

LAPORAN *BEST PRACTISE*
UPAYA PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK
BARU MELALUI STRATEGI *MARKETING MIX* DI SMK
BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2023



Disusun Oleh:
Heni Wulan Susanti, S.E., M.Si

SMK BAKTI UTAMA PATI
TAHUN 2023

Jl.Ki Ageng Selo No. 15 Pati Jawa Tengah
Telp/Fax.(0295) 382585

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) pada sebuah satuan pendidikan merupakan kegiatan yang sangat penting dan mempunyai nilai strategis untuk menyeleksi calon peserta didik yang berpotensi. Demikian halnya bagi SMK Bakti Utama Pati yang mana proses PPDB dijadikan sarana untuk menyeleksi calon peserta didik yang berpotensi dari sisi akademik dan sehat jasmani. Penerimaan peserta didik baru bukan hanya digunakan untuk menyeleksi peserta didik baru, akan tetapi juga digunakan sebagai sarana promosi. Kegiatan promosi ini dimaksudkan untuk memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati Kepada Masyarakat umum dan khususnya bagi siswa/siswi SMP/Mts Negeri atau Swasta di wilayah Pati.

SMK Bakti Utama Pati mulai beroperasi dan resmi membuka pendaftaran siswa baru pada Tahun Ajaran 2016/2017. Sebagai sekolah yang baru beroperasi, selain menyiapkan segala kebutuhan guna memenuhi standar kelayaan sekolah, SMK Bakti Utama juga mempersiapkan diri dan melakukan berbagai usaha untuk mensosialisasikan keberadaan dan keunggulan sekolah kepada masyarakat.

Pada tahun pertama pendirian SMK Bakti Utama Pati membuka 2 kompetensi keahlian yaitu Teknik Sepeda Motor dan Tata Kecantikan Kulit Dan Rambut. Hasil dari proses PPDB tahun pertama adalah penerimaan 17 siswa yang mendaftar pada kompetensi Teknik Sepeda Motor (TSM), sedangkan kompetensi keahlian TKKR tidak menghasilkan siswa yang berminat. Perkembangan pada tahun selanjutnya terjadi kenaikan jumlah peserta didik dan kompetensi keahlian TKKR mulai mendapatkan peminat walaupun dengan jumlah yang sangat sedikit.

Sesuai dengan visi SMK Bakti Utama Pati yaitu menjadi sekolah menengah kejuruan yang menghasilkan lulusan berkompeten, berdaya saing serta siap kerja, siap lanjut pendidikan dan berbudaya wirausaha, maka SMK Bakti Utama Pati terus berusaha meningkatkan kinerja di semua sektor dan memaksimalkan segala keunggulan yang menjadi sumber kekuatan. Selain tetap memperkuat kualitas proses pembelajaran, sarana prasarana, manajemen sumber daya manusia dan pembelajaran yang menyenangkan di 2

kompetensi keahlian yang sudah ada, SMK Bakti Utama Pati juga kembali membuka kompetensi keahlian baru pada Tahun Ajaran 2020/2021 yaitu Asisten Keperawatan, Keperawatan Lansia (Caregiver) dan Keperawatan Sosial (Social Care).

Adanya keberagaman jenis bidang kompetensi keahlian tersebut dimungkinkan sesuai dengan Peraturannya Direktur Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Nomor 06/D.D5/KK/2018 tanggal 7 Juni 2018 tentang Spektrum Keahlian Sekolah Menengah Kejuruan (SMK)/Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK). Meskipun sekolah diberikan kebebasan memilih mendirikan jurusan yang menurut pertimbangan potensi pasar menjadi jurusan yang prospek diminati masyarakat namun tetap setiap kompetensi keahlian di SMK Bakti Utama Pati dikembangkan secara maksimal dengan mengakomodir pertimbangan dari semua stakeholder serta mengutamakan kerjasama dengan Dunia Industri/Dunia Kerja, Perguruan Tinggi, instansi Sekolah Menengah setara dan dibawahnya (SMP dan MTs), instansi bidang lainnya seperti kesehatan, keagamaan, sosial masyarakat dan TNI/POLRI.

Terobosan membuka jurusan terbukti memberikan daya ungkit yang signifikan terhadap peningkatan secara total jumlah peserta didik SMK Bakti Utama Pati. Proses peningkatan tersebut hampir 100% dari tahun sebelumnya hingga pada Tahun Ajaran 2022/2023 total peserta didik SMK Bakti Utama Pati mencapai 276 siswa. Upaya peningkatan jumlah peserta didik adalah sebuah usaha wajib yang harus dilakukan demi keberlanjutan sekolah karena dengan jumlah peserta didik yang memadai secara kuantitatif maka akan sangat mendukung struktur manajemen keuangan sekolah menjadi stabil sehingga program-program yang direncanakan untuk meningkatkan kualitas pendidikan dapat tercapai.

Pencapaian tersebut diatas tidak didapatkan begitu saja, sebagai sekolah yang dalam kategori merintis diharuskan melakukan usaha ekstra dalam hal marketing dan branding sekolah. Semua potensi input, proses pembelajaran dan output lulusan harus bisa diperkenalkan secara terus menerus kepada masyarakat. Tidak cukup dengan itu pemberian program pembiayaan yang terjangkau dengan jaminan pendidikan yang berkualitas juga harus dilakukan dengan hati-hati dan memperhatikan situasi kompetisi.

Sehubungan dengan segala usaha dan pengalaman yang dilakukan SMK Bakti Utama Pati dalam meningkatkan jumlah peserta didik dan branding sekolah tersebut diatas

maka saya selaku Kepala Sekolah membuat karya tulis ilmiah yang bersifat Best Practise dengan judul **UPAYA PENINGKATAN JUMLAH PESERTA DIDIK BARU MELALUI STRATEGI MARKETING MIX DI SMK BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2023.**

B. RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah dalam Best Practise ini adalah:

1. Apa saja program-program yang direncanakan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Bakti Utama Pati?
2. Bagaimana analisis keberhasilan program-program marketing mix yang dijalankan?
3. Apa usaha tindak lanjut untuk memperbaiki dan meningkatkan hasil pada periode selanjutnya?

