

UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH SISWA DI SMA MUHAMMADIYAH 4 KOTA BENGKULU MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PROMOSI

Ikhlas Tul Amal¹, Riswanto²

^a Universitas Muhammadiyah Bengkulu

^b ikhlástulamal4@gmail.com

INFO ARTIKEL

Strategi
Promosi,
Meningkatkan jumlah siswa

ABSTRAK

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Promosi di dalam melakukan Penelitian dalam Meningkatkan Jumlah Siswa SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. dilatar belakangi oleh peran pentingnya strategi promosi bagi lembaga pendidikan terutama bagi sekolah SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Untuk Mengetahui beberapa faktor dalam meningkatkan jumlah siswanya yaitu dengan menerapkan beberapa bauran pemasaran agar menarik minat masyarakat terutama para orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu.

Tujuan dari peneliti ini yaitu untuk menganalisis dan menelaah perihal strategi komunikasi promosi yang ada di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu dalam meningkatkan minat Jumlah siswa nya dengan menggunakan bauran pemasaran sebagai alat promosi produk keunggulan sekolah yang lebih menekankan pada 4P (*product, price, place, promotion*,). Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara, observasi dan studi dokumen. Narasumber dalam wawancara ini yaitu kepala sekolah, bidang waka humas, Staf waka humas, kesiswaan, Bendahara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik analisis kualitatif yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun untuk memeriksa keabsahan data.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu juga tidak luput dari kegiatan promosi untuk bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain dengan menawarkan fasilitas dan program pendidikan yang dimiliki yang mengedepankan kualitas program pendidikan. Dalam hal ini peneliti menganalisis 4P (Product, Price, Place Promotion)

1. Pendahuluan

Era globalisasi dan digitalisasi di berbagai bidang kehidupan sebagai konsekuensi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi mengakibatkan perubahan di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia pendidikan. Saat ini lembaga pendidikan tidak hanya memberikan jasa dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, tetapi juga dituntut mengikuti perkembangan teknologi (Trianto, 2021).

Dalam dunia pemasaran, penggunaan internet saat ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan teknologi informasi menjadikan internet sebagai alat pertukaran data dan informasi yang utama. Aplikasinya meluas pada berbagai bidang, terutama yang membutuhkan pertukaran data yang cepat dengan lokasi yang berbeda. Internet mempengaruhi bisnis, banyak perusahaan yang sukses menjual produk dan jasa dengan menggunakan bantuan internet. Internet menghadirkan tantangan baru bagi mereka yang sudah ada dan juga memberikan tantangan kepada siapa saja yang ingin menciptakan merek baru (Deirdre B. 2001).

Pengembangan pemasaran tidak lepas dalam dunia pendidikan yang dibutuhkan pada saat sekarang. Pendidikan pada hakikatnya merupakan proses membangun peradaban bangsa. Oleh karena itu, pendidikan harus selalu bertumpuh pada konsep pertumbuhan, pengembangan, pembaharuan dan kelangsungan sehingga penyelenggaraan pendidikan harus dikelola secara Profesional. (Usman, 2014). Lembaga pendidikan akan ditinggalkan oleh konsumen atau masyarakat jika dikelola secara seadanya. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran di sekolah tidak pernah stagnan, melainkan akan selalu dinamis, mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkembang pesat dari hari ke hari. Sekolah meminta lebih meningkatkan mutu pendidikan dari segala arah. Sejalan dengan persaingan yang semakin selektif, tidak bisa dihindari bahwa setiap sekolah Harus dikelola dengan baik untuk memberikan pelayanan yang terbaik sebab jika tidak, konsumen atau masyarakat gampang untuk mencari tempat usaha lain yang lebih menguntungkan dan menjanjikan.

Pemasaran atau promosi merupakan hal yang mutlak mesti dilakukan oleh sekolah, selain tujuan pengenalan, tugas pemasaran dalam lembaga pendidikan adalah guna membentuk citra baik lembaga dan menarik minat siswa yang disetujui. Untuk itu, lembaga pendidikan (sekolah) perlu melaksanakan strategi promosi untuk mempertahankan dan Menambah jumlah siswa yang ada. Tujuan dari strategi promosi tersebut tentunya untuk membuat masyarakat tertarik dengan citra sekolah yang baik, sehingga menumbuhkan nilai keyakinan di pikiran setiap konsumen yang pada akhirnya berujung pada semakin banyak siswa lembaga tersebut.

Kegiatan marketing atau pemasaran dalam dunia pendidikan dilakukan secara terbuka dan jujur. Manajemen pemasaran lembaga pendidikan swasta diperlukan dengan persaingan antar sekolah atau semakin atraktif. Di era sekarang ini, dunia pendidikan diwarnai oleh suasana persaingan.

