



Strategi Pemasaran Sekolah SDIT FAJAR MEDAN melalui Keterlibatan Masyarakat di SDIT Fajar Medan Kec. Medan Area

*** Audy Andini Lubis¹, Nur Afni², Wanda Zuhro Syam Pratami³, Muhammad Sibril Malasi⁴, Alfiq Rizki⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia)

* Corresponding Author. E-mail: ¹andiniaudy19@gmail.com, ²afni9384@gmail.com, ³wandasyam637@gmail.com, ⁴sibrilmalasi22@gmail.com, ⁵alpiqrizki28@gmail.com
umsu.ac.id

Receive: 09/09/2021

Accepted: 11/12/2021

Published: 01/03/2022

Abstrak

Strategi adalah suatu cara umum yang mengatur dengan pelaksanaan pikiran, pengaturan, dan pelaksanaan suatu tindakan setelah beberapa waktu. Berdasarkan pandangan masyarakat terhadap SDIT Fajar Medan di zaman ini dengan persaingan yang semakin ketat dengan sekolah umum atau sekolah swasta lainnya di kota Medan. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk menemukan strategi peningkatan pendidikan yang kompetitif melalui pemasaran sekolah di SDIT Fajar Medan, 2) peran sekolah sebagai pembentuk citra yang baik dengan meningkatkan prestasi siswa di SDIT Fajar Medan, dan 3) upaya yang dilakukan di SDIT Fajar Medan dalam mengatasi masalah dan meningkatkan citra sekolah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif yaitu dengan observasi, dokumentasi, dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah mengumpulkan data, kemudian disajikan untuk dijadikan kesimpulan di hasil akhir.

Kata Kunci: Pemasaran, Hubungan Masyarakat, Pendidikan, Sekolah

Abstract

Strategy is a general way of organizing with the execution of thought, arrangement, and execution of an action after some time. Based on the public's view of SDIT Fajar Medan in this era with increasingly fierce competition with public schools or other private schools in the city of Medan. The aims of this study are 1) to find a strategy for improving competitive education through school marketing at SDIT Fajar Medan, 2) the role of schools as forming a good image by increasing student achievement. at SDIT Fajar Medan, and 3) efforts made at SDIT Fajar Medan in overcoming problems and improving the image of the school. The method used in this research is qualitative, namely by observation, documentation, and interviews. Analysis of the data used is to collect data, then presented to be used as conclusions in the final result.

Keywords: Marketing, Public Relations, Education, School

Pendahuluan

Setiap lembaga pendidikan memiliki acara unggulan dalam menarik minat masyarakat. Sah-sah saja jika kenaikan pangkat dilakukan melalui aneka macam media dan cara. Dari mulai iklan berdasarkan pandangan para orang tua sampai dalam iklan layanan elektronik seperti web sekolah yang dapat diakses setiap orang melalui internet. Perbedaan yang dirasakan antara sekolah swasta dan negeri bahwa setiap tahunnya sekolah berusaha menarik minat siswa dengan acara aktivitas yang beragam dan menampilkan acara unggulan.

Sementara sekolah negeri favorit dapat dikatakan lebih cenderung memilih menunggu mempersiapkan kelas dengan daya tampung yang maksimal. Tak jarang setiap tahun mereka akan menolak calon peserta didik menggunakan alasan jumlah siswa sudah mencukupi kuota tiap kelas atau jenjang. Banyak faktor yang membuat para orang tua dalam menentukan sekolah untuk anak mereka ke sekolah "mahal", salah satunya mereka menilai bahwa anak-anak bisa mendapat pengetahuan agama lebih dibandingkan menggunakan sekolah biasa.

Peran seorang Public Relations dan penelitian saat ini sangat penting dalam sebuah institusi atau pendidikan. Public relations dalam pendidikan merupakan ujung tombak sehingga perannya menjadi sangat penting dan strategis. Selain untuk menciptakan citra positif bagi

sebuah institusi atau pendidikan, peran PR juga dilibatkan dalam banyak hal seperti pembuatan strategi maupun program-program menarik untuk mampu bersaing dan tetap eksis baik dalam sebuah lembaga yang berorientasi profit maupun pelayanan pada masyarakat atau nonprofit. Keberhasilan seorang PR akan menentukan sukses atau tidaknya visi dan misi dalam sebuah pendidikan atau lembaga.