C. TUJUAN

Tujuan dari penulisan Best Practise ini adalah:

1. Untuk memaparkan program-program yang direncanakan untuk meningkatkan jumlah peserta didik di SMK Bakti Utama Pati.
2. Untuk melakukan analisis keberhasilan program-program marketing mix yang dijalankan.
3. Untuk merancang usaha tindak lanjut guna memperbaiki dan meningkatkan hasil pada periode selanjutnya.

D. MANFAAT

Manfaat dari penulisan Best Practise ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Laporan *Best Practise* ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber referensi ilmiah karena disusun berdasarkan data dan fakta serta telah melalui proses analisis dalam menghasilkan kesimpulan.

2. Manfaat Istitusional

Laporan *Best Practise* ini dapat bermanfaat bagi institusi SMK Bakti Utama Pati di antaranya:

- a. Sebagai evaluasi terhadap kinerja yang telah dilakukan dan bahan pertimbangan dalam proses perencanaan program periode selanjutnya.
- b. Sebagai catatan prestasi dan kinerja Kepala Sekolah dalam pengembangan sekolah

BAB II

LANDASAN TEORI

A. MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN

Pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu kegiatan atau proses sosial yang dilakukan secara manajerial, baik dilakukan oleh individu atau secara kelompok, untuk mendapatkan hasil sesuai yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui bentuk penawaran dengan pihak lain yang berkepentingan (Kotler, 2004). Dalam manajemen pemasaran pendidikan terdapat bauran (alat) pemasaran jasa pendidikan yaitu produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses jasa pendidikan (Wahyudi, 2017)

Manajemen pemasaran pendidikan memiliki peran penting dan strategis bagi kelangsungan sebuah lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan, manajemen pemasaran pendidikan harus bertitik tolak dari kebutuhan dan keinginan konsumen (masyarakat) dengan memperkirakan sekaligus menentukan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta penyerahan jasa yang memuaskan secara efektif dan efisien. Hal ini tentu menuntut lembaga pendidikan agar mampu bersaing dalam proses pemasaran pendidikan. Apabila lembaga pendidikan memiliki pemasaran pendidikan yang baik dengan didukung oleh fasilitas yang memadai, maka kualitas lembaga pendidikan akan semakin meningkat. Akan tetapi, bila lembaga pendidikan lemah dalam pemasaran pendidikan, maka dapat dipastikan akan berkurang peminatnya, apalagi dari segi kualitas dan prestasinya.

Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan sekolah yang tepat akan memicu tumbuh kembangnya pendidikan bagi lembaga pendidikan. Pada akhirnya hasil pendidikan yang berupa sumber daya manusia dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di luar maupun di dalam bidang pendidikan itu sendiri. Apabila produsen tidak mampu memasarkan hasil produksinya, dalam hal ini jasa pendidikan disebabkan mutunya tidak dapat memuaskan konsumen, maka produksi jasa yang ditawarkan tidak akan diminati para konsumen.

Strategi pemasaran pendidikan diadopsi dari dunia bisnis. Istilah marketing terfokus pada sisi kepuasan konsumen dengan memakai dasar pemikiran yang logis, jika konsumennya tidak puas, berarti marketingnya gagal. Dengan kata lain, jika lembaga pendidikan yang memproses jasa pendidikan tidak mampu memuaskan *users educations* sesuai dengan *need* pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak dapat mempertahankan keeksisannya (Minarti, 2011). Jika logika corporate ini dipakai dalam dunia pendidikan, maka lembaga pendidikan dapat dimaknai sebagai sebuah lembaga yang bergerak di bidang layanan jasa pendidikan yang kegiatannya melayani konsumen berupa siswa, mahasiswa, maupun masyarakat umum yang dikenal sebagai *stakeholder*. Sebab, etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara menyeluruh (Hidayat dan Machali, 2012).

B. STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*)

Upaya sekolah dalam meningkatkan animo masyarakat menggunakan konsep 7 (tujuh) bauran pemasaran jasa pendidikan. Konsep 7 (tujuh) bauran pemasaran tersebut meliputi 4 (empat) “P” yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) dan ditambahkan dengan 3 (tiga) “P” lainnya yaitu sumber daya manusia (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*) (Kotler dan Amstrong, 2008). Berikut adalah konsep strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) berdasarkan Mahmud MY1 , Riftiyanti Savitri2 , & Lesiana Oktorita (2021):

1. Produk (*Product*)

Menurut Kotler, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk dalam konteks jasa pendidikan adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Lembaga pendidikan yang mampu bertahan dan mampu memenangkan persaingan jasa pendidikan adalah lembaga yang dapat menawarkan reputasi, prospek, mutu pendidikan yang baik, dan peluang yang cerah bagi para siswa untuk menentukan pilihan-pilihan yang diinginkannya atau dengan kata lain produk

pendidikan merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2. Harga (*Price*)

Price merupakan elemen yang berjalan sejajar dengan mutu produk, dimana apabila mutu produk baik, maka calon siswa/mahasiswa berani membayar lebih tinggi sepanjang dirasa dalam batas kejangkauan pelanggan pendidikan. Prinsip utama dalam menentukan harga adalah menghitung keseluruhan biaya yang diperlukan ditambahkan benefit yang dibutuhkan untuk kepentingan pengembangan dalam beberapa tahun.

