

STRATEGI PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MEMASARKAN JASA PENDIDIKAN DI SMK AL-WASHLIYAH 7 SERBELAWAN

Saddan Aziz Nasution

Politeknik Unggul LP3M

ABSTRAK

Hasil penelitian ini adalah SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan sudah menerapkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasarannya. Manfaat dari penggunaan media digital juga dapat dirasakan oleh pihak sekolah dengan meningkatnya kualitas layanan yang diberikan. Media sosial menjadi salah satu bentuk teknologi digital yang digunakan oleh pihak sekolah. Dalam penerapannya, peningkatan skill operator sudah dilaksanakan dengan menyediakan fasilitas keikutsertaan pada workshop dan pelatihan. Namun, hambatan yang dirasakan selama ini masih saja berlaku karena kekurangan SDM yang pakar dibidang IT juga sarana prasarana yang kurang mendukung seperti jaringan dan alat yang kurang memadai menjadi salah satu faktor terhambatnya proses pemasaran.

Kata Kunci : Teknologi Digital, Sosial Media, Pemasaran Jasa Pendidikan

I. PENDAHULUAN

Globalisasi digital yang semakin meluas memberikan dampak positif maupun negative dalam perkembangannya. Dilihat dari sisi positifnya, globalisasi membawa kemudahan dalam mengakses informasi yang berbasis digital di seluruh penjuru dunia. Namun tak kalah pentingnya, dimana globalisasi sendiri memiliki sisi negatif yang dapat merusak dan membuat karakter anak bangsa menurun sehingga Indonesia semakin kehilangan jati dirinya. Salah satu perkembangan yang dapat dirasakan pada era globalisasi ini adalah perkembangan teknologi. Hal ini merupakan dampak positif yang dapat dinilai sebagai kemajuan dalam berkehidupan. Teknologi banyak sekali dimanfaatkan oleh penggiat ekonomi, tenaga pendidik, pertanian bahkan sampai kepada kesehatan. Jasa pendidikan adalah satu sektor yang dapat dengan mudah dipasarkan melalui teknologi digital.

Pendidikan merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, membentuk karakter sebagai bentuk dari pengalaman, dan pembiasaan selama proses belajar. Pendidikan merupakan upaya untuk menumbuhkan sumber daya manusia, dan untuk mewujudkan masyarakat yang berbudi luhur, sejahtera, adil dan makmur (Sakti & Sulung, 2020). Pendidikan juga merupakan investasi dengan penawaran kehidupan yang lebih terarah, sehingga terdidik mampu untuk berhasil dalam kehidupan sosial maupun individu (Mahmud MY, Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, 2022). Pendidikan juga membentuk karakter sumber daya manusia yang kritis, inovatif dan komunikatif sehingga mampu menjawab tantangan zaman dan tuntutan kehidupan.

Peningkatan mutu pendidikan memerlukan metode, strategi yang tepat dan sasaran yang akurat untuk dapat menjangkau kalangan luas yang benar-benar membutuhkan sarana pendidikan. Pemanfaatan teknologi digital merupakan salah

satu alternative guna meningkatkan mutu pendidikan. Dengan teknologi digital, jangkauan masyarakat terhadap jasa pendidikan semakin mudah, memberikan evaluasi dan umpan balik yang menjadikan hubungan antara masyarakat dan sekolah menjadi lebih dekat yang memberikan pengaruh kepada masyarakat terkait mutu dan kualitas sekolah. Teknologi digital menjadikan sarana untuk sekolah menjadi dikenal di khalayak umum dengan memanfaatkan digital marketingnya, sekolah dapat dengan mudah di akses informasinya oleh masyarakat. Teknologi digital juga digunakan oleh sekolah sebagai mediator yang dapat memaksimalkan citra baiknya di kalangan umum. Dengan digital marketing, lembaga pendidikan akan lebih mudah untuk dikenali oleh masyarakat luas yang menghadirkan dan menawarkan lulusan bermutu, unggul dan berprestasi (Mahmud MY, Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, 2022).

II. METODE PENELITIAN

Menurut Moleong dalam (Bahri, 2021) Mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya pelaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara detail strategi Pemanfaatan teknologi digital pada sekolah SMK Al-Washliyah 7 serbelawan dalam meningkatkan kualitas dan pemasaran jasa pendidikannya.

1.1 Jenis Dan Sumber Data

1.1.1 Jenis Data

Jenis data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan data yang bersifat bukan angka seperti hasil wawancara, pertemuan di lapangan dan sebagainya.

1.1.2 Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber utama melalui prosedur dan teknik pengambilan data berupa wawancara dengan kepala sekolah yang bersangkutan.

