

## Pendampingan Implementasi *Marketing Mix* Dan Tata Kelola Keuangan Untuk Mengoptimalkan *Brand* TK Aisyiyah Bustanul Athfal (ABA) Balung

Feti Fatimah<sup>1\*</sup>, Ibna Kamelia Fiel Afroh<sup>2</sup>, Tria Emilia<sup>3</sup>, Sofia Alifah<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Muhammadiyah Jember

[fetifatimah@unmuhjember.ac.id](mailto:fetifatimah@unmuhjember.ac.id)<sup>1</sup>, [ibna.kamelia@unmuhjember.ac.id](mailto:ibna.kamelia@unmuhjember.ac.id)<sup>2</sup>, [triaemilia3@gmail.com](mailto:triaemilia3@gmail.com)<sup>3</sup>, [Sofialifah.74@gmail.com](mailto:Sofialifah.74@gmail.com)<sup>4</sup>

Diterima: Desember 2025 | Dipublikasikan: Agustus 2026

### *Abstrak*

TK Aisyiyah Bustanul Athfa (ABA) Balung berada di tengah pemukiman yang padat penduduknya dan terdapat banyak anak yang berusia 4 sampai 5 tahun. Namun jumlah siswa yang sekolah semakin lama semakin sedikit karena banyak masyarakat tidak mempercayai kualitas dan bagaimana tata kelola keuangannya sehingga dibutuhkan pendampingan implementasi marketing mix dan tata kelola keuangan melalui pengabdian masyarakat. Tujuan kegiatan adalah mengimplementasi marketing mix serta tata kelola keuangan transparan dan dapat dipercaya dapat optimalkan brand sehingga kepercayaan masyarakat ke TK ABA semakin meningkat karena TK ABA Balung mampu mengoptimalkan Produk (kurikulum, fasilitas, program unggulan), Harga (biaya pendidikan, diskon, paket), Tempat (lokasi sekolah, aksesibilitas, kenyamanan) dan Promosi (iklan, media sosial, acara terbuka, kerja sama). Meningkatnya kepercayaan ini dapat meningkatkan brand dan menambah jumlah siswa. Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode pendampingan, latihan, implementasi program, serta monitoring dan evaluasi secara berkelanjutan. Kegiatan yang sudah berhasil yakni memberikan latihan dan mendampingi penerapan marketing mix serta tata kelola keuangan guna optimalkan brand TK ABA Balung. Implikasi teoritikal adalah pengembangan teori marketing mix di lingkungan sekolah. Implikasi praktis kegiatan ini adalah kemampuan mitra menerapkan marketing mix dan kemampuan membuat laporan keuangan. Antusiasme yang tinggi dari peserta dan dukungan mitra menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak positif dan relevan dengan kebutuhan mitra.

**Kata Kunci:** pengabdian masyarakat; marketing mix; tata kelola keuangan; brand; mitra

### *Abstract*

*Aisyiyah Bustanul Athfa (ABA) Balung Kindergarten is located in the middle of a densely populated settlement and there are many children aged 4 to 5 years. However, the number of students attending the school is decreasing because many people do not trust the quality and how its financial management is so that assistance is needed in the implementation of marketing mix and financial management through community service. The purpose of the activity is to implement a marketing mix and transparent and trustworthy financial management to optimize the brand so that public trust in ABA Kindergarten increases because ABA Balung Kindergarten is able to optimize Products (curriculum, facilities, flagship programs), Prices (tuition fees, discounts, packages), Places (school location, accessibility, comfort) and Promotions (advertising, social media, open events, collaborations). This increased trust can improve the brand and increase the number of students. This community service activity uses mentoring, training, program implementation, and continuous monitoring and evaluation methods. The successful activity is providing training and assisting in the implementation of marketing mix and financial management to optimize the ABA Balung Kindergarten brand. The theoretical implication is the development of marketing mix theory in the school environment. The practical implications of this activity include partners' ability to implement the marketing mix and prepare financial reports. The high level of enthusiasm from participants and support from partners demonstrates that this activity has a positive impact and is relevant to their needs.*