Public relations berfungsi sebagai manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, peneliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama, melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menghadapi opini publik, mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. Untuk itu peran Public Relations sangat penting dalam sebuah pendidikan.

Bagaimana strategi kepala sekolah dalam menghadapi tantangan persaingan sekolah seperti ini? Tentunya berbagai upaya yang dapat dilakukan sudah menjadi program tahunan yang dibuat sedemikian rupa bersama dalam rapat dewan yayasan dan dewan guru.

Kajian Teori

Manajemen Strategis

Strategis berasal dari bahasa Yunani “stratagos” yang artinya ilmu para jenderal untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas. Sedangkan manajemen menurut bahasa Perancis Kuno “management” yang berarti seni yang melaksanakan dan mengatur. Menurut Kristiawan dkk (2017) Manajemen berasal dari bahasa latin dari kata “manus” yang artinya “tangan” dan “agere” yang berarti “melakukan”. Kata-kata ini digabung menjadi “managere” yang bermakna menangani sesuatu, mengatur, membuat sesuatu menjadi seperti apa yang diinginkan dengan mendayagunakan seluruh sumber daya yang ada. Strategis sebagai “penciptaan posisi unik dan berharga yang didapatkan dengan melakukan serangkaian aktivitas” (Porter, 1996).

Definisi manajemen strategis dalam ilmu manajemen memiliki cakupan yang luas, dan tidak ada suatu pengertian yang dianggap baku. Itulah sebabnya definisi manajemen Definisi manajemen strategis dalam ilmu manajemen memiliki cakupan yang luas, dan tidak ada suatu pengertian yang dianggap baku. Itulah sebabnya definisi manajemen strategi berkembang tergantung pemahaman atau penafsiran seseorang. Meskipun demikian dari berbagai definisi yang diberikan oleh para manstrategi berkembang tergantung pemahaman atau penafsiran seseorang. Meskipun demikian dari berbagai definisi yang diberikan oleh para pakar manajemen dapat ditemukan suatu kesamaan pola pikir, bahwa manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari suatu pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategis antr fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuan-tujuan masa datang (Wahyudi, 1996).

Manajemen strategis adalah seni dan ilmu penyusunan, penerapan, dan pengevaluasian keputusan-keputusan lintas,

manajemen strategis berfokus pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran, serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Manajemen strategis mengkombinasikan aktivitas-aktivitas dari berbagai bagian fungsional suatu bisnis untuk mencapai tujuan organisasi. Ada tiga tahapan dalam manajemen strategis, yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi (David, 2004).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah segala kegiatan yang diawali dari kegiatan melakukan penyusunan suatu program, melakukan penerapan program sampai pada pelaksanaan evaluasi program, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam bidang pendidikan, manajemen strategi dapat dikonversikan ke dalam satuan pendidikan, karena pendidikan juga merupakan kumpulan dari orang-orang yang tersistem dalam suatu kegiatan terorganisir dengan tujuan yang jelas berlandaskan pada visi dan misi pendidikan. Memiliki target pekerjaan jangka pendek, menengah dan jangka panjang.

Sekolah merupakan satuan pendidikan yang menyelenggarakan proses belajar mengajar mempunyai fungsi dan tujuan yang termuat didalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 pasal 3, tentang Sistem Pendidikan nasional, yaitu mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, yang bertujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar menjadi manusia beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara demokratis serta bertanggung jawab. (Ahmad, Syarwani dalam Departemen Pendidikan Nasional RI, UU Republik Indonesia No. 20 tahun 2003, 2016).

Strategi pelaksanaan kegiatan diarahkan pada target yang hendak dicapai, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Pemilihan strategi dilakukan dengan mempertimbangkan keadaan situasi dan kondisi yang terjadi saat ini dan yang telah diperkirakan untuk yang akan datang. Waktu dengan tujuan yang telah ditetapkan diperkirakan relevansinya sehingga penerapan strategi yang telah ditetapkan tidak mempersulit tercapainya tujuan organisasi. Terdapat dimensi keputusan strategi mutlak dan perlu dikenali dan diperhitungkan, antara lain adalah:

