

Peranan Sumber Daya Manusia dan Presentasi (Presenter) Dalam Memasarkan Produk Pendidikan di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

D Purnomo¹, Nu Haris Effendi²

^{1,2}Politeknik LP3I Jakarta, ¹djumatpurnomo@gmail.com, ²hrsbox@gmail.com

ABSTRACT

To win business competition either in the field of education or other fields businesses must carry out various marketing strategies such as: product strategy, pricing strategy, promotional strategy, and strategy and presentation of Manusa resources. The last two strategies are important strategies in recruiting prospective students (customers), Presenter's performance can be measured through the ratio of consumers who come to then enroll and the next who register (become students). The problem at the moment is that the balance between consumers who come, consumers who sign up and consumers who are accepted is poorly maintained . Based on the above problems, the author chose the Nusantara Professional Education and Development Institute (LP3N) as the object of research, because LP3N is an educational institution engaged in the development of Human Resources (HR) that produces ready-to-eat labor. The purpose of this research is prioritized to know the extent of the role of human resources and presentations (presenters) in marketing educational products in order to attract students in the process of admission of new students conducted by educational institutions and professional development of the archipelago (LP3N). In addition, in order to be utilized by the Nusantara Professional Education and Development Institute (LP3N) in taking policy in its marketing activities. In this study using quantitative method where this research is intended to describe and analyze the role of presenters in marketing educational products in educational institutions and professional development of the archipelago. While in the calculation process using SPSS Version 24.

Keywords : *Consumers, Human Resources, Marketing Strategy, Performance, Presenter.*

ABSTRAK

Untuk memenangkan persaingan bisnis baik di bidang pendidikan atau bidang yang lain pelaku usaha harus menjalankan berbagai strategi pemasaran seperti: strategi produk, strategi penetapan harga, strategi promosi, dan strategi dan presentasi sumber daya Manusia. Dua strategi terakhir adalah strategi penting dalam merekrut calon mahasiswa (pelanggan), kinerja Presenter dapat diukur melalui rasio konsumen yang datang untuk kemudian didaftarkan dan selanjutnya yang mendaftar (menjadi mahasiswa). Masalah yang dihadapi saat ini adalah keseimbangan antara konsumen yang datang, konsumen yang mendaftar dan konsumen yang diterima kurang terjaga secara baik . Berdasarkan permasalahan di atas, penulis memilih Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara (LP3N) sebagai objek penelitian, karena LP3N merupakan lembaga pendidikan yang bergerak di bidang pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menghasilkan tenaga kerja siap saji. Tujuan penelitian ini diprioritaskan untuk mengetahui sejauh mana peran sumber daya manusia dan presentasi (presenter) dalam memasarkan produk pendidikan dalam rangka menjaring mahasiswa dalam proses penerimaan mahasiswa baru yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dan pengembangan profesi nusantara (LP3N). Selain itu, agar dapat dimanfaatkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara (LP3N) dalam mengambil kebijakan dalam kegiatan pemasarannya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dimana penelitian ini dimaksudkan untuk menggambarkan dan menganalisis peran penyaji dalam memasarkan produk pendidikan di institusi pendidikan dan pengembangan profesi nusantara. Sedangkan dalam proses penghitungan menggunakan SPSS Versi 24.

Kata Kunci : Kinerja, Konsumen, Presenter, Strategi Pemasaran, Sumber Daya Manusia.

Naskah diterima: 08-06-2021, direvisi: 29-06-2021, diterbitkan: 01-09-2021

PENDAHULUAN

Merebaknya virus corona berdampak pada perekonomian dunia, termasuk Indonesia baik pada sisi perdagangan, investasi dan pariwisata (Kusumo & Azis, 2021), begitu pula pada dunia pendidikan. Dibeberapa negara sekolah, perguruan tinggi maupun universitas ditutup (Syah, 2020). Demi untuk mencegah penularan virus covid-19 ada banyak cara yang ditempuh oleh pemerintah salah satunya dengan membatasi aktifitas dalam kehidupan sehari-hari.