3. Tempat (*Place*)

Place adalah letak lokasi sekolah mempunyai peranan yang sangat penting, karena lingkungan dimana jasa disampaikan merupakan bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan cukup berperan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Dalam hal ini penyedia jasa perlu mempertimbangkan faktor-faktor diantaranya akses yaitu kemudahan mencapai lokasi, visibilitas yaitu lembaga tersebut dapat terlihat dengan jelas keberadaan fisiknya, lalu lintas dalam arti tingginya tingkat kemacetan akan mempengaruhi minat customer terhadap jasa tersebut, tempat parkir yang luas, ketersediaan lahan untuk kemungkinan perluasan usaha, persaingan yaitu dengan memperhitungkan lokasi pesaing, dan ketentuan pemerintah tentang peruntukan lahan sesuai dengan standar pelayanan minimum yang harus di anut oleh setiap lembaga pendidikan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promotion merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yaitu aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas lembaga dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. aktivitas tentang bagaimana memberitahu pelanggan tentang keberadaan produk/jasa. Aspek yang harus dipertimbangkan adalah bentuk komunikasi, khususnya iklan (*advertising*), penjualan personal (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*) dan publisitas penyedia jasa tersebut, membujuk customer untuk membeli dan menggunakan jasa tersebut.

5. Sumber Daya Manusia (*People*)

People adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen-elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara pakaian karyawan dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian.

Adapun sumber daya manusia adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa konsumen serta mempengaruhi persepsi konsumen, seperti para personal penyedia jasa, pelanggan, dan para pelanggan lain yang terkait dengan jasa tersebut. Sumber daya manusia dalam sebuah lembaga sekolah dikelompokkan menjadi tiga, yaitu administrator, guru, dan pegawai, yang perlu memiliki kompetensi yang tinggi, karena pada pelaksanaannya tiga sumber daya tersebut yang secara langsung menyampaikan jasa kepada para siswa, sehingga puas tidaknya siswa tergantung bagaimana jasa tersebut tersampaikan.

6. Bukti fisik (*Physical Evidence*)

Physical evidence merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sarana fisik antara lain lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan *service* yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya.

7. Proses (*Process*)

Proses penyampaian jasa pendidikan merupakan inti dari seluruh pendidikan, kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk sirkulasi dalam merekrut pelanggan pendidikan. Kesadaran guru akan tugas dan tanggungjawabnya, menuntut kemauan untuk terus belajar dan

berkembang. Oleh karena itu, kesanggupan berusaha dan belajar sendiri merupakan kecakapan modal dasar yang perlu dikembangkan karena selain memperbaiki pengetahuan dan kecakapan sekaligus memperkuat jabatan guru sebagai pendidik yang profesional.

Proses pendidikan yang baik juga mempertimbangkan kepuasan siswa dalam pelayanan aktualisasi melalui kegiatan intrakurikuler melalui Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) maupun kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan ekstrakurikuler membutuhkan pola penanganan tepat dan kompetensi pembina yang kompeten.

BAB III

PEMBAHASAN

A. PROGRAM MARKETING MIX PADA PPDB SMK BAKTI UTAMA PATI

1. Produk (*Product*)

Produk dalam konteks jasa pendidikan adalah jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berupa reputasi, prospek, dan variasi pilihan. Produk yang ditawarkan oleh SMK Bakti Utama Pati adalah variasi pendidikan kejuruan (Vokasi) dengan prospek lulusan yang baik sehingga diminati masyarakat. Pilihan kompetensi keahlian yang ditawarkan adalah:

- a. Teknik Otomotif (konsentrasi keahlian TBSM)
- b. Tata Kecantikan Kulit, Rambut dan Spa
- c. Asisten Keperawatan dan Caregiver
- d. Keperawatan Sosial (Social Care)

Pilihan kompetensi keahlian yang dimiliki SMK Bakti Utama Pati adalah jurusan dengan prospek yang sangat baik karena berbasiskan pada kebutuhan masyarakat. Lulusannya ditunggu dan sangat dibutuhkan di dunia industri dan dunia kerja. Masing-masing dari kompetensi keahlian memiliki jaringan DuDi yang sangat bonafit sehingga sangat bermanfaat dalam keunggulan proses pembelajaran dan rekrutmen lulusan.

Dalam proses sosialisasi kami selalu mengutamakan pemahaman yang jelas mengenai ruang lingkup pembelajaran dan prospek lulusan dari masing-masing kompetensi keahlian kepada calon peserta didik dan wali murid, harapannya proses sosialisasi tidak sampai pada tahap pengenalan saja tetapi juga sebagai metode untuk penjangkaran calon peserta didik yang memiliki minat yang tinggi terhadap kompetensi keahlian yang dipilihnya. Hal tersebut sangat penting untuk kelancaran proses pembelajaran selanjutnya.

Gambar 3.1

TAMPILAN MEDIA LEAFLET

SMK BAKTI UTAMA PATI

VISI
Menjadi sekolah menengah kejuruan yang menghasilkan lulusan berkompeten, berdaya saing serta siap kerja, siap lanjut pendidikan dan berbudaya wirasaha

MISI
1. Menghasilkan lulusan yang berkompeten sesuai dengan tuntutan dunia usaha dan dunia industri. KOMPETEN
2. Menciptakan lulusan yang profesional dan berdaya saing tinggi di era global sesuai tuntutan reposisi industri saat ini. BERDAYA SAING
3. Menciptakan lulusan yang memiliki kemampuan dan kemauan (attitude, langung jawab, komitmen, integritas, kedisiplinan) dalam melakukan suatu tugas atau pekerjaan di dunia usaha maupun dunia industri. SIAP KERJA
4. Meningkatkan motivasi, minat serta akses informasi untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi. SIAP LANJUT KULIAH
5. Menciptakan lulusan yang memiliki karakter wirasaha serta siap menjadi penyedia lapangan pekerjaan. SIAP BERWIRSAUSAHA

Kemapa Harus Daftar Sekolah ke SMK Bakti Utama Pati ?