1.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data di lapangan, maka dilakukan beberapa teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang terjadi pada objek penelitian.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Kegiatan wawancara terhadap informasi, peneliti menggunakan pedoman wawancara dan program observasi. Pedoman wawancara menjadi pemandu dalam perolehan data.

Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan secara verbal kepada informan yang merupakan subjek penelitian. Informan utama pada penelitian ini adalah kepala sekolah.

Bentuk wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara berstruktur, wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk memperoleh data pokok permasalahan yaitu, strategi pemanfaatan teknologi digital pada pemasaran jasa yang dilakukan di SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

Temuan pada penelitian ini, peneliti menemukan beberapa manfaat teknologi digital dalam memasarkan jasa pendidikan, strategi yang digunakan oleh SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan dalam pemanfaatan media digital juga hambatan yang dilalui saat menerapkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran jasa pendidikan. Beberapa hasil temuan pada penelitian ini, maka peneliti mendeskripsikan hasil temuan dari penelitian dalam bentuk wawancara, observasi dan tinjauan lapangan yang dilakukan dengan basis pemanfaatan teknologi digital pada pemasaran jasa pendidikan SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan yang dalam hal ini kepala sekolah yang bersangkutan menjadi narasumber utama.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Bapak Rusdi ST, S.Pd selaku kepala sekolah dengan beberapa pertanyaan yang tersaji dibawah ini:

1. Apakah di Sekolah yang Bapak pimpin terdapat pengarahan dalam memasarkan jasa pendidikan melalui media digital?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Iya, ada pengarahan untuk menggunakan media digital dalam memasarkan jasa pendidikan. Lebih tepatnya mengarah kepada penggunaan media sosial. Ada beberapa media sosial yang dimiliki sekolah yang nantinya akan dioptimalkan untuk mempublikasikan perkembangan yang ada di sekolah”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat beberapa pengarahan kepada pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital khususnya media sosial dalam mengoptimalkan pemasaran dan perkembangan sekolah.

2. Apakah ada strategi khusus dalam memunculkan minat masyarakat umum terhadap SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan sekolah itu berbasis promosi mulai dari perencanaan sampai kepada pengendalian oleh kita sendiri. Ada beberapa kegiatan juga yang mengarah kepada pembauran masyarakat yakni bakti sosial, kegiatan sosial masyarakat di lingkungan sekolah dan juga promosi berbentuk kegiatan berbasis keagamaan ataupun kegiatan jurusan dan olahraga”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi yang mereka lakukan untuk memunculkan minat masyarakat terhadap sekolah adalah dengan cara promosi dan pembauran dengan masyarakat sekitar.

3. Media sosial apa saja yang digunakan dalam memasarkan/ menunjukkan kepada publik tentang sekolah ini?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Ada twitter, facebook, youtube dan tiktok. Namun pada penerapannya kita lebih mengedepankan facebook sebagai media penyiaran yang berbasis tulisan dan youtube untuk penyiaran kegiatan berbasis video dan kreasi”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat media sosial yang digunakan oleh pihak sekolah seperti facebook, twitter, youtube dan tiktok.

4. Apakah ada kegiatan khusus (bulanan, tahunan, atau semesteran) yang diliput oleh media dari sekolah sendiri yang bertujuan untuk sebuah branding?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Ada kegiatan semesteran dan tahunan. Semesteran biasanya kita buat evaluasi dan control terhadap kegiatan yang dilakukan sebelumnya. Untuk kegiatan tahunan kita biasa mengadakan dakwah di bulan Ramadhan, gebyar pawai di hari kemerdekaan dan juga pelepasan alumni sekolah yang kita lakukan di tempat umum dengan tujuan menarik perhatian masyarakat terhadap sekolah”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat kegiatan tahunan yang dilakukan sebagai bentuk dari *Branding* sekolah. Evaluasi dan control atas kegiatan juga dilakukan sesudah kegiatan tersebut berjalan.

5. Seberapa besar pengaruh teknologi digital sebagai media pemasar jasa sekolah bapak?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Pengaruhnya sangat besar dalam memasarkan jasa pendidikan di sekolah. Selain daripada media promosi, kita juga menggunakannya sebagai media komunikasi. Sehingga untuk menjangkau murid-murid dan walinya dapat dilakukan dengan mudah. Pengumuman-pengumuman juga lebih cepat tersampaikan. Kalau mengandalkan media cetak seperti brosur dan selebaran memang cukup baik namun adanya teknologi digital ini menjadikan kita lebih mudah lagi dalam beroperasi”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat pengaruh yang cukup signifikan dengan menggunakan teknologi digital dalam pemasaran jasa pendidikan. Hal ini dikarenakan penggunaan media digital lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan penggunaan media cetak.

