

Analisis Strategi Promosi dalam Meningkatkan Keunggulan Tadika Mysarah

Anisah Siregar¹, Alfi Amalia²

^{1,2} Program Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Indonesia
anisahsiregar@gmail.com, alfiamalia@umsu.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out how promotional strategies are used to increase the excellence of Tadika Mysarah. Tadika Mysarah as a preschool educational institution, needs to have an effective promotional strategy to be able to attract the interest of parents and maintain a positive image despite the large amount of competition. The research method used is qualitative descriptive analysis, with data collection through interviews, observation and documentation. This research focuses on the forms of promotion carried out, such as digital marketing through social media, direct promotion through open days and brochures. The research results show that social media-based promotional strategies via Facebook and Instagram are an important element in strengthening and reaching a wider target audience. Apart from that, promotional programs involving activities, such as competitions and parent meetings, contribute to increasing public trust. Personal communication strategies with parents and providing quality services also strengthen customer loyalty.

Keywords: Promotion Strategy, Digital Marketing, School Excellence.

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan keunggulan Tadika Mysarah. Tadika Mysarah sebagai lembaga pendidikan pra sekolah, perlu memiliki strategi promosi yang efektif agar mampu menarik minat orang tua dan mempertahankan citra positif di tengah banyaknya persaingan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini berfokus pada bentuk promosi yang dilakukan, seperti pemasaran digital melalui media sosial, promosi langsung melalui *open day* dan brosur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi berbasis media sosial melalui Facebook dan Instagram, menjadi elemen penting dalam memperkuat dan menjangkau target audiens secara lebih luas selain itu, program promosi yang melibatkan aktivitas, seperti lomba dan acara pertemuan orang tua murid, berkontribusi dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat, strategi komunikasi personal dengan orang tua dan memberi layanan berkualitas turut memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pemasaran Digital, Keunggulan Sekolah.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat memberikan banyak manfaat bagi berbagai sektor, termasuk bisnis dan pendidikan, terutama dalam hal pemasaran dan promosi. Internet menjadi salah satu inovasi terbesar yang memungkinkan

perusahaan dan lembaga pendidikan untuk berkomunikasi, melakukan transaksi, serta memperluas jangkauan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan metode konvensional di masa lalu (Rismaya, Muslim, and Shiddieqy 2022). Promosi dalam dunia pendidikan mungkin terdengar kurang familiar bagi sebagian masyarakat Indonesia, karena istilah ini lebih sering dikaitkan dengan bisnis. Namun, promosi sangat diperlukan oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan eksistensi dan menarik peserta didik baru. Pemasaran pendidikan melalui media sosial bukan sekadar tren, tetapi telah menjadi kebutuhan di era digital, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Fenomena media sosial telah mengubah cara kita berkomunikasi, bersosialisasi, dan mengakses informasi, sehingga menjadi strategi efektif dalam memperkenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas (Dalimunthe and Amsari 2019).

Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran tentang perusahaan serta produknya. Tujuan utama promosi adalah agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan tetap loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan (Garaika and Feriyan 2019). Dalam era persaingan yang semakin ketat di sektor pendidikan, strategi promosi yang efektif menjadi salah satu kunci utama untuk meningkatkan keunggulan sebuah institusi, termasuk Tadika Mysarah. dengan semakin meningkatnya kesadaran orang tua akan pentingnya pendidikan awal kanak-kanak, pemilihan tadika yang tepat menjadi fokus utama. Oleh karena itu, analisis strategi promosi yang dijalankan oleh Tadika Mysarah sangat penting untuk menarik minat dan kepercayaan orang tua. Tadika Mysarah harus mampu menyesuaikan pendekatannya dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, terutama dikalangan orang tua milenial yang lebih mengandalkan informasi melalui media sosial dan platform digital. Dalam penyelenggaraan pendidikan, sekolah dituntut untuk memiliki karakteristik tersendiri dan keunggulan lembaga pendidikannya untuk meningkatkan jumlah peserta didik. Sekolah yang berkualitas merupakan impian bangsa karna telah menciptakan dan melahirkan seseorang yang memiliki kualitas baik dan bisa membawa perubahan untuk bangsa (Sianturi, Rahmah, and Handiani 2023).