- ✓ Pilihan program keahlian yang sesuai dengan kebutuhan Dunia Industri Dunia Kerja saat ini, sehingga lulusan siap ditempatkan di dalam & luar negeri
 - Dunia Otomotif (TBSM)
 - Dunia Kecantikan (TKKR)
 - Dunia Kesehatan & Pekerjaan Sosial (Asisten Keperawatan & Caregiver, & Keperawatan Sosial)
- ✓ Sekolah resmi binaan AHM
- ✓ Bekerjasama dengan perusahaan - perusahaan bonafit
- ✓ Ruang praktik standart industri
- ✓ PKL di bengkel resmi/aham, Salon Kecantikan Bonafit, Rumah Sakti & Klinik Fasilitas Asrama Putri (perjagaan 24 jam cov area, free wifi, makan 3x sehari)
- ✓ Bursa Kerja Khusus siap menempatkan lulusan ke perusahaan besar Dalam Negeri & Luar Negeri
- ✓ Program Beasiswa untuk melanjutkan kuliah di jenjang Perguruan Tinggi STIKES Bakti Utama Pati dari Perguruan Tinggi Negeri diseluruh Indonesia

TEKNIK OTOMOTIF

- ✓ **Kompetensi Keahlian TBSM SMK Bakti Utama Pati** adalah sekolah Resmi Binaan PT. Astra Honda Motor Internasional yang khusus mempelajari : rangka, mesin, kelistrikan, & sistem injeksi sepeda motor.
- ✓ **Sistem Pembelajaran** dirancang sesuai dengan standar industri AHM, mulai dari kurikulum, standar Laboratorium, Bengkel, SOP kerja, kegiatan kesiswaan, sampai uji kompetensi keahlian saat lulus.
- ✓ **Prospek Kerja** Tujuan Pembelajaran, lulusan memiliki kompetensi dan sikap sesuai kebutuhan industri. Sehingga siap ditempatkan di: PT. AHM, Chenco, Mangrup, Jaringan Bengkel Resmi Ahas di seluruh Indonesia & PT. Indomobil

Kecantikan & SPA

- ✓ **Kompetensi Keahlian TKKR** adalah jurusan yang khusus mempelajari pengetahuan keterampilan & teknologi dunia kecantikan kulit & rambut. Keterampilan yang diajarkan meliputi:
 - ✦ **Kecantikan Kulit** : ras wajah sehari hari, perawatan wajah secara manual, perawatan wajah menggunakan alat/ teknologi, perawatan badan, manicure, pedicure, nail art, henna, dll.
 - ✦ **Kecantikan Rambut** : penyampoan, perawatan rambut (creambath, hair mask, hair spa), pengeringan rambut, penataan rambut (up style) /sanggul), pemangsaan rambut, pewarnaan rambut, dll.
- ✓ **Prospek Kerja** Lulusan akan langsung ditempatkan kerja di: Larissa Aesthetic Center, Jaringan Salon Ethica Grup & Muntra, Wardah, Inez Cosmetic, Salon-salon bonafit di Pati dan sekitarnya.

ASISTEN KEPERAWATAN & CAREGIVER

- ✓ **Kompetensi Keahlian Asisten Keperawatan & Caregiver** adalah jurusan yang khusus mempelajari keterampilan dasar tindakan keperawatan sesuai kewenangan.
- ✓ **Prospek Kerja** : Lulusan siap untuk ditempatkan kerja di dalam & luar negeri sebagai tenaga kerja terampil & formal.
- ✓ **Kerjasama SMK Bakti Utama Pati** dalam penempatan kerja: RS. Aisyah Kudus, RS. Soewondo Pati, Wisma Lansia, Panti Rukmi Pati, PT. Kimia Farma, Jaringan Klinik Kesehatan diseluruh Pati, Jaringan Bidan Praktik Mandiri, Penempatan Kerja Luar Negeri sektor formal dengan gaji yang tinggi, melalui penyalur tenaga kerja resmi PJTKI Dewi Pengayom Bangsa & Insan Medika Persada
- ✓ **Beasiswa** jika melanjutkan pendidikan di STIKES Bakti Utama Pati kan di STIKES Bakti Utama Pati

Kegiatan Praktis
Lab. Massage & Facial
Lab. Wacanaan Rambut
Donor Darah

smkbaktiutamapati.sch.id Rinta : 0895 3270 93070 Heni : 0812 2510 8805 Denisa : 0821 8890 0618 smk.baktiutamapati.hits @smk.bup

Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

Dari gambar tampilan media leaflet di atas menunjukkan bahwa media tersebut didesain untuk memperkenalkan sekaligus memberi pemahaman terhadap product (pilihan kompetensi keahlian) yang dimiliki SMK Bakti Utama Pati. Calon siswa diberi edukasi mengenai ruang lingkup pembelajaran, jaringan kerjasama dengan Dudi sampai prospek setelah lulus.

2. Harga (Price)

Penentuan biaya pendidikan yang ditawarkan oleh SMK Bakti Utama Pati telah melalui proses kalkulasi yang realistis dan kompetitif. Struktur pembiayaan harus didesain dengan realistis dan mampu mengakomodir kebutuhan pembiayaan pendidikan yang berkualitas. SMK Bakti Utama Pati tidak pernah mempromosikan “SEKOLAH GRATIS” hanya untuk menarik minat calon peserta didik.

Program pembiayaan yang ditawarkan juga mempertimbangkan factor kompetisi dan daya beli dari calon peserta didik dimana mayoritas dari siswa SMK Bakti Utama Pati adalah masyarakat golongan menengah ke bawah. Biaya yang ditetapkan juga telah melalui analisis biaya pendidikan yang ditawarkan kompetitor.

Saat ini biaya pendidikan di SMK Bakti Utama Pati masih tergolong terjangkau dan relative lebih murah dibandingkan sekolah swasta lainnya di wilayah Pati Kota.

