

Penerapan Strategi STP Untuk Meningkatkan Kompetensi Kepala Sekolah dan Guru Pada Tata Kelola Gugus PAUD VI

^{1*}Poniran Yudho Leksono, ²Sigit Ratnanto, ³Rony Kurniawan, ⁴Herry Purnomo, ⁵Edy Djoko S, ⁶Melina Astri Dewanti, ⁷Ilham Putra Pratama
1,2,3,4,5,6,7 Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

E-mail: ^{1*}poniranyudho@unpkediri.ac.id, ²Sgt.ratnanto@gmail.com,
³ronykurniawan@unpkediri.ac.id, ⁴herypurnomo@unpkediri.ac.id, ⁵edydjoko@unpkediri.ac.id
, ⁶melinaastri43@gmail.com, ⁷lp738339@gmail.com

*Corresponding Author

Abstrak—Dewasa ini kebutuhan peningkatan kompetensi kepala sekolah dan guru sangat penting diperlukan guna menunjang kemajuan organisasi khususnya pada lembaga PAUD. Dalam kegiatan ini, kami selaku team kegiatan pengabdian masyarakat melakukan kegiatan ke lembaga PAUD Gugus VI kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Dalam kegiatan ini kami memberikan sasaran pada perihal kompetensi kepala sekolah dan guru, Penerapan Strategi STP, Peningkatan Tata Kelola Lembaga bidang Marketing. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian ini yaitu berupa pengarahan, pelatihan, pendampingan dan evaluasi. Dari hasil evaluasi tim pengabdian masyarakat bahwa Lebih lanjut kami berharap pada kesempatan lain, organisasi PAUD GUGUS VI dapat mengambil langkah khusus terkait tindak lanjut apa yang sudah kami berikan hingga dapat meningkatkan kemajuan organisasi hingga diperoleh keberhasilan pada bidang kompetensi SDM, Penerapan Strategi STP dan Marketing

Kata Kunci— *Strategi STP, Kualitas Pelayanan, Tata Kelola*

Abstract— *Today the need to increase the competence of school principals and teachers is very important to support organizational progress, especially in PAUD institutions. In this activity, we, as a team of community service activities, conducted activities at the Gugus VI PAUD institution, Kertosono sub-district, Nganjuk Regency. In this activity we target the competence of school principals and teachers, Implementation of the STP Strategy, Improvement of Institutional Governance in the field of Marketing. The method used by this service team is in the form of direction, training, mentoring and evaluation. From the evaluation results of the community service team, we further hope that on another occasion, the GUGUS VI PAUD organization can take specific steps regarding the follow-up of what we have provided so that we can increase organizational progress so that success is obtained in the field of HR competence, STP Strategy Implementation and Marketing.*

Keywords— *STP Strategy, Service Quality, Governance*

1. PENDAHULUAN

Gugus Paud adalah wadah antar gugus paud yang melaksanakan kegiatan pembinaan pendidikan taman kanak-kanak. Fungsi lembaga gugus paud yang ditetapkan dalam kebijakan pemerintah pusat adalah wahana pembinaan profesi dalam rangka meningkatkan kompetensi bagi pendidik dan tenaga pendidik yang terencana dan sistematis.

Dalam perkembangannya pemerintah membina melalui Kelompok Kerja Guru (KKG) yang merupakan program kerja gugus sebagai wahana bengkel kerja pendidik pendidik anggota gugus. Seluruh anggota dapat berdiskusi dan membuat media pembelajaran guna meningkatkan kualitas pembelajaran pada lembaga masing-masing dan berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan.

Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) adalah upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak sejak lahir sampai dengan usia 6 tahun yang dilakukan melalui rangsangan pendidikan untuk membantu pertumbuhan dan perkembangan jasmani dan rohani agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut sebelum lanjut ke jenjang pendidikan dasar.

Kami selaku team kegiatan pengabdian mencoba memahami organisasi pada obyek organisasi PAUD Gugus VI kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk melalui peran lembaga PAUD dalam hal mempelajari lingkup cara mengajar, melatih dan membimbing serta mendidik anak usia dini agar memiliki perkembangan wawasan dan karakter, sehingga kami menentukan mengambil tema fokus pada peningkatan kompetensi kepala sekolah dan guru, penerapan strategi STP, Peningkatan Tata Kelola Lembaga serta Peningkatan Bidang Marketing.