Tadika Mysarah Alfikh Orchard telah didirikan pada 7 Desember 2017 dan mulai menerima murid secara resmi pada 1 Januari 2018. Pada awal didirikan, Tadika Mysarah hanya menerima murid sebanyak 10 orang saja yang semuanya adalah anak-anak kenalan pendiri Tadika Mysarah, walau bagaimanapun bilangannya semakin bertambah setiap tahun, hingga pada tahun 2022 murid sudah bertambah sebanyak 35 orang. Pada awal didirikan Tadika Mysarah telah menjalin kerja sama dengan Alfikh Orchard yang didirikan oleh Ibu Siti Ruzita binti Ramli. Dengan kerja sama ini Tadika Mysarah menjadi semakin baik dan menarik lebih banyak pelanggan. Guru yang mengajar di Tadika Mysarah sebanyak 4 orang pengajar, Tadika ini buka pada pukul 7.00 pagi dan selesai pembelajaran pada pukul 12.00 dan ada beberapa murid yang dititipkan sampai sore, murid-murid ini juga mendapatkan pembelajaran

tambahan dari guru yang menjaganya seperti membaca, menulis, mewarnai sesuai kebutuhan murid.

Anak-anak dikelompokkan berdasarkan usia mereka, karna murid-murid ada yang berusia dari 3 tahun sampai 6 tahun dan termasuk juga anak-anak istimewa. Anak-anak istimewa juga diberi hak di tadika ini. Selain menerapkan nilai-nilai yang baik. Tadika juga memberikan pembelajaran yang menyenangkan, kelas memanah juga disediakan. Kegiatan seperti *Little Chef* dan *Little Scientist* juga diadakan agar murid-murid mempunyai kemampuan dan kemahiran. Kemahiran-kemahiran ini sangat penting untuk anak-anak meneruskan hidup mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan oleh Tadika Mysarah dalam meningkatkan keunggulan sekolah. Tadika Mysarah telah memberikan pelayanan pendidikan terbaik kepada peserta didik dan orang tua, sehingga berhasil membangun citra yang baik, yang tentunya dipengaruhi oleh strategi promosi yang diterapkan oleh pihak pengelola.

TINJAUAN LITERATUR

Tinjauan literatur dalam penelitian ini berfokus pada dua aspek yang utama: dari mulut ke mulut (WoM), media social, kegiatan promosi langsung. Ketiga aspek ini menjadi hal penting dalam meningkatkan keunggulan di Tadika Mysarah dalam persaingan di sektor pendidikan.

Dari Mulut Ke Mulut (WOM)

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dari mulut ke mulut sangat efektif untuk Tadika Mysarah, seperti yang diterapkan oleh Tadika Integrasi Genius Khalifah di Malaysia strategi ini melibatkan penyampaian informasi positif dan menyampaikan kualitas pendidikan mereka berfokus pada pengajaran keterampilan membaca dan menciptakan lingkungan belajar yang menarik untuk menarik minat orang tua. hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mendaftarkan anaknya.

Media Sosial

Penelitian ini mengkaji bahwa media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk promosi dalam dunia pendidikan. media sosial memungkinkan lembaga pendidikan untuk menjangkau audies yang lebih luas, hal ini membuka peluang untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua murid. Strategi ini memungkinkan interaksi langsung dengan orang tua dan masyarakat luas serta membangun citra positif bagi lembaga pendidikan.

Tinjauan literatur ini memiliki keterkaitan yang erat dalam strategi promosi modern. WoM yang didasarkan pada pengalaman konsumen dapat memberikan dampak yang besar dan tidak memerlukan banyak biaya promosi. Sedangkan itu, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat pemasaran dengan menyebarkan kegiatan atau informasi untuk menjangkau masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memahami fakta dan kebenaran terkait strategi promosi di Tadika Mysarah. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang dari tiga minggu dengan sumber data yang terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara, sementara data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber tidak langsung, seperti internet. Instrumen penelitian ini meliputi wawancara dan observasi langsung di lapangan untuk bertemu dengan narasumber, serta pemanfaatan media digital sebagai sumber informasi tambahan.