Berkaca dari ketentuan diatas perlu strategi pemasaran yang efektif. Salah satunya adalah dengan menggunakan media online hal tersebut yang dirasa tepat oleh para pelaku usah (Maskarto, 2021) melihat fenomena tersebut mau ngak mau diperlukan sebuah usaha yang ekstra dikarena proses promosi hanya bertumpu pada satu sisi yaitu secara online. disini diperlukan tenaga sumber daya manusia yang paham akan teknologi yang memungkinkan untuk dapat berkomunikasi tanpa tatap muka (Azis, 2018). Berkaca pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Arief dengan mengambil judul Peran penjualan dalam perusahaan didalam penelitian ini arah Kebijakan pemasaran dalam menentukan perusahaan itu akan berjalan dan sampai sejauh mana perusahaan akan mencapainya(Arief, 2017), selanjutnya penelitian yang dilaukan oleh Abdullah Husaini yang mengambil judul peranan manajemen sumberdaya manusia dalam organisasi dipenelitian ini dibahas Semua potensi yang dimiliki sumber daya manusia sangat berpengaruh kepada upaya organisasi dalam mencapai tujuan (Husaini, 2017). Dari beberapa penelitian terdahulu bahwa peranan presenter atau sumber daya manusia sangat menentukan dalam meningkatkan usaha atau bisnis baik yang bergerak dalam penjualan barang maupun jasa.

Berdasarkan pemahaman tersebut disamping memanfaatkan teknologi dan peran dari seorang presenter diperlukan pula strategi dalam menjanging calon mahasiswa. Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara (LP3N) merupakan lembaga pendidikan yang bergerak dalam bidang pengembangan Sumber Daya Manusia yang menghasilkan tenaga-tenaga kerja siap pakai. Yang saat ini kena dampak dari pandemi virus corona sehingga memerlukan sebuah strategi dalam berkomunikasi secara efektif agar pesan – pesan tersampaikan sesuai tujuan pemasaran(Dharmawansyah et al., 2014).

Melihat penelitian terdahulu tentang pentingnya peranan Sumber Daya Manusia yang dilakukan oleh Dedy Syahyuni (Syahyuni, 2019) pada penelitian ini membahas tentang hubungan kompensasi dan kepuasan dengan kepuasan kinerja karyawan, selanjutnya penelitian oleh Fatimah Abdillah (Abdillah, 2017) dalam penelitian ini membahas tentang peranan Marketing Public Relation demi membangun citra merek dari sebuah perusahaan kemudian penelitian oleh M Munir (Munir, 2018) dalam penelitian ini meneliti tentang peranan manajemen pemasaran dalam meningkatkan kuantitas peserta didik. Oleh karena itu dalam tulisan ini penulis mencoba membahas peranan Sumber Daya Manusia didalam melakukan presentasi demi memperkenalkan Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara (LP3N) dengan tujuan peningkatan penerimaan calon peserta didik.

KAJIAN LITERATUR

Strategi Pemasaran

Didalam memenangkan persaingan yang berkesinambungan dengan baik didalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa itulah salah satu pengertain dari strategi pemasaran(Wibowo et al., 2015), strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning dan bauran pemasaran. Bauran

pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat elemen yaitu produk, harga, promosi, tempat (Atmoko, 2018) Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah sebuah taktik atau cara dalam memenangkan persaingan bisnis

Kinerja

kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal dan tidak melanggar hukum serta sesuai dengan moral dan etika (Sandewa, 2018), kinerja merupakan pencapaian dari aktifitas seorang karyawan yang diukur secara kuantitas maupun kualitas dalam melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan (Arya et al., 2018) Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah sebuah hasil dari sebuah proses yang dilakukan secara individu maupun team.

Presenter

Yang menambah daya Tarik dari sebuah materi yang disajikan lewat kata-kata adalah seorang presenter (Simarmata & Qoriyanti, 2017), sedangkan menurut latief dan yusiati yang dikutip oleh Wirnita pengertian presenter adalah orang yang tampil di depan kamera dan membacakan berita dari studio atau orang yang membawakan segala jenis program televisi dari studio bisa juga disebut anchor atau reader (ESKA, 2015) Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa presenter adalah orang yang berperan aktif dalam menarik konsumen melalui ketrampilan dalam presentasi.

