

LAPORAN *BEST PRACTISE*
UPAYA PENINGKATAN *POSITIVE BRANDING*
SEKOLAH MELALUI STRATEGI *MARKETING MIX* DI
SMK BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2024



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

Kepala Sekolah

SMK BAKTI UTAMA PATI
TAHUN 2024

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

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN *BEST PRACTICE* BERJUDUL:

UPAYA PENINGKATAN *POSITIVE BRANDING* SEKOLAH MELALUI STRATEGI *MARKETING MIX* DI SMK BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2024

Dilaksanakan guna meningkatkan dan evaluasi strategi penerimaan peserta didik baru di lingkungan SMK Bakti Utama Pati

Nama : Heni Wulan Susanti, S.E., M.Si

Jabatan : Kepala Sekolah

Laporan *best practice* ini disetujui untuk digunakan sebagaimana mestinya berdasarkan ketentuan yang berlaku.

Pati, 09 Oktober 2024

Ketua Penjaminan Mutu Internal

SMK Bakti Utama Pati



Saffanah Khoirun Nisa, S.Kep., Ns

ABSTRAKSI

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. 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. Dalam manajemen pemasaran pendidikan terdapat bauran (alat) pemasaran jasa pendidikan yaitu produk, harga, lokasi, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik, dan proses jasa pendidikan. Melalui strategi marketing mix yang dijalankan oleh SMK Bakti Utama Pati secara konsisten dan sistematis terbukti telah berhasil meningkatkan perolehan peserta didik selama 5 tahun terakhir.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua kehendaknya, penulis telah berhasil menyelesaikan karya tulis yang bersifat Best Practise dengan judul **UPAYA PENINGKATAN *POSITIVE BRANDING* SEKOLAH MELALUI STRATEGI *MARKETING MIX* DI SMK BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2024.**

Dalam penyusunan *best practice* ini ditulis berdasarkan pengalaman nyata penulis bersama dengan seluruh civitas akademika SMK Bakti Utama dalam upaya menjalankan dan mengevaluasi berbagai macam strategi dalam meningkatkan jumlah peserta didik baru sebagai salah satu bagian dari tugas Kepala Sekolah. Dengan terpenuhinya jumlah peserta didik baru sesuai kapasitas sekolah maka akan semakin meningkatkan kualitas pengelolaan sekolah dan menjamin keberlanjutan institusi. Apabila dalam isi *best practice* ini ditemukan kekeliruan atau informasi yang kurang valid, penulis sangat terbuka dengan kritik dan saran yang membangun untuk diperbaiki selanjutnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Pati, 09 Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	3
C. TUJUAN	3
D. MANFAAT	3
BAB II.....	5
LANDASAN TEORI	5
A. MANAJEMEN PEMASARAN PENDIDIKAN	5
B. STRATEGI BAURAN PEMASARAN (<i>MARKETING MIX</i>).....	6
1. Produk (<i>Product</i>)	6
2. Harga (<i>Price</i>)	7
3. Tempat (<i>Place</i>)	7
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	7
5. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>).....	8
6. Bukti fisik (<i>Physical Evidence</i>)	8
7. Proses (<i>Process</i>)	8
BAB III.....	10
PEMBAHASAN	10
A. PROGRAM MARKETING MIX PADA PPDB SMK BAKTI UTAMA PATI.....	10
1. Produk (<i>Product</i>)	10
2. Harga (<i>Price</i>)	11
3. Tempat (<i>Place</i>)	12
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	13
5. Sumber Daya Manusia (<i>People</i>).....	16
6. Bukti Fisik (<i>Evidence</i>)	17
7. Proses (<i>Process</i>)	17
B. ANALISIS KEBERHASILAN PROGRAM	19