Analisis data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu observasi langsung dengan pengamatan dan pencatatan sistematis terhadap fenomena yang diteliti, wawancara sebagai sarana bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab dengan narasumber, serta dokumentasi untuk menyediakan bukti akurat melalui pencatatan dari sumber informasi khusus dan tulisan. Tadika Mysarah Alfikh Orchard telah didirikan pada tanggal 7 Desember 2017 dan mulai menerima murid secara rasminya pada 1 Januari 2018. Pada awal didirikan, Tadika Mysarah hanya menerima murid sebanyak 10 orang saja. Tadika Mysarah terletak di Jalan Taman Serai Wangi, 09400 Padang Serai, Kedah. Tadika diberi hiasan dan gambar dari luar agar memberikan kesan yang cantik dan menarik dimata murid-murid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Promosi

Hasil wawancara dengan kepala sekolah Tadika Mysarah terkait strategi yang dilakukan agar strategi yang dilakukan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftarkan anaknya, memperkenalkan lembaga pendidikannya kepada khalayak ramai dan membangun citra positif dari masyarakat. Tadika Mysarah juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak terkait dan terus berupaya memperluas jaringan sesuai dengan misi sekolah. Strategi yang diterapkan bersifat incremental, yaitu terus meningkat dan berkelanjutan, dengan mempertimbangkan harapan pelanggan di masa depan (Sope et al. 2023). Strategi pemasaran melibatkan pelaksanaan prosedur yang tepat, termasuk strategi memposisikan produk untuk merebut tempat di benak konsumen. Strategi ini berfokus pada membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi agar pelanggan merasa yakin terhadap produk atau layanan yang ditawarkan (Kereh, 2018).

Strategi promosi merupakan suatu elemen paling penting dalam pemasaran, terutama dalam konteks lembaga pendidikan. Dengan meningkatnya persaingan di sektor pendidikan, penting bagi lembaga pendidikan untuk menerapkan strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian orang tua dan calon siswa. Dengan demikian, Tadika Mysarah terus berupaya meningkatkan reputasi, program, serta mutu pendidikannya agar tetap unggul. Sekolah yang mampu bertahan dan memiliki

citra baik adalah sekolah yang melahirkan lulusan berkualitas dengan kompetensi akademik dan non-akademik yang diakui oleh masyarakat. Tadika Mysarah juga memiliki arti tersendiri yang bertujuan untuk melahirkan anak-anak yang:

M Y S A R A H

M = Mahir (berkebolehan menjalankan aktiviti dengan cakap dan efisien)
Y = Yakin Diri (berketerampilan di khalayak ramai dan mampu menyuarakan pendapat dan ide)
S = Sopan (senantiasa menjaga maruah diri dan memelihara adab kesopana)
A = Arif (berpengetahuan luas dan bijak)
R = Rasional (rasional dalam Tindakan dan adil terhadap guru, dan teman)
A = Aktif (sentiasa cerdas dan sigap)
H = Harap (mempunyai pemikiran matang dan bisa diharapkan dan dipercayai)

Tadika Mysarah menjadikan nilai dan visinya sebagai acuan dalam meningkatkan kualitas lembaga guna mencetak generasi terbaik. Beberapa strategi promosi diterapkan untuk memperkenalkan lembaga serta meningkatkan daya tariknya di mata masyarakat. Menurut Winardi (2001), strategi pemasaran berfungsi untuk menawarkan, menciptakan, dan menjual produk atau jasa yang telah dikemas secara optimal. Dalam strategi pemasaran, terdapat empat indikator utama, salah satunya adalah segmentasi pasar, di mana lembaga pendidikan harus memiliki strategi yang berbeda agar dapat menarik minat masyarakat. Segmentasi ini bertujuan untuk memahami kebutuhan calon peserta didik dan memberikan layanan pendidikan yang sesuai dengan harapan orang tua (Zulfiah et al. 2023). Berdasarkan penjelasan teori tersebut sejalan dengan strategi pemasaran yang dilakukan Tadika Mysarah, bahwa Tadika Mysarah memiliki keunggulan-keunggulan keagamaan yang berbeda dengan sekolah lain seperti setelah selesai pembelajaran para murid-murid diajarkan membaca surah-surah pendek, doa-doa dan juga bacaan solat oleh guru yang mengajar.

