

ANALISIS PERSIAPAN DAN PENDAMPINGAN DALAM MENGHADAPI PPDB TAHUN AJARAN 2023/2024 PADA PRESCHOOL TK PLUS INSAN MANDIRI GARUT

Muhammad Al Assad Rohimakumullah¹, Intan Primasari², Dewi K Soedarsono³, Muhammad Satria Duva Dama⁴, Zayyin Abdul Quddus⁵

¹ Program Studi **Digital Public Relations**, Fakultas **Komunikasi dan Bisnis**, Universitas **Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia**

² Program Studi **Digital Public Relations**, Fakultas **Komunikasi dan Bisnis**, Universitas **Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia**

³ Program Studi **Magister Ilmu Komunikasi**, Fakultas **Komunikasi dan Bisnis**, Universitas **Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia**

⁴ Program Studi **Digital Public Relations**, Fakultas **Komunikasi dan Bisnis**, Universitas **Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1, Bandung 40257, Indonesia**

² Program Studi **Sains Informasi**, Fakultas **Ilmu Sosial dan Politik**, Universitas **UPN Veteran Jakarta, Jl. RS. Fatmawati Raya, Cilandak, Depok, Jawa Barat 12450, Indonesia**

*E-mail ¹assadr@telkomuniversity.ac.id, ²primasariintan@telkomuniversity.ac.id,

³dsoedarsono@telkomuniversity.ac.id, ⁴damasatriand@telkomuniversity.ac.id, ⁵zayyin_abdul@upnvj.ac.id.

Abstrak

Sebuah perusahaan, baik industri yang bergerak pada bidang jasa ataupun non jasa membutuhkan aktivitas pemasaran dan kehumasan. Hal ini merupakan suatu hal yang penting dan dapat menjadi kegiatan yang mendukung pencapaian tolak ukur keberhasilan dari sebuah target perusahaan. Begitupula dengan instansi swasta pendidikan yang berusaha untuk mendapatkan calon siswa/i baru pada setiap tahunnya. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh instansi pendidikan pada seluruh jenjang pendidikan guna mendapatkan calon siswa/i yang menjadi target PPDB itu sendiri, Begitu juga hal yang dilakukan oleh Preschool TK Insan Mandiri Garut. Aktivitas pemasaran dan kehumasan untuk menjalankan program PPDB ini telah dilakukan oleh divisi kirkom dari TK Insan Mandiri Garut itu sendiri, Akan tetapi sesuai dengan pra observasi sebelumnya, instansi pendidikan ini mengalami penurunan calon siswa/i yang menurun secara signifikan. Telah terbentuk sebuah gap dikarenakan pada masa pandemi yang membuat seluruh aktivitas kegiatan sekolah menjadi cukup terbatas seperti penggunaan teknologi, berkurangnya SDM, Hilangnya stakeholder, hingga menurunnya kualitas fasilitas. Dampak dari gap tersebut menghasilkan terjadinya pergerakan dari program PPDB ini tidak semaksimal sebelumnya. Hal lainnya seperti bertambahnya pesaing preschool lainnya yang muncul di kawasan TK Insan Mandiri Garut dengan cepat membuat TK Insan Mandiri Garut perlu untuk bertahan dan menghadapi persaingan yang ketat. Maka dari itu TK Insan Mandiri Garut ini memerlukan strategi humas dan marketing yang dapat disesuaikan dengan kemampuan dan keadaan. Pengabdian masyarakat ini Tim Dosen dari berbagai fakultas dan universitas telah melakukan pendampingan dengan cara FGD, Wawancara, Analisis keadaan, Hingga pembuatan model mengenai strategi humas dan marketing dalam menghadapi PPDB dan dapat dilakukan oleh pihak TK Insan Mandiri Garut.