- a. Dimensi keterlibatan manajemen puncak yang menyangkut seluruh segi organisasi.
- b. Dimensi alokasi dana, sarana dan prasarana, keputusan manajemen puncak tentang satuan kerja yang ditugaskan memainkan peranan yang strategik pada suatu moment tertentu menentukan alokasi dana, sarana dan prasarana dan tenaga yang mungkin melebihi apa yang dialokasikan pada satuan-satuan kerja yang lain.
- c. Dimensi waktu keputusan strategik, jangka waktu yang relative jauh ke depan apakah itu lima atau sepuluh tahun lebih itu menentukan target produk yang dapat dihasilkan.
- d. Dimensi orientasi masa depan, keputusan strategik yang didasarkan pada sikap proaktif dan antisipatif, manajemen akan lebih siap menghadapi tantangan perubahan yang akan terjadi dan tidak akan dihadapkan pada dihadapkan pada kepada situasi dadakan.
- e. Konsekuensi isu strategis yang multifaset. Keputusan strategi biasanya menjangkau semua komponen atau unsur organisasi, baik dalam arti dana, sarana, prasarana, tenaga kerja maupun dalam arti satuan-satuan kerja yang terdapat dalam organisasi seperti departemen, divisi, biro,

bagian, seksi, direktorat dan lain sebagainya.

- f. Dimensi lingkungan eksternal, tantangan yang dihadapi bukan hanya internal saja, akan tetapi dari luar organisasi sangat berpengaruh, seperti pengangguran, gaya hidup, geopolitik, peningkatan taraf hidup dan sebagainya (Siagian, 2012).

Public Relation

Menurut Ruslan dalam bukunya 'Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi', peranan public relation dalam sebuah organisasi atau pendidikan berkaitan dengan tujuan utama dan fungsi-fungsi manajemen pendidikan. Fungsi dasar manajemen tersebut merupakan suatu proses kegiatan atau pencapaian suatu tujuan pokok dari organisasi lembaga yang biasanya berkaitan dengan memanfaatkan berbagai potensi sumber-sumber (sumber daya yang ada) yang dimiliki oleh organisasi atau lembaga tersebut. Sumber daya tersebut meliputi sumber daya Manusia (Men), sumber Material/barang yang dikuasai (Material), alat atau pekasas mesin produksi yang dimiliki (Machine), kemampuan keuangan (Money), Metode yang digunakan (Methode), dan perluasan atau pemasaran yang hendak dicapai atau dituju (Market). Sumber daya tersebut dinamakan 6-M (Rosyadi, 2008: 25).

Dampak Negatif dan Positif Public Relations di Lembaga Pendidikan

Peran fasilitator komunikasi bagi seorang praktisi adalah sebagai pendengar yang peka dan broker (perantara) komunikasi. Menengahi interaksi, menyusun agenda mendiagnosis dan memperbaiki kondisi-kondisi yang mengganggu hubungan komunikasi di antara kedua belah pihak. Fasilitator komunikasi menempati peran di tengah-tengah dna berfungsi sebagai penghubung antara organisasi dan publik. Pengaruh positif yang dapat ditimbulkan akibat dijalankannya kode etik ini adalah sebagai berikut: (Riantara, 2004: 32)

1. Humas dapat meningkatkan praktek profesionalisme dengan memberikan kode etik dan memberdayakan perilaku dan kinerja yang bersifat etis dan standar.
2. Humas mampu meningkatkan perilaku dari suatu organisasi dengan menekankan pada kebutuhan akan aspirasi masyarakat.
3. Humas mampu melayani kepentingan masyarakat dengan menyerap aspirasi yang berkembang di tengah masyarakat.
4. Humas melayani kelompok masyarakat tertentu dan masyarakat lainnya dengan menggunakan komunikasi dan media untuk mengubah informasi yang tidak benar menjadi informasi yang sebenarnya.
5. Humas mempengaruhi tanggung jawab sosialnya dengan mendukung kesejahteraan manusia dengan cara memperbaiki sistem sosial yang disesuaikan dengan perubahan kebutuhan dan lingkungan.

Selain itu, juga terdapat beberapa pengaruh negatif, mungkin terjadi akibat penyalahgunaan etika dalam kegiatan PR, seperti (Kasali, 2003: 35).

1. Humas yang ingin mendapatkan keuntungan dengan mendukung kepentingan tertentu, kadang-kadang sampai mengorbankan kepentingan masyarakat.
2. Humas ada kalanya membuat kekacauan dalam saluran-saluran komunikasi dengan membuat informasi menjadi lebih rumit dan membingungkan daripada bersifat klarifikasi.
3. Humas dapat mengakibatkan rusaknya kredibilitas dan saluran komunikasi karena dinodai oleh rasa kebencian dan sinisme.