Dalam menerapkan strategi pemasaran, Tadika Mysarah mengikuti empat langkah kunci: Pertama, menentukan target sasaran, di mana sekolah ini dengan jelas mengarahkan tujuannya pada masyarakat yang sesuai dengan keunggulan yang dimilikinya. Kedua, penentuan posisi pasar, di mana Tadika Mysarah menekankan pembelajaran yang mengintegrasikan nilai-nilai ajaran Islam, memberikan dasar yang kuat bagi anak-anak usia dini untuk memahami pentingnya nilai-nilai tersebut sejak kecil. Ketiga, penetapan bauran pemasaran, yang mencakup aspek-aspek seperti harga, produk, promosi, tempat, orang, pelayanan, dan proses. Dengan menerapkan bauran pemasaran ini secara menyeluruh dan efektif, Tadika Mysarah berhasil menarik minat masyarakat untuk memilihnya sebagai lembaga pendidikan bagi anak-anak mereka.

Adapun tujuan dilakukannya promosi yaitu:

1. Untuk memperluas informasi terkait produk yang ditawarkan
2. Untuk mendapatkan konsumen baru

3. Untuk membentuk citra dari lembaga pendidikan di mata konsumen
4. Untuk meningkatkan penjualan
5. Untuk memperkenalkan lembaga pendidikan di khalayak ramai

Promosi jasa pendidikan adalah usaha untuk memberikan informasi dan menawarkan produk serta layanan dengan tujuan menarik calon peserta didik. Melalui promosi yang efektif, lembaga pendidikan dapat meningkatkan minat masyarakat, yang pada akhirnya akan meningkatkan jumlah pendaftaran dan membantu membangun reputasi yang baik. Promosi ini berfungsi sebagai sarana komunikasi yang meyakinkan calon peserta didik dan orang tua mengenai manfaat dan kualitas pendidikan yang ditawarkan, sehingga mereka tertarik untuk memilih lembaga tersebut (Kotler 1997).

Penerapan Strategi Promosi

Penerapan strategi promosi yang tepat memungkinkan lembaga pendidikan untuk memperkuat posisi mereka dalam persaingan, baik antar sekolah maupun dalam hal peningkatan mutu pendidikan. Dengan memanfaatkan promosi yang efektif, lembaga pendidikan dapat menonjolkan keunggulan dan kualitasnya, membangun citra yang baik di mata masyarakat, serta menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendaftaran dan keberhasilan lembaga dalam mencapai tujuan pendidikan. Tadika Mysarah dalam meningkatkan keunggulan kompetitifnya melalui penerapan strategi promosi yang efektif. Berikut adalah beberapa penerapan strategi promosi yang efektif yang dilakukan Tadika Mysarah.

1. Pemasaran dengan media sosial

Media sosial merupakan alat yang sangat penting dalam kegiatan promosi saat ini. Tadika Mysarah mempromosikan tadikanya dengan cara manual dan teknologi, cara manual dilakukan dengan cara membuat spanduk, brosur dan menempelkannya di tempat keramaian. Dengan cara teknologi memposting foto atau video kegiatan pembelajaran sekolah di akun Facebook, Instagram dan acara-acara khusus yang diadakan di Tadika maupun di luar tadika. Berikut terkait akun Facebook dan Instagram Tadika Mysarah.



AIFikh Orchard Padang-Serai (MySarah Kindergarten)

956 teman

AO Padang Serai (0194707611)
1115 Lorong 2/6 Taman Serai Wangi, 09400,
Padang Serai, Kedah

Gambar 1. Facebook Tadika Mysarah

Tadika Mysarah telah memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi promosi mereka, khususnya melalui akun Facebook *Alfikh Orchard Padang Serai (Mysarah Kindergarten)* yang sudah ada sejak sekolah ini berdiri pada tahun 2018. Penggunaan media sosial seperti Facebook memungkinkan Tadika Mysarah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, berinteraksi dengan orang tua dan calon peserta didik, serta meningkatkan visibilitas sekolah secara *online*, yang merupakan salah satu langkah penting dalam pemasaran di era digital. Dan di akun tersebut sudah banyak postingan kegiatan di dalam Tadika Mysarah maupun diluar Tadika, dalam hal memposting.