Kata Kunci: *Preschool, Pendampingan, Marketing PR, PPDB, short paper*

1. Pendahuluan

Tingkat persaingan dalam penerimaan calon siswa/i baru di Garut sangat tinggi. Hal ini dikarenakan banyaknya lembaga pendidikan yang muncul saat setelah era covid kemarin. Kejadian ini sangat dirasakan oleh salah satu instansi pendidikan yakni TK Insan Mandiri Garut. Hal ini dirasakan oleh TK Insan Mandiri Garut melalui berkurangnya siswa/i yang terasa signifikan selama 2 tahun terakhir. Berikut tabel di bawah ini dapat menggambarkan jumlah siswa/i TK Insan Mandiri Garut selama 2 tahun terakhir.

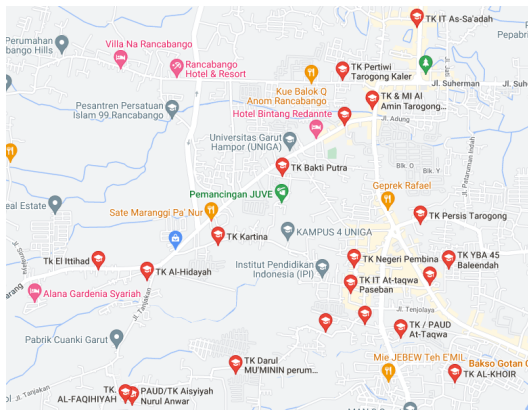
Tabel 1. Jumlah Siswa/i TK Preschool Insan Mandiri Garut per-tahun

Tahun	Jumlah Siswa/i
2021	36
2022	28
2023	8

Sumber: Kemendikbud

Sesuai dengan Tabel di atas bahwa kondisi TK Insan Mandiri Garut memiliki siswa/i yang cukup

pada tahun 2021. Pada tahun 2022 pun mulai menurun dikarenakan adanya yang telah lulus sebagai alumni dan memasuki jenjang pendidikan selanjutnya. Hingga pada tahun 2023 TK Insan Mandiri Garut hanya mempunyai siswa dengan jumlah 12 orang termasuk dengan siswa sebelumnya yang masuk pada tahun 2022. Penulis melihat adanya ketidaksehatan persaingan yang di alami oleh para instansi pendidikan dengan tingkat pendidikan TK atau taman kanak-kanak. Hal ini juga dapat di lihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Mapping Instansi Pendidikan Jenjang Taman kanak-kanak dalam kelurahan Sukagalih, Garut

Sumber: Google map.

Melihat dari gambar di atas bahwa persaingan yang di alami TK Insan Mandiri Garut menjadi sebuah permasalahan dari sedikitnya pendaftar calon siswa/i. Sesuai dengan gambar di atas bahwa terdapat lebih dari 15 instansi pendidikan jenjang TK yang terdapat dalam satu kelurahan. Maka dari itu TK Insan Mandiri Garut membutuhkan strategi marketing dan humas yang sesuai dan langsung dapat di aplikasikan demi memenangkan kompetisi persaingan tersebut.

TK Insan Mandiri Garut dalam upaya PPDB ini perlu menarik simpati dan minat masyarakat agar dipercayakannya putra-putrinya untuk datang dan mengenyam pendidikan di TK Insan Mandiri Garut. Program lain yang perlu di lakukan oleh TK Insan Mandiri Garut ini juga seperti memberikan sosialisasi, kerjasama, branding, dan marketing agar mempunyai daya saing yang tinggi. Maka dari itu tenaga pengajar yang terdiri dari berbagai universitas dan program studi ini melakukan pengabdian kepada masyarakat yang berbentuk pendampingan terhadap PPDB TK Insan Mandiri Garut. Pendampingan tersebut merupakan mengangkat topik yang terencana mengenai strategi marketing dan kehumasan yang sesuai dengan instansi pendidikan dalam menghadapi PPDB.