Peserta Didik

Peserta didik adalah makhluk Allah yang terdiri dari aspek jasmani dan rohani yang belum tercapai taraf kematangan, baik fisik, mental, intelektual, maupun psikologinya (Suharto, 2006). Oleh karena itu, ia senantiasa memerlukan bantuan, bimbingan dan arahan pendidik agar dapat mengembangkan potensinya secara optimal dan membimbingnya menuju kedewasaan. Potensi dasar yang dimiliki peserta didik, kiranya tidak akan berkembang secara maksimal tanpa melalui proses pendidikan. Adapun peserta didik dalam pendidikan islam ialah setiap manusia yang sepanjang hayatnya selalu berada dalam perkembangan (Aly Noer, H, 1999). Jadi, bukan hanya anak-anak yang sedang dalam pengasuhan dan pengasihan orangtuanya, bukan pula anak-anak dalam usia sekolah.

Berdasarkan pendekatan historis, beberapa deskripsi mengenai hakikat peserta sebagai berikut.

- a. Peserta didik bukan miniatur orang dewasa, tetapi ia memiliki dunianya sendiri. Hal ini perlu dipahami, agar perlakuan terhadap mereka dalam proses pendidikan tidak disamakan dengan pendidikan orang dewasa.
- b. Peserta didik adalah manusia yang memiliki perbedaan dalam tahap-tahap perkembangan dan pertumbuhannya. Pemahaman ini perlu diketahui agar aktivitas pendidikan islam dapat disesuaikan dengan tingkat pertumbuhan dan perkembangan yang umumnya dialami peserta didik.
- c. Peserta didik adalah manusia yang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi baik yang menyangkut kebutuhan jasmani atau rohani.
- d. Peserta didik adalah makhluk Allah yang memiliki berbagai perbedaan individual (individual differentiations) baik yang disebabkan karena faktor bawaan maupun lingkungan tempat ia tinggal.

- e. Peserta didik merupakan makhluk yang terdiri dari dua unsur utama: jasmani dan ruhaniah. Unsur jasmani berkaitan dengan daya fisik yang dapat dikembangkan melalui proses pembiasaan dan latihan, sementara unsur ruhani berkaitan dengan daya akal dan daya rasa.
- f. Peserta didik adalah makhluk Allah yang telah dibekali berbagai potensi (fitrah) yang perlu dikembangkan secara terpadu (Toto Suharto. 2006: 124-125).

Jadi, disimpulkan bahwa peserta didik dapat dikatakan sebagai orang yang belum dewasa dan memiliki sejumlah potensi (kemampuan) dasar yang masih perlu dikembangkan. Masa akhir usia 12 tahun para pendidik harus tanggap bahwa peserta didik mulai ada tanda-tanda perubahan tubuh khususnya wanita yang diikuti dengan perubahan rohaninya karena permulaan puber pertama.

Metode

Penelitian mengenai manajemen strategi kepala sekolah dalam upaya menarik minat calon peserta didik di SMPIT Ar-Ridho Kecamatan Kalidoni Kotamadya Palembang ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif untuk mengetahui dan mengungkap fakta serta memperoleh informasi secara natural di lapangan dengan rancangan penelitian studi kasus (Ulfatin, 2015). Metode kualitatif merupakan metod-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2014).

Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Sumber data penelitian berupa dokumen-dokumen program kerja sekolah serta melalui wawancara terbuka dengan Wakil Bidang Humas, guru senior serta Kepala Sekolah sebagai informan. Peneliti melakukan analisis data dengan cara mereduksi

data yang telah diperoleh sebelumnya, data kemudian disajikan dan dilakukan sebuah penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilakukan pengecekan keabsahan data untuk mempertanggungjawabkan kebenaran data dengan teknik kredibilitas, kecukupan bahan referensi, ketergantungan dan kepastian.