**Keywords:** community service; marketing mix; financial governance; brand; partners

## Pendahuluan

Mitra kegiatana adalah TK Aisyiyah Bustanul Athfal (ABA) Balung, Lokasi: Jl. Jawa Gg. Masjid Al-Falah RT 003/RW 006 Dusun Krajan Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember Kabupaten Jember, Jawa Timur, Jumlah siswa: 29; Tenaga pendidik: 7 guru, sarana dan prasarana: Ruang kelas, tempat bermain dan toilet. Marketing mix dan tata kelolala keuangan diperlukan dalam semua organisasi karena citra organisasi bisa semakin maju dengan memahami dan mampu mengimplementasikan dalam kegiatannya (Suhardan, 2020). Marketing mix merupakan alat pemasaran yang menggunakan Product, Price, Promotion dan Place untuk menghitung nilai keberhasilan dan brand organisasi. Tata kelola keuangan di sekolah merupakan rangkaian kegiatan untuk mengelola keuangan sekolah dimulai perencanaan, pembukuan, pembelanjaan, pengawasan, hingga pertanggungjawaban (Suyati, 2020). Sekolah bermutu tinggi adalah sekolah yang mampu mengimplementasikan *Marketing mix* dan tata kelola keuangan dengan baik (Hasibuan, 2021), (Dahyani, 2021), (Suyati, 2020), (Fauziah, Muna & Muhyidin, 2022), (Inayati & Pratiwi, 2023), (Dumbela et al., 2023), hal ini juga berlaku bagi sekolah taman kanak-kanak (TK). Sekolah TK merupakan kegiatan pembelajaran guna anak usia dini. Pembinaan untuk anak usia sekolah taman kanak-kanak berguna untuk membangun karakter, sehingga para orang tua/wali murid akan memilih sekolah sesuai harapan mereka terutama tentang pelayanan yang ada di sekolah tersebut. Pelayanan bertujuan memenuhi keinginan dan kebutuhan para orang tua siswa yang sangat menginginkan anaknya mendapatkan pendidikan yang layak misalnya dengan penerapan *marketing mix* dan tata kelola keuangan yang baik di sekolah. Penerapan *marketing mix* dan tata kelola keuangan yang baik dapat meningkatkan *brand* sekolah dan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah tersebut. Jumlah siswa TK ABA Balung cenderung menurun padahal letaknya di daerah padat penduduk yang banyak terdapat anak usia sekolah taman kanak-kanak yang rinciannya pada Tabel 1.

**Tabel 1 Jumlah Siswa TK ABA Balung**

Tahun	TK ABA		
	Laki-laki	Perempuan	Total
2020	21	14	35
2021	20	13	33
2022	18	13	31
2023	17	14	31
2024	14	16	30
2025	16	13	29

Sumber: TK ABA Balung (2025)



Gambar 1 & 2. Foto papan nama dan lingkungan TK ABA Balung



Gambar 3 Foto Lingkungan TK ABA Cabang Balung yang belum menarik.

Penurunan jumlah siswa di TK ABA Balung, sebagaimana tercermin dalam Tabel 1, mengindikasikan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pembelajaran masih perlu ditingkatkan. Kondisi fisik sekolah yang terekam pada Gambar 1, 2, dan 3 memperlihatkan lingkungan yang belum cukup representatif untuk menarik minat calon wali murid.

Berdasarkan evaluasi terhadap kondisi saat ini, beberapa isu utama yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut: 1) Produk yaitu tidak ada keunggulan program yang merupakan ciri khas sekolah dan kurikulum yang dapat menjadi nilai diferensiasi sekolah belum dikembangkan. 2) Harga yaitu struktur biaya operasional masih belum tersusun dengan jelas dan pilihan skema pembayaran masih terbatas dan kurang variatif. 3) Tempat (*Place*) yaitu lokasi sekolah tidak berada di area strategis atau di tepi jalan utama dan lingkungan sekolah belum cukup menarik untuk mendukung suasana bermain dan belajar yang optimal. 4) Promosi yaitu penyampaian informasi kegiatan harian maupun informasi sekolah di media sosial belum dilakukan secara rutin, komunikasi dengan orang tua dan masyarakat sekitar belum terbangun dengan baik. 4) Tata Kelola Keuangan yang tidak ada sistem rencana, pelaksanaan, dan laporan keuangan yang transparan, akuntabel, efisien, serta efektif.

Oleh karena itu, program pelatihan marketing mix dan manajemen keuangan menjadi urgensi untuk memperkuat brand sekolah. Integrasi antara strategi pemasaran yang efektif dan

tata kelola keuangan yang akuntabel diharapkan mampu membangun citra positif, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan animo masyarakat dan menjamin keberlanjutan institusi.

### Metode Kegiatan

Berdasarkan evaluasi terhadap kondisi saat ini, beberapa isu yaitu:

#### 1. Produk

- a. Tidak ada ciri khas program unggul yang menjadi ciri khas sekolah.
- b. Kurikulum yang dapat menjadi nilai diferensiasi sekolah belum dikembangkan.