Saat ini mulai terjadi perubahan paradigma persepsi tentang pendidikan yang semula dipersepsikan dan dipelajari sebagai aspek sosial, kini masyarakat melihat pendidikan sebagai sebuah corporate. Hal ini tercermin dari upaya kreatif dan inovatif para pemeran di lembaga pendidikan dalam menemukan keunikan dan keunggulan masing-masing sekolah, sehingga pemanfaatan layanan pendidikan lebih diminati oleh masyarakat. Hal ini juga terjadi di lembaga pendidikan Islam seperti SMA swasta. Output pendidikan dalam perolehan dari sistem pendidikan, dan semakin baik sistem pendidikan yang dibangun maka semakin besar kualitas output tersebut. Ini merupakan isu utama dalam dunia pendidikan, yakni kualitas pendidikan. Kualitas pendidikan berarti mendidik lulusan dengan kemampuan yang sesuai untuk memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan negara.

Khususnya kualitas pendidikan ditentukan oleh proses pendidikan yang dilaksanakan di lembaga tersebut. Pelayanan institusi sekolah tercermin dalam berbagai bidang, mulai dari pelayanan fisik, pelayanan konstruksi, hingga pelayanan berbagai fasilitas dan pelayanan guru yang berkualitas. Konsumen menuntut menuntut atas pelayanan yang mereka anggap tidak memuaskan.

Mereka tentu fokus atas kondisi gedung ruang belajar, atap bocor, bangunan yang retak berpotensi roboh sewaktu-waktu, sehingga di anggap membahayakan keselamatan siswa, kebersihan halaman, kebersihan ruang kelas, ketersediaan toilet, kamar mandi bersih, keamanan Sekeliling, penerangan, kemudian penyediaan fasilitas berupa teknologi pendidikan, papantulis, kapurtulis, spidol, serta tenaga pengajar yang disiplin, berwibawa, dan menguasai materi merupakan tujuan sebenarnya dari marketing atau pemasaran bagi lembaga pendidikan.

Semua kegiatan yang dilakukan sekolah berujung pada nilai yang akan diberikan untuk melayani pelanggan Kepuasan pendidikan. Pemasaran di bidang pendidikan sudah merupakan kebutuhan, begitu lembaga pendidikan dapat dikenal dan mendapat tempat di masyarakat sehingga masyarakat menyekolahkan anaknya ke institusi pendidikan ini. Banyak pengusaha memahami bahwa pemasaran terbatas pada pemasaran Produk yang dihasilkan adalah dari segi pemasaran. pendidikan adalah sebuah produk layanan yang disediakan oleh lembaga pendidikan, sehingga hasil dari proses pendidikan terlihat. Meskipun sekolah agama adalah lembaga pendidikan islam yang produknya adalah layanan pendidikan islam. Terdapat komponen kunci yang dapat digunakan sebagai bahan analisis Memahami konsep marketing pendidikan yaitu konsep pasar. Pasar Ini adalah tempat di mana berbagai barang yang diproduksi oleh produsen diperdagangkan Apa yang konsumen butuhkan, inginkan dan harapkan.

Pemasaran bisa menjadi terobosan baru bagi sekolah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sekolah juga merupakan lembaga nonprofit Bagian kelembagaan yang penting, tujuannya bukan untuk menciptakan kekayaan ekonomi, melainkan berusaha untuk mengembangkan kegiatan yang akan aktif mempengaruhi seluruh masyarakat.

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu merupakan salah satu lembaga pendidikan swasta yang berlokasi di Jl. Bali, Kecamatan Teluk Segara Kota Bengkulu. Memiliki tenaga pengajar atau guru yang profesional dan berkompenten yang sesuai dengan disiplin ilmunya masing-masing. SMA Muhammadiyah 4 Bengkulu tidak hanya pembagian kelas secara umum misalnya

IPA dan IPS. Namun sudah memiliki beberapa kelas tambahan atau yang dikenal dengan “program kelompok belajar” dimana dalam program tersebut terdapat beberapa pilihan kelas antara lain kelas reguler, kelas unggul dan kelas talent.

Perkembangan teknologi dalam dunia pendidikan juga telah diterapkan di SMA Muhammadiyah 4 Bengkulu adalah dengan penggunaan finger print atau sidik jari sebagai media absen siswa/siswi yang langsung terhubung ke alat komunikasi/handphone para orang tua. Hal ini menjadikan SMA Muhammadiyah 4 sebagai sekolah pertama di kota Bengkulu yang menggunakan sistem finger print sebagai media absen atau pencatat ketidak hadiran para siswa/siswi. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu peneliti menemukan adanya penurunan pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran dilaksanakan melalui beberapa kegiatan yaitu kegiatan sosialisasi dan penjualan pribadi oleh siswa dan guru memposting informasi lewat media sosial kegiatan tersebut cukup efektif sehingga pada tahun 2019/2020 SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu dapat menerima jumlah peserta didik baru yang berjumlah 160 siswa.

