

JPMP
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Penusa)
Volume 2, Nomor 2, Agustus 2025
Pp. 206-211
e-ISSN : 000-000
JPMP: is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

DIGITALISASI PEMASARAN SEKOLAH PADA TK BRIGJEND KATAMSO 1 MEDAN

Pooja Nandita[1]*, Ayunia[2]
[1]*Program Studi Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Jl. Iskandar Muda No. 1, Medan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, 013147, Indonesia
[2,] *Program Studi Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Jl. Iskandar Muda No. 1, Medan, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, 013147, Indonesia
e-mail : poojanandita1012@gmail.com[1], ayuniaafatan14@gmail.com[2]

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mendokumentasikan hasil On The Job Training (OJT) yang dilaksanakan di TK Brigjend Katamso 1 Medan, dengan fokus pada penerapan digitalisasi dalam strategi pemasaran sekolah. Permasalahan utama yang ditemui ialah rendahnya visibilitas dan daya tarik sekolah bagi para orang tua calon siswa. Metode kegiatan meliputi observasi lapangan, wawancara dengan pihak pengelola sekolah, serta telaah dokumen pendukung. Hasil menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital melalui website dan platform media sosial mampu memperluas jangkauan informasi sekolah serta memudahkan interaksi dengan orang tua. Digitalisasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendaftaran siswa baru, tetapi juga memperkuat citra sekolah di masyarakat. Dengan demikian, penerapan strategi pemasaran berbasis digital dapat dinilai sebagai langkah efektif untuk menarik minat calon siswa di TK Brigjend Katamso 1 Medan.

Kata Kunci : Digitalisasi, Strategi Pemasaran, Pendidikan, Sekolah, TK Brigjend Katamso 1 Medan.

ABSTRACT

This paper documents the outcomes of the On The Job Training (OJT) conducted at TK Brigjend Katamso 1 Medan, focusing on the application of digital strategies in school marketing. The primary challenge identified was the limited visibility and low attractiveness of the school to prospective students' parents. The methods employed included field observation, interviews with school administrators, and analysis of relevant documents. Findings reveal that the use of digital platforms, particularly websites and social media, significantly enhanced the school's outreach and facilitated communication with parents. The digitalization initiative not only increased new student enrollment but also strengthened the institution's public image. Therefore, adopting digital marketing strategies can be considered an effective approach to attract prospective students to TK Brigjend Katamso 1 Medan.

***Keywords** : Digitalization, Marketing Strategy, Education, School, TK Brigjend Katamso 1 Medan.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat, digitalisasi menjadi kebutuhan mendasar di berbagai sektor, termasuk dunia pendidikan. TK Brigjend Katamso 1 Medan sebagai lembaga pendidikan anak usia dini menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya tarik serta memperluas visibilitasnya di tengah kompetisi yang semakin ketat. Metode pemasaran tradisional yang digunakan sebelumnya terbukti kurang mampu menjangkau calon orang tua murid secara optimal.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat berinisiatif memperkenalkan strategi pemasaran berbasis digital melalui pembuatan website dan pemanfaatan media sosial sekolah. Langkah ini diharapkan dapat menyajikan informasi yang lebih mudah diakses, sekaligus memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat.

Program pengabdian ini tidak hanya ditujukan untuk memperluas penyebaran informasi, tetapi juga diarahkan agar TK Brigjend Katamso 1 Medan mampu menjadi pilihan utama bagi orang tua dalam menentukan sekolah anak usia dini. Dengan pendekatan ini, diharapkan tingkat pendaftaran siswa baru dapat meningkat seiring dengan terbentuknya citra sekolah yang lebih profesional dan modern.

MASALAH

TK Brigjend Katamso 1 Medan masih menghadapi kendala dalam hal promosi dan visibilitas sekolah di masyarakat. Salah satu persoalan utama adalah keterbatasan akses informasi yang dapat diperoleh orang tua calon siswa terkait program, kegiatan, maupun fasilitas yang tersedia. Strategi pemasaran yang selama ini digunakan masih bersifat konvensional sehingga kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, sebagian besar orang tua belum mengetahui keunggulan dan keistimewaan yang dimiliki sekolah ini, sehingga berdampak pada rendahnya minat pendaftaran siswa baru. Tantangan tersebut semakin kompleks seiring dengan perubahan perilaku masyarakat yang kini lebih banyak mengandalkan media digital untuk mencari informasi.

Oleh karena itu, diperlukan upaya segera untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis digital yang mampu meningkatkan eksposur sekolah sekaligus menarik perhatian calon orang tua siswa. Melalui program pengabdian masyarakat ini, dirancang dan diimplementasikan sebuah

website sekolah sebagai sarana promosi yang diharapkan lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan zaman.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di TK Brigjend Katamso 1 Medan, yang beralamat di Jalan Sunggal No. 370, Medan Sunggal, Sumatera Utara. Program berlangsung mulai 6 Januari 2025 hingga 26 Februari 2025. Sasaran utama kegiatan adalah pihak pengelola sekolah, meliputi kepala sekolah, guru, staf administrasi, serta orang tua calon siswa sebagai target utama peningkatan pendaftaran.

Pendekatan yang digunakan untuk mengatasi permasalahan melibatkan beberapa tahapan, yaitu observasi langsung terhadap kondisi sekolah, wawancara dengan pengelola, serta analisis dokumen pendukung untuk memahami kebutuhan dan kendala yang ada. Selain itu, tim juga memberikan pelatihan kepada staf mengenai pemanfaatan website dan media sosial sebagai media promosi sekolah.

