



Mengoptimalkan Promosi yang Efektif untuk Penerimaan Siswa Baru Sekolah Kuncup Melati di Semarang

(Optimizing Effective Promotions For Accepting New Students Kuncup Melati School at Semarang)

Masine Slahanti^{1*}, Rini Indah Sulistyowati², Sofyandanu Setiadi³

¹⁻³ Universitas Semarang, Indonesia

Korespondensi penulis : masine_slahanti@usm.ac.id*

Article History:

Received: April 12, 2024;

Revised: April 26, 2024;

Accepted: Mei 20, 2024;

Online Available: Mei 31, 2024;

Keywords: promotion, private school, services, education, Kuncup Melati school

Abstract, Kuncup Melati School consists of Kindergarten, Elementary School and Junior High School is one of the private schools located in the middle of the city which is quite strategic and very easy to access and in a densely populated area. In addition to being in a strategic and densely populated location, this school is a private school that does not charge any fees to its students. Funded by a Khong Kauw Hwee Foundation. Every year like other private schools, it opens registration opportunities, but even though the school is free, there are not many students, especially the community in the school environment, the school already has social media which is a means of information and promotion of activities and activities from the school, but registrants who enter this school sometimes do not meet the quota provided by the school. On this occasion, the Community Service Team will carry out activities with the theme of optimizing effective promotional media that can help achieve the target of students who register at Kuncup Melati School, namely with promotional activities other than social media can be done with other media. The hope is that with this promotional optimization activity, it can increase public interest in entering school at Kuncup Melati.

Abstrak

Sekolah Kuncup Melati terdiri dari TK, SD dan SMP merupakan salah satu sekolah swasta yang terletak di tengah kota yang cukup strategis bahkan sangat mudah diakses serta di lingkungan yang padat penduduk. Selain di lokasi yang strategis dan padat penduduk, sekolah ini merupakan sekolah swasta yang sama sekali tidak memungut biaya apapun kepada murid-muridnya. Didanai oleh sebuah Yayasan Khong Kauw Hwee. Setiap tahun seperti sekolah – sekolah swasta yang lainnya membuka kesempatan pendaftaran, namun meskipun sekolah gratis namun murid-murid yang masuk belum banyak khususnya masyarakat di lingkungan sekolah, pihak sekolah sudah memiliki media sosial yang menjadi sarana informasi dan promosi kegiatan maupun aktivitas dari sekolah, namun pendaftar yang masuk ke sekolah ini belum terkadang belum memenuhi kuota yang sudah disediakan oleh pihak sekolah. Pada kesempatan ini Tim Pengabdian kepada Masyarakat akan melakukan kegiatan dengan tema mengoptimalkan media promosi yang efektif yang dapat membantu pencapaian target murid yang mendaftar di sekolah Kuncup Melati, yaitu dengan kegiatan promosi selain dengan media sosial dapat dilakukan dengan media yang lain. Harapannya adalah dengan adanya kegiatan optimalisasi promosi ini dapat meningkatkan minat masyarakat untuk masuk sekolah di Kuncup Melati ini

Kata kunci: promosi, sekolah swasta, jasa, Pendidikan, sekolah Kuncup Melati

1. PENDAHULUAN

Pendidikan di era sekarang merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan manusia, ini berarti bahwa setiap manusia yang ada Indonesia berhak mendapatkan pendidikan yang

* Masine Slahanti, masine_slahanti@usm.ac.id

terbaik dan diharapkan untuk selalu berkembang didalamnya, Pendidikan tidak akan ada habisnya dari jenjang Play Group sampai ke jenjang perguruan tinggi. Pendidikan secara umum mempunyai arti suatu proses kehidupan dalam mengembangkan diri tiap individu untuk dapat hidup dan melangsungkan kehidupan. Sehingga menjadi seorang yang terdidik itu sangat penting. Banyak sekolah bertumbuh dan berkembang untuk memberikan kesempatan dan pilihan masyarakat untuk memilih sekolah -sekolah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain dari sekolah negeri, sekolah-sekolah swasta bertumbuh dan berkembang sangat pesat dengan menawarkan berbagai fasilitas, namun tetap didalam koridor aturan pendidikan yang ditetapkan dari Dinas Pendidikan.