C. RENCANA TINDAK LANJUT	23
BAB IV	25
PENUTUP.....	25
A. KESIMPULAN	25
B. SARAN	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 TAMPILAN MEDIA LEAFLET.....	11
Gambar 3. 2 PEMASANGAN MEDIA BANNER JALAN.....	14
Gambar 3. 3 PEMASANGAN BANNER KERJASAMA WARUNG.....	14
Gambar 3. 4 TAMPILAN IKLAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	15
Gambar 3. 5 KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI DESA GEBANG.....	16
Gambar 3. 6 PEMBAGIAN TUGAS GURU SOSIALISASI PPDB BERDASARKAN RAYON WILAYAH.....	17
Gambar 3. 7 KELAS INOVASI DENGAN GURU TAMU DARI INDUSTRI SEBAGAI CONTOH PENINGKATAN KUALITAS PROSES PEMBELAJARAN.....	18
Gambar 3. 8 KEGIATAN EKSTRAKULIKULER MOVIE MAKER	19
Gambar 3. 9 UPAYA BURSA KERJA KHUSUS DALAM MENYALURKAN LULUSAN AGAR DITERIMA DI DUNIA INDUSTRI DENGAN MASA TUNGGU MINUS BULAN ...	19
Gambar 3. 10 DATA STATISTIK PENDAFATRAN SISWA BARU	20
Gambar 3. 11 DATA STATISTIK SISWA BARU PERJURUSAN	21
Gambar 3. 12 Analisis Efektifitas Bauran Marketing pada PPDB SMK Bakti Utama Pati	22

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 *POSITIVE BRANDING* SEKOLAH MELALUI STRATEGI *MARKETING MIX* DI SMK BAKTI UTAMA PATI TAHUN 2024.**

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 Armstrong, 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 keberadaannya 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 prosuk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk di dalam sara 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

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 mengabdikan lulusan berkompoten, berkarya, siap kerja, siap karir, siap menghadapi dan berbudaya widyaisya.

MISI
Menghasilkan lulusan yang berkompoten sesuai dengan kebutuhan dunia industri dan dunia kerja. KOMPETEN Menunjukkan lulusan yang profesional dan berkarya yang mampu di era global sesuai tuntutan revolusi industri saat ini. BERDAYA SAHAB Menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan dan kemauan belajar, sanggup bekerja, konsisten, disiplin, kreatif, berprestasi, dalam melakukan suatu tugas, dan bekerjasama dalam suatu tim untuk dunia industri. SIKAP BERTAJA Menghasilkan lulusan yang memiliki sikap profesional dalam melaksanakan tugas keprofesionalan. SAMA MELAJUSKAN JAWAB Menghasilkan lulusan yang memiliki karakter kewirausaha untuk siap menjadi pemimpin di lapangan pekerjaan. SAMA BERKUALITAS.

Kenapa 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 Kesehatan (TIKESM)
- Dunia Kecantikan (TKIKM)
- Dunia Keperawatan & Pekerjaan Sosial (Kasutan Keperawatan & Caregiver)
- Keperawatan Sosial
Sesuai dengan kebutuhan Dunia Industri & Dunia Kerja saat ini.
- Menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan dan kemauan belajar, sanggup bekerja, konsisten, disiplin, kreatif, berprestasi, dalam melakukan suatu tugas, dan bekerjasama dalam suatu tim untuk dunia industri. SIKAP BERTAJA Menghasilkan lulusan yang memiliki sikap profesional dalam melaksanakan tugas keprofesionalan. SAMA MELAJUSKAN JAWAB Menghasilkan lulusan yang memiliki karakter kewirausaha untuk siap menjadi pemimpin di lapangan pekerjaan. SAMA BERKUALITAS.