Sebagai daya tarik kami memberi opsi program pembiayaan yang menyesuaikan kapasitas orang tua dalam menanggung pembiayaan. Program tersebut adalah:

- a. Program Prestasi (Bebas SPP dan Uang Gedung serta pembinaan lomba)
- b. Program Beasiswa Yayasan (Bebas Uang Gedung)
- c. Program Reguler (Pengenaan Uang Gedung dengan jumlah sesuai kesepakatan dengan wali murid)

3. Tempat (*Place*)

Lokasi SMK Bakti Utama Pati berada Pati Kota dengan akses jalan yang mudah dijangkau. Namun dengan adanya ketentuan sekolah menengah kejuruan swasta bebas zonasi maka kami menggunakan regulasi tersebut sebagai kesempatan untuk memperluas jangkauan sosialisasi sampai luar area Pati Kota. Saat ini daerah asal siswa SMK Bakti Utama Pati meliputi seluruh kecamatan di Kabupaten Pati, bahkan ada yang berasal dari Kabupaten lain seperti Kudus, Jepara, Rembang dan Purwodadi. Hal tersebut dimungkinkan karena disediakan fasilitas ASRAMA PUTRI dengan biaya yang sangat murah bagi siswi yang membutuhkan tempat tinggal dekat dengan lokasi sekolah dan aman.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan di SMP/MTS Negeri dan swasta terbagi dalam rayon-rayon promosi. Promosi dilakukan dengan cara sosialisasi berupa profil SMK Bakti Utama Pati maupun lewat pamflet, booklet dan banner SMK Bakti Utama Pati diantaranya sebagai berikut :

a. Sosialisasi ke SMP dan MTs

Sosialisasi Kegiatan Penerimaan Peserta Didik Baru 2022/2023 berupa penyebaran pamflet, booklet dan presentasi profil SMK Bakti Utama Pati ke sekolah-sekolah.

b. Pemasangan Media Banner

Pengadaan banner digunakan untuk memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati ke masyarakat. Banner dipasang di sepanjang jalan Blaru – Kayen. Selain di area jalan yang menjadi jalur ramai, pemasangan banner juga diutamakan bekerjasama dengan pemilik kedai atau warung yang sering dikunjungi oleh calon peserta didik.

Gambar 3.2

PEMASANGAN MEDIA BANNER JALAN



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

Gambar 3.3

PEMASANGAN BANNER KERJASAMA WARUNG



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

c. Pemutaran Iklan Radio

Pengadaan iklan radio digunakan untuk memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati ke masyarakat dengan harapan dapat menjangkau wilayah-wilayah yang belum terjangkau oleh sosialisasi secara langsung.

d. Mengaktifkan Media Sosial Sekolah

SMK Bakti Utama Pati memiliki akun media sosial yang aktif dan terus diperbarui untuk menunjukkan segala aktifitas sekolah. Akun media sosial tersebut adalah Face Book, Instagram, You Tube , Tik Tok dan Web. Setiap akun dikendalikan oleh admin sekolah dan didukung oleh semua warga sekolah untuk turut merepost.

Gambar 3.4

TAMPILAN IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

e. Event Pengabdian Masyarakat

Dalam rangka pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat sekaligus juga memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati di masyarakat maka dilakukan event terjun langsung melalui kelurahan, kantor dan instansi dan SMP/Mts dengan melakukan kegiatan sebagai berikut:

- ✓ Pembagian masker kepada masyarakat
- ✓ Penyemprotan disinfektan
- ✓ Servis kunjung AHASS

- ✓ Potong rambut

Gambar 3.5

KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI DESA GEBANG



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2021)

5. Sumber Daya Manusia (*People*)

People adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam hal ini seluruh civitas akademika SMK Bakti Utama Pati turut terlibat dalam menyukseskan program-program PPDB yang telah direncanakan. Usaha tim sosialisasi ini diarahkan untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak yang dapat membantu tercapainya target penerimaan calon peserta didik seperti relasi guru BK SMP/MTs dan relasi pertemanan siswa dan wali murid.

Gambar 3.5

**PEMBAGIAN TUGAS GURU SOSIALISASI PPDB BERDASARKAN RAYON
WILAYAH**

**PEMBAGIAN RAYON PPDB
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN BAKTI UTAMA PATI
TAHUN PELAJARAN 2021/2022**

No	Nama Instansi/Rayon	Nama Guru	Sudah mengambil berkas	Sudah kembali pendistribusian	Follow up	No HP	Nama	Tgl Sosialisasi
A. Rayon 1 (Pati Kota)								
1	SMP N 4 Pati	Pak Tores	√	√	√	(0295)381353		Habis Ujian
2	SMP N 5 Pati	Bu Diah	√	√	√	(0295)381114		Habis Ujian
3	SMP N 6 Pati	Bu Denisa	√	√	√	(0295)383949		24/01/2020
4	SMP N 7 Pati	Bu Indri	√	√	√	(0295)382204		Habis Ujian
5	SMP N 8 Pati	Bu Rinta	√	√	√	081228249225		Habis Ujian
6	SMP N 1 Margorejo	Bu Gita	√	√	√	(0295)4104761		Habis Ujian
7	SMP N 2 Margorejo	Pak Ghatot	√	√	√	081325749650	Susanto Humas	18/01/2020
8	MTs Islam Pati	Bu Jeffri	√	√	√	085290246966	Ani	22/01/2020
B. Rayon 2 (Gembong & Tlogowungu)								
1	SMP N 1 Gembong	Bu Yuni	√	√	√	081325711564	Lilis	24/01/2020
2	SMP N 1 Tlogowungu	Pak Arif	√	√	√	(0295)4101673		Habis Ujian
3	SMP N 2 Tlogowungu	Bu Martha	√	√	√	085726382436		05/03/2020
4	MTs N 3 Pati	Bu Yuni	√	√	√	08156658263	Ali Yasin	April-mei
5	MTs Al Ikhlas Sokobubuk	Bu Yuni	√	√	√	081287163658	Jumain/Kepsek	tunggu dihub balik
6	MTs Raudlatul Falah Bolo	Bu Yuni	√	√	√	085225657400	Abdul Wahid	20/02/2020

Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

6. Bukti Fisik (Evidence)

Physical evidence merupakan sarana dan prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga kepada pelanggannya. Sarana fisik ini merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Sarana dan prasarana SMK Bakti Utama Pati telah memenuhi standard dan dalam proses sosialisasi selalu diusahakan agar calon peserta didik dan wali murid bisa mengenal terlebih dahulu semua fasilitas yang ada di SMK Bakti Utama Pati.