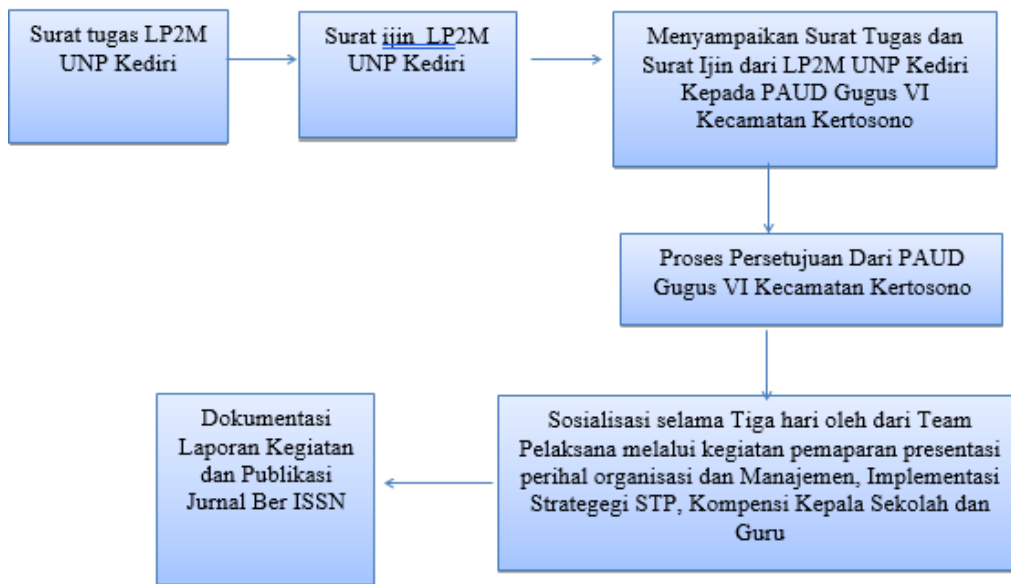
2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengambil tema Peningkatan Kompetensi Kepala Sekolah dan Guru Dalam Bidang Pengelolaan Lembaga Taman Kanak-kanak dan Kemampuan Manajerial Dengan Materi Penerapan Strategi STP dan Manajemen Marketing adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Uraian Permasalahan dan solusi

| No | Uraian Problem | Uraian Solusi |
|----|---|---|
| 1 | Problem Kompetensi Kepala Sekolah dan Guru | Diperlukan Dokumentasi Rencana Kompetensi Kepala Sekolah dan Guru |
| 2 | Problem Implementasi Strategi Segmentasi, Targeting dan Positioning | Diperlukan Dokumentasi Rencana Strategi STP |
| 3 | Problem Peningkatan Tata Kelola Marketing | Diperlukan Dokumentasi Rencana Marketing |

Adapun metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Alur Pengabdian

3. **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Adapun detail paparan presentasi kami memberikan knowledge manajerial pada Paud Gugus VI kabupaten Nganjuk perihal :

a. **Manajemen Organisasi Sekolah**

Dengan memberikan presentasi paparan perihal manajemen organisasi sekolah pada umumnya hingga level paud pada khususnya dengan didahului penjelasan faktor internal dan eksternal organisasi sebelum menentukan langkah manajerial yang umum pada tatatan penguatan organisasi, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan sehingga kebutuhan akan perubahan menjadi tercapai untuk menghadapi tantangan

organisasi PAUD GUGUS VI kecamatan Kertosono.

b. Peningkatan Kompetensi Kepala Sekolah dan Guru

Dengan memberikan kebutuhan kompetensi kepala sekolah dan guru dalam fokus meningkatkan pelayanan bagi kepuasan orang tua dan peserta didik.

