

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KENAIKAN JUMLAH SISWA PADA PERIODE TAHUN AJARAN BARU PADA BIMBA AIUEO CABANG KWANJI DALUNG

Ni Putu Shinta Dewi^{1,*}, Ni Ketut Yulia Kumala Dewi²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: shintadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Bimba aiueo adalah proses bimbingan minat baca anak yang bertujuan agar anak minat, senang, suka, dan gemar membaca, sehingga terbangun pondasi karakter gemar membaca. Penggagas paradigma dan metode bimba, Bambang Suyanto adalah seorang teknokrat dan peneliti di BPPT (Badan Pusat Pengkajian dan Teknologi), yang pernah menyelesaikan tugas belajar pada tahun 1990 di Fakultas Teknik Mesin program studi Aeoronotika University of Technology and Agriculture Tokyo Japan. Ia kemudian mendedikasikan dirinya untuk perkembangan Pendidikan yang Merdeka di Indonesia dengan mendirikan Yayasan Pengembangan Anak Indonesia (YPAI) yang di notariskan di Jakarta pada tanggal 4 September 1996 sebagai wadah hukum bimba aiueo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan bertujuan untuk membantu dan memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yaitu ; strategi pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru pada biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung, dengan cara menyebarkan brosur dan mengunggah kegiatan belajar anak-anak serta memberikan pelayanan yang baik serta ramah kepada orang tua dan juga siswa. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik, berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru pada biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung dapat memberikan dampak positif bagi biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung, karena dengan program kerja ini adanya peningkatan jumlah siswa yang semula berjumlah 32 orang meningkat menjadi 42 orang, dan biMBA AIUEO menjadi lebih dikenal oleh Masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Pemasaran, Kenaikan Jumlah Siswa, Tahun Ajaran Baru

ANALISIS SITUASI

Bimba aiueo adalah proses bimbingan minat baca anak yang bertujuan agar anak minat, senang, suka, dan gemar membaca, sehingga terbangun pondasi karakter gemar membaca. Penggagas paradigma dan metode bimba, Bambang Suyanto adalah seorang teknokrat dan peneliti di BPPT (Badan Pusat Pengkajian dan Teknologi), yang pernah menyelesaikan tugas belajar pada tahun 1990 di Fakultas Teknik Mesin program studi Aeoronotika University of Technology and Agriculture Tokyo Japan. Ia kemudian

mendedikasikan dirinya untuk perkembangan Pendidikan yang Merdeka di Indonesia dengan mendirikan Yayasan Pengembangan Anak Indonesia (YPAI) yang di notariskan di Jakarta pada tanggal 4 September 1996 sebagai wadah hukum bimba aiueo. Tahun 1998 sebagai implementasi penelitiannya kemudian dibukalah Kelompok Bermain dan TK AIUEO pertama dengan metode dan kurikulum bimba di Slipi, Jakarta. Bimba aiueo lalu membuka cabang di Bali sebanyak 74 cabang, salah satu nya beralamat di Jalan Tibung Sari No. 33 Kwanji, Dalung.

Berdasarkan hasil observasi yang sudah dilakukan di bimba aiueo cabang kwanji dalung, terdapat beberapa permasalahan yang mempengaruhi menurunnya omset. Menurut (Putri, 2022) omset penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam jangka~ waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Terjadinya penurunan jumlah siswa sering terjadi pada saat memasuki tahun ajaran baru antara bulan Juni dan Juli. Hal itu terjadi karena beberapa siswa yang sudah mulai masuk sekolah Taman Kanak-kanak ataupun sudah memasuki pendidikan sekolah dasar. Adanya persaingan antar sesama lembaga pendidikan non fomal yang berada di dekat Lokasi bimba aiueo kwanji dan juga pihak sekolah ataupun guru di taman kanak-kanak yang sekarang mulai membuka les membaca juga untuk anak didiknya.

Berdasarkan hal diatas, saya berencana untuk membantu bimba aiueo cabang kwanji dalung dengan strategi pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru pada bimba aiueo cabang kwanji dalung, dan bisa memberikan dampak positif kepada setiap cabang. Program kerja ini mengarah pada peningkatan omset dan memperkenalkan bimba ke masyarakat luas. Menurut Rachmad et al, 2022, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajeria Dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling bertukar produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Menurunnya jumlah siswa saat tahun ajaran baru
2. Adanya persaingan dengan Lembaga Pendidikan non formal yang sejenis dengan bimba aiueo
3. Kurangnya promosi secara langsung ataupun melalui media sosial

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam penyelesaian masalah tersebut dibutuhkan Solusi yang tepat dan akurat.

1. Melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kembali bimba aiueo kwanji kepada masyarakat sekitar, dengan cara penyebaran brosur di sekitar lokasi bimba aiueo.

2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan cara aktif menggunggah kegiatan yang menarik seputar proses pembelajaran bimba aiueo.
3. Memberikan pelayanan terbaik kepada orang tua dan siswa bimba aiueo kwanji.