JURUSAN TEKNIK OTOMOTIF
- Kompetensi Keahlian Teknik Otomotif SMK Bakti Utama Pati adalah salah satu Revisi Bagan PT Astra Honda Motor Internasional yang khusus mempelajari : rangka, mesin, listrik, & sistem injeksi sepeda motor.
- Sistem Pembelajaran dirancang sesuai dengan standar industri AHM, mulai dari kurikulum, standar Laboratorium, Bengkel, SOP kerja, kegiatan keselamatan, sampai uji kompetensi keahlian saat lulus.
- Prospek Kerja Tujuan Pembelajaran lulusan memiliki kompetensi dan sikap sesuai kebutuhan industri. Sehingga siap ditempatkan di PT. AHM, Chemo, Manisrup, Jaringan Bengkel Resmi Asean di seluruh Indonesia & PT. Indomobil.
Kontes Modif Motor
Lab. Bengkel

JURUSAN KECANTIKAN & SPA
- Kompetensi Keahlian Kecantikan & SPA adalah jurusan yang khusus mempelajari keterampilan & teknologi dunia kecantikan, kulit & rambut. Keterampilan yang diajarkan meliputi:
- Kecantikan Kulit : perawatan wajah secara manual, perawatan wajah menggunakan alat teknologi, perawatan badan, manicure, pedicure, nailart, henna dll.
- Kecantikan Rambut : penyampoon, perawatan rambut, jorambath, hair mask, hair spa, pengerjangan rambut, penataan rambut (up style) isianggul, 1. p e m a n g k a s a n r a m b u t : perawatan rambut dll.
- Prospek Kerja Lulusan akan langsung ditempatkan kerja di : Lanesa Aesthatic Center, Jaringan Salon Ethica Grup & Muntra, Wardah Inez Cosmetic, You, DMG, House of mutikaratu Dan klinik Kecantikan serta salon-salon bonafit di pati dan sekitarnya.
Lab. Massage & Facial
Kecantikan Rambut

JURUSAN ASISTEN KEPERAWATAN & CAREGIVER
- Kompetensi Keahlian Asisten Keperawatan & Caregiver adalah jurusan yang khusus mempelajari keterampilan & teknologi dasar tindakan keperawatan sesuai kewenangan.
- Prospek Kerja Lulusan siap untuk ditempatkan kerja di dalam & luar negeri sebagai tenaga kerja terampil & bermutu.
- Kerjasama SMK Bakti Utama Pati dalam penempatan kerja : RS. Soewondo Pati, Wama Lansia, Pati Rukmi Pati, Jaringan Klinik Kesehatan daerah Pati, Jaringan Bidan Praktik Mandiri, Pemempatan Kerja Luar Negeri sektor formal dengan gaji yang tinggi, melalui penempatan tenaga kerja luar negeri resmi melalui program penempatan atau swasta, jaringan klinik praktik dokter umum Dan dokter gigi di Kabupaten pati.
- Beasiswa jika melanjutkan pendidikan di STIK (S) Bakti Utama Pati
- Dalam Penempatan kerja : RSU Fatmabq. Pati, RS Nurussyifa Kutub, RSUD Kayen Pati
Kegiatan Praktik
Donor Darah

smkbaktiutamapati.sch.id | Yuru : 089 685 851 285 | Heli : 0812 2510 8005 | Denisa : 0821 8890 0818 | smkbaktiutamapati.hits | @smk.bup

Prestasi Peserta Didik

No	NIK	NAMA	ALAMAT	NO HP	NO WA	NO TEL	NO FAKS	NO FAX	NO FAX
1	000000000000000000	ABDULLAH
2	000000000000000000	ABDULLAH
3	000000000000000000	ABDULLAH
4	000000000000000000	ABDULLAH
5	000000000000000000	ABDULLAH
6	000000000000000000	ABDULLAH
7	000000000000000000	ABDULLAH
8	000000000000000000	ABDULLAH
9	000000000000000000	ABDULLAH
10	000000000000000000	ABDULLAH

SYARAT PENDAFTARAN
 - Mengisi formulir pendaftaran
 - Foto berwarna ukuran 3x4 sebanyak 2 lembar
 - Fotokopi KK, KTP ortu, & Akta Kelahiran
 - KIP untuk bebas uang gedung SKTM (untuk program beasiswa yayasan)
 - Fotokopi piagam (untuk program beasiswa prestasi NISN/number induk siswa nasional)
 DEKASZOMAS
 Scan Barcode Lokasi SMK Bakti Utama Pati
 bit.ly/lokasi-smkbup