#### 2. Harga

- a. Struktur biaya operasional masih belum tersusun dengan jelas.
- b. Pilihan skema pembayaran masih terbatas dan kurang variatif.

#### 3. Tempat

- a. Sekolah tidak berada di tempat strategis atau di tepi jalan utama.
- b. Lingkungan sekolah belum cukup menarik untuk mendukung suasana bermain dan belajar yang optimal.

#### 4. Promosi

- a. Penyampaian informasi kegiatan harian maupun informasi sekolah di media sosial belum dilakukan secara rutin.
- b. Komunikasi dengan orang tua dan masyarakat sekitar belum terbangun dengan baik.

#### 5. Tata Kelola Keuangan

Tidak ada sistem perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan keuangan yang transparan, akuntabel, efisien, serta efektif.

### Solusi

Solusi dari Permasalahan Mitra

1. Strategi Produk (Kurikulum & Program Unggulan) Permasalahan: Sekolah belum memiliki identitas khas dan kurikulum diferensiasi yang kuat. Solusi: Inovasi Program: Melakukan riset kebutuhan pasar untuk menetapkan fokus sekolah (seperti Tahfiz atau STEM) melalui pilot project jangka pendek (3 bulan).

Pengembangan Kurikulum: Menyusun kurikulum khas yang terintegrasi dengan Kurikulum Merdeka, lengkap dengan modul ajar dan metode Project-Based Learning. Peningkatan SDM: Memperkuat kompetensi guru melalui workshop serta penyusunan SOP instruksional yang jelas.

2. Strategi Harga & Manajemen Anggaran. Permasalahan: Struktur biaya operasional belum tertata dan sistem pembayaran masih kaku. Solusi: Standarisasi Keuangan: Menyusun RAPBS yang mendetail menggunakan template standar untuk memisahkan biaya tetap dan variabel, disertai evaluasi berkala. Fleksibilitas Pembayaran: Menawarkan skema cicilan, diskon early bird, dan beasiswa, serta mengadopsi sistem pembayaran digital guna memudahkan wali murid.
3. Strategi Lokasi & Lingkungan Fisik. Permasalahan: Lokasi kurang strategis dan tampilan fisik sekolah kurang kompetitif. Solusi: Optimalisasi Aksesibilitas: Memperluas jangkauan melalui pemasaran digital, pemasangan papan petunjuk di area publik, dan menjalin kemitraan dengan komunitas lokal. Revitalisasi Fasilitas: Mempercantik estetika sekolah melalui mural edukatif, penataan ruang kelas yang nyaman, dan penghijauan area bermain untuk menstimulasi siswa.
4. Strategi Promosi & Komunikasi. Permasalahan: Kehadiran di media sosial masih minim dan interaksi dengan masyarakat belum efektif. Solusi: Manajemen Konten: Membentuk tim pengelola media sosial yang bertugas menjalankan kalender konten rutin (Instagram/FB) untuk menunjukkan aktivitas harian sekolah. Pelibatan Stakeholder: Mengaktifkan komunitas orang tua, mengadakan kegiatan Open School, dan menggunakan saluran komunikasi digital yang responsif untuk menjangkau aspirasi.
5. Tata Kelola Keuangan Sekolah. Permasalahan: Belum adanya sistem pencatatan dan pelaporan keuangan yang akuntabel. Solusi: Digitalisasi Pencatatan: Menggunakan perangkat lunak keuangan (Excel/Aplikasi khusus) untuk mencatat transaksi secara akurat. Sistem Kontrol: Menetapkan SOP keuangan yang ketat, melakukan audit internal rutin setiap semester, dan memberikan pelatihan berkelanjutan bagi staf bendahara untuk menjamin transparansi.

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dirancang untuk memastikan kegiatan berjalan secara sistematis, terukur, partisipatif, dan memberikan dampak berkelanjutan bagi sekolah mitra. Pendekatan yang digunakan mencakup metode pendampingan, pelatihan, implementasi program, serta monitoring dan evaluasi. dengan perincian kegiatan sebagai berikut:

### 1. Metode Pendekatan

Pengabdian ini menggunakan pendekatan:

#### a. *Participatory Action Research* (PAR)

Sekolah terlibat langsung dalam proses analisis masalah, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program agar perubahan dapat berkelanjutan.

b. *Capacity Building*

Peningkatan kapasitas guru, manajemen, dan staf melalui workshop, pelatihan, dan pendampingan intensif.

c. *Problem Solving* Terintegrasi

Setiap kegiatan diarahkan pada penyelesaian permasalahan mitra secara komprehensif (produk, harga, tempat, promosi, dan tata kelola keuangan).

