

MENGAPA SEKOLAH LEGENDARIS INI,

SEKARANG SEPI SISWANYA?



E-Book #1
kuanta

Mengapa Sekolah Legendaris Ini Sekarang Sepi Siswanya?

Pimpinan Redaksi : M. Fauzi, N. F.
Editor : Yuni Istikhah
Penulis : Dr. Shobikhul Qisom, M.Pd
Desain Tata Letak : Indra Iskandar

Diterbitkan : 2019

Penerbit:

Kuanta

Future Education Partner

Kuanta Indonesia

Jalan Gayungsari IV No 33a Surabaya

Telp. 0821-4125-4765

partnership@kuanta.id

www.kuanta.id

Copyright © Kuanta Indonesia, 2023

Pagi hari ini, saya pulang ke daerah asal saya, Gresik. Saya sarapan di warung, yang dulu almarhum bapak saya sering ngajak saya sarapan di sana.

Ada pemandangan yang berubah, dalam hati saya bertanya-tanya, **"kok sepi ya, dulu di jalanan ini, banyak anak usia SD berlalu lalang, puluhan ribu tiap pagi"**. Di pinggir jalan sambil nunggu teman, Saya beranikan diri berkenalan dengan warga di situ, ternyata beliau sekretaris desa. Kami ngobrol tentang masa lalu, kondisi tahun 90 an, saat saya masih SMP.

Pak Sekdes yang asli kelahiran sini, menuturkan, **"sekarang siswa di sini sepi, mas. Sejak tahun 2010 sudah turun drastis karena nggak kramut, mas"**. Kebetulan sebelah kami ngobrol ada anak berpakaian pramuka. Ada yang kelas 3, ada kelas 5. Saya tanya, **"Berapa jumlah temanmu satu kelas?"**. Mereka menjawab, **"di kelasku 9 anak, pak. Kelasku 6 anak, pak"**. Jawab mereka saling bersahutan.

Sambil menatap sedih ke bangunan tua sekolah yang sudah dicat agar tampak bagus. Air mata ini meleleh. Sambil bertanya,

"Mengapa sekolah yang dengan fasilitas asrama yang seharusnya bisa menerima siswa dari seluruh penjuru dunia di tahun 90 an, sekarang sepi peminatnya?".

Saya coba mengingat kembali diskusi- diskusi di ruang kuliah doktoral pendidikan. Ada tema High Performing Education System.

Salah satu kajiannya bagaimana sekolah bisa sustainable? **Ada 4 Fundamental Thinking** yang harus dimiliki oleh seluruh warga sekolah, khususnya ketua pembina, ketua pengurus yayasan dan pimpinan sekolah.

- **Continuous Improvement**
- **Innovation**
- **Quality Culture**
- **Customer Satisfaction**

Mereka bisa berfikir ini, kalau terjadi engagement yang baik, tidak konflik, merasa nyaman (comfort) dengan adanya kekeluargaan yang erat dan hangat.

Sebelum kita bahas 4 fundamental thinking yang harus dimiliki oleh seluruh warga sekolah, khususnya ketua pembina, ketua pengurus yayasan dan pimpinan sekolah. Saya mau membahas dulu pernyataan pak sekdes,

"Sekarang siswanya sepi, mas. Sejak tahun 2010, siswanya nggak kramut, mas."

Mendapatkan siswa yang sesuai **kualifikasi** dan **memenuhi target** jumlah sesuai kuota merupakan ukuran kinerja tim Penerimaan Peserta Didik Baru (**PPDB**) sekolah swasta.

Pekan lalu, saya ke salah satu SMP swasta di kepulauan Riau. Support yayasan terhadap sekolah ini sangat besar. Gedung sekolahnya juga megah, tapi siswanya kok tidak memenuhi pagu yang tersedia. Saya, dalam hati bertanya-tanya, "mengapa sekolah ini, nggak dapat banyak siswa? Padahal sekolah dengan brand yang sama di tempat lain lagi jadi rebutan". Saya dengan tim selama 2 hari mencari jawabannya.

Ada 2 konsep terkait PPDB:

"Mendatangkan Siswa"



"Mencari Siswa"

Konsep **"mendatangkan siswa"** saya peroleh tahun 2002. Saat itu, saya sedang kuliah Magister Manajemen Pendidikan. Saya dilibatkan dalam tim pendirian SD di Gresik. Saya dan tim dari Gresik, melakukan kunjungan ke Al Hikmah Surabaya dan diskusi di sana. Penting untuk diketahui, SD Al Hikmah itu tahun pertama hanya 13 siswa, proses pembelajarannya di emper masjid, tapi tahun ketiga siswa ratusan dan sudah menolak banyak siswa. Saat diskusi yang membahas PPDB, Saya diberi satu pertanyaan, **"sekolah itu mahal dulu, baru berkualitas atau berkualitas dulu baru mahal?"**

Kalau Anda sebagai pengurus yayasan pilih yang mana?