c. Implementasi Strategi STP

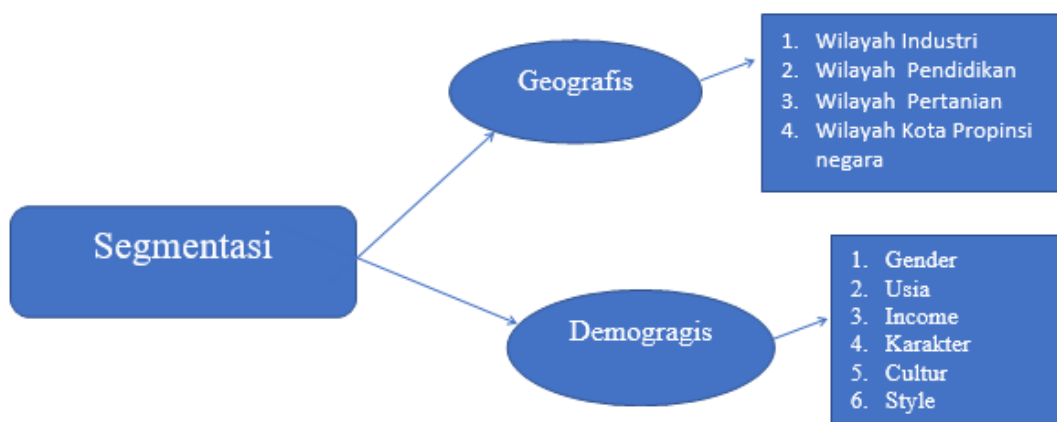
Mempresentasikan wawasan perihal Strategi STP yaitu Segmentasi, Target dan Positioning yang merupakan model untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai untuk lembaga PAUD Gugus VI sehingga dapat lebih membuat masyarakat terkesan akan keberadaan organisasi sebagai lembaga pendidikan PAUD.

d. Peningkatan Tata Kelola Marketing

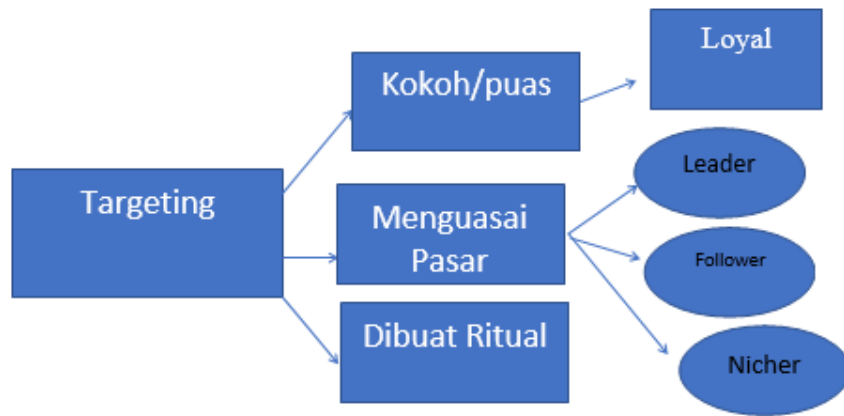
Mempresentasikan marketing khusus bagi model lembaga organisasi PAUD GUGUS VI kecamatan Kertosono melalui penjelasan bagaimana peran marketing terkait ilmu strategi bisnis yang mengacu pada kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempromosikan pembelian dan penjualan produk jasa yang di emban lembaga ini, hingga dapat diperoleh margin peserta didik yang diharapkan.

e. Peningkatan Tata Kelola SDM

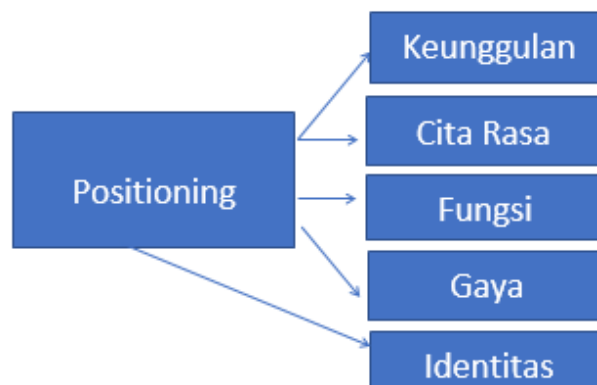
Mempresentasikan manfaat ilmu manajemen SDM bagi lembaga PAUD Gugus VI kecamatan kertosono meliputi bagaimana SDM dikelola dengan baik mulai dari rekrutment, selection, potitioning, reward and punishment nya hingga peran SDM dapat maksimal bagi kemajuan organisasi.