7. Proses (Process)

Proses penyampaian jasa pendidikan merupakan inti dari seluruh pendidikan, kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi hal yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan membentuk sirkulasi dalam merekrut pelanggan pendidikan. Kesadaran guru akan tugas dan tanggungjawabnya, menuntut kemauan untuk terus belajar dan

berkembang. Oleh karena itu, kesanggupan berusaha dan belajar sendiri merupakan kecakapan modal dasar yang perlu dikembangkan karena selain memperbaiki pengetahuan dan kecakapan sekaligus memperkuat jabatan guru sebagai pendidik yang profesional.

Proses pendidikan yang baik juga mempertimbangkan kepuasan siswa dalam pelayanan aktualisasi melalui kegiatan intrakurikuler melalui Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) maupun kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan ekstrakurikuler membutuhkan pola penanganan tepat dan kompetensi pembina yang kompeten.

Dalam upaya memaksimalkan kualitas pembelajaran SMK Bakti Utama Pati terus berupaya melakukan terobosan disemua bidang baik Proses pembelajaran, Manajemen sekolah, Mutu Guru dan Lulusan. Beberapa gambar dibawah adalah contoh aktivitas yang ditujukan untuk menambah kualitas dalam pembelajaran.

Gambar 3.6

**KELAS INOVASI DENGAN GURU TAMU DARI INDUSTRI SEBAGAI CONTOH
PENINGKATAN KUALITAS PROSES PEMBELAJARAN**



Sumber: Laporan Kelas Inovasi TKKR (2022)

Gambar 3.7

KEGIATAN EKSTRAKULIKULER MOVIE MAKER



Sumber: Laporan Bidang Kesiswaan SMK Bakti Utama Pati (2022)

Gambar 3.8

**UPAYA BURSA KERJA KHUSUS DALAM MENYALURKAN LULUSAN AGAR
DITERIMA DI DUNIA INDUSTRI DENGAN MASA TUNGGU MINUS BULAN**

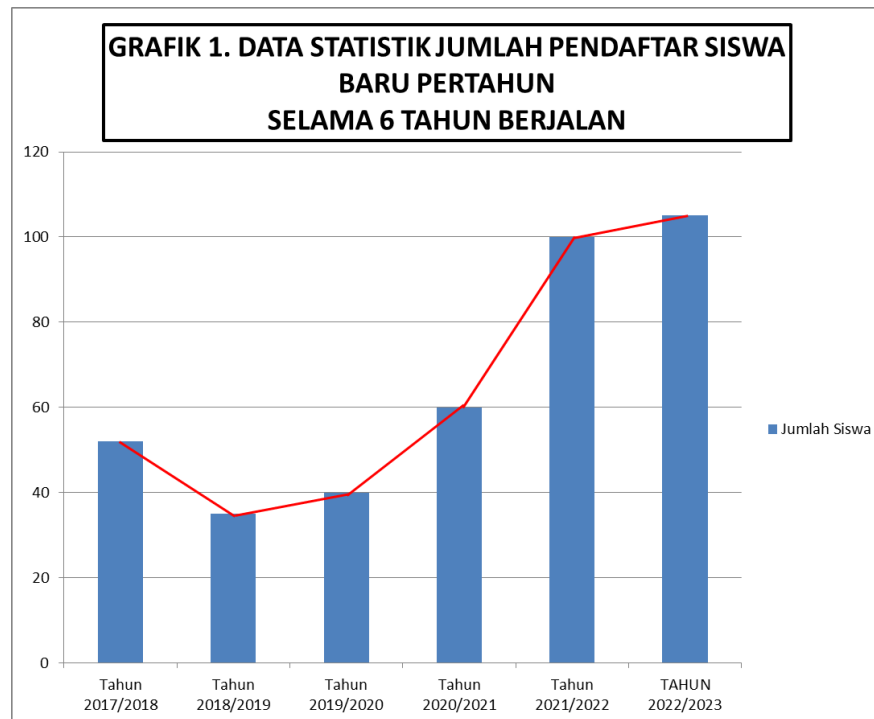


Sumber: Laporan Bidang BKK SMK Bakti Utama Pati (2022)

B. ANALISIS KEBERHASILAN PROGRAM

Hasil dari strategi bauran marketing yang dilaksanakan secara konsisten dan berkelanjutan oleh segenap civitas akademika SMK Bakti Utama adalah peningkatan yang signifikan dalam perolehan jumlah peserta didik di setiap tahunnya.