Kalau Anda memilih berkualitas dulu, maka Anda menggunakan konsep mendatangkan siswa. Kalau Anda pilih mahal dulu, maka Anda menggunakan konsep mencari siswa. Dua-duanya sah-sah saja.

Konsep mendatangkan siswa menuntut adanya pembina dan pengurus yayasan sebagai leader yang visioner, memiliki misi yang jelas, mampu mengumpulkan resources yang dibutuhkan sekolah khususnya finansial, SDM dan sistem.

Sekolah dituntut untuk melakukan layanan yang berkualitas yang mencakup **5 dimensi**:



TANGIBLE



EMPHATY



REALIBILITY



RESPONSIVENESS



ASSURANCE

Penjelasan aplikatifnya khusus di sekolah bisa baca buku saya, **Dejavu Kepala Sekolah**

Berikutnya, kita bahas konsep **Mencari Siswa**

Sejak Desember 2018, saya diminta membantu salah satu SMA swasta di Surabaya. SMA yang berdiri tahun 1954. Letak SMA ini di tengah kota. Era 90-an menjadi rebutan para siswa.

Dalam mendampingi SMA ini selama 6 bulan, saya hanya mendengar dan melihat langsung satu demi satu proses yang ada di sekolah tersebut. Saya mendapatkan kesimpulan sekolah ini tidak memenuhi kriteria yang dituntut oleh konsep "mendatangkan" siswa seperti yang telah saya jelaskan di atas.

Yayasan sekolah ini saya dorong menggunakan konsep "mencari" siswa. Syaratnya punya tim humas/marketing dan budget untuk aktivitas marketing sekolah. Tahapan mencari siswa, saya singkat PEPS. Yaitu Pendataan, Edukasi, Promosi, dan Seleksi.

Pada konsep "mencari" siswa dituntut juga yayasan membangun Brand Positioning Sekolah.

Tadi malam saya mendapatkan kiriman video salah satu budayawan asal Jombang yang mengingatkan saya akan tulisan saya sebelumnya "Mendatangkan vs Mencari siswa".

Dalam video tersebut sang budayawan memberikan tanggapan atas pertanyaan para pengelola sekolah swasta, **"kalau Gubernur Jatim meluncurkan program sekolah gratis mulai TK sampai SMA, Bagaimana nasib sekolah swasta, mereka tidak akan dapat siswa?"**

Lalu sang budayawan dengan julukan Kyai Kanjeng ini dengan serius menanggapi "protes" para pengelola sekolah swasta tersebut, **"Looh, njenengan dagang, toh?"**

Ilmu PEPS VS



Ilmu Dagang Sekolah

Ketika pengelola sekolah swasta mau menerapkan konsep "mencari siswa" apa mereka akan terjebak pada dagang sekolah? Kembali pada apa visi dan misi yayasan pengelola sekolah tersebut. Memang dalam konsep mencari siswa dengan teknik PEPS dan teknik dagang (baca: jualan), keduanya mensyaratkan punya tim humas/marketing dan budgennya untuk aktivitas marketing tersebut. Disyaratkan juga menentukan brand positioning sekolah.

Bagaimana teknik PEPS agar bisa digunakan dengan benar di sekolah?

Tahapan PEPS meliputi:

1 Pendataan

2 Edukasi

3 Promosi

4 Seleksi



PENDATAAN



Pendataan merupakan aktivitas pengumpulan data calon siswa yang dibidik untuk diberikan edukasi, promosi agar mau mendaftar di sekolah kita. Pendataan merupakan aktivitas pengumpulan data calon siswa yang dibidik untuk diberikan edukasi, promosi agar mau mendaftar di sekolah kita. Dalam ilmu marketing dikenal dengan aktivitas STP (Segmenting, Targetting, Positioning).

Bulan Mei Juni saya "kebanjiran undangan" dari sekolah dan yayasan yang sedang "mencari siswa". Pada pertemuan dengan guru-guru TK di daerah Kanigoro Blitar bulan mei lalu saya dapat pertanyaan dari kepala TK, "**pak, sekarang kami kesulitan dapat siswa, lah...kalau kami ini dari TK, terus bagaimana pendataan calon siswa kami?**". Ada seorang bu guru muda yang berseloro, "**ya, ibu-ibu yang hamil**". Satu ruang tertawa menggelegar semua, "**ha... ha....ha...**".

Pendataan yang merupakan aktivitas pengumpulan data calon siswa yang dibidik untuk diberikan edukasi, promosi agar mau mendaftar di sekolah kita. Dalam ilmu marketing dikenal dengan aktivitas STP (**Segmenting, Targetting, Positioning**).

Untuk mendalaminya, anda bisa membaca buku-buku marketing atau "meguru" ke Coach Misbakh di Kuanta.

Lalu, bagaimana teknisnya pendataan ini? Yuk, kita bahas!

Baik, kita bahas untuk **pendataan di jenjang TK atau PAUD** sebagai berikut:

A. Tentukan radius perjalanan 30 menit, naik motor ke 4 penjuru mata angin; barat, utara, timur, selatan. Itulah area coverage TK.