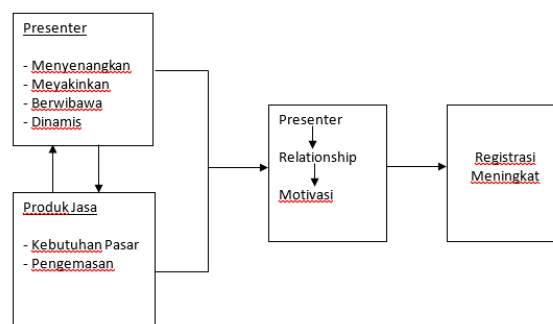
Konsumen

Pihak yang memanfaatkan baik barang atau jasa demi kepentingan sendiri maupun orang lain itulah yang dikategorikan konsumen (Mira Erlinawati, 2017), konsumen adalah yang melakukan pembelian untuk keperluan lebih lanjut (Sunarto, 2018)

Dari dua pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa orang yang membeli produk atau jasa untuk digunakan sendiri atau orang lain.

Sumber Daya Manusia

Sebuah sumber daya yang mempunyai peran sangat strategis serta potensial dalam sebuah organisasi adalah salah satu pengertian sumber daya manusia (Akbar, 2014), Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (Almasri, 2016)



Gambar 1. Model Penelitian (sumber : Penelitian 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Dalam penelitian ini mendeskripsikan tentang jumlah aplikasi, jumlah pendaftar dan presentase di samping itu penelitian ini juga menggunakan metode korelasional. Penelitian korelasional sendiri adalah penelitian yang menghubungkan antar variabel satu atau lebih dengan variabel lain (Wahyunni et al., 2017)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah peranan sumber daya manusia dan presentasi (presenter) Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara dalam penerimaan mahasiswa baru dalam setiap periode penerimaan rentan 3 tahunan.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variable dengan cara memberikan arti atau mengspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu usaha untuk melakukan pendekatan sejauh mana variable berpengaruh terhadap variable lain, untuk mempermudah dalam membahas penelitian ini. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independen variable*). Variabel bebas disini adalah jumlah siswa yang berminat/datang untuk mendapatkan informasi lebih lanjut ke LP3N (calon siswa/aplikan).
2. Variable terikat (*dependen variable*) Sedangkan variabel terikatnya adalah jumlah siswa yang mendaftar dan melakukan registrasi di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini menggunakan data sekunder berdasarkan laporan yang dibuat oleh bagian pemasaran yang direkapitulasi dari laporan per gelombang tiap tahunnya. Sehingga menjadi data table dan juga penulis dalam melakukan pengumpulan data ini melakukan pengamatan dan penelitian langsung ke LP3N, juga melakukan wawancara dengan para petugas penjualannya yang lebih dikenal dengan sebutan Presenter.

Analisa Korelasi

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Gambar 2. Analisa Korelasi (Rochmat, 2017)

Ket :

- r : Koofisien korelasi
 - X : Variable bebas (jumlah aplikasi)
 - Y : Variable 2 (jumlah perolehan siswa)
 - N : Sampel
- Sifat koofisien korelasi :
1. $-1 \leq r \leq 1$
 2. Tanda negative

Semakin tinggi nilai-nilai X maka akan semakin rendah nilai-nilai Y atau semakin rendah nilai-nilai X maka akan semakin tinggi nilai-nilai Y

3. Tanda positif
Semakin tinggi nilai-nilai X maka akan semakin tinggi nilai-nilai Y atau semakin rendah nilai-nilai X maka akan semakin rendah nilai-nilai Y
4. Hubungannya bersifat linier
5. Koofisien determinasi : r^2 (100%) yang menggambarkan besarnya proporsi variasi variable Y yang dijelaskan oleh variable X melalui persamaan regresi linier
6. Jika $r=0$, tidak berarti bahwa hubungan antara X dan Y tidak ada
7. Hubungan korelatif tidak ada implikasi hubungan sebab akibat
8. Adapun kriteria dalam penentuan kadar kekuatan hubungan yang dipakai adalah :

Tabel 1. Hipotesis Statistik

Nilai	Arti
<0,20	Hubungan antara variable-variable tersebut sangat lemah dan dapat diabaikan
0,20 - 0,39	Masih ada hubungan antara variable-variable tersebut walaupun hubungannya lemah
0,40- 0,69	Ada hubungan yang sedang antara variable-variable tersebut
0,70-1	Ada hubungan yang kuat antara variable-variable tersebut

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Hipotesis Statistik

Dengan kriteria Uji yaitu terima H1 apabila thitung lebih besar daripada ttabel dan taraf signifikansi sebesar 0,05, maka hipotesis statistiknya adalah terima H1= $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan terima H0 apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, dan hipotesis statistiknya adalah :

H1 : terdapat hubungan yang signifikan antara peranan sumber daya manusia dan presentasi (presenter) dengan perolehan jumlah siswa di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara.