## 2. Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian dilakukan pada tanggal 3 Januari sampai 31 Maret 2026 melalui beberapa tahap sebagai berikut:

- a. Tahap Persiapan.
  - 1). Identifikasi kebutuhan sekolah dan validasi masalah.
  - 2) Penyusunan rencana kerja bersama pihak sekolah.
  - 3) Pembentukan Tim Pelaksana dan Tim Sekolah Mitra.
  - 4) Penyusunan materi pelatihan dan modul kegiatan.
- b. Tahap Pelaksanaan.
  - 1) Pengembangan Program Unggulan
    - a) *Focus Group Discussion* (FGD) dengan guru dan manajemen.
    - b) *Penyusunan* SOP, modul ajar, dan indikator keberhasilan program.
  - 2) Pelatihan Kurikulum Diferensiasi
    - a) Workshop Kurikulum Merdeka, ATP, modul ajar, dan asesmen.
    - b) Pendampingan penyusunan kurikulum khas sekolah.
  - 3) Perbaikan Sistem Pembiayaan
    - a) Workshop penyusunan RAPBS.
    - b) Pendampingan penyusunan skema pembayaran fleksibel.
    - c) Penerapan metode pembayaran digital.
  - 4) Penguatan Promosi dan Komunikasi
    - a) Pelatihan pengelolaan media sosial (konten, caption, video pendek).
    - b) Penyusunan kalender konten mingguan bersama admin sekolah.
    - c) Pendampingan pembuatan WhatsApp Business, flyer digital, dan brosur.
  - 5) Tata Kelola Keuangan
    - a) Pelatihan pencatatan keuangan berbasis Excel/Google Sheets.
    - b) Penyusunan SOP keuangan (pencatatan, verifikasi, pelaporan).
    - c) Pendampingan pembuatan laporan bulanan.

### 6) Revitalisasi Lingkungan Sekolah

- a) Pendampingan desain tata ruang dan lingkungan.
- b) Implementasi mural edukatif dan sudut bermain.
- c) Supervisi pelaksanaan revitalisasi fisik ringan.

### 3. Evaluasi dan Output

Evaluasi dilakukan secara berkala melalui: a. Evaluasi Proses, yaitu Observasi langsung kegiatan pelaksanaan, Daftar hadir dan tingkat partisipasi guru/Manajemen, Catatan harian pendampingan. b. Evaluasi Hasil, yaitu Tersusunnya program unggulan sekolah, Kurikulum diferensiasi diterapkan minimal pada satu tingkat kelas, Admin media sosial aktif mengunggah konten secara rutin, Tersusunnya RAPBS dan SOP keuangan, Peningkatan kualitas lingkungan belajar berdasarkan kuesioner orang tua. Evaluasi Dampak, yaitu

Peningkatan jumlah pendaftar, Peningkatan kepuasan orang tua, Penguatan citra dan branding sekolah, Peningkatan keterampilan guru dalam merancang pembelajaran dan kurikulum.

Output yang Diharapkan, yaitu Dokumen Kurikulum Khas Sekolah, SOP Keuangan dan RAPBS, Modul Program Unggulan, Kalender Konten Media Sosial. Laporan Peningkatan Fasilitas Sekolah, Laporan Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

### Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat stimulus (PKMS) dengan tema *pendampingan implementasi marketing mix dan tata kelola keuangan untuk mengoptimalkan brand TK Aisyiyah Bustanul Athfal (ABA) Balung* telah menghasilkan beberapa luaran nyata yang mendukung capaian tujuan program, baik dari sisi peserta, mitra, maupun tim pengabdian. Adapun luaran yang berhasil dicapai adalah sebagai berikut: pertama, produk (program dan kurikulum), yaitu mengembangkan program unggulan yang dapat menjadi identitas dan daya tarik utama sekolah dan menyusun kurikulum yang memiliki keunikan dan keunggulan kompetitif sehingga mampu meningkatkan kualitas pembelajaran serta diferensiasi sekolah dari kompetitor.

Kedua Harga (Biaya & Pembiayaan), yaitu menyusun struktur biaya operasional yang jelas, terukur, dan *sesuai* kebutuhan sekolah dan menghadirkan variasi opsi pembiayaan atau skema pembayaran yang lebih fleksibel bagi orang tua.

Ketiga Tempat (Lingkungan Sekolah), yaitu mengoptimalkan fasilitas dan lingkungan sekolah agar lebih menarik, nyaman, dan mendukung proses belajar serta bermain dan meningkatkan nilai strategis lingkungan sekolah melalui perbaikan tampilan, aksesibilitas, dan kenyamanan.