METODE PELAKSANAAN

Menurut Sanjaya (2012) metode adalah cara yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang sudah disusun dalam kegiatan nyata agar tujuan yang telah disusun tercapai secara optimal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pengabdian masyarakat mengenai proses pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah murid pada periode tahun ajaran baru pada bimba aiueo cabang kwanji dalung yang ber alamat di Jalan Tibung Sari No. 33 Kwanji, Dalung, dengan rincinan kegiatan sebagai berikut :

1. Melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kembali bimba aiueo kwanji kepada masyarakat sekitar, dengan cara penyebaran brosur di sekitar lokasi bimba aiueo.
2. Melakukan promosi melalui media sosial dengan cara aktif menggunggah kegiatan yang menarik seputar proses pembelajaran bimba aiueo.
3. Memberikan pelayanan terbaik kepada orang tua dan siswa bimba aiueo kwanji.

KETERCAPAIAN KEGIATAN

Dalam upaya mengoptimalkan pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah murid pada periode tahun ajaran baru pada bimba aiueo cabang kwanji dalung, berhasil di capai dengan adanya kenaikan jumlah siswa yang semula nya turun ke angka 32 siswa naik menjadi 42 siswa. Adapun pencapaian program kerja dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Table 3.1 Spesifikasi Hasil Kegiatan

No	Program Kerja	Spesifikasi	Realisasi
1.	Melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kembali bimba aiueo kwanji kepada masyarakat sekitar, dengan cara penyebaran brosur	Menyebarkan brosur disekitar lokasi bimba aiueo kwanji dalung.	100%
2.	Melakukan promosi melalui media sosial dengan cara aktif mengunggah kegiatan yang menarik seputar proses pembelajaran bimba aiueo.	Aktif mengunggah kegiatan belajar anak-anak di media sosial Instagram dapat menjangkau lebih banyak orang.	100%
3.	Memberikan pelayanan terbaik kepada orang tua dan siswa bimba aiueo kwanji.	Menyapa dan menyambut anak-anak yang baru datang dengan ramah. Menjelaskan dengan baik kepada orang tua siswa mengenai metode belajar bimba aiueo.	100%

HASIL PENGADIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik, berdasarkan hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru pada biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung dengan metode penyebaran brosur di sekitar lokasi biMBA AIUEO Kwanji Dalung, mengunggah kegiatan belajar anak-anak di instagram, serta memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada orang tua dan

juga siswa dapat memberikan dampak positif bagi biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung, karena dengan program kerja ini adanya peningkatan jumlah siswa yang semula berjumlah 32 orang meningkat menjadi 42 orang, dan biMBA AIUEO menjadi lebih dikenal oleh Masyarakat sekitar.

1. Menyebarkan Brosur disekitar lokasi biMBA AIUEO Kwanji Dalung guna mengenalkan Kembali biMBA AIUEO Kwanji Dalung kepada Masyarakat sekitar



2. Mengunggah kegiatan belajar anak-anak di Instagram biMBA AIUEO Kwanji Dalung, guna mengenalkan biMBA AIUEO Kwanji Dalung kepada Masyarakat luas.





3. Memberikan pelayanan terbaik kepada orang tua dan siswa bimba aiueo kwanji



menyapa dan menyambut anak-anak yang baru datang dengan ramah



Menjelaskan metode belajar biMBA AIUEO kepada orang tua siswa serta penerimaan pendaftaran siswa baru

KESIMPULAN

Dari hasil strategi pemasaran untuk meningkatkan kenaikan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru pada biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung. Kemampuan dalam peningkatan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru berhasil dilaksanakan dalam program kerja yang disusun dan diterapkan. Adapun tujuan diadakan pemasaran melalui penyebaran brosur serta mengunggah kegiatan belajar di media sosial instagram, dan memberikan pelayanan yang baik kepada orang tua dan juga siswa, tentu saja untuk meningkatkan jumlah siswa pada periode tahun ajaran baru. Dengan adanya program kerja ini, jumlah siswa pada biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung berangsur meningkat, dan biMBA AIUEO Kwanji Dalung semakin dikenal oleh Masyarakat sekitar, serta tentu saja meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap biMBA AIUEO dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah.

SARAN

Berdasarkan dari Kesimpulan diatas diharapkan seluruh karyawan biMBA AIUEO cabang Kwanji Dalung dapat terus menerapkan program kerja yang sudah dilakukan sebelumnya guna mempertahankan serta meningkatkan jumlah siswa. Selalu memberikan pelayanan terbaik kepada orang tua dan juga siswa guna mempererat hubungan dengan orang tua siswa dan juga mendapatkan kepercayaan dari orang tua siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Winarti, T., & Talim, B. (2018). Pengaruh Partisipasi Karyawan Terhadap Kinerja Keselamatan dan Kesehatan Kerja Rumah Sakit (K3RS) Santo Borromeus. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 10, 212-222.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., ... & Kutoyo, M. S. (2022). Manajemen pemasaran.

- Sanjaya, W. (2012). Strategi pembelajaran berorientasi standar proses pendidikan.
- Putri, A. O. (2022). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Penigkatan Omset Penjualan Umkm (Studi Kasus Pedagang Kuliner Umkm Dikecamatan Ujungbatu): The Influence Of Facebook Social Media On Increasing Msme Sales Turnover (Case Study Of Msme Culinary Traders Ujungbatu District). *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 568-578.
- Terry, G. R. (2008). Prinsip-prinsip manajemen.