BKK (Bursa Kerja Khusus)
 BKK SMK Bakti Utama Pati telah terdaftar dengan nomor registrasi 560 / 5494 / 2019 sehingga bisa menyelurkan lulusan diberbagai bidang kompetensi keahlian dengan target masa tunggu kerja minus bulan (Bisa diterima kerja sebelum lulus sekolah).
 Bekerjasama dengan:
 - Astra Honda Motor
 - Ethica Salon
 - Manisrup
 - Wardah
 - UPT RSUD BAA SOEWONDO PATI
 - Fatmabq. Pati
 - Nurussyifa Kutub
 - RSUD Kayen Pati

SMK BAKTI UTAMA PATI SEKOLAH TERAKREDITASI
 JI. RI AGENG SELU NO 15 BATU PATI
 www.smkbaktiutamapati.sch.id
 089 685 851 285
 0812 2510 8005
 0821 8890 0818
MENERIMA PENDAFTARAN PESERTA DIDIK BARU 2024/2025
 Program Beasiswa Prestasi (Bebas Uang Gedung + Pengurangan SPP)
 Program Beasiswa Yayasan / KIPSKTM (Bebas Uang Gedung + Pengurangan SPP)
 Program Mandiri/Reguler
3 Kompetensi Keahlian Unggulan di SMK BAKTI UTAMA PATI:
 1. ASISTEN KEPERAWATAN & CAREGIVER
 2. KECANTIKAN & SPA
 3. TEKNIK OTOMOTIF
KERJA OKE, KULIAH YESS SIAP WIRUSAHA

smk.bup@gmail.com | 02951 382585 | SMK Bakti Utama Pati | Jl. RI Ageng Selu No 15 Batu Pati

Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

Dari gambar tampilan media leaflet diatas 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.

Kendala yang dihadapi adalah tantangan dalam memperkenalkan jurusan yang di masyarakat. Masyarakat di wilayah Pati dan sekitar belum mengenal dengan baik ruang lingkup pembelajaran dan prospek lulusan yang sebenarnya tenaganya banyak dibutuhkan masyarakat.

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 faktor 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. Kendala yang dihadapi adalah banyak masyarakat yang menginginkan biaya semurah mungkin dan banyak sekolah-sekolah lain yang memberikan promo gratis seragam, SPP dan lain sebagainya. Pemahaman bahwa proses pembelajaran pasti membutuhkan biaya tidak sepenuhnya dipahami masyarakat. Sebagai SMK yang sudah memiliki konsep dan tujuan pembelajaran yang berkualitas kami tetap berusaha menyelenggarakan pembelajaran sesuai standar industri. Pemberian penjelasan yang

terbuka dan transparan kepada wali murid dan masyarakat mengenai penggunaan dana dan realisasi kegiatan yang berdampak baik bagi siswa adalah strategi untuk mendapatkan dukungan dari *stake holder* untuk tetap bisa menyelenggarakan pembelajaran yang berkualitas.

4. 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.

Kendala yang dihadapi saat ini sehubungan dengan asrama adalah masih terbatasnya kapasitas daya tampung asrama yang dimiliki dan belum ada fasilitas asrama putra.

5. 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. Jenis sosialisasi yang juga sangat potensial adalah praktek langsung ketrampilan jasa yang kami miliki seperti membuka layanan servis bengkel bersama AHASS, melayani pemeriksaan kesehatan dasar dan layanan konsultasi serta layanan tata kecantikan di SMP/MTs. Keunggulan ketrampilan yang ditunjukkan secara langsung lebih menarik minat calon peserta didik dan meningkatkan kepercayaan akan kualitas SMK Bakti Utama Pati.

Kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan sosialisasi di SMP/MTs adalah terbatasnya kesempatan dan waktu yang diberikan oleh pihak sekolah untuk kami melakukan sosialisasi.