Pada tahun 2020/2021 dan 2021/2022 jumlah siswa baru SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu mengalami penurunan yaitu pada tahun 2020/2021 berjumlah 103 siswa dan 2021/2022 menurun yaitu 82 siswa. Pemasaran SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu 2020/2021 dan 2021/2022 masih terus berlanjut mendatangkan ke SMP kota Bengkulu untuk mempromosikan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Kegiatan komunikasi pemasaran SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu dalam rekrutmen peserta didik baru pada tahun 2020/2021 dan 2021/2022 dilakukan dengan kegiatan periklanan melalui periklanan online melalui media sosial *Facebook, tik tok, instagram, dan youtube* dengan mengunggah gambar dan tayangan mengenai segala kegiatan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu dengan tujuan memperkenalkan keberadaan sekolah SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu.

Telah diketahui bersama bahwa untuk jenjang pendidikan dasar (SD, SMP/MT, SMA dan sederajat) khususnya sekolah negeri mendapatkan dispensasi atau

keringanan dalam hal pembiayaan operasional pendidikan berupa dana BOS dari pemerintah. Adanya bantuan dana operasional sekolah/pendidikan membuat masyarakat menengah ke bawah menjatuhkan pilihan ke sekolah atau lembaga pendidikan negeri ketimbang swasta karena biaya yang akan dikeluarkan tidak sebesar lembaga pendidikan yang dikelola oleh swasta. SMA Muhammadiyah 4 Bengkulu ini diharapkan mampu bersaing dengan sekolah-sekolah lain terutama sekolah negeri. Dalam hal ini, sekolah harus selalu melakukan inovasi-inovasi baru terutama pada pelaksanaan promosi, agar masyarakat lebih mengenal dan menjatuhkan pilihannya ke sekolah ini. Berdasarkan dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Upaya Meningkatkan Jumlah Siswa Di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu Melalui Strategi Komunikasi Promosi”**.

2. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berguna untuk menggambarkan suatu realita dan kondisi maupun situasi, menurut Lexy J. Moeloeng Metode (2001) kualitatif adalah metode penggambaran atau data yang disajikan dalam bentuk kata dan sering muncul dalam kalimat yang panjang lebar. Anggapan yang mendasari penelitian jenis kualitatif adalah bahwa kenyataan sebagai suatu yang berdimensi jamak, kesatuan, dan berubah-ubah. Penelitian ini menggambarkan pendekatan kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara-cara lain untuk kuantifikasi (pengukuran). Rukajat (2018).

Penggunaan metode deskriptif kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupa kata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Untuk menggambarkan atau untuk mendeskripsikan tentang Strategi Promosi Penerimaan Siswa Baru Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu.

Penelitian ini bertujuan menyajikan data yang faktual dan sistematis sesuai dengan yang terjadi di lapangan, sehingga data tersebut peneliti dapat mendeskripsikan temuannya. Data yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara, studi dokumentasi, dan perilaku yang dianalisa dan dideskripsikan melalui kata-kata tertulis atau dalam bentuk paragraf naratif deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena yang terjadi dalam lapangan. Maka dalam hal ini, peneliti menggunakan penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi promosi pendidikan. dalam meningkatkan minat siswa di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu.

Fokus penelitian adalah pemasukan faktor kepada inisari penelitian yang akan dilakukan. Hal tersebut harus dilakukan dengan cara ekspresi agar kedepanya dapat meringnkan peneliti sebelum turun atau melakukan observasi atau pengamatan. Fokus penelitian merupakan garis terbesar dalam inti penelitian mahasiswa, sehingga observasi dan analisis hasil penelitian bakal menjadi lebih terarah. Fokus penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikaas pemasara SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu.

2.2 Pengumpulan Data

Teknik-teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti diantaranya yaitu teknik observasi, wawancara, dan dokumentas disebut dengan triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik penelitian data yang sifatnya menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada.

1). Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi lapangan digunakan bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia. Proses kerja, gejala-gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi lapangan dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data observasi lapngan dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta dan nom *participan observatio* (observasi tidak berperan serta) (Sugioyono, 2012:2023). Teknik penelitian ini

digunakan untuk melihat secara langsung bagaimana strategi promosi pendidikan di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi non partisipasi, selama observasi peneliti mencari serta mengumpulkan data dengan cara melihat dan melakukan pencatatan terhadap objek penelitian yaitu pelaksanaan promosi, sarana prasarana, serta,

kegiatan keseharian guru dan siswa di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Kegiatan observasi pada penelitian ini adalah peneliti datang ke sekolahan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk mengamati kegiatan promosi sekolah, dan mencatat hal-hal penting yang berkaitan dengan promosi sekolah SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu

2). Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas dan wawancara berpedoman (berstruktur). Wawancara teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi terdahulu untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil (Sugiyono, 2013:162-240). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui promosi sekolah di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk. Dalam wawancara penelitian ini, peneliti menggunakan teknik interview terhadap informan yaitu kepala sekolah, waka humas, waka kesiswaan, panitia PPDB, ketua komite, wali siswa siswa. Alat yang digunakan dalam melakukan wawancara yaitu alat tulis, perekam suara dan kamera.

3). Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, berbentuk tulis, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dokumentasi berupa tulisan atau gambar yang ada disekitar tempat penelitian (Sugiyon, 2013: 162-240). Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Kegiatan dokumentasi merupakan pelengkap hasil dari observasi dan wawancara dengan pihak sekolah SMA.

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk. Dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data atau informasi melalui foto dan catatan yang berhubungan dengan promosi sekolah SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk. Dengan hasil dokumentasi itu yang berupa gambar atau foto dan catatan yang ditujukan untuk mengungkap makna dari hasil penelitian tersebut. hal ini sangat penting,

karena dengan dokumentasi peneliti akan mendapatkan bukti yang kuat dalam penelitian kali ini.

3. Teori

Strategi adalah suatu perencanaan jangka panjang yang disusun untuk menghantarkan pada suatu pencapaian akan tujuan dan sasaran tertentu. Menurut para ahli Johnson dan Scholes. Johnson dan Scholes mengartikan strategi sebagai sebuah arah dan ruang lingkup oleh sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang tujuannya mencapai keuntungan melalui konfigurasi terhadap sumber daya dalam lingkungan yang menantang, agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan tertentu.

Strategi dapat menjadi jembatan yang memudahkan keberlangsungan perencanaan, pelaksanaan dan juga pencapaian tujuan. Tidak hanya untuk mencapai tujuan secara personal, tetapi juga bias diterapkan untuk mencapai tujuan dalam bentuk kelompok dan organisasi.

Konsep bauran pemasaran menurut Kotler dan Keller (2012:25) terdiri dari 4P, yaitu yaitu product (produk), price (harga), place (tempat), dan promotion (promosi). Adapun pengertian dari masing-masing bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*).

Yang dimaksud dengan produk atau jasa adalah hal yang kita jual dalam bisnis meliputi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dibutuhkan oleh konsumen. Kunci utama dari sebuah produk yakni barang atau jasa tersebut harus dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. Selain itu, di juga lebih dibanding produk atau jasa lain agar produk atau jasa kita lebih mudah diterima konsumen.

2. Harga (*Price*)

Harga merupakan uang yang harus diberikan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang dijual. Harga menjadi aspek yang sangat penting kerana umumnya konsumen menjadikan harga sebagai pertimbangan utama sebelum

membeli. Mengingat sifatnya yang sangat fleksibel, ada baiknya anda selalu mengikuti dinamika pasar agar bisa menetapkan harga pada level yang tepat. Dimana harga yang tepat bisa diterima masyarakat namun juga tetap menghasilkan keuntungan.

3. Tempat (*Place*)

Tempat usaha merupakan lokasi di mana kita akan melakukan proses jual beli. Bagi usaha atau lembaga aspek ini memang sangat penting. Anda harus memperhatikan Apakah lokasi tersebut cukup strategi dan mudah dikunjungi konsumen. kini pengertian aspek tempat kian beragam disesuaikan dengan media yang digunakan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan bisnis yang mempunyai tujuan agar konsumen bisa lebih mengenal dan tertarik dengan produk atau jasa. Dalam kegiatan ini, anda harus mampu mengubah persepsi konsumen menjadi positif mengenai bisnis kita. Untuk melakukannya banyak sekali teknik promosi baik secara manual lewat *face to face promotion* hingga promosi online yang kini semakin pesat berkembang.