B. Identifikasi pada area tersebut keberadaan Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA), dokter kandungan, bidan. posayaandu, tempat penitipan anak batita. selain itu lebih baik juga kalau kita juga dapat data pak RT dan tokoh masyarakat di area coverage TK tersebut.

C. Kumpulkan data identitas dan kontak key personnya; nama, no hp, WA, fb, ig, alamat dll. Cek kevalidan data tersebut.

D. Bangun hubungan baik kepada key person-key person tersebut secara pribadi untuk mendapatkan data yang lebih banyak sebelum kita melangkah ke tahap berikutnya yakni memberi edukasi. Selamat mencoba!

Nah, sekarang **pendataan pada calon siswa jenjang SD** adalah sebagai berikut:

A. Tentukan radius perjalanan 60 menit, naik motor ke 4 penjuru mata angin; barat, utara, timur, selatan. Itulah area coverage SD.

B. Identifikasi TK dan RA di area coverage tersebut.

C. Kumpulkan data kepala TK dan RA tersebut, wali murid kelas B, pengawas TK/RA, Himpaudi, IGTK, koordinator Kelompok kerja kepala TK/RA, penerbit buku atau ATK dll yang mensupplay TK/RA tersebut, tokoh masyarakat di sekitar TK/RA tersebut dan instansi pemerintah, perumahan yang ramai, bank, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawai wanita mudanya. Data yang dikumpulkan nama, alamat, no HP, fb, ig, dll.

D. Bangun hubungan baik dengan kepala TK/RA, ketua dan sekretaris Himpaudi, IGTK dan kelompok kerja kepala TK/RA. Jajaki peluang kerjasama dengan mereka. Ingat anak yang mau masuk SD masih dominan ditentukan orangtuanya, maka pastikan kita dapat data orangtua TKB.

Ada perbedaan antara SMP yang boarding (pondok pesantren) dengan yang tidak boarding, SMP yang tidak boarding sebagai berikut:

A. Tentukan radius perjalanan 90 menit, naik motor ke 4 penjuru mata angin; barat, utara, timur, selatan. Itulah area coverage SMP.

B. Identifikasi SD dan MI dan instansi pemerintah, bank, perumahan yang ramai, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawai keluarga mudanya di area coverage tersebut.

C. Kumpulkan data kepala SD dan MI tersebut, wali murid kelas 6, pengawas SD/MI, koordinator Kelompok kerja kepala SD/MI, kontak person penerbit buku atau ATK dll yang mensupplay SD/MI tersebut. tokoh masyarakat di sekitar SD/MI tersebut dan key person instansi pemerintah, bank, perumahan yang ramai, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawai keluarga mudanya. Data yang dikumpulkan nama, alamat, no HP, fb, ig, dll.

D. Bangun hubungan baik dengan kepala SD/MI, kelompok kerja kepala SD/MI. Jajaki peluang kerjasama dengan mereka.

Kita lanjutkan pendataan untuk calon siswa jenjang SMA, untuk SMA juga **ada perbedaan antara SMA yang boarding (pondok pesantren) dengan SMA yang tidak boarding.** Untuk SMA yang tidak boarding sebagai berikut:

A. Tentukan radius perjalanan 90 menit, naik motor ke 4 penjuru mata angin; barat, utara, timur, selatan. Itulah area coverage SMA.

B. Identifikasi SMP dan MTs dan instansi pemerintah, bank, perumahan yang ramai, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawainya berusia 38-50 tahun di area coverage tersebut.

C. Kumpulkan data kepala SMP/MTS tersebut, wali murid kelas 6, pengawas SMP/MTS, koordinator Kelompok kerja kepala SMP/MTS, kontak person penerbit buku atau ATK dll

yang mensupplay SMP/MTS tersebut. tokoh masyarakat di sekitar SMP/MTS tersebut dan key person instansi pemerintah, bank, perumahan yang ramai, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawai keluarga mudanya. Data yang dikumpulkan nama, alamat, no HP, fb, ig, dll.

D. Bangun hubungan baik dengan kepala SMP/MTs, kelompok kerja kepala SMP/MTs. Jajaki peluang kerjasama dengan mereka.

Untuk SMP dan SMA yang boarding school bagaimana?

Sebelum membahasanya, saya boleh bertanya? Kalau sekolah kita boarding, bisa tidak siswa dari luar daerah, sekolah di sekolah kita? Jawabnya pasti bisa. Kalau begitu kita tidak perlu menentukan area coverage untuk boarding school.

Jangkaunya bisa dari seluruh penjuru dunia. Pendataannya sebagai berikut:

A. Kumpulkan data kepala SMP/MTS tersebut, wali murid kelas 6, pengawas SMP/MTS, koordinator Kelompok kerja kepala SMP/MTS, kontak person penerbit buku atau ATK dil yang mensupplay SMP/MTS tersebut. tokoh masyarakat di sekitar SMP/MTS tersebut dan key person instansi pemerintah, bank, perumahan yang ramai, perusahaan dan instansi swasta yang banyak pegawai keluarga mudanya. Data yang dikumpulkan nama, alamat, no HP, fb, ig, dll.