6. Apakah di SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan menyediakan kesempatan untuk pengelola sarana dan prasarana pemasaran mengikuti pelatihan, workshop ataupun sejenisnya?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“kita menyediakan beberapa kali fasilitas untuk mengikuti kegiatan workshop dan pelatihan bagi penanggung jawab media dan teknologi yang mengatur jalannya promosi di sekolah”.

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pihak sekolah sudah menyediakan layanan dan fasilitas untuk mengikuti workshop dan pelatihan bagi penanggung jawab media sekolah.

7. Sejauh ini, apa saja hambatan yang di temukan saat menjalankan kegiatan pemasaran via digital?

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 Juli 2023 dengan Bapak Rusdi ST, S.Pd Ia mengatakan bahwa:

“Kemampuan IT yang kurang baik serta jaringan dan perangkat yang kurang memadai. Hal ini tentunya akan terus kita optimalkan dengan menaikkan mutu SDM yang kita miliki dan penganggaran alat yang lebih baik sedang diusahakan”.

Berdasarkan wawancara diatas, ditarik kesimpulan bahwasanya kemampuan operator dalam bidang IT kurang baik serta jaringan yang digunakan juga kurang memadai.

1.2 Pembahasan

Teknologi digital merupakan suatu sarana yang sangat bermanfaat apabila pengaplikasiannya tepat pada tempatnya. Era globalisasi dimulai dari era 4.0 sampai saat ini, teknologi digital sudah mengalami banyak perkembangan. Hal ini ditunjukkan oleh banyaknya pengguna teknologi digital saat ini. Banyak sektor menggunakan teknologi digital dalam memasarkan, mempublikasikan, memunculkan dan menggambarkan ide, pemasaran, kualitas serta keadaan kegiatan yang mereka lakukan. Teknologi digital digunakan banyak kalangan mulai dari orang pribadi hingga kepada korporat besar yang bertujuan untuk meningkatkan popularitas bahkan hanya untuk sekedar berkomunikasi.

SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan merupakan salah satu pengguna teknologi digital dari sektor pendidikan. Hal ini bertujuan untuk memasarkan jasa pendidikannya kepada masyarakat umum. Dengan tujuan itu, tentunya sekolah tersebut ingin menunjukkan kualitas terbaiknya di dalam *page* yang dimilikinya. Adanya pengelolaan yang baik juga akan menunjang promosi yang berkualitas. Walaupun sejatinya pendidikan bukanlah sektor yang mencari keuntungan berbentuk profit, namun ada kalanya sektor pendidikan mencari banyak siswa untuk kemudian di didik dan di kembangkan guna meningkatkan kualitas sekolah masing-masing.

Dari penelitian yang peneliti lakukan, adanya beberapa hasil wawancara yang dapat dibahas dengan sistematika berikut ini:

1. Dalam memasarkan jasa pendidikan SMK Al-Washliyah 7, kepala sekolah sudah mengarahkan pemasaran melalui media digital. Hal ini tergolong baik karena mengikuti perkembangan yang ada tentunya mereka juga berharap bahwasanya dengan pengarahan kepada penggunaan teknologi digital dapat mengoptimalkan pemasaran yang dilakukan.
2. Strategi yang digunakan dalam pemasaran jasa pendidikan di SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan adalah dengan cara promosi dan pembauran kepada masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan simpati dari masyarakat sekitar dalam pengoptimalisasian promosi yang dilakukan. Adapun promosi pada kategori ini, dikhususkan kepada pemanfaatan media digital dalam menjalankannya.
3. Beberapa bentuk dari media sosial juga sudah digunakan oleh pihak sekolah dalam menjalankan promosinya. Seperti halnya facebook yang difokuskan sebagai sosial media dalam bentuk tulisan dan gagasan juga youtube yang dikhususkan untuk memasarkan kegiatan sekolah dalam bentuk visual dan video. Adapun sosial media lainnya juga digunakan oleh pihak sekolah

seperti tiktok dan twitter.