Tadika Mysarah selalu mengunggah di setiap kegiatan yang menunjukkan kreativitas maupun prestasi para murid-murid dan *event-event* yang dilaksanakan akan di posting agar dilihat oleh banyak orang di media sosial. Dengan adanya akun Facebook ini masyarakat luas akan lebih mudah mencari informasi mengenai Tadika Mysarah. Akun Facebook ini dipegang oleh kepala sekolah sebagai pemilik Tadika Mysarah, dan selain Facebook pemilik Tadika juga sesekali membagikan kegiatan di Tadika Mysarah melalui akun Instagram. Berikut terkait akun Instagram.



Gambar 2. Instagram Tadika Mysarah

Di sini Tadika Mysarah juga membagikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para murid-murid dengan membagikan postingan, video dan juga *story*. Pemilik Tadika lebih sering membagikan melalui akun Facebook karna memiliki lebih banyak pengikut dan lebih banyak di jangkau dan dilihat banyak orang dibandingkan di akun Instagram.

2. Intreksi dengan orang tua dan melalui mulut ke mulut

Intraksi dengan orang tua dengan membangun komunitas dengan orang tua melalui grup diskusi atau forum dimedia sosial untuk meningkatkan engagement dan kepercayaan. Orang tua yang sudah menaruh kepercayaan terhadap Tadika akan cenderung merekomendasikan sekolah kepada orang lain.

3. Tawaran Promosi

Tadika Mysarah juga mengadakan promosi kepada calon siswa yang mendaftarkan diri, kepada siswa yang mendaftar di 10 orang pertama pada bulan kemerdekaan akan mendapatkan *free trial class* seminggu dan juga kelas memanah. *Free trial class* adalah memberikan kesempatan pada siswa untuk mencoba kelas tanpa biaya, biasanya berlangsung selama waktu tertentu, ini memberikan gambaran tentang metode pembelajaran, materi yang diajarkan dan lingkungan belajar yang akan mereka hadapi.

4. Kualitas Pelayanan

Mempertahankan pelayanan dan pendidikan yang berkualitas sangat penting dalam strategi promosi, Tadika Mysarah juga memberikan pelayanan yang baik agar membuat orang tua wali murid merasa puas dan mempercayakan anaknya untuk belajar di Tadika Mysarah karna orang tua yang merasa puas akan cenderung merekomendasikan sekolah kepada orang lain. Dan hal ini akan meningkatkan reputasi sekolah dengan baik dimata masyarakat. Tadika Mysarah selalu mengedepankan kepuasan kepada para pelanggan dengan berusaha memberikan layanan yang prima kepada pelanggan, keberhasilan yang di dapat oleh sekolah dapat dilihat dari pelayanan yang mereka lakukan dengan meningkatnya jumlah siswa, dan testimoni dari orang tua murid.

Pelayanan yang diberikan Tadika Mysarah kepada peserta didik dengan memberikan pelayanan seperti, menyambut murid murid didepan gerbang, menyediakan sarapan untuk murid yang tidak membawa makanan saat sarapan pagi bersama, menyediakan makan siang untuk murid yang dititipkan setelah selesai pembelajaran, murid-murid yang dititipkan juga dimandikan oleh guru yang bertugas, murid juga mendapatkan pembelajaran tambahan, guru yang bertugas juga menerapkan tidur siang kepada pada murid. Peran aktif guru dalam memberikan pelayanan yang maksimal sangat penting untuk menciptakan lingkungan belajar yang menyenangkan dan mendukung perkembangan anak. Dengan pelayanan yang baik, guru dapat membantu membangkitkan minat dan motivasi anak untuk belajar, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra sekolah dan memastikan kesuksesan pendidikan (Fraditi et al., 2020).