Gambar 2. Skema Segmentasi



Gambar 3. Skema Targeting



Gambar 4. Skema Positioning



Gambar 5: Kegiatan ke Lokasi GUGUS VI di KB Sabilillah



Gambar 6 : Kegiatan ke Lokasi GUGUS VI di KB Dahlia Ceria



Gambar 7 : Kegiatan ke Lokasi GUGUS VI di KB Bhayangkari

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian permasalahan yang dialami mitra PKM, maka pelaksanaan kegiatan PKM telah berhasil merealisasikan seluruh solusi dan target kegiatan yaitu bertambahnya pengetahuan dan peningkatan kompetensi kepala sekolah dan guru, penerapan strategi STP, Peningkatan Tata Kelola Lembaga serta Peningkatan Bidang Marketing. Sehingga dari pelatihan berdampak pada perluasan akses lingkup pasar, kualitas pelayanan dan tata kelola manajemen penyelenggara. Terlihatnya antusiasme peserta saat pelatihan dan rasa bangga ketika dia adakan simulasi kasus sehingga dapat mendapat masukan dan wawasan yang bagus untuk di terapkan dalam Lembaga masing-masing dan berdaya guna dalam peningkatan kualitas anak didik. Sehingga, ke depannya perlu dilakukan evaluasi keberhasilan dari program yang telah terbentuk dan pengawasan yang berkesinambungan dari Organisasi PAUD GUGUS VI Kec. Kertosono.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Direktorat Pendidikan Anak Usia Dini, PANDUAN PRAKTIS PENGUATAN PENDIDIKAN KARAKTER PADA PENDIDIKAN ANAK USIA DINI, 2019
- [2] Tiris Sudrartono, Agus Supandi Soegoto dkk Manajemen Pemasaran Jasa, Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.
- [3] Arcaro., Jerome, Pendidikan Berbasis Mutu: Prinsip-Prinsip Perumusan dan Tata Langkah Penerapan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2007
- [4] Sagala., Syaiful, Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan. Bandung: Alfabeta. 2010
- [5] Sudjana.,Nana, Pembinaan dan Pengembangan Kurikulum di Sekolah. Bandung: Sinar Baru Algensindo. 2005
- [6] Lestari E, S Aliami, PY Leksono, "Performa Segmenting Targeting Dan Positioning Untuk Mempertahankan Mind Share Pada Produk Bolu Kering Mak Plengeh UD Wahyu Jaya Kota Kediri". Efektor 9 (2), 248-254, 2022
- [7] Mulyadi, Kepemimpinan Kepala Sekolah Dalam Mengembangkan Budaya Mutu. Malang: UIN Maliki Press. 2010

- [8] Anwar, M, “Analisis Kepemimpinan Manajerial Kepala Paud Fajar Berkah Bagik Lonjer Desa Rensing Kec. Sakra Barat”. *Khatulistiwa*, 1(2), 30-39. 2020
- [9] Wijaya and Sirine, “Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap”, *Ajie*, vol. 1, no. 3, pp. 175–190, 2016
- [10]Criestiana Hariyanto. “Segmentasi Dan Positioning Perguruan Tinggi Swasta Di Surabaya”, *Jurnal Wima*, Volume 4, Nomor 2. 2018.
- [11]Luluk. Syafitri, “IMPLEMENTASI STRATEGI STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) DI KB-TK KHADIJAH SURABAYA,” *Liq. ryst.*, vol. 21, no. 1, <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/52557> pp. 1–17. 2020
- [12]Sephy Lavianto, “ANALISIS STP (SEGMENTATION, TARGETING, POSITIONING) PADA LEMBAGA PENDIDIKAN XYZ”, *JINTEKS (Jurnal Informatika Teknologi dan Sains)* Vol. 4 No. 1, hlm. 59 – 64. 2022
- [13]Aliyanti, Tika Novi, “Penerapan Strategi STP (Segmentasi, Targeting, Positioning) di PT. Mina Wisata Islami Surabaya”, UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019
- [14]Urul 'Aini, R. A. “Strategi Segmentasi, Targeting Dan Positioning (STP) Lembaga Pendidikan Islam: Strategi Segmentasi, Targeting Dan Positioning (STP) Lembaga Pendidikan Islam”. *Jurnal Ats-Tsaqofi*, 2(1), 23-42.2020
- [15]Aris Nurbawani, “Strategi Kepala Sekolah Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan di Lembaga Pendidikan Baru Pada Era Marketing 4.0 (Studi Kasus di SMK BP Subulul Huda)”, *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* Vol. 2 No. 1,pp 52-73 <https://sajiem.iainponorogo.ac.id/sajiem>, 2021
- [16]Atika, Imam Machali, “Segmentasi dan Positioning Jasa Pendidikan di MAN Yogyakarta III”. *Manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* Volume 1, Nomor 2 h. 153, November 2016.