H0 : tidak terdapat hubungan yang signifikan antara peranan sumber daya

manusia dan presentasi (presenter) dengan perolehan jumlah siswa di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Hasil Penerimaan Siswa LP3N 4 Tahun Terakhir

Berdasarkan hasil penerimaan siswa baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara selama empat terakhir periode, yaitu periode tahun Th ke.1, Th ke.2, Th ke.3 dan Th ke.4 dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 2. Data Jumlah Aplikasi Dengan Pendaftar dan Registrasi

Tahun Ke..	Jumlah Aplikasi n	Jumlah Pendaftar r	Jumlah Registrasi i
1	207	147	133
2	271	212	152
3	155	92	87
4	197	136	127

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil disini bahwa jumlah siswa dari mulai periode Tahun ke.1 sampai tahun Tahun ke.4 tidak stabil dan memiliki kecenderungan menurun, hanya pada tahun ke.2 mulai naik Kembali.

Gambaran Hasil Perbandingan Jumlah Aplikasi Dengan Jumlah Pendaftar

Dari hasil perhitungan presentase jumlah pendaftar terhadap jumlah aplikasi didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Perbandingan Jumlah Aplikasi Dengan Jumlah Pendaftar

Tahun Ke..	Jumlah Aplikasi n	Jumlah Pendaftar r	Presentase
1	207	147	71%
2	271	212	78%
3	155	92	59%
4	197	136	69%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan table perbandingan antara jumlah aplikasi yang datang dengan jumlah aplikasi yang mendaftar, dimana

kecenderungannya semakin menurun, dimana rasio perbandingan antara aplikasi dengan yang mendaftar lebih besar pada tahun ke.1 dan ke. 4.

Gambaran Hasil Perbandingan Jumlah Aplikasi dengan Jumlah Registrasi

Dari hasil perhitungan presentase jumlah registrasi terhadap jumlah aplikasi yang datang didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Perbandingan Antara Jumlah Aplikasi dengan Jumlah Registrasi

Tahun Ke..	Jumlah Aplikasi n	Jumlah Registrasi i	Persentas i
1	207	133	64%
2	271	152	56%
3	155	87	56%
4	197	127	64%

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil table perbandingan antara jumlah aplikasi yang datang dengan aplikasi yang melakukan registrasi, dimana kecenderungan rasio perbandingan yang tinggi pada tahun ke. 1 dan ke 4.

Gambaran Hasil Korelasi Antara Jumlah Aplikasi yang Datang Dengan Penerimaan Siswa Baru

Berdasarkan hasil pengujian statistic dengan menggunakan koefisien korelasi, maka didapatkan korelasi antara jumlah aplikasi yang datang dengan penerimaan siswa baru adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Korelasi Antara Jumlah Aplikasi Dengan Penerimaan Siswa Baru

No	Korelasi	Koefisien Korelasi	Kriteria Uji	Signifikan
1	Rasio aplikasi terhadap pendaftar	0.999	Terima H ₁ apabila t _{hitung} ≥ t _{tabel}	Signifikan
2	Rasio aplikasi terhadap p	0.937	Terima H ₁ apabila t _{hitung} ≥	Signifikan

registra si	t _{tabel}
Sumber : Data primer yang diolah, 2021	

Berdasarkan hasil korelasi antara peranan sumber daya manusia dan presentasi (presenter) dengan penerimaan siswa baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara, maka didapatkan hasil bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka kriteria ujinya terima H_1 dan tolak H_0 artinya terdapat korelasi yang signifikan antara peranan sumber daya manusia dan presentasi dengan penerimaan siswa baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

Pembahasan Jumlah Aplikasi, Jumlah Pendaftar dan Jumlah Registrasi di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