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 (2024)

Pemasangan jenis promosi peraga ini adalah membutuhkan biaya yang besar dan peluang besar untuk rusak dalam waktu cepat karena faktor cuaca maupun pengrusakan secara sengaja oleh oknum tidak yang tidak bertanggungjawab.

Gambar 3. 3 PEMASANGAN BANNER KERJASAMA WARUNG

Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

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. Target dari iklan radio ini masyarakat umum dan orang tua calon wali murid yang masih banyak menggunakan radio sebagai media hiburan.

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 (2024)

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 (2024)

6. 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. 6 PEMBAGIAN TUGAS GURU SOSIALISASI PPDB BERDASARKAN RAYON WILAYAH

PEMBAGIAN RAYON PPDB SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN BAKTI UTAMA PATI TAHUN PELAJARAN 2024/2025								
No	Nama Instansi/Rayon	Nama Guru	Sudah mengambil berkas	Sudah kembali pendistribusian	Follow up	No HP	Nama	Tgl Sosialisasi
A. Rayon 1 (Pati Kota & Margorejo)								
1	SMP N 4 Pati	Bu Denisa 1						
2	SMP N 5 Pati	Bu Denisa 2						
3	SMP N 6 Pati (proposal)	Bu Erna 1						
4	SMP N 7 Pati	Bu Erna 2						
5	SMP N 8 Pati	Bu Rizky 1						
6	SMP N 1 Margorejo	Bu Indra 1						
7	SMP N 2 Margorejo (proposal)	Bu Dyah 1						
8	MTs Islam Pati	Pak Ghatot 1						
9	SMP N 2 Pati	Bu Rizky 2						
10	MTs Islam Wangunrejo	Bu Indra 2						
B. Rayon 2 (Gembong, Tlogowungu & Jolong)								
1	SMP N 1 Gembong	Bu Yuni 1						
2	SMP N 1 Tlogowungu	Pak Arif 1						
3	SMP N 2 Tlogowungu (proposal)	Bu Iis 1						
4	MTs N 3 Pati	Bu Yuni 2						
5	MTs Matholiul Huda Posono	Bu Martha 1						
6	MTs Matholiul Najah	Bu Lady 2						
7	MTs Nabaul Ulum	Bu Iis 2						
8	MTs Islam Roudhatul Falah Gembong	Bu Annisa 1						
9	MTs Khoiriyah Guwo	Bu Annisa 2						
10	MTs Thoriqotul Huda	Bu Annisa 3						
C. Rayon 3 (Kayen, Gabus & Sukolilo)								
1	SMP N 1 Kayen (proposal)	Bu Ayu 1						
2	SMP N 2 Kayen	Bu Ayu 2						
3	MTs Nihayaturohabin	Pak Jum 1						
4	SMP N 1 Gabus	Bu Yumu 1						
5	SMP N 2 Gabus	Bu Yumu 2						
6	SMP NU Karaban	Bu Ayu 3						
7	SMP PGRI 6 Kayen	Bu Ayu 4						
8	MTs Taris Tanjunganom	Bu Yumu 3						
9	SMP N 1 Sukolilo (proposal)	Pak Jum 2						
10	SMP N 2 Sukolilo	Pak Jum 3						
11	SMP 1 Atap Poncomulyo	Pak Jum 4						
12	SMP 1 Atap Basetel	Pak Tores 1						
13	SMP 1 Atap Kuwawur	Pak Jum 5						
D. Rayon 4 (Trangkil, Wedarijaksa & Margoyoso)								
1	SMP N 1 Wedarijaksa	Bu Dwi 1						
2	SMP N 2 Wedarijaksa	Bu Rofi' 1						
3	SMP N 1 Margoyoso	Pak Sholeh 1						
4	SMP N 1 Trangkil	Bu Safa 1						
5	SMP N 2 Trangkil	Bu Safa 2						
6	SMP N 2 Margoyoso	Pak Sholeh 2						
E. Rayon 5 (Winong & Tambakromo)								
1	SMP N 2 Winong	Pak Tores 2						
2	SMP N 1 Winong	Bu Kiki 1						
3	SMP N 1 Tambakromo (proposal)	Bu Riska 1						
4	SMP N 2 Tambakromo	Pak Riska 2						
5	SMP N 3 Tambakromo	Bu Kiki 2						
6	MTs 1 Pati	Bu Iin 1						
7	MTs Miftahul Ulum 2 Maitan	Pak Tores 3						