Berdasarkan latar belakang di atas. Kami Tim Pendamping PPDB TK Insan Mandiri yang tergabung dalam tim Pengabdian Kepada Masyarakat ingin mendukung program PPDB yang di laksanakan guna bekerjasama dalam mewujudkan visi dan Misi dari sekolah itu sendiri. Hal ini akan mendukung agar TK Insan Mandiri Garut dapat menghadapi PPDB dengan baik dan menjadi sekolah yang menjadi acuan masyarakat luas dalam mempercayakan generasi para penerus bangsa untuk menuntut ilmu.

2. Metodologi

Kegiatan ini merupakan pendampingan yang terdiri dari analisis SWOT, coaching, dan pembuatan model dan strategi PPDB. Para pengajar dalam upaya pemberdayaan kemasyarakatan ini memulai dari pengambilan data dan keadaan prihal PPDB di Kota Garut. Beberapa data di dapatkan melalui teknik pengambilan data observasi, FGD, dan wawancara kepada para pihak terkait yang di mulai pihak sekolah, yayasan, orang tua murid, hingga pesaing dari TK Insan Mandiri Garut ini. Pengumpulan data ini akan menggunakan teknik Miles & Huberman (2004), dengan tahapan yang di awali reduksi data, penyajian data, hingga pengambilan kesimpulan. Setelah data telah di dapatkan, tim abdimas ini melakukan analisis SWOT dan pembentukan strategi yang tepat untuk sekolah. Analisis SWOT ini juga akan mengikuti konsep yang telah di utarakan oleh Freddy (2013) yang terdiri dari Kekuatan, Peluang, Kelemahan, dan Ancaman. Setelah itu hasil dari analisis ini di ajukan kepada pihak sekolah agar dapat memvalidasi data dan hasil analisis kami. Data dan hasil analisis yang sudah di konfirmasikan kepada pihak sekolah maka di rumuskan kembali agar dapat menjadi sebuah strategi dan praktik yang dapat langsung di praktikan oleh pihak sekolah.

3. Hasil dan Pembahasan

TK Insan Mandiri Garut merupakan instansi pendidikan yang di bawahi oleh yayasan Insan Mandiri dan juga bekerjasama dengan beberapa stakeholder seperti Rex FM hingga beberapa sekolah SD. Disisilain TK Insan Mandiri Garut juga sudah mempunyai akreditasi A sebagai akreditasi yang unggul di bandingkan TK pesaing lainnya. Hal ini membuat TK Insan Mandiri Garut mempunyai kualitas yang dapat menjadi nilai jual mereka untuk mensosialisasikan instansi pendidikan ini kepada calon orang tua murid.

Akan tetapi fenomena berkurangnya jumlah calon siswa/I yang signifikan pada tahun 2023 ini menjadi sebuah fenomena yang tidak dapat di pungkiri lagi bahwa TK Insan Mandiri Garut perlu menerapkan beberapa strategi marketing maupun kehumasan. Adapun strategi tersebut di perlukan

demikian untuk meningkatkan jumlah calon siswa/I di masa yang akan datang.

Tim Pengabdian kepada masyarakat kali ini bermaksud untuk membantu mendampingi untuk membuat model strategi marketing kehumasan yang cocok dan dapat di terapkan oleh keterbatasan SDM dan Fasilitas saat ini. Tim PKM sebelum melakukan pendampingannya terlebih dahulu melakukan mini riset untuk mengetahui keadaan dan situasi yang di hadapi secara real.

Adapun hasil analisis awal mengenai keadaan lingkungan geografis dan demografis Kota Garut melalui model SWOT. Adapun Strength yang dimiliki oleh TK Insan Mandiri Garut merupakan bahwa mereka memiliki Akreditasi yang baik di bandingkan pesaingnya. Adapun pengajar yang bersertifikasi melebihi angka 50%, Memiliki kurikulum yang unik di bandingkan TK lainnya. Weakness yang kami temukan dari instansi ini pun kami dapatkan bahwa untuk kalangan masyarakat Garut, Pembiayaan yang harus di bayarkan untuk memasuki sekolah ini cukup tinggi. Adanya pesaing yang mempunyai Nama yang mirip.