Tadika Mysarah juga membangun komunikasi yang baik dengan orang tua seperti melakukan komunikasi dua arah antara sekolah dengan orang tua untuk mengetahui keterlibatan orang tua dalam mengajari anak dirumah dan juga pihak sekolah selalu memberikan informasi terkait pencapaian anak nya pada orang tua maupun dalam faktor ketertinggalan anak dalam pembelajaran dengan murid lainnya, dalam hal ini orang tua juga sangat berperan penting dalam pendidikan anak seperti memantau perkembangan kemampuan akademik maupun kepribadian anak. Tadika juga mengadakan

kolaborasi dengan orang tua murid seperti mengadakan pertemuan rutin antara guru, kepala sekolah dengan semua orang tua murid untuk membahas dan memperlihatkan hasil pembelajaran yang setiap anak lakukan satu semester yang di kumpulkan di setiap binder besar masing-masing anak.

5. Testimoni dan Rekomendasi

Tadika Mysarah mengumpulkan testimoni dari orang tua dan mempublikasikannya di media sosial, yang dapat memberikan dampak positif sebagai bukti sosial untuk meningkatkan kredibilitas sekolah. Dengan fasilitas yang baik dan kualitas pendidikan yang terjamin, Tadika Mysarah mampu memberikan lingkungan yang mendukung tumbuh kembang anak usia dini. Hal ini sangat penting karena tahap usia dini adalah fondasi yang kuat untuk perkembangan akademik, sosial, dan emosional anak di masa depan. Berdasarkan wawancara dengan pihak sekolah, terdapat pengurus yang berperan dalam mempromosikan sekolah, termasuk kepala sekolah yang merupakan pemilik Tadika Mysarah, para guru yang mengajar di sana, serta Alfikh Orchard yang didirikan oleh Puan Siti Ruzita binti Ramli, yang bekerja sama dengan pemilik Tadika Mysarah.

Keunggulan Tadika Mysarah

Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) adalah batas maksimal sebuah organisasi untuk berhasil menciptakan posisi bertahan dari para pesaingnya. Tadika Mysarah dari lembaga pendidikan anak usia dini lainnya. Dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, memiliki keunggulan yang jelas dan terukur menjadi kunci untuk menarik perhatian orang tua dan calon siswa, keunggulan ini tidak hanya mencakup aspek pendidikan, tetapi juga pelayanan, lingkungan belajar, dan hubungan yang terjalin dengan orang tua. Berikut beberapa keunggulan utama Tadika Mysarah dan bagaimana keunggulan tersebut dapat dimanfaatkan dalam strategi promosi yang mereka lakukan.

1. Kurikulum yang inovatif

Salah satu keunggulan utama Tadika Mysarah adalah kurikulum yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan terkini dalam pendidikan anak usia dini. Kurikulum ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan perkembangan anak secara holistik, mencakup aspek kognitif, sosial, emosional, dan fisik.

- a. Mendorong kreativitas: Kurikulum di Tadika Mysarah mengintegrasikan berbagai bentuk seni, musik, dan permainan edukatif yang mendorong kreativitas anak melalui kegiatan seni dan kerajinan tangan, anak-anak dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas, yang sangat penting untuk perkembangan kreativitas mereka.
- b. Pengembangan keterampilan sosial: Dalam proses pembelajaran, interaksi antar siswa sangat ditekankan melalui berbagai kegiatan

kelompok, anak-anak belajar untuk bekerja sama, berbagi, dan menghargai pendapat teman-teman mereka. Ini membantu mereka mengembangkan keterampilan sosial yang akan berguna sepanjang hidup mereka.

- c. Pembelajaran berbasis proyek: Tadika Mysarah menerapkan metode pembelajaran berbasis proyek yang memungkinkan anak-anak untuk belajar melalui pengalaman praktis. Dengan cara ini, anak-anak tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi juga aktif terlibat dalam proses belajar. Misalnya, proyek tematik tentang lingkungan mengajak anak-anak untuk belajar tentang alam melalui eksplorasi langsung.