Hasil dan Pembahasan

Strategi dari sekolah dalam memperkenalkan sekolah ke masyarakat, biasanya melakukan pembuatan brosur di awal ajaran baru, belum pernah melakukan promosi lewat online, hanya melakukan promosi melalui media cetak seperti brosur saja, atau promosi masyarakat dari mulut ke mulut para wali murid sekolah SDIT Fajar Medan. biasanya berisi untuk memperkenalkan sekolah, yaitu dari struktur sekolah dimulai dari kepala sekolah, wakil kepala sekolah, bendahara, guru-guru beserta staff dan jajarannya, kemudian lingkungan sekolah, kelas.

Kemudian memperkenalkan bagaimana sistem pembelajaran yang ada di sekolah serta kurikulum yang gunakan, juga memperkenalkan fasilitas seperti apa yang tersedia di sekolah, dan memperkenalkan juga bagaimana pengadaan kegiatan di lingkungan masyarakat, seperti keagamaan, mengundang orang tua, seperti perpisahan sekaligus memperkenalkan sekolah, bisa juga dengan melakukan kegiatan pembelajaran para siswa di luar lingkungan sekolah, seperti project (pembuatan video), penelitian mengenai kebersihan lingkungan, dan untuk ekstrakurikuler di sekolah hanya mempunyai kegiatan ekstrakurikuler pramuka.

Adapun kendala dalam peningkatan pemasaran sekolah yaitu berasal dari fasilitas sekolah. Masih banyak fasilitas yang belum tersedia di SDIT Fajar Medan seperti ruang Lab, dan komputer. Karena kurangnya fasilitas tersebut maka kurang juga kepercayaan dari orang tua murid atau mereka kurang yakin untuk memasukkan anaknya ke sekolah SDIT Fajar Medan.

Upaya untuk meminimalkan kekurangan-kekurangan yang ada serta meningkatkan kedisiplinan, meningkatkan pengajaran dan prestasi para siswa. Para guru SDIT Fajar mengikuti pelatihan seperti KKG (Kelompok Kerja Guru) biasanya pelaksanaannya dalam 3 bulan sekali, dan biasanya dari pemerintahan mengadakan lomba LMP (Lomba Mata Pelajaran) sekitar setahun sekali.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis peneliti bahwa SDIT Fajar Medan melakukan prosedur operasional hubungan masyarakat upaya pemasaran atau promosi sekolah melalui bidang kehumasan dirancang agar membentuk partisipasi dari masyarakat untuk mendukung arah mutu pendidikan yang lebih baik, rancangan tersebut dibentuk dengan mengadakan kerjasama mutualisme dengan pihak lingkungan internal dan eksternal sekolah. Terdapat dua program kerja dalam prosedur hubungan masyarakat yaitu program umum dan program khusus. Bentuk kegiatan dari program umum meliputi kemitraan dengan instansi pemerintah dan wali murid.

Dengan mengatur strategi hubungan kerjasama unsur sekolah seperti, pengadaan acara peringatan maulid Nabi, gotong royong, serta kegiatan perlombaan; dan mengatur koordinasi hubungan kerjasama antar lembaga pendidikan terhadap feedback penyelenggaraan program kerja sekolah. Di sisi lain, dalam menjalankan prosedur operasional hubungan masyarakat terdapat beberapa prinsip yaitu keterpaduan, berkesinambungan, menyeluruh, sederhana, konstruktif, kesesuaian dan fleksibel.

Daftar Pustaka

Aly, Hery Noer. (1999). Ilmu Pendidikan Islam. Jakarta: Logos
Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches 4th Edition. London: Sage Publication.

David, Fred R (2004). Manajemen strategi konsep-konsep (Edisi Kesembilan). PT. Indeks Kelompok Gramedia. ISBN 979- 683-700-5

Kasali, Rhenald, 2003, Manajemen Public Relations Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti

Porter, M.E. (1996) "What is Strategy", Harvard Business Review, Nov/Dec 1996

Riantara, Yosol, 2004, Community Relations Konsep dan Aplikasinya, Simbiosis Rekatama Media : Bandung To cite this article: Helena Kantanen (2007): Community Relationships and the Practice of Public Relations in Higher Education, Tertiary Education and Management, 13:1, 47-59

Rosyadi, Ruslan, 2008, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, Jakarta : Rajawali pers

Suharto, Toto. (2006). Fissafat Pendidikan Islam. Jogjakarta: Ar-Ruzz

Ulfatin, N. (2015). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya. Malang: Media Nusa Creative

Wahyudi, Agustinus Sri. (1996). Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik. Jakarta: Binarupa Aksara