Sekolah merupakan jasa dalam bidang pendidikan. Jasa pada dasarnya merupakan seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dan pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (intangible) bagi pembeli pertamanya. Sedangkan Pendidikan secara singkat dapat dijelaskan sebagai upaya menuntun anak sejak lahir untuk mencapai kedewasaan dengan mengembangkan akal dan fikiran serta mental, dalam melakukan interaksi disekitarnya, sehingga dapat dikatakan bahwa dijelaskan bahwa jasa layanan pendidikan merupakan suatu tindakan yang berisi proses menuntun anak untuk mencapai kedewasaan jasmani dan rohani dalam interaksi dengan lingkungan (Wiyono, 2020).

Semakin banyak sekolah – sekolah yang dibangun dan membuka pendaftaran untuk murid-murid baru menyebabkan sekolah-sekolah juga berupaya membuat informasi dan promosi untuk tujuan menarik minat siswa bersekolah di setiap sekolah yang membuka pendaftaran. Jika sekolah negeri membuka pendaftaran dengan jalur prestasi dan zonasi, sekolah swasta membuka pendaftaran dengan menggunakan media promosi sebagai bagian sarana untuk promosi dan informasi kondisi serta pelayanan jasa pendidikan yang ditawarkan. Pengelolaan lembaga pendidikan menjadi sangat penting, dimana pertumbuhan dan perkembangan lembaga pendidikan dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan scanning lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, harus menciptakan strategi yang mumpuni (Anwar, 2021).

Sekolah Kuncup Melati merupakan sekolah swasta didirikan oleh Yayasan Khong Kauw Hwee di tengah kota Semarang yang padat penduduk. Sekolah ini adalah sekolah swasta yang memberikan sekolah gratis bagi murid-muridnya. Selain memberikan membebaskan biaya administrasi apapun bagi siswa yang bersekolah disana, mereka juga memiliki program pengiriman siswa bersekolah di sekolah yang ada di Taiwan, saat ini sudah ada dua muridnya yang diberangkatkan ke Taiwan dan bahkan sudah di jenjang perguruan tinggi di semester

tiga. Namun jika melihat banyaknya murid yang masuk ke SMP Kuncup Melati tidak banyak yang mendaftar, termasuk masyarakat sekitar. Sekolah ini sudah memiliki media sosial berupa Instagram sebagai salah satu bagian informasi kegiatan-kegiatan yang berjalan di sekolah ini. Postingan-postingan yang di upload cukup aktif dan menarik, menampilkan semua kegiatan-kegiatan sekolah yang sudah berjalan. Namun media sosial belum dapat menjadi sarana yang optimal dan efektif didalam menjangking minat siswa bersekolah, didalam hal ini yang menjadi target promosi tentunya adalah para orang tua siswa diharapkan dapat menjadikan sekolah Kuncup Melati ini menjadi sekolah pilihan untuk menyekolahkan anak-anaknya. Sedangkan media promosi dapat dilakukan dengan berbagai pilihan Aplikasi media promosi seperti Website, Facebook, Instagram dan Twibbonize, didukung oleh pamflet atau banner yang saling dikombinasikan akan sangat berguna untuk promosi sekolah. Promosi sekolah juga yang sering dilakukan bisa berbagai macam baik itu sebuah produk, event, social campaign, dan masih banyak lagi (Yulianingsih et al., 2022).

Pada kesempatan ini pengabdian kepada masyarakat akan memberikan pendampingan kegiatan pengabdian dengan tema kegiatan “Mengoptimalkan Promosi Yang Efektif Untuk Penerimaan Siswa Baru Sekolah Kuncup Melati di Semarang “

