebih banyak lagi.

DAFTAR RUJUKAN

Anisatun Nurul Uluwiyah, NIM: 2010807. "Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di RA QUEEN AL-KHADIJAH Kabupaten

- Cilacap.” Masters, IAINU Kebumen, 2022. <http://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/569/>.
- Fadlilah, Azizah Nurul, and Saidah Masfiah. “Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Tk Al Huda Kota Malang.” *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5, no. 1 (March 12, 2021): 94–127. <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v5i1.575>.
- Muhammad Rasyad Al Fajar, Ifantri. (2021). Strategi Promosi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bima Di Tinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariaah. *J-SEA Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Oktaviani, Faddillah. “Strategi Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SDIT Al-Iman Bojongsari Depok.” bachelorThesis, Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/61715>.
- “Permendikbud Nomor 51 Tahun 2018 Tentang PPDB TK, SD, SMP, SMA, SMK.” Accessed March 12, 2023. <https://www.jogloabang.com/pendidikan/permendikbud-51-2018-ppdb-tk-sd-smp-sma-smk>.
- Ro’fah, Nurul. “Strategi Promosi Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Citra Di SMP Islam Al-Syukro Universal.” bachelorThesis, Jakarta: FITK UIN Jakarta, 2016. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/33576>.
- Rupaedi - PERANAN PENGAWAS SEKOLAH DALAM PENINGKATAN MUTU PE.Pdf.” Accessed March 11, 2023. <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20297192-T%2030224-Peranan%20pengawas-full%20text.pdf>.
- Salim Al-Idrus, Handout. (2013). *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 48-49.
- Ziaggi. “Implementasi: Pengertian, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya.” *Gramedia Literasi* (blog), October 3, 2022. <https://www.gramedia.com/literasi/implementasi/>.