Opportunity yang di miliki oleh TK Insan Mandiri Garut ini ternyata tidak terlalu banyak ditemukan. Kesempatan atau opportunity TK Insan Mandiri Garut semakin berkurang dengan hilangnya beberapa stakeholder seperti rex fm dan berkurangnya SDM setelah pasca Covid. Kesempatan yang di miliki oleh TK Insan Mandiri Garut tidak jauh dari peningkatan kualitas pengajaran dan program yang akan di tawarkan kepada para orang tua siswa. Selain itu ke unikan yang di miliki TK Insan Mandiri Garut seperti program tambahan dan fasilitas public speaking yang telah di terapkan oleh mereka menjadi sebuah nilai tambahan yang dapat di manfaatkan menjadi kesempatan. Hal lainnya TK Insan Mandiri Garut dapat juga mempromosikan atau mensosialisasikan instansi mereka melalui Rex Fm ataupun mengaet segmen secara Geografis lain.

Melalui Analisis Treat, TK Insan Mandiri Garut mempunyai banyak tekanan untuk menjalankan marketing kehumasannya. Hal ini seperti tingginya tingkat persaingan yang berlangsung. Adapun saingan di tempat lainnya memberikan kesempatan untuk para calon siswa/I nya untuk membayar SPP dengan harga yang lebih rendah di bandingkan TK Insan Mandiri Garut.

5. Referensi

Cutlip, Scott M, Allen H. Center dan Glen M.Broom. (2016). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana.
Jefkins, Frank (2003). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Sesuai dengan hasil analisis yang telah di dapatkan, para pengajar dan tim pengabdian kepada masyarakat merumuskan sebuah model strategi kehumasan yang bereferensi dari Cutlip (2014) yang di mulai dari Fact finding dengan melakukan pemantauan dan penyelidikan, Planning dengan membuat perencanaan urutan apa saya yang akan di tanggapi dan bagaimana mengantisipasi masalah yang terjadi, Communication dengan melaksanakan program tindakan komunikasi yang di rancang untuk mencapai tujuan dari strategi marketing pr ini. Lalu yang terakhir ada evaluasi. Sebagai proses terakhir yang akan di lakukan mencakup penilaian dari aktivitas yang telah di lakukan dan hasil strategi tersebut.

Sesuai dengan tahapan di atas pengabdian kepada masyarakat ini telah melakukan fact finding dengan cara observasi, wawancara, hingga FGD yang telah di lakukan oleh para dosen dan pihak TK Insan Mandiri Garut. Lalu pada tahap ini juga para dosen dan tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini melakukan kategorisasi data dengan menggunakan konsep SWOT. Dan membuat perencanaan kedepannya mengenai strategi yang dapat di kerjakan oleh para staff TK Insan Mandiri Garut. Hingga saat ini evaluasi sebagai bentuk penggunaan iptek ini belum dapat di lakukan dikarenakan Pihak TK Insan Mandiri Garut baru melaksanakan strategi yang telah di rumuskan.

4. Kesimpulan

Analisis situasi dan implementasi strategi marketing kehumasan telah di lakukan dengan baik. Strategi yang cocok dengan TK Insan Mandiri Garut ini lebih memfokuskan untuk meningkatkan keunikan dan keunggulan TK ini kepada masyarakat sekitar. Adapun beberapa tips marketing pada saat pihak sekolah berhadapan dengan orang tua calon siswa telah di berikan. Saat ini komunikasi dan aktualisasi strategi ini dari pihak TK Insan Mandiri Garut dan sedang berjalan. Diharapkan adanya pengabdian masyarakat yang ke-2 yang dapat mentidaklanjuti mengenai komunikasi dan evaluasi untuk program ini.

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.