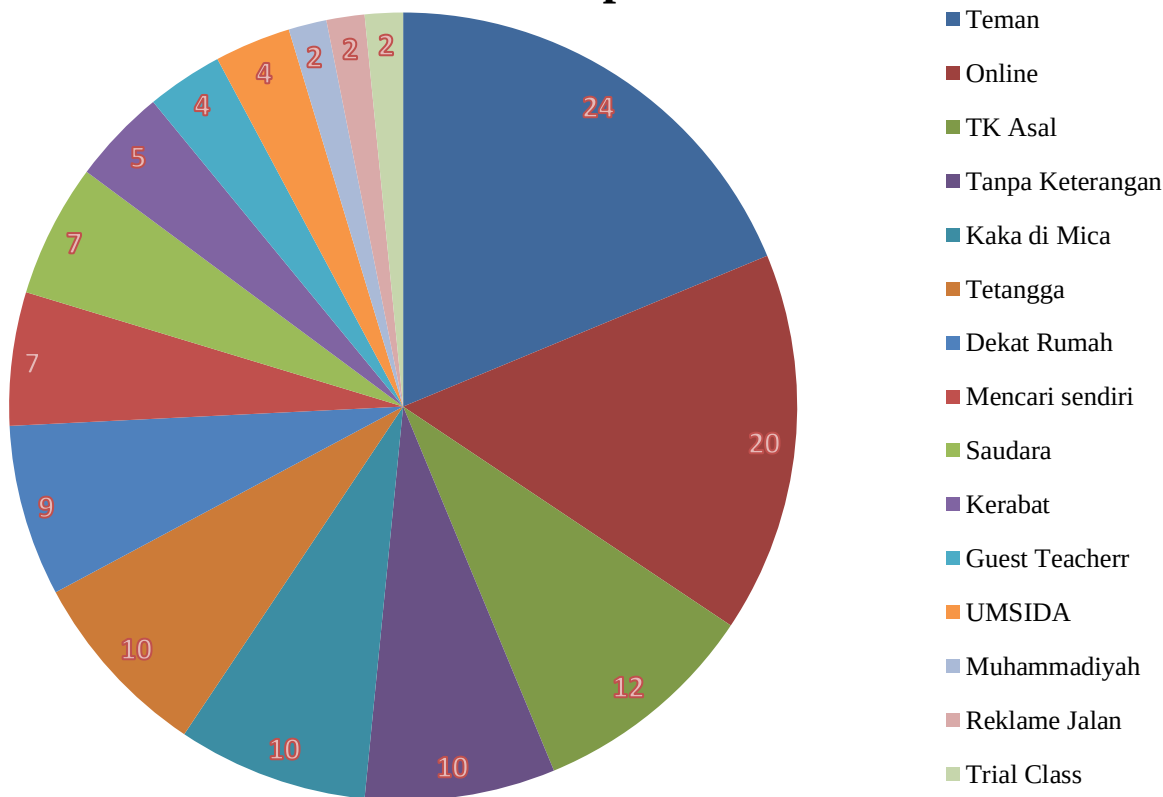


PPDB 2024 SD MICA

Informasi PPDB di Dapat Terkait MICA



No	Informasi	Volume
1	Teman	24
2	Online	20
3	TK Asal	12
4	Tanpa Keterangan	10
5	Kaka di Mica	10
6	Tetangga	10
7	Dekat Rumah	9
8	Mencari sendiri	7
9	Saudara	7
10	Kerabat	5
11	Guest Teacherr	4
12	UMSIDA	4
13	Muhammadiyah	2
14	Reklame Jalan	2
15	Trial Class	2

Berdasarkan data sumber informasi yang diperoleh calon siswa dalam PPDB SD MICA, analisa publikasi selanjutnya dapat difokuskan pada penguatan dan diversifikasi sumber informasi dengan prioritas sesuai volume yang diperoleh saat ini. Berikut adalah analisis dan rekomendasi untuk masing-masing sumber informasi:

No	Sumber Informasi	Analisi	Strategis
1	Teman (24)	Sumber utama calon siswa adalah dari teman. Ini menunjukkan kekuatan <i>word of mouth</i> (WOM) dan jaringan sosial.	- Tingkatkan hubungan komunitas dengan mengadakan acara yang melibatkan siswa dan orang tua, seperti reuni atau kegiatan keluarga. - Berikan penghargaan kepada siswa atau orang tua yang merekomendasikan sekolah melalui program referral.
2	Online (20)	Platform online adalah sumber utama kedua, menandakan bahwa kehadiran digital SD MICA cukup efektif.	- Perkuat pemasaran online melalui iklan di media sosial, SEO, dan konten video kreatif. - Gunakan testimoni orang tua/siswa di media sosial untuk meningkatkan kepercayaan.
3	TK Asal (12)	Hubungan dengan TK asal cukup signifikan, menunjukkan bahwa kemitraan dengan TK memberikan dampak	- Perluas kerja sama dengan lebih banyak TK di sekitar. - Adakan presentasi atau open house khusus untuk TK mitra.
4	Tanpa Keterangan (10)	Data ini kurang teridentifikasi, yang bisa berarti ada calon siswa yang tidak menyebutkan sumbernya.	- Optimalisasi formulir pendaftaran untuk memastikan semua calon siswa memberikan sumber informasi. - Lakukan survei tambahan pasca-pendaftaran untuk melengkapi data.
5	Kaka di MICA (10)	Adanya siswa baru dari saudara kandung menunjukkan tingkat kepuasan orang tua.	- Tawarkan program diskon khusus untuk keluarga dengan lebih dari satu anak yang mendaftar. - Publikasikan testimoni keluarga di platform digital.
6	Tetangga (10)	Informasi dari tetangga menunjukkan potensi komunitas lokal sebagai pengaruh besar.	- Tingkatkan keterlibatan dengan komunitas sekitar, misalnya melalui kegiatan sosial. - Sebar flyer atau brosur di lingkungan lokal.
7	Dekat Rumah	Proksimitas menjadi	Soroti lokasi strategis SD MICA dalam

	(9)	salah satu faktor penting.	materi promosi. Gunakan peta interaktif di situs web untuk menunjukkan aksesibilitas sekolah.
8	Mencari Sendiri (7)	Beberapa calon siswa atau orang tua aktif mencari informasi sendiri.	- Optimalkan visibilitas sekolah di pencarian Google dengan menggunakan kata kunci yang tepat. - Tingkatkan kualitas konten di website resmi.
9	Saudara (7)	Pengaruh saudara dekat mirip dengan poin "Kaka di MICA".	- Tingkatkan ikatan keluarga dengan program keluarga. - Sediakan cerita sukses siswa yang memiliki saudara di SD MICA.
10	Kerabat (5)	Informasi dari kerabat masih relatif kecil.	- Dorong program referral untuk jaringan keluarga besar. - Buat acara keluarga besar alumni untuk memperluas lingkaran informasi.
11	Guest Teacher (4)	Guru tamu memberikan pengaruh kecil, tapi memiliki potensi besar.	- Publikasikan kegiatan yang melibatkan guru tamu di media sosial dan situs web. - Rekrut lebih banyak guru tamu terkenal untuk menarik perhatian calon siswa.
12	UMSIDA (4)	Hubungan dengan UMSIDA sebagai afiliasi cukup penting namun masih kurang dimanfaatkan.	- Tingkatkan sinergi dengan UMSIDA melalui promosi bersama. - Adakan kegiatan yang melibatkan mahasiswa atau dosen UMSIDA sebagai pembicara atau fasilitator.
13	Muhammadiyah (2)	Afiliasi dengan Muhammadiyah kurang terekspos.	- Perkuat identitas Muhammadiyah dalam materi promosi. - Adakan acara bersama dengan organisasi Muhammadiyah lokal.
14	Reklame Jalan (2)	Reklame kurang efektif dalam menarik calon siswa.	- Evaluasi ulang lokasi dan desain reklame agar lebih menarik perhatian. - Fokuskan anggaran reklame pada area dengan lalu lintas tinggi.
15	Trial Class (2)	Jumlah calon siswa dari trial class kecil, meskipun potensinya besar.	- Adakan lebih banyak trial class dengan jadwal yang fleksibel. - Berikan pengalaman yang menarik selama trial class, seperti membawa pulang sertifikat atau kenang-kenangan.

Kesimpulan dan Rekomendasi Utama

1. **Fokus pada sumber utama:** Tingkatkan *word of mouth* dari teman dan digitalisasi promosi online.
2. **Optimalkan kemitraan:** Perkuat kerja sama dengan TK dan komunitas lokal.
3. **Diversifikasi strategi:** Kembangkan *trial class*, acara komunitas, dan sinergi dengan UMSIDA/Muhammadiyah.