8	MTs Roudhotul Ulum	Bu Iin 2					
F: Rayon 6 (Juwana & Jakenan)							
11	SMP N 2 Juwana	Bu Anik 1					
12	SMP N 3 Juwana (proposal)	Bu Anik 2					
14	SMP N 4 Juwana	Pak Ridwan 1					
16	SMP N 2 Batangan	Pak Ridwan 2					
18	SMP N 1 Jakenan	Pak Ridwan 3					
19	SMP N 2 Jakenan	Pak Defri 1					
20	MTs Terbiyatul Islamiyah Jakenan	Pak Defri 2					
21	SMP N 1 Pucakwangi	Pak Defri 3					
22	SMP N 2 Pucakwangi	Bu Iin 3					
G: Rayon 7 (Kudus & Jepara)							
23	SMP N 2 Jekulo	Bu Desi 1					
31	SMP N 3 Jekulo	Bu Desi 2					
41	SMP N 1 Donorojo	Mobil					
51	SMP N 1 Cihwak	Mobil					
61	SMP N 2 Gunung Wungkal	Mobil					

Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

7. 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.

8. 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. 7 KELAS INOVASI DENGAN GURU TAMU DARI INDUSTRI SEBAGAI CONTOH PENINGKATAN KUALITAS PROSES PEMBELAJARAN



Sumber: Laporan Kelas Inovasi TKKR (2024)

Gambar 3. 8 KEGIATAN EKSTRAKULIKULER MOVIE MAKER



Sumber: Laporan Bidang Kesiswaan SMK Bakti Utama Pati (2024)

Gambar 3. 9 UPAYA BURSA KERJA KHUSUS DALAM MENYALURKAN LULUSAN AGAR DITERIMA DI DUNIA INDUSTRI DENGAN MASA TUNGGU MINUS BULAN