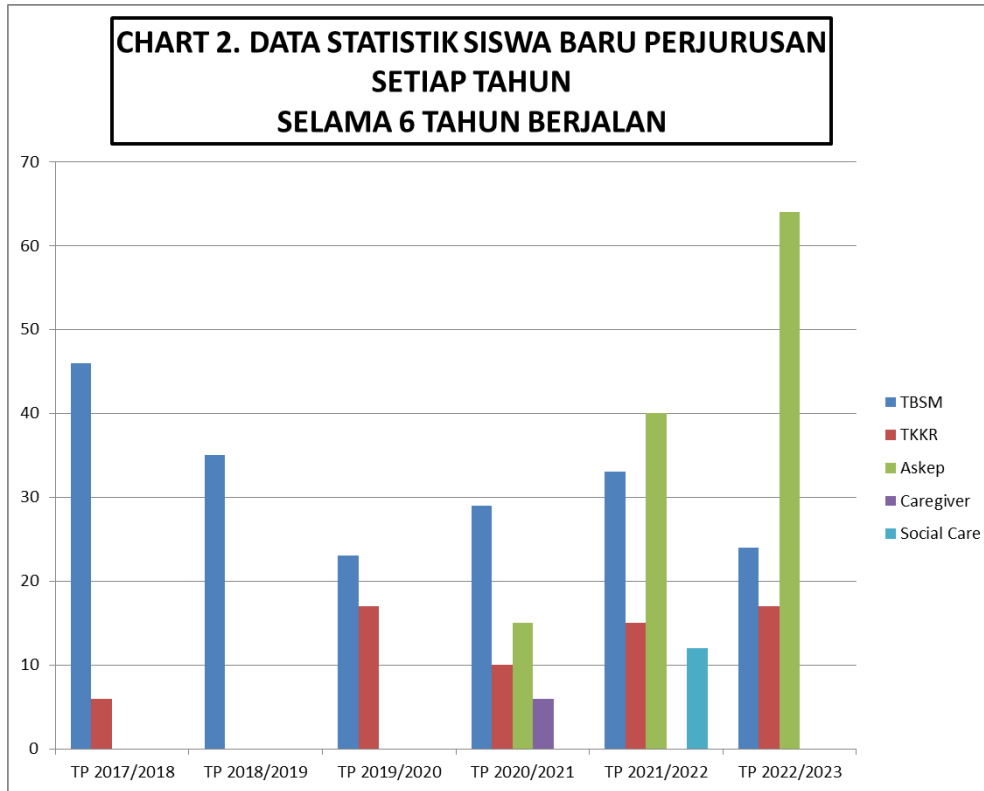
Gambar 3.9



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

Penerimaan siswa baru tahun pelajaran 2022/2023 saat ini mendapatkan peningkatan dari tahun – tahun sebelumnya. Dari 3 tahun sebelumnya di tahun pelajaran 2020/2021 dengan total siswa baru 60 siswa, untuk tahun pelajaran 2021/2022 total siswanya bertambah 40 siswa menjadi 100 siswa. Kemudian untuk tahun pelajaran 2022/2023 kami mendapatkan peningkatan yang cenderung stabil karena kita mendapat tambahan siswa dengan total 105 siswa.

Gambar 3.10



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

Untuk data statistik siswa baru per jurusan sendiri bisa dilihat dari grafik diatas dimana dalam 3 tahun terakhir ada kenaikan dan penurunan grafik pada masing – masing jurusan.

Grafik yang meningkat secara signifikan ada pada jurusan Asisten Keperawatan mulai dari tahun pertama sampai tahun ketiga ini peningkatan siswa sangat tinggi dari tahun pertama siswa kurang dari 20 siswa, tahun kedua mencapai 40 siswa dan di tahun ketiga TP 2022/2023 ini mencapai 64 siswa.

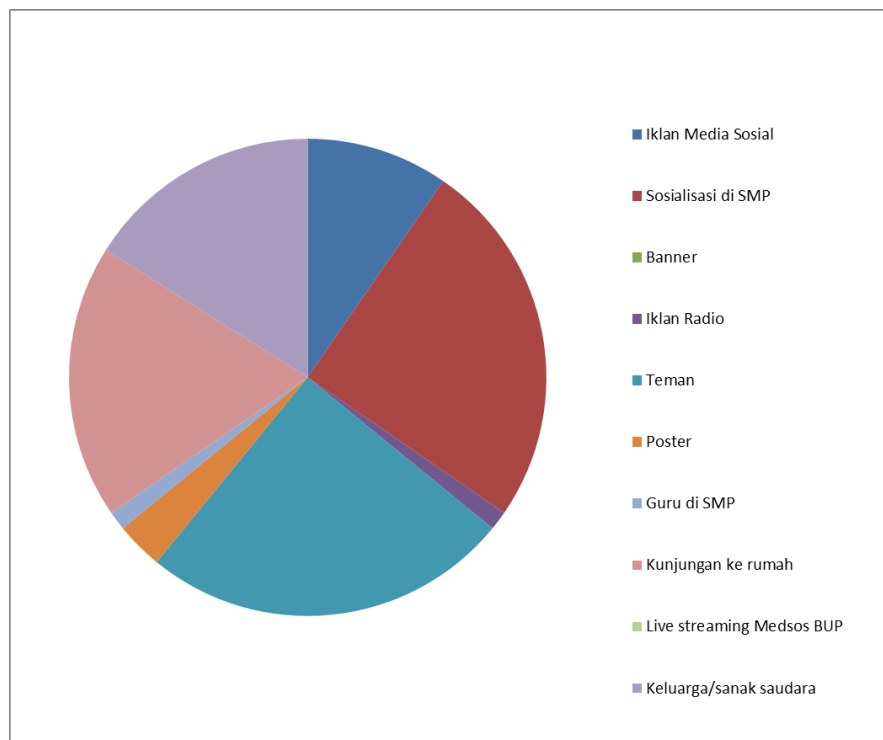
Grafik yang cenderung stabil ada pada jurusan TKKR dimana dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan kecil, pada TP 2020/2021 total siswa 10 siswa, TP

2021/2022 total siswa 15 siswa dan TP 2022/2023 mendapat tambahan 2 siswa menjadi 17 siswa.

Grafik yang cenderung mengalami penurunan ada di jurusan TBSM, dimana dalam 3 tahun terakhir ini mengalami grafik yang naik turun. Di TP 2020/2021 siswa hampir mencapai 30 siswa, TP 2021/2022 grafik naik 30 siswa lebih dan di TP 2022/2023 ini grafik mengalami penurunan dengan total 24 siswa sekarang.

Gambar 3.11

Analisis Efektifitas Bauran Marketing pada PPDB SMK Bakti Utama Pati



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2022)

Grafik diatas adalah hasil dari penelusuran sumber media yang menarik minat calon siswa untuk mendaftar ke SMK Bakti Utama Pati. Tujuan dari penelusuran adalah untuk menilai efektifitas media dan metode marketing sehingga dapat menjadi masukan untuk perencanaan strategi PPDB TP 2023/ prosentase 2024.

Bisa dilihat di dalam grafik warna merah bata dan biru dengan total yang sama dimana siswa yang masuk lebih potensial lewat cara sosialisasi di SMP/MTs dan lewat

teman (gandeng menggandeng). Kemudian ada juga warna peach yang berada di peringkat 2 media potensial yaitu kunjungan ke rumah. Sedangkan warna ungu pastel dimana ini berada di peringkat 3 yaitu dari keluarga/sanak saudaranya. Dan di peringkat ke empat yaitu iklan media sosial baik itu FB, IG, maupun Tik Tok.