Berikut adalah **tindakan taktis prioritas** yang dapat diambil sekolah berdasarkan data di atas untuk meningkatkan efektivitas publikasi dan rekrutmen:

No	Tindakan Prioritas	Prioritas	Tindakan Taktis
1	Optimalkan Strategi Word of Mouth (Teman – 24, Tetangga – 10, Saudara – 7, Kerabat – 5)	Memanfaatkan kekuatan jaringan sosial yang sudah menjadi sumber utama informasi.	- Luncurkan program referral untuk siswa/keluarga yang merekomendasikan calon siswa baru, seperti insentif berupa diskon biaya pendaftaran atau hadiah. - Adakan Family Day atau Community Gathering, melibatkan siswa, orang tua, dan calon siswa untuk membangun koneksi sosial. - Publikasikan cerita sukses siswa atau alumni melalui media sosial dan kegiatan sekolah.
2	2. Perkuat Promosi Online (Online – 20)	Tingkatkan visibilitas digital karena menjadi salah satu sumber utama.	- Tingkatkan kehadiran di media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dengan konten menarik, seperti video kegiatan siswa, testimoni orang tua, dan acara sekolah. - Gunakan iklan berbayar di platform digital, terutama di wilayah sekitar sekolah. - Optimalkan website sekolah dengan konten informatif, FAQ, dan sistem pendaftaran online yang user-friendly.
3	Kembangkan Kemitraan dengan TK Asal (TK Asal – 12)	Memanfaatkan hubungan dengan TK untuk memperluas jaringan.	- Adakan kegiatan sosialisasi langsung ke TK mitra, seperti presentasi sekolah dan kunjungan ke SD MICA. - Sediakan paket khusus "TK ke SD" untuk siswa dari TK tertentu, seperti diskon atau program orientasi. - Buat kerja sama formal dengan TK mitra untuk menjadikan SD MICA sebagai salah satu pilihan utama.
4	Tingkatkan Trial Class dan Aktivitas Komunitas (Trial Class – 2, Kaka di MICA – 10, Dekat Rumah – 9)	Meningkatkan pengalaman langsung calon siswa dan orang tua.	- Perbanyak jadwal trial class, dengan konsep yang menarik seperti "Sehari Bersama Guru". - Adakan kegiatan berbasis komunitas lokal, seperti lomba, bazar, atau workshop yang melibatkan calon siswa dan keluarga. - Promosikan program "Berbagi Pengalaman" dari siswa atau keluarga yang sudah bergabung.
5	Sinergi dengan UMSIDA dan	Memaksimalkan jaringan	Lakukan promosi bersama dengan UMSIDA, seperti menggunakan kanal komunikasi

	Muhammadiyah (UMSIDA – 4, Muhammadiyah – 2)	kelembagaan.	mahasiswa/dosen untuk menyebarkan informasi PPDB. - Adakan acara bersama Muhammadiyah lokal, seperti seminar parenting, kegiatan sosial, atau pelatihan keagamaan. - Manfaatkan citra dan reputasi UMSIDA serta Muhammadiyah untuk memperkuat kredibilitas SD MICA.
6	Tingkatkan Pengumpulan Data untuk Sumber "Tanpa Keterangan" (Tanpa Keterangan – 10)	Mengurangi data yang tidak teridentifikasi.	- Perbaiki formulir pendaftaran dengan pertanyaan lebih terstruktur terkait sumber informasi. - Lakukan survei pasca-pendaftaran untuk mengidentifikasi sumber informasi calon siswa.
7	Evaluasi dan Revisi Strategi Reklame Jalan (Reklame Jalan – 2)	Menilai efektivitas reklame yang ada.	- Pindahkan reklame ke lokasi dengan lalu lintas lebih tinggi, seperti area dekat perumahan atau sekolah TK. - Pastikan desain reklame menarik, informatif, dan mencantumkan informasi penting (website, nomor kontak, program unggulan).