B. Bangun hubungan baik dengan tokoh daerah, ormas daerah, kepala SMP/MTs, kelompok kerja kepala SMP/MTs. Lakukan silaturahmi ke mereka, beri pemahaman yang utuh tentang boarding school kita dan tawari kerjasama dengan mereka, sebagai tempat pendaftaran daerah.



EDUKASI



Edukasi merupakan aktivitas memberikan pencerahan, menumbuhkan kesadaran, meningkatkan pemahaman tentang berbagai macam pengetahuan yang berkaitan baik langsung maupun tidak langsung dengan visi sekolah kita.

Saya mulai dari sebuah cerita, bulan Desember tahun lalu, Kuantu mengadakan Diklat direktur dan pengurus yayasan. Di selah-selah istirahat ada salah satu peserta yang mendekati saya. Beliau menyampaikan, "**yayasan kami sudah mengeluarkan budenganet yang besar untuk pasang iklan di media masa, pasang baliho, spanduk di mana- mana, sebar brosur ribuan lembar. Tapi kok, hasil PPDB sekolah kami tidak meningkat?**"

Kalau Anda ditanya tentang hal itu, kira-kira apa jawaban Anda?

Kalau kita ditanya tentang perolehan PPDB sekolah yang tidak meningkat padahal sekolah sudah pasang iklan, spanduk, baliho, sebar brosur di mana-mana. **Jawabnya ada masalah PEPS di tahap Edukasi.** Seorang penulis buku roket marketing menyampaikan edukasi harus dilakukan 10 kali lipat dibandingkan promosi.

Tujuan utama edukasi adalah masyarakat memiliki pemahaman yang utuh tentang value-value sekolah kita dan manfaat apa yang akan diperoleh bila masyarakat menyekolahkan anaknya di sekolah kita dan calon siswa akan memiliki kesadaran dalam menjatuhkan pilihannya kepada sekolah kita.

Edukasi kepada masyarakat dan calon walimurid harus fokus pada tema yang sesuai dengan visi, misi, tujuan yayasan dan sekolah. Bisa diperkaya dengan momentum yang ada setiap bulan baik masehi maupun hijriah. Misalnya tahun ini, 2019. bulan agustus ada momentum haji, idul adha. qurban, peringatan hari kemerdekaan 17 Agustus.

Selain tema bulan, kita juga bisa **menyusun tema edukasi yang rutin**, bisa harian atau pekanan. Atau minimal tiap hari kita mengirim flyer yang berisi doa melalui WA, fb, ig, di flyer tersebut ada logo sekolah kita.

Bagaimana membuat tulisan tematik, konten ceramah, flyer atau video pendek tematik yang menghubungkan antara visi atau misi atau tujuan sekolah kita dengan momen-momen tersebut. **Hal ini perlu pelatihan tersendiri.**

Kegiatan mengedukasi harus dimulai oleh ketua pembina dan pengurus yayasan sebagai sang inspirator di yayasan.

Ada baiknya ketua pembina rajin menulis dan disebar. Saya setiap jumat pagi menikmati tulisan pendek yang inspiratif dari ketua pembina yayasan Kuantas, ustadz Muhammad Shaleh Drehem.

Bentuk-bentuk aktivitas edukasi oleh yayasan atau sekolah kepada masyarakat dan calon walimurid, antara lain: majalah sekolah, tulisan artikel di koran atau majalah umum, tulisan hikmah di WA atau Fb, flyer, buku, ceramah, khutbah, menjadi nara sumber di televisi, radio, dan kolom majalah. Lebih baik juga berbentuk video pendek yang disebar melalui youtube, social media dan lain- lain. Era sekarang sudah selayaknya berbentuk video seperti para youtuber dan vloger. **Yayasan Anda siap?**

Untuk bisa mewujudkan itu semua, yayasan atau sekolah harus punya kebijakan kehumasan dan punya tim humas yang profesional. Fungsi tim humas seharusnya lebih banyak pada edukasi daripada promosi. **Bila edukasi berhasil, promosi akan lebih berhasil.**

Ada yang bertanya, "**pak, kalau kami edukasi sekaligus promosi sekolah kami dalam satu aktivitas, bagaimana?**". Menanggapi pertanyaan kalau edukasi sekaligus promosi, bagaimana?

Saya perhatikan beranda Facebook saya tgl 16-17 Agustus ini, teman sekolah membuat flyer-flyer HUT kemerdekaan, dengan berbagai quote edukatif untuk memupuk nasionalisme kita semua dan di flyer itu juga ada logo sekolahnya, terkadang ada foto tokohnya. Inilah contoh aktifitas **edukasi sekaligus promosi** tidak langsung.

Ada juga bentuk edukasi dan promosi sekaligus seperti yang dikakukan lembaga pengembangan Al Qur'an berikut ini:



Assalamualaikum warahmatullahi wa barakatuh. Mohon maaf izin share tulisan ini, mohon di baca, Insayaa Allah bermanfaat silahkan di share ke para pengelola Lembaga anda:

SEBERAPA PRIORITAS AL-QUR'AN DI LEMBAGA ANDA?