4. Temuan dan Pembahasan

Dengan menggunakan strategi promosi sekolah, sekolah menunjukkan bahwa mereka dapat meningkat melalui berbagai proses pendidikan. Salah satu tindakan yang biasa dilakukan oleh sekolah adalah meningkatkan jumlah siswa. Tujuan dari strategi promosi ini adalah untuk membantu sekolah mencapai tujuan dan harapan mereka untuk meningkatkan pendidikan mereka. SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu memiliki beberapa keunggulan yang berbeda dari sekolah lainnya. Yang pertama adalah kepala sekolahnya yang baik, penyayang, dan lemah lembut. Dia juga bijaksana, rajin, dan selalu bekerja sama dengan bawahannya.

Keunggulan ini berasal dari peserta didik sekolah yang berhasil memenangkan perlombaan di Kota, Provinsi, dan Nasional dari tahun 2024-2023. Mereka menerima medali perak, yang menjadi kebanggaan sekolah dan

menginspirasi siswa lain untuk mencapai keberhasilan yang sama atau bahkan lebih. Ada beberapa keuntungan yang mendorong SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk menerapkan strategi promosi sekolah melalui media elektronik. Hal ini karena keunggulan-keunggulan tersebut dapat dilihat oleh masyarakat umum.

Untuk mencapai tujuan meningkatkan jumlah peserta didik, berbagai tingkat pengembangan diperlukan. Oleh karena itu, akan ada rencana promosi yang akan membantu lembaga pendidikan dalam mencapai tujuan tersebut. seperti yang ditunjukkan oleh temuan wawancara yang dilakukan di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan. Dengan menggunakan teori marketing 4P McCarthy disini mengenai Strategi Promosi Yang Dilakukan Dalam Meningkatkan Jumlah Siswa Di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu

1. *Product* (Produk)
2. *Price* (Harga)
3. *Place* (Tempat)
4. *Promotion* (Promosi)

Ghghhgh Perkembangan pendidikan di era globalisasi yang semakin berkembang ini, kebutuhan masyarakat semakin meningkat dan persaingan lembaga pendidikan saat ini semakin ketat dengan berdirinya lembaga-lembaga Pendidikan Swasta yang menawarkan banyak kemudahan, fasilitas yang baik, biaya yang terjangkau. Tim Promosi dapat melakukan penyampaian informasi yang baik agar dapat membantu meningkatkan kesadaran dalam masyarakat terutama masyarakat Kota Bengkulu tentang keberadaan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Promosi dilakukan dengan tepat agar membangun citra positif SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Tim Promosi harus dapat menyapaikan pesan yang kuat serta meyakinkan masyarakat terbangunnya reputasi baik di mata orang tua calon siswa Lembaga pendidikan seperti SMA

Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu program kelompok belajar yakni Kelas Tanlenta, , Kelas Unggul, Kelas Reguler, selain itu juga program unggulan dari

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu yakni IPTEK (Informasi dan Teknologi), Tahfidz Al-Quran, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Fasilitas yang di sediakan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu ada Ruang Belajar Nyaman, Ruang Lab. Komputer, Ruang Lab. Kimia, Lab. Fisika, Lab. Biologi, Lab. Bahasa, Ruang IPM, Ruang Eskul dan Pengembangan diri, Masjid, Sarana dan Tempat Olahraga, Perpustakaan Digital, Ruang Pertemuan, Bimbingan dan Konseling, serta adanya kamera keamanan yang tersedia. Siswa juga membutuhkan tempat pengembangan diri maka SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu menyajikan Ekstrakurikuler yakni adanya IT Club, Hizbulwathan, PMR, Tahfiz, Robotik, Sains, English Club, Band, Pencak Silat Tapak Suci, Futsal, Drum Band, Paskibra, Multimedia, dan Volley Ball fasilitas pendukung yang memadahi dalam proses pembelajaran siswa dikelas maupun pengembangan keahlian setiap siswanya. SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu juga tidak luput dari kegiatan promosi untuk bersaing dengan lembaga pendidikan yang lain dengan menawarkan fasilitas dan program pendidikan yang dimiliki yang mengedepankan kualitas program pendidikan. Dalam hal ini peneliti menganalisis 4P (Promotion, Place, Price, Product) yakni :

Produk (Product)

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan Promosi dengan nawarkan produk atau fasilitas dalam menunjang kegiatan sekolah dan perkembangan siswa fasilitas tersebut tertera di dalam brosur, website dan instagram sekolah yang ada. Fasilitas sekolah tersebut memiliki program

kelompok belajar yakni Kelas Talenta, Kelas Excellent, Kelas Unggul, Kelas Reguler, selain itu juga program unggulan dari SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu yakni IPTEK (Informasi dan Teknologi), Tahfidz Al-Quran, Bahasa Inggris dan Bahasa Arab. Fasilitas yang di sediakan Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu ada Ruang Belajar yang Nyaman, Ruang Laboratorium Komputer, Laboratorium Kimia, Laboratorium Fisika, Laboratorium Biologi, Laboratorium Bahasa, Ruang IPM, Ruang Eskul dan Pengembangan diri, Masjid, Sarana dan Tempat Olahraga, Perpustakaan Digital, Ruang Pertemuan, Bimbingan dan