Keempat promosi (Komunikasi & Publikasi), yaitu: meningkatkan frekuensi dan kualitas publikasi kegiatan sekolah di media sosial secara konsisten dan membangun komunikasi yang lebih intensif, terbuka, dan positif dengan orang tua serta masyarakat sekitar untuk meningkatkan kepercayaan dan citra sekolah. Kelima yaitu tata kelola keuangan, yaitu mengembangkan sistem keuangan yang transparan, akuntabel, efisien, dan efektif melalui prosedur perencanaan, pelaksanaan, dan pelaporan yang terstandar.



Gambar 4 &5. Pendampingan marketing mix dan tata kelola keuangan dan penyerahan bantuan

## Kesimpulan Dan Saran

### Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu memberikan pelatihan dan pendampingan penerapan *marketing mix* dan tata kelola keuangan untuk mengoptimalkan *brand* TK Aisyiyah Bustanul Athfal (ABA) balung. Melalui pendekatan participatory community engagement dan metode project-based learning, kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman mengenai konsep *marketing mix* dan tata kelola keuangan, serta menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat berkembang. Kegiatan ini juga menghasilkan berbagai luaran yang signifikan, seperti dokumen portofolio penerapan *marketing mix* dan kemampuan membuat laporan keuangan. Antusiasme yang tinggi dari peserta dan dukungan mitra menunjukkan bahwa kegiatan ini berdampak positif dan relevan dengan kebutuhan mitra.

### Saran

Mitra diharapkan dapat melanjutkan kegiatan pelatihan sejenis dalam kurikulum pengembangan diri atau ekstrakurikuler, mengintegrasikan kemampuan, memfasilitasi siswa untuk terus mengembangkan portofolio digital dan mempromosikan produk kreatif mereka secara

mandiri. Universitas Muhammadiyah Jember dapat memperluas jangkauan kegiatan pengabdian, menjadikan kegiatan ini sebagai model pembelajaran berbasis pengabdian (*service learning*) bagi mahasiswa, mendorong publikasi ilmiah dari hasil kegiatan untuk meningkatkan rekognisi akademik. Pemerintah (khususnya institusi pendidikan) mendukung program pengabdian internasional sebagai bagian dari diplomasi pendidikan dan penguatan soft power Indonesia, memberikan fasilitasi dan insentif kepada institusi pendidikan tinggi yang melakukan kolaborasi lintas negara di bidang pengabdian masyarakat. Tim Pengabdian Masyarakat melakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil kegiatan untuk perbaikan program ke depan, menyusun rencana pelatihan lanjutan berbasis kebutuhan mitra, membangun platform digital kolaboratif untuk dokumentasi hasil portofolio mitra secara berkelanjutan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Ucapan Terimakasih Lembaga Penelitiandan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membiayai terselenggaranya program pengabdian masyarakat

### Daftar Pustaka

- Dahyani, T. (2021). Analisis Tata Kelola dan Pengawasan Keuangan Sekolah di SMA Bukit Asam Tanjung Enim. *Journal of Innovation in Teaching and Instructional Media*, 1(2), 133–141. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jpam/article/view/34371>
- Dumbela, B. A., Lapadang, W. F., & Siddik, A. S. (2023). Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Marketing Mix 4p di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 2000–2007. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6117>
- Fatimah, F., Murtalining Tyas, W., & Sukma Hadi, N. (2024). The Analisis Retail Service, Customer Experience, Switching Barriers, Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen UMKM Ritel. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 20(1), 108–127. <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.916>
- Fauziah, Muna & Muhyidin, K. (2022). Strategi Marketing Mix 4p dalam Mewujudkan Sekolah Unggulan. *Cakrawala: Jurnal Kajian Manajemen Pendidikan Islam Dan Studi Sosial*, 6(1), 1–16.
- Hasibuan, A. R. D. (2021). PENDIDIKAN SEKOLAH DASAR PADA AKHIR PERIODE TAHUN 2020. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan Juripol*, 4, 304–309. <https://www.jurnal.polgan.ac.id/index.php/juripol/article/view/11051/546>
- Inayati, A., & Pratiwi, D. (2023). Marketing Mix Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Kuantitas Peserta Didik di MA Muhammadiyah 5 Sidoharjo. *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management*, 4(1), 43–58. <https://sajiem.iainponorogo.ac.id/sajiem>
- Suhardan, D. (2020). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suyati. (2020). Tata kelola keuangan sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam Volume 10 Nomor 1*, 2020, 10. <https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.5811>