2. Fasilitas yang mendukung

Fasilitas di Tadika Mysarah dirancang untuk menciptakan lingkungan belajar yang aman, nyaman, dan inspiratif bagi anak-anak. Beberapa aspek fasilitas yang menjadi keunggulan antara lain:

- a. Ruang kelas yang nyaman: Setiap ruang kelas dilengkapi dengan perabotan, berbagai mainan dan alat bantu belajar yang menarik. Desain ruang kelas yang cerah dan ramah anak membantu menciptakan suasana belajar yang menyenangkan.
- b. Area bermain yang aman: Tersedia area bermain luar ruangan dengan peralatan bermain yang aman dan sesuai standar keselamatan. Area bermain ini tidak hanya memberikan kesempatan bagi anak-anak untuk beraktivitas fisik tetapi juga mendukung perkembangan motorik mereka.
- c. Teknologi pendidikan: Penggunaan teknologi dalam pembelajaran menjadi salah satu fokus di Tadika Mysarah. Dengan mengadakan pembelajaran melalui video yang di tampilkan di televisi anak-anak dapat belajar dengan cara yang menyenangkan dan sesuai dengan perkembangan zaman.

3. Tenaga pengajar yang berkualitas

Sumber daya manusia adalah salah satu aset terpenting begitu juga di Tadika Mysarah sangat mementingkan hal tersebut. Beberapa keunggulan dalam hal ini meliputi:

- a. Guru yang berpengalaman: Hal ini memastikan bahwa setiap guru memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mendidik anak-anak dengan baik.
- b. Pelatihan berkala: Guru-guru di Tadika Mysarah mengikuti pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mengajar dan pengetahuan terbaru dalam bidang pendidikan. Pelatihan ini mencakup metode Pengajaran baru, teknik manajemen kelas, serta pemahaman tentang psikologis anak.
- c. Pendekatan personal: Setiap guru berkomitmen untuk memahami kebutuhan individual setiap siswa dengan pendekatan personal ini, guru

dapat memberikan perhatian khusus kepada siswa yang membutuhkan bantuan tambahan atau memiliki gaya belajar berbeda.

4. Hubungan baik dengan orang tua murid

Tadika Mysarah menjalin komunikasi yang baik dengan orang tua murid hubungan yang erat dengan orang tua murid sangat penting untuk mendukung perkembangan anak. Beberapa cara Tadika Mysarah dekat dengan orang tua murid:

- a. Pertemuan rutin: mengadakan pertemuan berkala dengan orang tua murid untuk membahas perkembangan anak serta memberikan umpan balik mengenai kemajuan belajar mereka.
- b. Keterlibatan orang tua: Tadika Mysarah mendorong orang tua untuk terlibat aktif dalam kegiatan sekolah, seperti *workshop parenting*.
- c. Komunikasi yang efektif: Memanfaatkan aplikasi atau platform online untuk memudahkan komunikasi antara sekolah dan orang tua. Dengan sistem komunikasi yang efektif, orang tua dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai kegiatan sekolah, jadwal pertemuan, serta perkembangan anak mereka.

5. Lingkungan yang belajar positif

Lingkungan belajar di Tadika Mysarah dirancang untuk mendukung perkembangan emosional dan sosial anak. Beberapa aspek penting dari lingkungan belajar ini meliputi:

- a. Bersikap baik terhadap anak: Lingkungan yang menyenangkan dan bebas dari tekanan sangat penting bagi perkembangan psikologis anak. Di Tadika Mysarah, setiap siswa diperlakukan dengan penuh kasih sayang dan perhatian sehingga mereka merasa nyaman untuk bereksplorasi.
- b. Perkembangan karakter: Selain fokus pada akademis, program-program di Tadika Mysarah juga menekankan pada pengembangan karakter positif seperti disiplin, tanggung jawab, dan empati.
- c. Dukungan emosional: Memberikan perhatian khusus pada kesehatan mental dan emosional murid adalah prioritas di Tadika Mysarah, seperti anak-anak spesial yang ada di Tadika guru-guru selalu memberikan perhatian lebih.