Oleh: Adhan Sanusi, Lc.
Bidang Kemitraan WAFA

Jika sekolah kita lembaga Islam, Maka kita pasti paham bahwa Al-Qur'an adalah sumber utama dan kitab suci Islam. Itu artinya jika kita ingin siswa kita berislam dengan baik, Maka ilmu yang utama dan prioritas di berikan adalah Al-Qur'an Sebelum yang lainnya?. Ini adalah pondasi dasar ilmu berislam Sebelum di bekali ilmu lainnya atau bersamaan ilmu yang lain.
Pertanyaannya: " Benarkah kita telah memprioritaskan Al-Qur'an??
Umumnya jawabannya: Alhamdulillah kami memprioritaskan Al-Qur'an.

Apa makna memprioritaskan? Maksudnya adalah Semua hal yang bisa mendukung suksesnya Al-Qur'an bagi anak didik kita, mulai dari SDM guru, waktu dan anggaran biaya untuk Upgrading guru.

Nah, yang terakhir inilah biasanya yang di abaikan Pengelola. Seakan kalo Al-Qur'an harus ikhlas dan makna Ikhlas itu gratis atau gaji rendah. Sedang guru selain Al-Qur'an beda perlakuan. Insentif di atasnya dan se abrek pelatihan untuk membuat guru bagus. Anggaran Pelatihan sudah dirancang dalam RKAS (Rencana Kegiatan dan Anggaran Sekolah) yang di bahas di awal tahun bersama yayasan. Ini bukan bermaksud membenturkan guru Al-Qur'an dengan lainnya.

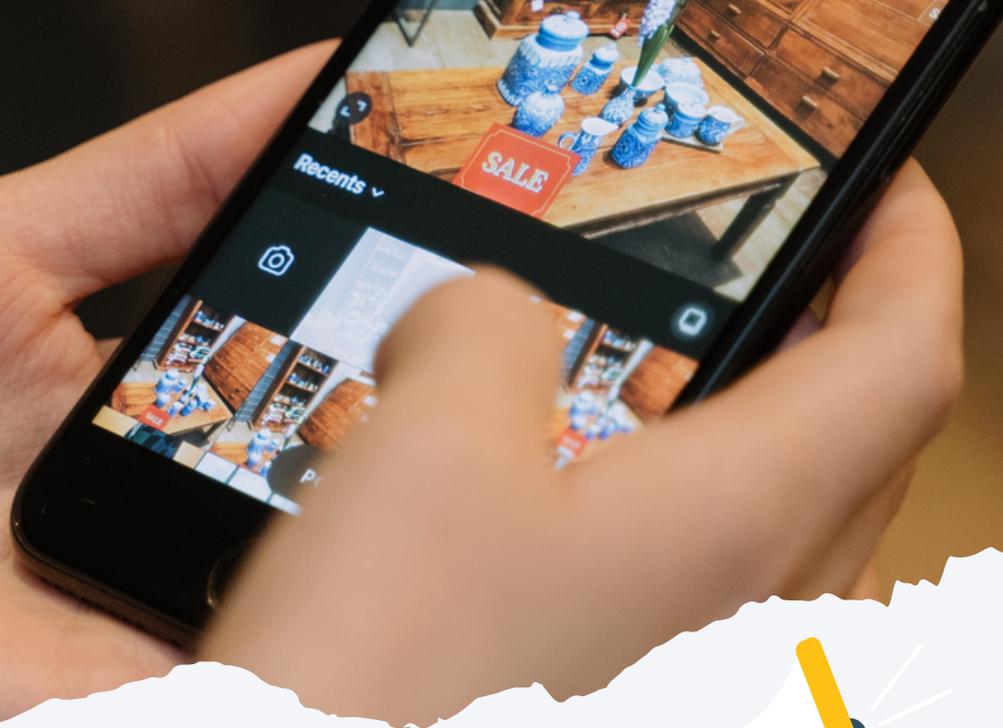
Coba kita tanya, Kalau untuk Anggaran Biaya Upgrading dan pendampingan guru Al-Qur'an bagaimana? Untuk Pelatihan guru Al-Qur'an, untuk supervisinya, untuk coachingnya/pendampingannya, untuk Munaqasayaah/uji kompetensinya dll. Adakah di RKAS lembaga kita?? Sangat sedikit Lembaga yang menyadari pentingnya proses ini, Sehingga banyak lembaga yang meminimalkan biaya bahkan tidak ada sama sekali untuk Al-Qur'an. Padahal katanya kita memprioritaskan Al-Qur'an? Al-Qur'an menjadi nomer satu, bahkan ada yang menjadi visi, misi, dan jaminan mutu lembaga.

Sebaiknya-baik profesi adalah guru dan guru terbaik adalah guru Al-Qur'an. Itu juga artinya sebaiknya-baik fasilitas adalah untuk guru Al-Qur'an. Ini baru di tinjau dari segi biaya, belum lagi tentang alokasi waktu dan kebutuhan SDM.