Dari hasil table 1 maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

1. Terlihat bahwa pada tahun Ke.2 terjadi kenaikan dari jumlah aplikasi, jumlah pendaftar maupun jumlah registrasi, hal ini disebabkan pada tahun ke.2 tersebut pelayanan siswa sangat baik, kinerja karyawan tinggi, pelayanan dosen baik, support dari LP3I sehingga secara integrasi pemasaran eksternal, internal dan interaktif berjalan dengan baik, dan hasil akhirnya adalah kenaikan jumlah siswa. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dengan hipotesis statistic diantara 0,70-1
2. Pada tahun Ke.3 terjadi penurunan baik jumlah aplikasi, pendaftar dan registrasi, hal ini disebabkan karena turunnya kualitas pelayanan tercermin dari banyaknya siswa complain mengenai dosen, turunnya kinerja karyawan, beberapa karyawan keluar, salah strategi marketing dan tidak didukung oleh LP3I. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dengan hipotesis statistic diantara 0,20 -0,39
3. Pada tahun ke.4 terjadi kenaikan kembali baik dari jumlah aplikasi, pendaftar dan registrasi, hal ini disebabkan mulai adanya perbaikan

pada manajemen, kinerja karyawan mulai tumbuh kembali, adanya tambahan SDM dan mulai terintegrasi kembali pemasaran eksternal, internal dan interaktif. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1 dengan hipotesis statistic diantara 0,40-0,69

Pembahasan Perbandingan Jumlah Aplikasi Dengan Jumlah Pendaftar di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

Dari hasil table 2 dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut :

1. Tahun ke 2 terjadi kenaikan jumlah aplikasi yang mendaftar, hal ini disebabkan kinerja presenter tinggi, promosi berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan perbandingan jumlah aplikasi, pendaftar dan diterima.
2. Tahun ke.3 terjadi penurunan jumlah aplikasi yang mendaftar, hal ini disebabkan turunnya kinerja presenter, kurang SDM untuk presenter, salah dalam strategi marketing. Hal tersebut dapat dilihat dengan perbandingan jumlah aplikasi, pendaftar dan diterima.
3. Tahun ke.4 terjadi kenaikan jumlah aplikasi yang mendaftar, hal ini disebabkan kinerja presenter naik kembali, adanya tambahan SDM untuk presenter dan mulai terintegrasinya kegiatan marketing. Hal tersebut dapat dilihat dengan perbandingan jumlah aplikasi, pendaftar dan diterima.

Pembahasan Perbandingan Jumlah Aplikasi Dengan Jumlah Registrasi di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

Dari hasil table 3 dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tahun Ke.2 terjadi kenaikan jumlah aplikasi yang terintegrasi, hal ini disebabkan kinerja presenter tinggi, promosi berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dilihat dengan naiknya jumlah presentase yang diterima.
2. Tahun Ke.3 terjadi penurunan jumlah aplikasi yang terintegrasi, hal ini disebabkan turunnya kinerja presenter,

kurang SDM untuk presenter, salah dalam strategi marketing. Hal tersebut dapat dilihat dengan turunnya jumlah presentase yang diterima.

3. Tahun ke.4 terjadi kenaikan jumlah aplikasi yang terintegrasi, hal ini disebabkan kinerja presenter naik kembali, adanya tambahan SDM untuk presenter, mulai terintegrasinya kegiatan marketing. Hal tersebut dapat dilihat dengan naiknya jumlah presentase yang diterima dari tahun sebelumnya

Pembahasan Korelasi Antara Jumlah Aplikasi Dengan Penerimaan Siswa Baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara

Dari hasil table 4 dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil korelasi antara jumlah aplikasi dengan pendaftar dan jumlah aplikasi dengan jumlah yang registrasi maka terdapat hubungan yang signifikan antara kedua hal tersebut dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,999 dan 0,937. Hal ini apabila dilihat dari kriteria korelasi, dimana terdapat hubungan yang kuat antara variabel sumber daya manusia dan presentasi (presenter) dengan hasil penerimaan siswa baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara.
2. Tingginya hubungan kedua variabel ini disebabkan karena dalam jasa pendidikan, peran presenter sangat besar, karena ditangan presenter sebagai ujung tombak pemasaran inilah yang akan menentukan hasil penerimaan siswa di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara. Dari sini tampak bahwa faktor-faktor yang ada pada diri presenter dan keahlian dalam menjual produk serta pengetahuan yang mendalam mengenai produk akan sangat menunjang dalam memberikan rasa percaya dan jaminan dari aplikasi untuk mendaftar sampai akhirnya melakukan registrasi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut : Sumber Daya Manusia dan Presentasi (presenter) sangat berhubungan dalam penerimaan siswa baru di Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Nusantara karena pengaruh dari kinerja yang ditampilkan oleh presenter yang mempunyai keahlian komunikasi maupun pengetahuan produk yang mendalam akan menunjang proses penerimaan siswa baru. Strategi pemasaran ini mempunyai korelasi yang tinggi, terutama bagi usaha di bidang layanan jasa pendidikan. Karena disinilah tombak utama dari proses penjualan suatu produk pendidikan, selain daripada kualitas produk maupun fasilitas yang dimilikinya. Korelasi yang tinggi juga didukung dari data prosentase penerimaan siswa baru dari tahun ke tahun, dimana ada penurunan jumlah siswa yang mendaftar dan registrasi pada tahun ke. 3 dan tahun ke. 4.