C. RENCANA TINDAK LANJUT

Ada beberapa evaluasi dan tindak lanjut dari hasil PPDB SMK Bakti Utama Pati yaitu sebagai berikut:

1. Untuk evaluasi SMP/MTs potensial untuk jurusan TBSM, TKKR, dan Kesehatan ada di beberapa sekolah. Alangkah lebih baiknya jika SMP/MTs potensial ini dijadikan sasaran utama untuk PPDB tahun 2022/2023 agar bisa menghasilkan jumlah siswa sesuai target untuk Tahun Pelajaran 2023/2024. Juga bisa menjadikan siswa yang sudah masuk sebagai sarana memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati kepada adik – adik kelasnya di SMP/MTs nya serta tidak lupa berusaha ke SMP/MTs lainnya dan juga bisa meminta siswa kelas X, XI, XII untuk memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati pada keluarga/sanak saudaranya. Mungkin juga bisa dilakukan per jurusan untuk pembuatan event – event atau lomba untuk SMP/MTs potensial sesuai jurusan masing – masing.
2. SMP/MTs potensial semua jurusan sendiri grafiknya pasti berbeda. Ada 1 SMP yang sangat berpotensi karena dari SMP tersebut sejumlah 10 siswa masuk ke SMK Bakti Utama Pati, kemudian juga ada lebih dari 3 SMP/MTs yang potensial membawa siswa masuk ke SMK Bakti Utama Pati dengan jumlah lebih dari 3 siswa per sekolah. Untuk itu bisa ditekankan menjadi acuan pada program kerja PPDB Tahun Pelajaran 2022/2023 sebagai SMP/MTs yang mempunyai ladang siswa bagi semua jurusan dan juga bisa memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati dengan hal – hal yang menarik lagi.

3. Media potensial dimana media ini adalah sebagai hasil dari usaha/program kerja PPDB tahun pelajaran 2021/2022 SMK Bakti Utama Pati ini mempunyai media potensial dimana dari urutan pertama hingga terakhir merupakan media dari siswa baru dalam mengenal SMK Bakti Utama Pati sehingga siswa tersebut tertarik untuk masuk ke SMK Bakti Utama Pati ini dari yang paling berpengaruh hingga yang paling tidak berpengaruh. Mulai dari sosialisasi ke SMP/MTs Negeri/Swasta, lalu diadakan follow up ke anak yang sudah mengisi formulir pendaftaran, lalu menindaklanjuti follow up tersebut dengan dilakukan kunjungan ke rumah siswa yang masih ragu dan mungkin juga orang tua siswa tersebut masih mempertanyakan hal – hal yang membuat siswa tersebut masih bimbang yang mana kita hadir ke rumah siswa tersebut untuk meyakinkan siswa sekaligus orang tua untuk mendaftar di SMK Bakti Utama Pati. Selanjutnya juga terdapat program kerja pemantauan online untuk yang mendaftar di SMA/K Negeri dan dia sudah berada pada peringkat akhir, dimana kemudian siswa tersebut segera dihubungi dan ditanyakan mau lanjut dimana lalu ditawarkan SMK Bakti Utama Pati.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penulisan *best practice* ini adalah strategi bauran marketing (*marketing mix*) terbukti efektif dilaksanakan di SMK Bakti Utama Pati dan memberi dampak yang signifikan pada peningkatan jumlah peserta didik. Pelaksanaan usaha marketing pendidikan juga harus dilaksanakan secara konsisten, terukur, terstruktur dan melibatkan seluruh peran serta warga sekolah. Beberapa Kesimpulan dari hasil evaluasi strategi PPDB SMK Bakti Utama Pati adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi di SMP dan Teman mendapat peringkat pertama karena membawa pengaruh yang tinggi siswa mendaftar di SMK Bakti Utama Pati, untuk itu perlu dievaluasi mengenai cara menarik siswa baru dengan pendekatan lewat teman siswa/i SMK Bakti Utama Pati;
2. Kunjungan ke rumah untuk memfasilitasi orang tua yang berhalangan hadir ke sekolah juga merupakan metode yang cukup berhasil mengaahkan siswa mendaftar di SMK Bakti Utama Pati, untuk itu perlu direnakan lagi metode tersebut agar calon siswa baru yakin untuk mendaftar di SMK Bakti Utama Pati;
3. Keluarga/sanak saudara mereka pun berpengaruh dalam menarik minat siswa untuk mendaftar disini, untuk itu perlu diadakan sosialisasi ke desa – desa atau sebar brosur ke desa – desa untuk memperkenalkan SMK Bakti Utama Pati ke masyarakat;
4. Iklan di media sosial, baik media sosial sekolah maupun warga sekolah sangat berpengaruh menarik minat siswa untuk masuk ke SMK Bakti Utama Pati;

5. Poster juga merupakan salah satu factor dalam memperkenalkan SMK BUP ke masyarakat umum juga siswa kelas IX dan juga menjadi factor yang menarik minat siswa;
6. Iklan di radio juga berpengaruh terhadap minat siswa untuk mendaftar di SMK Bakti Utama Pati, untuk itu perlu dilakukan upaya ini lagi agar ada satu dua siswa mendaftar dari upaya tersebut;
7. Guru di SMP juga berpengaruh karena bisa mengenalkan SMK Bakti Utama Pati dengan jelas kepada siswa/i di sekolah mereka masing – masing, untuk itu perlu dilakukan MOU atau kunjungan untuk BK/TU/Humas/Kesiswaan di SMP – SMP yang dipilih.

B. SARAN

Saran dari laporan *best practice* ini adalah:

1. Menjadikan hasil evaluasi pelaksanaan program di SMK Bakti Utama Pati sebagai bahan pertimbangan bagi perencanaan pogram selanjutnya.
2. Mencoba metode marketing baru dari referensi sekolah lain yang sesuai dengan kondisi sekolah karena setiap tahun kondisi yang mempengaruhi keberhasilan program PPDB dari berbagai factor selalu berubah.
3. Memperbanyak jalinan relasi kerjasama untuk meningkatkan keberhasilan program.
4. Meningkatkan kualitas implementasi 7P dalam strategi *marketing mix* dalam proses manajemen pendidikan di SMK Bakti Utama Pati.