Ini cara berfikir yang harus di miliki Pengelola Lembaga Pendidikan Islam. Bukan cara berfikir Guru Al-Qur'an. Jangan sampai tulisan ini menjadi cara berfikir guru Al-Qur'an yang berakibat banyak menuntut lembaga. Cara berfikir guru Al-Qur'an adalah niat ikhlas bagaimana menjadikan siswa bagus Al-Qur'annya.

Metode WAFA
WAFA_INDONESIA
#Lembaga standarisasi guru Al-Qur'an dan Sistem Manajemen Mutu Pembelajaran Al-Qur'an
WA: 0822 3371 5500

Tulisan ustadz Adhan di atas merupakan contoh tulisan edukatif sekaligus promosi. Untuk bisa menulis seperti itu, ada pelatihan yang akan membantu kita.



PROMOSI



Tahapan yang ketiga dari PEPS adalah promosi, setelah tahap pendataan dan edukasi. Promosi merupakan aktivitas mempengaruhi calon siswa dan wali murid yang sudah kita data dan sudah kita beri edukasi agar mereka mau mendaftar ke sekolah kita.

Coba bayangkan, Anda sebagai ketua pengurus yayasan atau kepala sekolah, pada tgl 16 juli 2020. **Hasil PPDB** sekolah anda ternyata **jauh di bawah target** jumlah yang ditetapkan. Pasti pusing tujuh keliling, kan. Atau setiap tahun PPDB sekolah Anda tidak pernah mencapai target. Mbleset terus. Lalu, **apa yang harus Anda lakukan?**

Untuk tahun ini, saya memformulasikan **12 Jurus Promosi Sekolah**. Mari kita bahas sama-sama:

1) Buat rencana PPDB pada awal tahun ajaran, misalnya bulan Agustus ini. Teknisnya bentuk tim humas, buat proposal, buat marketing tools yang bagus (profil sekolah, flyer, brosur dll). siapkan data sasaran yang lengkap dan latih tim humasnya. Untuk pelatihan tim humas sekolah bisa minta bantuan Kuanta.

2) Lakukan direct mail atau sekarang lebih dikenal dengan marketing online dengan sosmed, ada WA, fb, ig, telegram, SMS, email, youtube, vlog dll. Jadilah sekolah yang youtuber. Ini juga ada pelatihannya. Silahkan.

3) Publikasi di media masa. Buat press release yang menarik agar wartawan atau jurnalis mau meliputnya dan kemas kegiatan yang menarik untuk diliput.

4) Advertising. Bisa pasang iklan di media, billboard, baliho, fbAd, majalah pesawat terbang (bila boarding school highclass), dll. Lakukan bila punya dana besar.

(Jurus 2-4 sering saya sebut Serangan udara)

Bagaimana tingkat keberhasilan?

Cara menghitungnya bagaimana?

Sekolah anda pilih jurus yang mana?

Dapatkan di pelatihan marketing sekolah.

5) Telemarketing. Aktivitas meng call key person-key person sasaran yang potensial. Pengurus yayasan menelpon pimpinan ormas atau pimpinan yayasan lain. Kepala sekolah menelpon kepala sekolah sasaran. Tim humas menelpon BK sekolah sasaran atau orangtua calon walimurid yang potensial. Ingat yang ditelpon adalah yang potensial ya.

6) Direct salling atau visiting. Tim humas mengunjungi sasaran yang telah deal saat ditelemarketing. Tim humas presentasi profil sekolah dan keunggulan-unggulan layanan sekolah.

“Looh, pak. Ini kayak jualan sekolah?”

Sekarang, era sosial media. Hampir setiap orang menggunakannya. Sehingga banyak kejadian yang dieksposes melalui sosmed menjadi viral. Bagaimana kalau kebaikan-kebaikan sekolah itu diviralkan. Lalu dilanjutkan ajakan untuk mereka (masayaarakat) mau menyekolahkan putra putrinya di sekolah kita. Butuh yang namanya ini.

7) Referral yakni orang yang bukan tim humas sekolah kita, mereka orang lain tapi dengan suka rela merefrensikan sekolah kita, mengajak masayaarakat sekolah di sekolah kita. Jurus ini terbukti paling ampuh. Caranya, identifikasi wali murid yang sudah sangat puas dan loyal pada sekolah kita, dekati mereka, beri pemahaman dan marketing tools sekolah kita, dorong mereka melakukan promosi "dari mulut ke mulut" atau sekarang dari "grup sosmed ke grup sosmed".

8) Endorsement yakni menggunakan kekuatan orang lain yang punya popularitas seperti tokoh masayaarakat. artis dil untuk mengangkat popularitas sekolah kita. Cari endorsement yang sesuai dengan karakter sekolah kita. Bisa dilibatkan dim iklan kita atau mereka memberi testimoni.