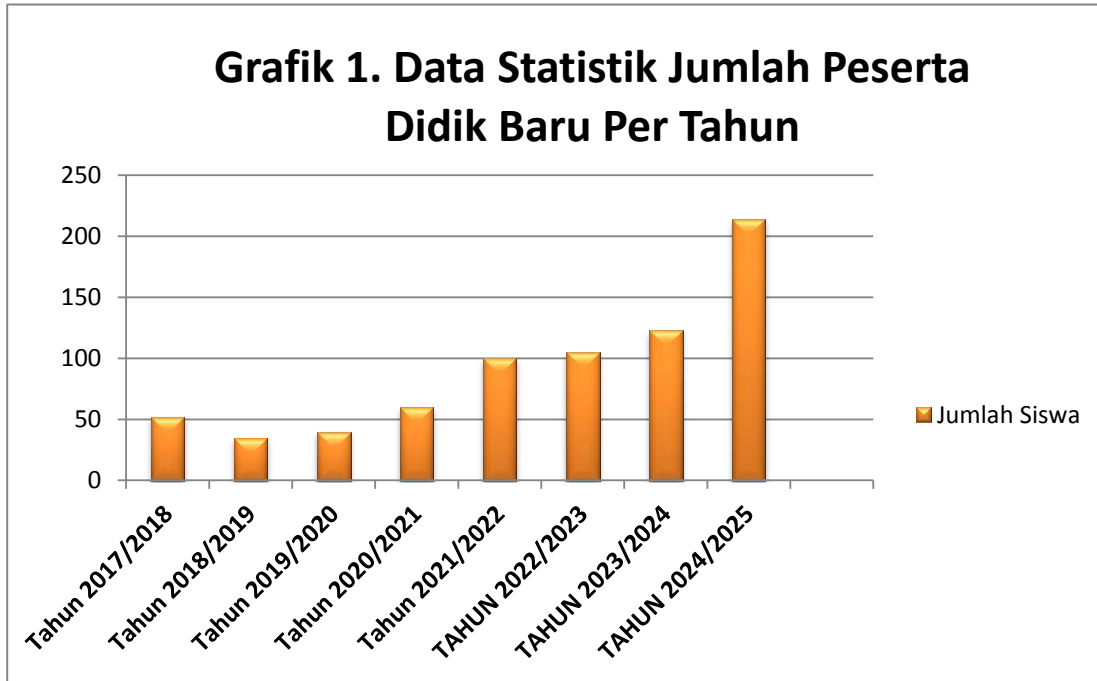


Sumber: Laporan Bidang BKK SMK Bakti Utama Pati (2024)

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.

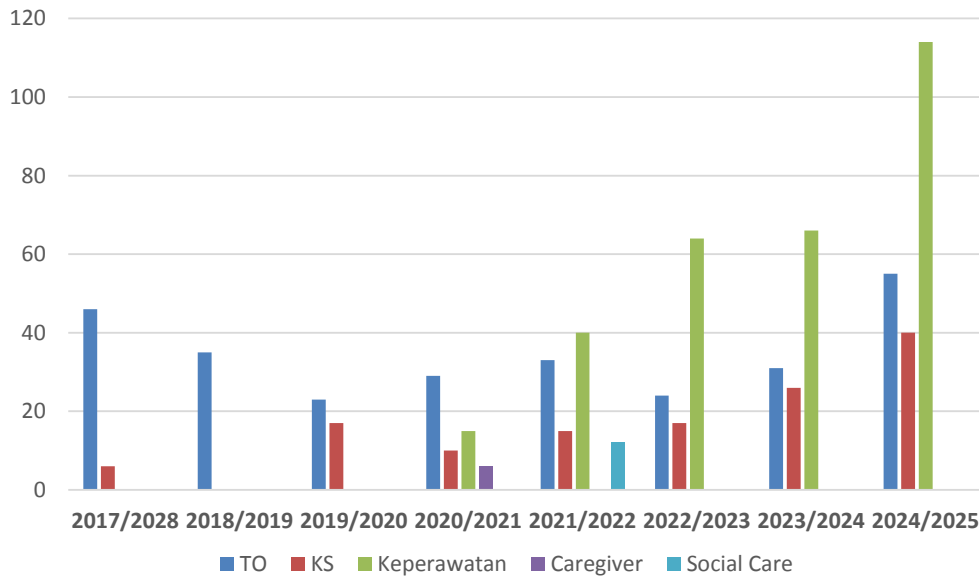
Gambar 3. 10 DATA STATISTIK PENDAFATRAN SISWA BARU



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

Siswa tahun pelajaran 2024/2025 saat ini mendapatkan peningkatan dari tahun – tahun sebelumnya. Dari 3 tahun sebelumnya di tahun pelajaran 2022/2023 dengan total siswa baru 105 siswa, untuk tahun pelajaran 2023/2024 kita mendapatkan tambahan siswa sejumlah 18 siswa sehingga total siswa baru 123 siswa, kemudian untuk tahun pelajaran 2024/2025 kita mendapatkan peningkatan tinggi karena kita mendapatkan tambahan siswa sejumlah 91 siswa sehingga total siswa baru sebanyak 212 siswa.