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini akan dilakukan secara tatap muka dalam bentuk pemaparan, diskusi dan tanya jawab dengan para Kepala Sekolah dan Guru-guru dari TK, SD dan SMP, dimana awalnya pengabdian ini mitra utamanya adalah Kepala Sekolah SMP dan guru-guru, namun pada akhirnya pelaksanaan diikuti oleh semua Kepala Sekolah dan para guru di dari Sekolah Kuncup Melati . Gambar 3.1. akan memberikan gambaran dan penjelasan akan alur proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Tahap awal atau dan Observasi Mitra Pada tahap ini dilakukan persiapan pada internal tim pengabdian, dimana setelah dilakukan persiapan dengan seksama maka dilakukan survey dan observasi pada mitra untuk menentukan permasalahan yang terjadi, observasi merupakan kegiatan yang terproses dan kompleks, yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologi (Moeljono, 2024) agar didapatkan permasalahan untuk diberikan solusi yang akan ditawarkan kepada mitra.
2. Tahap kedua Rancangan Kegiatan dan Pelaksanaan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada mitra, maka team akan melakukan pengarahan serta perencanaan kegiatan seperti penentuan waktu dan tempat serta mempersiapkan materi untuk seminar serta diskusi , kemudian tahap dilaksanakan berupa seminar,diskusi dan tanya jawab
3. Tahap ke tiga adalah Tahap Evaluasi
Pada tahapan evaluasi terhadap program pendampingan dan pelatihan dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program kegiatan pengabdian Evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pre-test sebelum materi diberikan serta berbagai, dan setelah selesai pemaparan materi akan diberikan post-test untuk menilai pemahaman sasaran terhadap materi yang diberikan. Disamping itu, akan diketahui juga peserta pengabdian yang memiliki tanggungjawab pada setiap kegiatan yang dirancang. Untuk menilai keberhasilan program kegiatan ini adalah: (1). 80% peserta yang diundang hadir dalam pelatihan; (2). Terlaksananya seluruh kegiatan (3). 70% peserta mampu menyerap dan mengerti materi yang disampaikan oleh tim pengabdian serta adanya pernyataan kepuasan dari peserta pelatihan
4. Tahap Akhir (Evaluasi dan Pelaporan). Tahap pelaporan merupakan tahapan terakhir dari kegiatan pengabdian, dimana team pengabdian melakukan pelaporan mengacu pada kegiatan yang diselenggarakan.

Metode pelaksanaan program pengabdian dilaksanakan berupa pemaparan materi secara langsung kepada mitra. Adapun penjelasan mengenai metode pelaksanaan kegiatan adalah dengan Metode Ceramah Dengan metode ceramah ini team pengabdian melakukan presentasi kepada mitra mengenai berbagai bentuk promosi yang dapat dioptimalkan ,

3. HASIL

Pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan secara offline dengan bentuk seminar menyampaikan pemaparan materi ,tim pengabdian memberikan pemaparan kepada mitra yaitu pihak sekolah Kuncup Melati yang dihadiri oleh Kepala Sekolah dari tingkat TK,SD dan SMP serta para guru yang mengajar di TK,SD dan SMP..Kegiatan dilaksanakan pada hari 02 Mei

2024 dengan jumlah total keseluruhan 25 guru dengan 3 Kepala Sekolah .Pada awalnya kegiatan ini direncanakan untuk guru- guru SMP dan juga tenaga administrasi namun topik ini menarik minat juga para guru dari tingkat TK dan SD sehingga pada pelaksanaan tersebut tergabung semua guru – guru beserta Kepala Sekolah masing – masing .Antusias para peserta terlihat selama kegiatan berlangsung dan hal ini juga terlihat dari keaktifan mitra dalam diskusi .Kegiatan berjalan dengan baik dan dapat dilihat dari

1. Respon positif dari mitra

Respon positif dapat terlihat dari antusiasme para peserta selama kegiatan ini berlangsung, selain memperhatikan dan menyimak dengan sungguh-sungguh, para peserta terlihat aktif dalam bertanya dengan pertanyaan yang cukup beragam dan menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pemateri. Komunikasi yang interaktif terlihat selama berlangsungnya kegiatan pengabdian ini

2. Semakin meningkatnya pemahaman para peserta akan materi yang dibawa oleh Tim Pengabdian terlihat mereka memahami kegiatan promosi. Hal ini dapat dilihat dari hasil sebaran kuesioner yang dibagikan pada saat sebelum dan sesudah kegiatan serta diskusi yang cukup panjang dan menarik berkaitan dengan promosi yang sudah dilakukan oleh pihak sekolah

3. Dari Kepala Sekolah dan Guru – Guru juga antusias menyampaikan beberapa kegiatan dan media promosi yang sudah mereka lakukan untuk menjangkau murid- murid bersekolah di Kuncup Melati di Semarang. Menyampaikan kendala serta permasalahan yang terjadi berkaitan dengan usaha dan upaya didalam mempromosikan sekolah ini . untuk mencoba memahami dan melihat peluang promosi, lokasi dan media yang sudah dipergunakan serta berinteraksi dengan masyarakat di lingkungan sekolah