9) Direct agent khususnya bagi sekolah boarding. Jurusan ini juga efektif dan sangat efisien. Buka tempat (agen) pendaftaran di luar kota. Kerjasama dengan Lembaga-lembaga lain atau jaringan-jaringan ormas. Tapi jangan lupa agar mereka bergerak berikan host beneficiary yaitu benefit bagi yang membawa calon murid baru kita.

10) Joint promotion. Ingat era sekarang adalah era kolaborasi dan jejaring. Dalam mempromosikan sekolah gandeng pihak-pihak yang bisa membantu mempromosikan sekolah kita. Para sponsor, atau sekolah-sekolah lain yang sudah bagus. Intinya kita dapat manfaat lebih dari joinan ini

11) Launching. Kita butuh sebuah momentum. Maka untuk momentum PPDB sekolah anda harus melaunching sesuatu bisa launching program baru, kelas baru, layanan baru dilahirkan masyarakat sebanyak mungkin. Misal saat ini bulan Muharram, dalam rangkaian peringatan tahun baru, sekolah kita melaunching program "smart school" isinya sekolah digital, aplikasi android atau yang lainnya.

12) Seminar. Kegiatan ini lumrah dilakukan oleh semua perusahaan dan instansi, Seminar yang berkaitan dengan produk/program sekolah kita, Biar menarik cari pembicara yang sudah terkenal dan ekspert di bidang itu. Buat video promosi seminarnya dan iklankan di fb bersponsor. Lihat itu yang dicreate pak Mardigu Wowiek.

13) Keterampilan mendesain seminar dan training juga penting anda pelajari agar dampak seminarnya powerfull bagi sekolah kita.

Tuntas sudah 12 jurus promosi sekolah. Selamat mencoba!



SELEKSI & SELLING



Seleksi merupakan kegiatan yang bertujuan agar sekolah kita mendapatkan siswa sesuai dengan kualifikasi yang kita tetapkan. Atau ada juga yang memaknai seleksi adalah upaya membatasi jumlah siswa sesuai dengan kapasitas sekolah (pagu yang tersedia).

Pekan lalu tgl 14 september 2019 saya menghadiri peresmian gedung SMP dan SMA Boarding School di kota Batu. Saya diberi buku yg berisi lengkap konsep pendidikan dan profil lembaga itu. Saya juga diberi brosurnya. Lalu brosur itu saya foto dan saya unggah ke grup-grup WA saya. Ternyata banyak respon dari anggota grup-grup WA tersebut. Yang mengagetkan saya ternyata ada salah satu lembaga pendidikan di Bogor yang kebetulan ketua yayasannya adalah anggota grup itu berkomentar, "**kami sedang proses seleksi penerimaan siswa baru**". Saya bergumam, "**wow, luar biasa, hebat lembaga ini, baru bulan september sudah seleksi siswa baru**".

Saya selama 2 hari pekan ini ada jadwal coaching di yayasan yang ada di Bogor tersebut. Saya diskusi dengan para manajernya. Saya tanya, "**Berapa pendaftarannya sampai hari ini?**". Jawab mereka, "**Sudah lebih dari 2.200 pendaftar. Dan akan dibuka sampai Januari.**" Saya semakin kaget karena untuk masuk lembaga ini orangtua siswa harus menyediakan uang puluhan juta. Kok bisa ya?

Nah, langkah selanjutnya setelah kita berhasil promosi adalah Seleksi. **Apa itu seleksi?** Ingat seleksi hanya dilakukan oleh sekolah yg berhasil pada 3 tahap sebelum PEP yang ditandai membludaknya pendaftar.

Seleksi merupakan kegiatan yang bertujuan agar sekolah kita **mendapatkan siswa sesuai dengan kualifikasi** yang kita tetapkan. Atau ada juga yang memaknai seleksi adalah upaya membatasi jumlah siswa sesuai dengan kapasitas sekolah (pagu yang tersedia).

Defenisi yang kedua biasanya digunakan oleh sekolah inklusi. Yang digunakan untuk membatasi adalah durasi waktu pembelian formulir pendaftaran.

Saya pernah mendampingi sekolah di Malang. Buka pembelian formulir hanya 2 jam saja sudah ludes. Cerita lain sekolah di Jakarta Selatan yg dikelola sahabat saya Dr. Karim Santoso juga demikian. Ini seperti slogan

"Siapa Cepat, Dia Dapat."

Baiklah, kita bahas seleksi defenisi pertama. **Tujuan seleksi adalah mendapatkan calon siswa yang sesuai kualifikasi yang ditetapkan.** Karena itu langkah yang bisa dipilih untuk dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Perhatikan visi, misi dan orientasi sekolah anda sebagai dasar membuat materi seleksi.

b. Bentuk tim seleksi yang terlatih dengan baik.

c. Tugasi tim untuk menyusun SOP seleksi, materi seleksi, dan lain-lain.

d. Tetapkan jadwal seleksi yang memperhatikan peluang kemungkinan besar pendaftar bisa ikut seleksi.

e. Buka tempat seleksi yang mendekati rumah sebagian besar pendaftar. Untuk boardingschool bisa buka tempat seleksi di daerah lain.