Keunggulan Tadika Mysarah terletak pada kombinasi kurikulum inovatif, fasilitas mendukung, tenaga pengajar berkualitas tinggi, hubungan baik dengan orang tua, serta lingkungan belajar positif. Dengan memanfaatkan keunggulan-keunggulan ini dalam strategi promosi, Tadika Mysarah dapat menarik lebih banyak perhatian dari calon siswa serta membangun citra positif sebagai lembaga pendidikan unggul di masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi memainkan peran yang sangat penting dalam memperkenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas dan meningkatkan minat calon peserta didik. Tadika Mysarah telah memanfaatkan berbagai saluran promosi seperti brosur, poster, serta media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, kualitas fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh Tadika Mysarah juga menjadi faktor pendukung yang krusial dalam menarik minat orang tua untuk memilih lembaga ini bagi pendidikan anak-anak mereka. Fasilitas yang nyaman dan memadai serta lingkungan yang mendukung perkembangan anak menjadi daya tarik yang sangat besar bagi orang tua yang ingin memberikan pendidikan terbaik bagi anak-anak mereka. Strategi promosi melalui media sosial memang bukan hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga tentang membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Dengan menciptakan komunitas *online* yang aktif dan terlibat, sekolah dapat mencapai tujuan pemasaran secara efektif dan inovatif. Di era digital seperti sekarang, media sosial menjadi alat yang sangat penting untuk membentuk dan menjaga citra positif lembaga pendidikan, serta memastikan bahwa informasi yang dibagikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Dalimunthe, S., & Amsari, S. (2019). Penerapan strategi pemasaran marketing melalui media sosial Tadika Bijak Lestari Georgetwon Penang. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(3), 660–670.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi dan pengaruhnya terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Khaira, M., Hasanah, U., & Hayati, I. (2020). Peran bank sampah dalam meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga di Desa Sait Buttu Kec. Pematang Sidamanik. *IHSAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 187–195.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Prentice Hall.
- Manurung, A. S., & Manurung, P. (2024). Tourism communication strategy in developing halal tourism in the Lake Toba tourism area of North Sumatra. *Jurnal Nomosleca*, 10(1).
- Manurung, J., Anom, E., & Iswadi. (2023). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sekolah musik di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2), 248–260. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i2.2086>

- Manurung, P., Saragih, A. H., & Hasibuan, P. (2024). A study of the philosophy of education and analysis of the principles of implementing education according to the Al-Qur'an. *Pharos Journal of Theology*, 105(2).
- Prayetno, M. S., Hrp, A. C. P., & Manurung, P. (2025). Efektifitas layanan konseling individu dengan pendekatan konseling realitas untuk meningkatkan perilaku sopan santun siswa fatherless (anak yatim) di SMP Karya Jaya Tanjung Morawa. *MUDABBIR Journal Research and Education Studies*, 5(1), 465–474.
- Rahmayati. (2021). Determinant factor of Islamic financial inclusiveness at MSMEs: Evidence from Pekanbaru, Indonesia. *Journal of Islamic Finance and Business Development*, 8(2), 45–60.
- Rismaya, T., Muslim, U. B., & Shiddieqy, H. A. (2022). Analisis mengenai pengaruh promosi, kepercayaan, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada e-commerce ditinjau dari sudut pandang syariah (Studi pada pengguna Shopee). *Sahid Business Journal*, 1(1), 49–60. <https://doi.org/10.56406/sahidbusinessjournal.v1i01.12>
- Sianturi, R., Rahmah, Y. A., & Handiani, N. V. (2023). Strategi pemasaran sekolah dalam upaya meningkatkan minat belajar di TK Wijaya Kusuma. *Jurnal Ilmiah Cahaya Paud*, 5(2), 76–83. <https://doi.org/10.33387/cahayapd.v5i2.6893>
- Sope, A. S., Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Muna Barat, Information Article, History Article, Kabupaten Muna, & Dan Mark. (2023). Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan. *Jurnal Ilmiah*, 1(2), 87–100.
- Tarigan, N. B., Harahap, A. C. P., & Manurung, P. (2024). Efektivitas layanan bimbingan kelompok dengan teknik homeroom untuk meningkatkan self-disclosure anak panti asuhan. *CONS-IEDU*, 4(2), 168–183.
- Zulfiah, E., Novia, N., Putri, N., & Fadhilah, M. (2023). Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan minat masyarakat masuk sekolah dasar Islam terpadu. *Jurnal Pendidikan*, 8(3), 414–422.