

ABSTRAK

Siti Rizqiyah. 190104030020, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa pada TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin.* Pembimbing (I) Syaipul Hadi, S.IP., MA., Pembimbing (II) Devi Noviyanti, SE., MM., Skripsi pada Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin. 2023

Kata Kunci: Strategi Promosi, Taman Kanak-kanak

Penelitian Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Siswa pada TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin dilatar belakangi oleh peran pentingnya strategi promosi bagi lembaga pendidikan terutama bagi sekolah TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin untuk meningkatkan jumlah siswanya yaitu dengan menerapkan beberapa bauran promosi agar menarik minat masyarakat terutama para orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya di sekolah TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin. Fokus permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi promosi yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah siswa pada TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan memahami strategi promosi dalam meningkatkan jumlah siswa pada TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif. Subjek dalam penelitian ini yaitu kepala sekolah, ketua panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB), dan orang tua atau wali siswa. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Selain itu, analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan/verifikasi. Adapun uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian dalam penelitian ini adalah sekolah TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin telah menerapkan dengan baik bauran promosi berdasarkan teori Lupiyoadi, tetapi ada beberapa bauran promosi yang belum dijalankan dengan optimal. Ada tiga bauran promosi yang diterapkan dengan baik dan optimal di sekolah TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin yaitu promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat (*public relation*) dan informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Adapun bauran promosi yang belum optimal diterapkan di sekolah TK. NU. Abdurrahman Banjarmasin yaitu periklanan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*) dan pemasaran langsung (*direct marketing*). Meskipun ada beberapa bauran promosi yang belum optimal diterapkan, tetapi berjalan dengan baik dan efektif promosi yang dijalankan untuk meningkatkan jumlah siswa.