REFERENSI

- Abdillah, F. (2017). Efektivitas marketing public relation dalam membangun citra merek perusahaan jasa telekomunikasi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(1), 1–9. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1565>
- Akbar, D. R. (2014). Pengaruh Kemampuan , Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil di Lingkungan Kecamatan Tambaksari Surabaya. *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 2(1), 1–10.
- Almasri, M. N. (2016). Manajemen Sumber Daya Manusia: Imlementasi Dalam Pendidikan Islam. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Imlementasi Dalam Pendidikan Islam.*, Kutubkhanah: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, 19, 133–151. <https://doi.org/10.1002/eji.201370106>
- Arief, M. (2017). Peran Penjualan Dalam Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 8(2), 164–171.
- Arya, A. A., Dharmayanti, G. A. . C., & Dewi, A. . D. P. (2018). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

- Karyawan Pada Pt. Jaya Kusuma Sarana. *Jurnal Spektran*, 6(1), 95–104.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13769>
- Azis, N. (2018). Perancangan aplikasi enkripsi dekripsi menggunakan metode caesar chipper dan operasi xor. *Ikraith-Informatika*, 2(1), 72–80.
- Dharmawansyah, S., Cangara, H., & Sultan, M. I. (2014). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah ahasiswa Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3(4), 256–263.
- Eska, W. (2015). Keterampilan Berbahasa Presenter Penyaji Berita Pada Lembaga Penyiaran Televisi Wirnita Eska Staf Pengajar FKIP Universitas Bung Hatta Padang. *Jurnal IPTEKS Terapan*, 8(4).
- Husaini, A. (2017). Peranan Manajemen Sumberdaya Manusia Dalam Organisasi. *Jurnal Warta*, 51, 1–14.
- Kusumo, B., & Azis, N. (2021). Rancang Bangun Alat Penyiram Sayuran Hidroponik Menggunakan Arduino Mega 2560. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(1), 124–128. <https://doi.org/10.30865/mib.v5i1.2584>
- Maskarto, L. N. R. (2021). Penerapan Strategi B isnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Mira Erlinawati, W. N. (2017). Implementasi Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Online. *Serambi Hukum*, 11(01), 27–40.
- Munir, M. (2018). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik. *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 78–94. <http://ejournal.staida-krempyang.ac.id/index.php/intizam/article/view/1>
- Sandewa, F. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai di Kabupaten Banggai Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Clean Government*, 1(2).
- Simarmata, M. Y., & Qoriyanti, Q. (2017). Keterampilan Berbicara Menjadi Sebuah Profesi. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 6(1), 1–9.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*, V(1), 9.
- Syah, R. H. (2020). Dampak Covid-19 pada Pendidikan di Indonesia: Sekolah, Keterampilan, dan Proses Pembelajaran. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5). <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i5.15314>
- Syahyuni, D. (2019). Hubungan Antara kompensasi dan Pengembangan SDM Dengan Kepuasan Kerja Karyawan. *Ecodemica*, 3(1).
- Wahyunni, F., Dalifa, D., & Muktadir, A. (2017). Hubungan Antara Pendidikan Dalam Keluarga Dengan Sikap Rasa Hormat Siswa Kelas Iv Sd Negeri 03 Kota Pagar Alam. *Jurnal PGSD*, 10(2), 86–91. <https://doi.org/10.33369/pgsd.10.2.86-91>
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.