Konseling, serta adanya keamanan CCTV keamanan yang tersedia. Siswa juga membutuhkan tempat pengembangan diri maka SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu menyajikan Extrakurikuler yakni adanya IT Club, Hizbulwthan, PMR, Tahfiz, Robotik, Sains, English Club, Band, Pencak Silat Tapak Suci, Futsal, Drum Band, Paskibra, Multimedia, dan Bola Volly . Semua fasilitas tersebut mendukung perkembangan siswa dalam kegiatan belajar mengajar. Sebenarnya Program unggulan ini tujuannya untuk memberikan penghargaan siswa-siswi yang mau belajar. Keunggulan dari SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu ini ialah melalui prestasi nya baik dibidang akademik maupun non akademik nya. Jadi Produk yang dijual ke masyarakat tersebut melalui prestasi-prestasi yang pernah diraih oleh siswa- siswinya. Sehingga SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan *Product* tersebut



Harga (Price)

1. Pendaftaran bulan Oktober 2023 SPP Rp. 50.000,- dan Daftar Ulang Rp. 1.000.000,- (60 Orang).
2. Pendaftaran bulan November–Desember 2023 SPP Rp. 100.000,- dan Daftar Ulang Rp. 2.000.000,- (60 Orang).
3. Pendaftaran bulan Januari-Februari 2024 SPP Rp. 200.000,- dan Daftar Ulang Rp. 3.000.000,- (50 Orang).
4. Pendaftaran bulan Maret 2024 SPP Rp. 300.000,- dan Daftar Ulang Rp. 4.000.000,- (50 Orang).
5. Pendaftaran bulan April 2024 SPP Rp. 300.000,- dan Daftar Ulang Rp. 5.000.000,- (50 Orang).
6. Pendaftaran bulan Mei 2024 SPP Rp. 400.000,- dan Daftar Ulang Rp. 5.500.000,- (50 Orang).
7. Pendaftaran bulan Juni 2024 SPP Rp. 450.000,- dan Daftar Ulang Rp. 6.000.000,- (36 Orang).
8. Pendaftaran bulan Juli 2024 SPP Rp. 4500.000,- dan Daftar Ulang Rp. 7.000.000,- (36 Orang).
9. Pendaftaran bulan Agustus 2024 SPP Rp. 500.000,- dan Daftar Ulang Rp. 7.000.000,- (20 Orang).

Sumber: Data biaya Pendaftaran Bendahara SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu

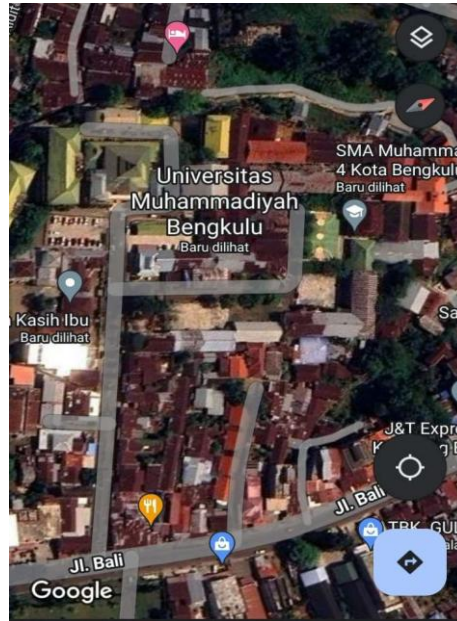
SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan Promosi dengan harga yang berbagai ketentuan. Sesuai dengan brosur pendaftaran siswa baru yang ada maka SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan hal tersebut dikarenakan adanya potongan harga pembayaran sehingga hal tersebut dapat meningkatkan jumlah penerimaan siswa di SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Berdasarkan hasil observasi gelombang pertama pada bulan oktober calon siswa SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu mendapatkan Harga (Price) dengan uang SPP Rp.50.000 dengan uang Daftar Ulang Rp.1.000.000 untuk 60 orang. Adanya harga khusus (Apresiasi) bagi siswa yang daftar dalam periode waktu yang ditentukan oleh pihak SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Selanjutnya gelombang berikutnya bulan November sampai Desember dengan SPP Rp.100.000 dengan uang daftar ulang sebesar Rp.2.000.000 teruntuk 60 orang

dan seterusnya. Dimana setiap gelombang tersebut jika susah memenuhi kuota maka akan dilaksanakan wawancara untuk menyeleksi penerimaan siswa tersebut. Sehingga SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan harga (*Price*) pada dalam peningkatan jumlah penerimaan siswa baru.