A. Tindakan Prioritas (Jangka Pendek)

Langkah-langkah yang memberikan dampak langsung untuk meningkatkan jumlah pendaftar segera:

- **Program Referral (*Word of Mouth*)**
 - a. Luncurkan kampanye kilat untuk siswa/orang tua saat ini, seperti insentif langsung (diskon, hadiah, atau merchandise) untuk setiap calon siswa baru yang mendaftar melalui rekomendasi mereka.
 - b. Sebarkan informasi ini melalui grup WhatsApp orang tua dan komunitas lokal.
- **Optimalkan Media Sosial**
 - a. Buat konten promosi sederhana dan cepat, seperti testimoni video dari siswa/alumni, aktivitas sekolah, dan keunggulan sekolah.
 - b. Gunakan **iklan berbayar di media sosial** (Facebook/Instagram Ads) dengan target geografis sekitar sekolah.
- **Trial Class Ekspres**

- a. Selenggarakan sesi *trial class* atau open house kilat untuk calon siswa dan keluarga, dengan fokus pada pengalaman menarik seperti tur sekolah atau pertemuan dengan guru.
- **Kerja Sama dengan TK Asal**
 - a. Hubungi TK yang sudah bekerja sama dan undang siswa mereka untuk mendaftar melalui program diskon khusus untuk alumni TK tersebut.
- **Optimalkan Komunikasi Lokal (Tetangga dan Dekat Rumah)**
 - a. Sebarkan brosur atau flyer secara langsung ke lingkungan sekitar sekolah.
 - b. Pasang spanduk di area strategis dekat lokasi sekolah.
- **Penguatan Brand Sekolah:**
 - a. Tingkatkan kredibilitas SD MICA melalui pelaporan capaian siswa (akademik/non-akademik).
 - b. Perkuat identitas sebagai LabSchools UMSIDA yang memiliki standar pendidikan tinggi.
- **Peningkatan Kerjasama dengan Muhammadiyah:**
 - a. Tingkatkan kolaborasi dengan Muhammadiyah di Sidoarjo untuk menarik siswa dari keluarga Muhammadiyah.
- **Pengembangan Ekspansi Jaringan:**
 - a. Identifikasi TK-TK baru dengan potensi tinggi untuk diajak bekerja sama.
 - b. Bangun kepercayaan masyarakat melalui partisipasi aktif di acara-acara lokal.
- **Analisis dan Monitoring Berbasis Data:**
 - a. Lakukan survei kepada orang tua calon siswa setiap tahun untuk memahami kebutuhan dan faktor keputusan.
 - b. Manfaatkan data historis untuk mengidentifikasi tren dan peluang baru.

B. Tindakan Jangka Panjang (Perbaikan Sistemik)

Untuk memperbaiki strategi agar lebih efektif dalam PPDB berikutnya:

- **Perkuat Basis Data dan Sistem Informasi**
 - a. Tingkatkan pengumpulan data sumber informasi dengan formulir pendaftaran yang lebih baik.
 - b. Buat sistem survei pasca-PPDB untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang perilaku calon siswa.
- **Pengembangan Media Digital**
 - a. Rancang konten pemasaran digital secara strategis sepanjang tahun, termasuk artikel blog, video dokumentasi kegiatan sekolah, dan kampanye media sosial yang konsisten.
 - b. Perbaiki SEO dan optimalkan website sekolah agar mudah ditemukan di mesin pencari.
- **Sinergi Kelembagaan (UMSIDA dan Muhammadiyah)**

- a. Kembangkan kemitraan jangka panjang dengan UMSIDA dan Muhammadiyah untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik sekolah.
- b. Libatkan UMSIDA sebagai bagian dari kampanye promosi, misalnya melalui seminar atau kegiatan edukasi.
- **Bangun Hubungan yang Lebih Luas dengan TK Mitra**
 - a. Jalin kerja sama formal dengan lebih banyak TK di sekitar, termasuk program sosialisasi tahunan dan paket pendaftaran bersama.
- **Perbaiki Strategi Reklame dan Publikasi Offline**
 - a. Evaluasi lokasi dan desain reklame yang kurang efektif.
 - b. Pastikan materi promosi offline lebih menarik dan informatif untuk menarik perhatian.

Kesimpulan

1. **Jangka Pendek:** Fokus pada program referral, promosi media sosial, *trial class*, kerja sama dengan TK, dan komunikasi lokal.
2. **Jangka Panjang:** Bangun sistem informasi yang kuat, tingkatkan pemasaran digital, kembangkan sinergi kelembagaan, dan perluas jaringan dengan TK mitra.

Dengan kombinasi langkah ini, sekolah dapat mencapai target PPDB saat ini sekaligus memperkuat strategi untuk tahun mendatang.