

ABSTRACT

Promotion Strategy at Catholic Peace Lovers Primary School. *The purpose of this Final Project is to find out how the strategy of promotion of Catholic Peace Lovers Primary School increasing the number of students. The method used in this research is the observation technique and document. To get the required data, the author participate directly in promotional activities in school, as well as conducting interviews with the principal and public relations (PR). After the research, it can be concluded that the promotion strategy carried out by the Catholic Peace Lovers Primary School Surabaya has been running well by carrying out promotional activities consisting of advertising promotion strategy (spreading brochures, putting up banners and participating in educational exhibitions), sales promotion strategies (giving scholarships, open house, choral filling and filling Christmas events at kaza mall), public relations promotion strategies (computer and English teaching for kindergarten students, introduction of health and nutrition and distribution of basic foods) and personal selling promotion strategies. The most superior strategy in increasing the number of new student acceptance are sales promotion strategy and public relations (PR) because with these strategy the school can communicate directly with pontetial customers (students). The limitation of this research result is that public relations promotion activities only focus on kindergarten schools that are still one foundation with the Catholic Peace Lovers School, should be done also at other schools outside the scope of the foundation.*

Keywords : *Marketing, Promotion, Strategy, Education*

ABSTRAKSI

Strategi Promosi Pada SD Katolik Pencinta Damai. Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi SD Katolik Pencinta Damai dalam meningkatkan jumlah siswanya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif. Untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, penulis ikut terjun langsung dalam kegiatan promosi disekolah, serta melakukan wawancara dengan kepala sekolah dan bagian hubungan masyarakat (humas). Setelah dilakukan penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh SD Katolik Pencinta Damai Surabaya sudah berjalan baik dengan melaksanakan kegiatan promosi yang terdiri dari strategi promosi periklanan (menyebarkan brosur, memasang spanduk dan mengikuti pameran pendidikan), strategi promosi penjualan (memberikan beasiswa, *open house*, mengisi paduan suara dan mengisi acara natal di kaza mall), strategi promosi hubungan masyarakat (pengajaran komputer dan bahasa Inggris untuk siswa TK, pengenalan kesehatan dan gizi serta pembagian sembako) dan strategi promosi penjualan perseorangan. Strategi yang paling unggul dalam meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru yaitu strategi promosi penjualan dan hubungan masyarakat (humas) karena dengan kedua strategi ini sekolah dapat berkomunikasi langsung dengan calon pelanggan (siswa). Keterbatasan hasil penelitian ini yaitu kegiatan promosi hubungan masyarakatnya terfokus pada sekolah TK yang masih satu yayasan dengan SD Katolik Pencinta Damai, sebaiknya dilakukan juga pada sekolah-sekolah lain di luar lingkup yayasan.

Kata-kata kunci : Pemasaran, Promosi, Strategi, Pendidikan