Dikarenakan menurunnya jumlah siswa di tahun ajaran 2023-2024, maka langkah baru yang ditawarkan oleh pihak SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu untuk menarik minat calon Siswa baru, adanya bermacam beasiswa seperti, beasiswa kader, beasiswa siswa prestasi, serta adanya potongan harga bagi anak yatim maupun piatudan adanya subsidi khusus bagi anak panti. Jelas saja itu semua tidak luput dari bantuan Muhammadiyah, Aisyiyah, dan pejabat terkait.

Tempat Lokasi (*Place*)

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan Promosi dengan lokasi yang strategis yang dapat mendukung peningkatan jumlah siswa yang ada. Lokasi tujuan utama sekolah dalam meningkatkan jumlah siswa adalah SMP yang ada di sekitar Kota Bengkulu bahkan ke Kabupaten yang ada di Provinsi Bengkulu, sehingga masyarakat luas dapat mengenal SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu. Tempat selanjutnya untuk melaksanakan strategi peningkatan sekolah yakni aula sekolah ketika sedang adan kegiatan IPM (Ikatan Pelajar Muhammadiyah) ataupun sosialisasi bersama wali murid dengan berbagi brosur dan memperkenalkan sosial media sekolah agar mereka bisa mengakses informasi tersebut. karena berada di Komplek Muhammadiyah, di mana ada SMP Muhammadiyah Terpadu, Pimpinan Wilayah Aisyiyah, dan Universitas Muhammadiyah Bengkulu, yang memungkinkan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke Universitas Muhammadiyah setelah lulus SMA.



Promosi (*Promotion*)

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu sekarang menggunakan media iklan untuk mempromosikan melalui brosur, pamflet, dan kunjungan ke sekolah SMP untuk bersosialisasi dan memanfaatkan media sosial seperti Facebook,

Instagram, WhatsApp, YouTube, dan website. Sebagai cara untuk mempromosikan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu mengunggah aktivitasnya ke akun media sosial. Selain itu, SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu juga berusaha berkomunikasi dengan orang tua, alumni, dan masyarakat setempat untuk membantu mencapai tujuan promosinya. Selain itu, mereka memasang spanduk di depan gerbang sekolah SMP yang dapat dikunjungi karena keberadaan sekolah tersebut. Semua media promosi tersebut berpengaruh satu sama lain.

SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu telah menerapkan Promosi yang dapat mendukung peningkatan jumlah siswa yang ada. Promosi yang di gunakan oleh SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu dilakukan dengan cara *online*, menyebarkan brosur ke masyarakat dengan memperkenalkan SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu, Membuat Bannner dan Baliho mengenai fasilitas SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu , SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu Ikut serta dalam setiap kegiatan kesiswaaan yang ada di Kota Bengkulu

SMA MUHAMMADIYAH 4 BENGKULU
Penerimaan Peserta Didik Baru
Tahun Pelajaran 2024/2025

Tersedia Beasiswa

Program Unggulan

1. IPTEK (Informatika dan Teknologi)
2. TAHFIDZ AL-QUR'AN
3. BAHASA INGGRIS
4. BAHASA ARAB

Program Kelompok Belajar

- » Kelas Talenta
- » Kelas Excellent
- » Kelas Unggul
- » Kelas Reguler

Jurusan

- IPA
- IPS
- UMUM

Ekstra Kurikuler

1. IT Club
2. Hizbulwathan
3. PMR
4. Tahfiz
5. Roboek
6. Sains
7. English Club
8. Band
9. Pencak Silat Tapak Suci
10. Futsal
11. Drum Band
12. Pasiklana
13. Multimedia
14. Volley Ball

Fasilitas

1. Ruang Belajar Nyaman
2. Ruang Lab. Komputer
3. Ruang Lab. Kimia
4. Ruang Lab. Fisika
5. Ruang Lab. Biologi
6. Ruang Lab. Bahasa
7. Ruang DM
8. Ruang Ekskul dan Pengembangan Diri
9. Masjid
10. Sarana dan tempat olahraga
11. Perpustakaan Digital
12. Ruang Pertemuan
13. Ruang Bimbingan dan Konseling
15. Keamanan CCTV

Pendaftaran

Gelembang 1 : Oktober 2023
Gelembang 2 : November-Desember 2023
Gelembang 3 : Januari - Februari 2024
Gelembang 4 : Maret 2024
Gelembang 5 : April 2024
Gelembang 6 : Mei 2024
Gelembang 7 : Juni 2024
Gelembang 8 : Juli 2024