4. Dalam proses *Branding* sekolah mengadakan kegiatan tahunan yakni dakwah dan safari ramadhan. Hal ini dikarenakan basis dari sekolah SMK Al-Washliyah ini adalah dakwah atas agama islam. Walaupun dalam operasionalnya tetap menganut kurikulum seperti halnya sekolah pada umumnya. Evaluasi dan control juga dilakukan saat kegiatan berlangsung dan sesudahnya. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan kegiatan yang diadakan selanjutnya.
5. Pengaruh teknologi digital dalam memasarkan jasa pendidikan cukup besar dirasakan oleh pihak sekolah. Hal ini dikarenakan adanya kemudahan yang didapati setelah menggunakan media digital dalam memasarkan jasa. Jangkauan kepada masyarakat luas juga dengan mudah dilakukan. Memetakan tujuan dan pemasaran dengan konsep yang dibuat sebelumnya menjadikan pemasaran lebih optimal.
6. Pelatihan dan workshop juga kerap dilakukan oleh pihak sekolah khususnya untuk operator yang diberikan tanggung jawab pengendalian media sosial dan teknologinya. Hal ini dilakukan untuk mencapai standar yang diberlakukan dalam menjalankan kegiatan pemasaran. Tentunya peningkatan skill juga diharapkan meningkatkan kualitas promosi yang dilakukan.
7. Kemampuan IT yang kurang menjadi hambatan utama dalam menggunakan teknologi digital dalam pemasaran jasa pendidikan. Terdapat pula hambatan lainnya seperti kurangnya alat dan jaringan yang menjadikan proses promosi terkendala. Hal ini sudah dijadikan bahan evaluasi oleh pihak sekolah untuk dilakukan pembenahan kedepannya agar dapat di maksimalkan penggunaan teknologi digital sebagai sarana promosi sekolah.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini telah mendapatkan kesimpulan dimana manfaat teknologi digital dapat dirasakan oleh pihak sekolah SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan. Efektifitas yang cukup baik dihasilkan dari pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan jasa pendidikan SMK Al-Washliyah 7 Serbelawan. Strategi yang digunakan dalam memasarkan jasa pendidikannya adalah dengan menerapkan 3P & 1C yakni *Planning, Pricing, Promoting & Controlling*. Adapun hambatan yang dirasakan oleh pihak sekolah dalam menjalankan proses promosi menggunakan teknologi digital adalah kurangnya inovasi, perangkat yang belum mumpuni serta keterbatasan SDM di sekolah tersebut.

5.2 Saran

1. Bagi Pihak Sekolah

- Pemanfaatan teknologi digital harus segera dioptimalkan untuk memaksimalkan potensi yang didapat dari pemasaran itu sendiri.
- Peningkatan kualitas SDM harus diatasi dengan memperbanyak pelatihan dan workshop yang berkaitan dengan pengembangan keterampilan.

2. Bagi Guru

- Pentingnya menambah skill yang dimiliki dalam penggunaan media sosial yang nantinya akan berdampak kepada promosi sekolah melalui

pribadi

- Hendaknya memaksimalkan fasilitas yang disediakan untuk menambah wawasan serta keterampilan yang dimiliki.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Hendaknya mendalami variabel yang dikaji agar mendapatkan hasil yang jauh lebih spesifik guna meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia
- Menambahkan dan memperluas kajian pustaka dilihat dari penelitian terdahulu dengan harapan dapat memperluas hasil kajian dari penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, T. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Andi.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. alfabeta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Auladina, A. M. (2022). Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Memasarkan Jasa Pendidikan Di Mts. Darul Muttaqien Parung Bogor. In *Skripsi*.
- Bilqis, A., & Rivo, N. (2016). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Sma Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 4(1), 1–8. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/15904>
- Farida Yuliani, Lamsah, P. (2019). *Manajemen Pemasaran (I)*. Deeppublisher.
- Haudi. (2021). *Strategi Pembelajaran*. Penerbit Insan Cendikia Mandiri.
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan Website Sekolah sebagai Strategi Digital Marketing di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111–133. <https://doi.org/10.15642/jkpi.2021.11.1.111-133>
- jumartin gerung. (2021). *Media Sosial dalam Digital Marketing Kesehatan*. guepedia group.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy*. British Library.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Erlangga.
- Mahmud MY, Najmul Hayat, Fransisko Chaniago, M. E. (2022). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN CITRA SEKOLAH. *Pendidikan Agama Islam*, 5(8.5.2017), 2003–2005.
- Miarso, Y. (2016). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Kencana.
- Mu'awanah. (2011). *Strategi pembelajaran*. STAIN Kediri Press.
- Mulyono. (2017). *Manajemen Administrasi dan Organisasi pendidikan (II)*. Ar-Ruzz Media.
- Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3), 543.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Sakti, G., & Sulung, N. (2020). Analisis Pembelajaran di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 5(3), 496–513. <http://doi.org/10.22216/jen.v5i3.5553>
- Sugeng, S. L. P. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57.

<https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.28335>