4. DISKUSI

Salah satu tuntutan yang paling krusial adalah pendidikan. Pendidikan diharapkan dapat memajukan IPTEK (ilmu pengetahuan dan teknologi) sehingga masyarakat terdorong untuk berpikir dan menyumbangkan kreativitas, gagasan, dan usulannya dalam bidang pendidikan (Fajry et al., 2023) .Pada kegiatan pengabdian tersebut pembahasan yang disampaikan tentang kegiatan promosi ,bahwa kegiatan promosi tidak lepas dari sektor pendidikan salah satu nya adalah upaya untuk menarik minat masyarakat untuk mendaftar di sekolah-sekolah khususnya di sekolah swasta. Pihak sekolah Kuncup Melati sudah setiap pembukaan pendaftaran juga membuat sarana promosi seperti seperti pembuatan spanduk, brosur dan aktif dalam pembuatan video yang kemudian diupload di

media sosial mereka .Di samping kegiatan promosi lewat sarana spanduk,brosur atau media sosial , sekolah Kuncup Melati juga kegiatan seperti ikut dalam kegiatan seni biasanya anak-anak tampil pada saat kegiatan perayaan keagamaan,seperti menampilkan seni dan tari Barongsai salah satu seni yang dipelajari anak-anak sekolah Kuncup Melati, Jika pada akhirnya kuota yang disediakan belum menutup ada hal – hal lain yang memang menjadi perhatian dari pihak yayasan dan sekolah .Setiap murid yang mendaftar pihak sekolah melakukan proses seleksi yang cukup ketat,ada beberapa memang yang belum memenuhi persyaratan yang dimenjadi standart sekolah Kuncup Melati. Pada akhirnya mereka lebih mengedepankan kualitas daripada jumlah murid yang banyak , dengan jumlah murid yang tidak banyak pihak sekolah justru dapat memberikan fasilitas yang terbaik untuk para murid-muridnya .



Gambar 2. Bersama Para Peserta Kegiatan

5. KESIMPULAN

- a. Mitra sudah melaksanakan beberapa kegiatan promosi dengan menggunakan beberapa media promosi dan secara umum penggunaan media sosial mitra cukup aktif meng update kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di sekolah baik kegiatan pada waktu belajar atau kegiatan extra sekolah salah satunya adalah dengan memposting foto-foto,video kegiatan murid-murid di sekolahan

- b. Ada satu dua hal yang menjadi kendala pada saat mereka membuat sarana promosi sehingga sarana yang paling efektif adalah dengan media sosial maupun kegiatan-kegiatan yang diikuti siswa seperti ikut berperan tampil pada kegiatan seni
- c. Tidak memasang spanduk namun rencana akan mengganti dengan membuat brosur yang menarik kemudian akan ditaruh di beberapa lokasi yang strategis
- d. Belum banyaknya peminat murid mendaftar juga dikarenakan ada program seleksi yang dilakukan oleh pihak sekolah

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpabantuan dari berbagai pihak terutama dari LPPM Universitas Semarang. Untuk itu kami selaku team pengabdian mengucapkan terimakasih kepada semua pihak dari awal hingga penyusunan laporan pengabdian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, F. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menjaring Siswa Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya Program Madrasah Bertaraf Internasional Pondok Pesantren Nurul Ummah Pacet Mojokerto. *Sirajuddin: Jurnal Penelitian Dan Kajian Pendidikan Islam*, 1(1), 102–119.
- Fajry, F., Annur, S., & Handayani, T. (2023). Strategi Promosi Prodi Pendidikan Sendratasik Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 51–60. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v5i1.728>
- Moeljono, P. (2024). 3526-10430-1-Pb. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 5(1), 55–64.
- Wiyono, B. (2020). Produk-Produk Jasa Pendidikan. *Intizam: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 35–45.
- Yulianingsih, Y., Mutia, I., & Cholifah, W. N. (2022). Pemanfaatan Teknologi Interaktif Sebagai Media Pembelajaran Dan Promosi Sekolah. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(5), 487. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v5i5.14294>