Keberhasilan program diukur melalui indikator seperti peningkatan jumlah kunjungan ke website, meningkatnya interaksi di media sosial, serta bertambahnya jumlah pendaftar baru setelah penerapan strategi digitalisasi pemasaran. Dengan metode tersebut, diharapkan TK Brigjend Katamso 1 Medan dapat lebih dikenal dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di masyarakat.

HASIL YANG DICAPAI

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di TK Brigjend Katamso 1 Medan berhasil memenuhi target yang telah ditentukan, yaitu tersusunnya dan diluncurkannya website sekolah sebagai media promosi berbasis digital. Website tersebut menampilkan berbagai informasi penting mengenai program, kegiatan, dan fasilitas yang tersedia, serta menyediakan fitur interaktif untuk mempermudah komunikasi antara sekolah dengan orang tua.

Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan visibilitas sekolah, yang terlihat dari bertambahnya jumlah pengunjung website dan interaksi di media sosial. Meski demikian, masih ditemukan kendala berupa keterbatasan pemahaman teknis dari sebagian staf sekolah dalam mengelola konten secara berkelanjutan, sehingga berpotensi mengurangi efektivitas jangka panjang.

Respon dari mitra, baik pengelola sekolah maupun orang tua, sangat positif. Mereka mengapresiasi langkah digitalisasi ini sebagai strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik sekolah. Hambatan yang ditemui selama kegiatan meliputi keterbatasan waktu pelatihan dan resistensi awal terhadap perubahan dari metode konvensional ke digital. Namun, hal tersebut juga membuka peluang untuk melaksanakan pelatihan lanjutan serta workshop agar staf lebih terampil dalam memanfaatkan teknologi digital.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran nyata berupa website, tetapi juga menciptakan peluang pengembangan lebih lanjut untuk memperkuat strategi pemasaran sekolah di masa depan.

Adapun tampilan *website* yang dibangun dan sedang dijalankan. Berikut tampilan dari *website* TK Brigjend Katamso 1 Medan :



Gambar 1 Tampilan *Website* Yang Dibangun



Gambar 5 Tampilan Halaman Visi



Gambar 6 Tampilan Halaman Misi

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di TK Brigjend Katamso 1 Medan telah mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan, yaitu tersedianya website sekolah sebagai media pemasaran digital yang efektif. Pendekatan yang digunakan, yakni observasi, wawancara, serta pelatihan, terbukti mampu menjawab permasalahan yang dihadapi sekolah dalam meningkatkan daya tarik serta visibilitasnya di kalangan orang tua calon siswa.

Dampak dari program ini terlihat jelas, dengan meningkatnya jumlah kunjungan ke website dan interaksi melalui media sosial, serta respon positif dari pihak sekolah maupun orang tua. Tidak hanya memperkuat citra sekolah, digitalisasi ini juga berkontribusi pada peningkatan pendaftaran siswa baru.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar sekolah secara rutin melaksanakan pelatihan tambahan bagi staf, khususnya terkait pengelolaan dan pembaruan konten digital. Selain itu, strategi pemasaran dapat dikembangkan lebih luas, misalnya melalui penggunaan iklan digital berbayar maupun kolaborasi dengan pihak eksternal seperti influencer pendidikan. Dengan langkah tersebut, diharapkan program serupa di masa mendatang dapat memberikan dampak yang lebih besar, berkelanjutan, dan mampu memperluas jangkauan promosi sekolah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di TK Brigjend Katamso 1 Medan. Pertama-tama, kami sampaikan terima kasih kepada Yayasan Pendidikan Demokrat Cemerlang yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang diperlukan selama kegiatan ini berlangsung. Kami juga berterima kasih kepada Ibu Malini S.Pd., selaku Kepala Sekolah TK Brigjend Katamso 1 Medan, yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan kepada tim kami. Selain itu, kami menghargai semua guru dan *staf* sekolah yang telah berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan implementasi digitalisasi pemasaran. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing kami, Bapak Martua Sitorus, S.E., M.M., yang telah memberikan arahan dan masukan berharga selama proses ini. Tanpa dukungan dan kerjasama dari semua pihak, kegiatan pengabdian ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Semoga kerjasama ini dapat terus berlanjut untuk kemajuan pendidikan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyanto, A., Bangun, R., Rifqi, M., Indillah, M., Ferlina, A., Trenggana, M., Sholihah, R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Suryanti Ismail, R., Putra, S., Mulia Utama, A., Syahputra, J., & Budiman, B. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN* (U. Saripudin, Ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG. www.freepik.com

BP, R. A., Munandar, S. A., Fitriani, A., Yuyun, K., & Yumriani. (2022). *PENGERTIAN PENDIDIKAN, ILMU PENDIDIKAN DAN UNSUR-UNSUR PENDIDIKAN*. *2*.

Fitriani, Y., Utami, S., Junadi, B., Studoi, P., Informasi, S., Teknik Dan Informatika, F., Bina, U., & Informatika, S. (2022). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional. Perancangan Sistem Informasi Human Capital Management Berbasis *Website*. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, *6*(4), 792–803. https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i4.919

Muddin, I. R., & Muryanto, S. (2021). Pemanfaatan Media *Website* Sebagai Promosi Penjualan Alat Pancing Muara Pancing Disaat Pandemi Covid-19 Di Kiringan RT 01/ RW 06 Boyolali. *SENYUM Boyolali*, *2*, 26–32. https://ejournal.uby.ac.id/index.php/sb/article/view/530/207

Radiansyah, E. (2022). PERAN DIGITALISASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN DIGITAL: TINJAUANLITERATURDAN ARAH PENELITIAN MASA DEPAN. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI*, *9*, 828–837