Tempat Pendaftaran

SMA MUHAMMADIYAH 4 BENGKULU
Jl. Bal Komplek Perguruan Muhammadiyah
Bengkulu

Info Pendaftaran

Harryanto, S.Wd
0822-9375-2200

Support by TIM IT SMA Muhammadiyah 4 Bengkulu

5. Penutup

Berdasarkan Pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi promosi penerimaan siswa baru SMA Muhammadiyah 4 Kota Bengkulu belum meningkatkan jumlah siswa sudah dilakukan dengan baik sesuai dengan teori Marketing Mix 4 P (Kotler dan Keller) :

Produk (*Product*)

Kelas Tahfidz Al Quran

Kelas Bahasa Arab

Kelas Bahasa Inggris

Kelas Talent

Prestasi Siswa

Harga (*Price*)

menawarkan berbagai berbagai macam potongan harga bagi siswa yang berprestasi dalam mengharumkan nama sekolah

Menawarkan berbagai macam potongan harga seperti, Potongan harga bagi Anak Yatim/Piatu

Rewards Siswa yang Berprestasi dalam mengharumkan nama sekolah

Tempat (*Place*)

Lokasi terdapat Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Rumah Sakit Muhammadiyah Bengkulu

Pimpinan Wilayah Aisyiyah

Promotin (*Promosi*)

Adanya Tim Promosi baik yg melakukan langsung ke sekolah-sekolah SMP Kota Bengkulu

Adanya Tim Promosi Cyber yang melakukan promosi melalui media cetak dan melalui Media Sosial Online (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, dll)

References

- Ade Priangani, Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global, *Jurnal Kebangsaan*, (Vol.2, No.4, 2013), hlm.1.
- Arifudin, Tanjung, Sofyan, *Manajemen Strategik*, (Puwokerto: CV. PenaPersada), Cetakan pertama, 2020, hlm.1-2.
- Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.199.
- David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara) Cet-1, hlm.134.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (Bandung: Rosdakarya, 2012), hlm.76.
- Dinda, Reni, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Jurnal Common*, (Vol.3, No.1, 2019), hlm.75.
- Dinda Sekar Puspitarani, Reni Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Jurnal Common*, (Vol.3, No.1, Juni 2019), hlm.75
- Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Bengkulu. (2017). *Sejarah Kota Bengkulu*. (2017-2024). KOMINFO. diakses 5 Januari 2024. <https://profil.bengkulukota.go.id/sejarah-kota-bengkulu/>
- Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm.3.
- Iban Sofijan, Ma Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm.210.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Armstrong, G. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip. (2019). *Marketing Management*. United Kingdom: Jakarta. Pearson.
- M. Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, Cetakan 1, (Pasuruan, 2020), hlm.15.
- Maziyah, S. A., Umam, K., & Hepni, H. (2020). Strategi Pemasaran dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di Madrasah Ibtidaiyah Ma'arif (MIMA) 01 KH. Shiddiq Jember. *JIEMAN: Journal of Islamic Educational Management*, 2(1), 13–26. <https://doi.org/10.35719/jieman.v2i1.19>
- Miftahul Ulum, Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan dalam Pandangan Syariah, *Jurnal Studi Islam*, (Vol.5, No.1, 2018), hlm. 35-36.
- Moh Rusdi, Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud Berkah Jaya, *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, (Vol. 6, No. 2, 2019), hlm.51.
- Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hlm.210.

-
- Ony, Novelia, *Strategi Promosi Pemasaran* (Jakarta: FITK Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, 2017), hlm.5.
- Rismi, Donni, *Manajemen Komunikasi*, (Bandung: Alfabeta 2014), hlm. Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah*, (Depok: Kencana, 2017), hlm.
- Saidi Zainurossalamia, *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*, (Lombok Tengah: Forum Pemuda Aswaja), Cetakan Pertama, 2020, hlm.3.
- Sesra Budio, *Strategi Manajemen Sekolah, Jurnal Menata*, (Vol, 2, No.2, 2019), hlm.58.
- Sofjan Assauri, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages* Cetakan 2, (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm.4-7
- Try Anggraeni, V., Sugandi, & Molekandella Boer, K. (2023). Strategi Komunikasi Dalam Meningkatkan Minat Calon Siswa Baru Di Sma Plus Melati Kota Samarinda. *EJournal Lmu Komunikasi*, 2023(2), 82–93. ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id
- Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Bengkulu. (2017). *Sejarah Kota Bengkulu*. (2017-2024). KOMINFO. diakses 5 Januari 2024. <https://profil.bengkulukota.go.id/sejarah-kota-bengkulu/>