f. Siapkan tim seleksi dan panitia yg terlatih dengan pelayanan prima. Untuk pelatihan ini bisa hubungi Kuanta. Kemampuan panitia melayani para peserta tes seleksi akan membangun kesan yang positif, walau seandainya peserta tes tersebut tidak diterima di sekolah kita.

g. Laksanakan rangkaian seleksi sesuai SOP dan materi seleksinya harus valid. Jadi susun dulu SOPnya. Ada pelatihan khusus menyusun SOP ini. Maaf lagi- lagi saya promosi he.. he...he... Anda bisa ikut pelatihan di Kuanta tentang penyusunan SOP yg benar. Materi seleksi juga menentukan kualitas calon siswa baru sekolah kita.

h. Umumkan hasil seleksi di website sekolah kita, papan pengumuman dan WA tiap peserta seleksi. Tunjukkan bahwa seleksi yg sekolah anda lakukan itu kredible dan bisa dipertanggungjawabkan hasil.

Hati-hati dengan siswa titipan!!!

Ada peristiwa yg cukup serius setelah seleksi dan pengumuman hasil seleksi.

Apa itu?

Protes orangtua yang anaknya tidak diterima, seperti kasus zonasi SMA di kota-kota besar seperti surabaya? **Oh bukan!**

Banyak pendaftar ternyata dibawah kualifikasi yang kita tetap? Wah bisa bahaya kalau seperti ini. **Ooo bukan juga!**

Terus apa?

Apa yang lebih serius dari 2 hal tersebut bagi pengurus yayasan??

Apakah itu?

Itu adalah pembayaran uang masuk alias daftar ulang yang nilai rupiahnya puluhan juta. Para pendaftar yang sudah dinyatakan diterima ternyata tidak segera bayar daftar ulang. Jadi dilematis dong bagi bendahara yayasannya. Karenanya setelah punya ilmu seleksi, para pengelola lembaga pendidikan harus punya ilmu **selling**. **“Looh kok disuruh jualan?”** Enggak lah..

Selling adalah kemampuan meyakinkan walimurid untuk segera membayar biaya awal masuk sekolah. Pengertian lainnya adalah kemampuan mengubah calon customer menjadi customer.

Ada cerita menarik tgl 27 Juni 2019 yayasan Pondok Pesantren Darul Fikri Sidoarjo mengadakan rapat kerja gabungan pembina, pengawas, pengurus, dan dewan kyai.

Salah satu agendanya adalah menyikapi calon santri yang mengundurkan diri setelah dinyatakan diterima dan sudah bayar uang masuk. Pendaftaran sudah ditutup dan banyak calon siswa yang tidak diterima. Laah yang diterima kok malah mundur. **Bagaimana, nih? Apakah yayasan wajib mengembalikan uang masuk tersebut?**

Baiklah, kita coba solusinya dengan Selling. Ada **8 jurus mengubah calon siswa menjadi siswa** (mau bayar uang masuk tepat waktu dan tidak mundur):

- a. Berikan garansi mutu atau quality assurance** mulai input, proses, dan output pada setiap layanan sekolah kita.
- b. Untuk menguasai ini, anda bisa ikut Workshop Quality Assurance System.** Silahkan hubungi Kuanta ya.
- c. Berikan sensional offer** misalnya anda berikan hadiah bagi sekian orang yg bayar pertama. Atau potongan bagi ranking hasil seleksi tertentu.
- d. Proses pembayaran uang masuk bertahap dan lebih mudah.** Misalnya: uang masuk di angsur 3 kali selama 6 bulan. Pembayaran bisa lewat transfer, e-banking atau cek. Tunai juga diterima. Pokoknya tidak ribet. Anda dengan standar layanan prima.

e. Layani orang tua siswa dengan Excellent Services. Latih staf FO, staf keuangan dan bendahara sekolah

f. Sediakan pusat informasi yang Up to date dan akurat. Prosedur yg mudah dipahami oleh orang awam dan beri panduan yg lengkap.

g. Setelah pengumuman hasil seleksi, kirim video ke setiap walimurid yang berisi testimoni kepuasan siswa dan walimurid alumni sekolah anda. Diakhir video beri tutorial cara membayar uang masuk atau informasi lainnya.

h. Kirim juga video atau flyer yang berisi prestasi-prestasi sekolah anda. Di akhir video ingatkan pentingnya pendidikan untuk kebahagiaan orangtua dan kesuksesan anaknya.

i. Gunakan Sales Magic. Wow... Apa itu? **Ikuti pelatihannya di Kuanta saja ya.**

Tuntas sudah pembahasan kita pada part 2 ini, ilmu "mencari siswa". Selamat mengaplikasikan.

Sukses selalu buat Anda semua.



Shobikhul Qisom
Professional Coach Kuanta



E-Book #1
Kuanta

Kuanta Indonesia

Jl. Gayung Sari IV No. 33 Surabaya

  kuantaindonesia

 Kuanta Indonesia

 partnership@kuanta.id

 www.kuanta.id

 0821-4125-4765

Scan Our Profile

Scan Our Catalog