Gambar 3. 11 DATA STATISTIK SISWA BARU PERJURUSAN



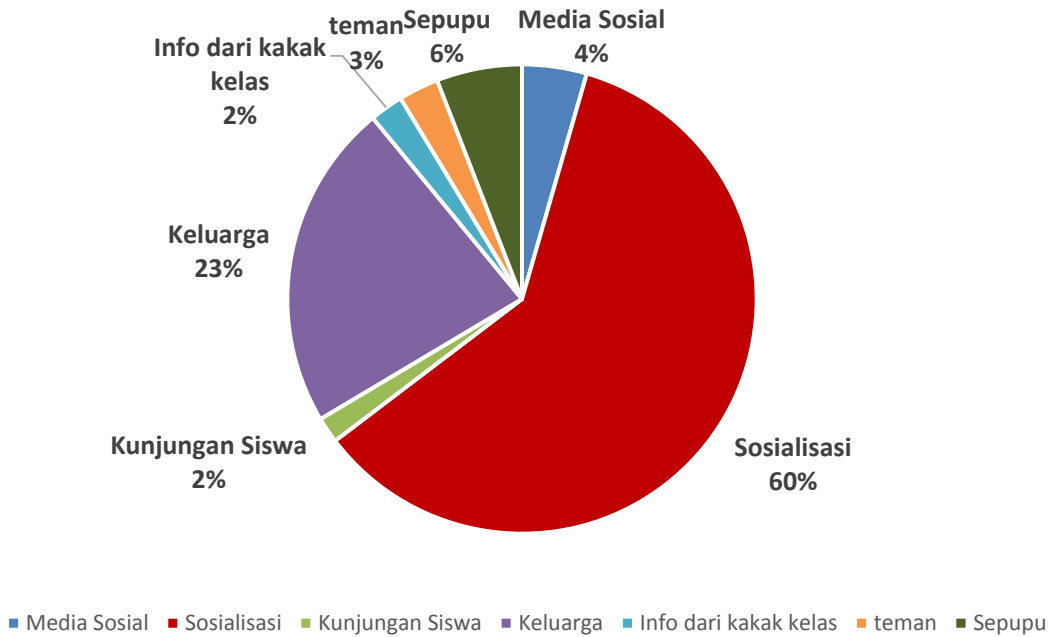
Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

Untuk data statistik siswa baru per jurusan sendiri bisa dilihat dari chart disamping. Yang mana dalam 3 tahun terakhir ada kenaikan dan tidak ada penurunan grafik pada masing – masing jurusan.

Grafik yang meningkat secara signifikan ada pada jurusan Otomotif, Kecantikan dan Otomotif mulai dari tahun pelajaran 2022/2023 sampai tahun ini peningkatan siswa lumayan tinggi. Dimana jurusan Otomotif pada TP 2022/2023 total siswa 24 siswa ke TP 2023/2024 total siswa 31 siswa dan ke TP 2024/2025 total siswa 55 siswa. Jurusan Kecantikan pada TP 2022/2023 total 17 siswa ke TP 2023/2024 total 26 siswa dan ke TP 2024/2025 total mendapat 40 siswa. Jurusan Keperawatan TP 2022/2023 total 64 siswa ke TP 2023/2024 total 66 siswa dan ke TP 2024/2025 total mendapat 110 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.

Grafik yang cenderung mengalami penurunan di 2 terakhir ini tidak ada di masing-masing jurusan.

Gambar 3. 12 Analisis Efektifitas Bauran Marketing pada PPDB SMK Bakti Utama Pati



Sumber: Laporan PPDB SMK Bakti Utama Pati (2024)

Diagram tersebut berasal dari pengisian angket oleh siswa baru untuk menilai mana usaha yang lebih praktis dilakukan untuk PPDB TP 2024/2025.

Bisa dilihat di dalam presentase nya sendiri warna merah dimana siswa yang masuk lebih potensial lewat cara sosialisasi di SMP/MTs. Kemudian ada juga warna ungu yang berada di peringkat 2 media potensial yaitu keluarga. Lalu di peringkat 3 hijau tua dari sepupu. Peringkat ke 4 warna biru tua yaitu dari media sosial. Dan peringkat 5 warna orange yaitu ajakan dari teman, juga diposisi 6 warna abu abu yaitu info dari kakak kelas dan warna hijau muda dari kunjungan ke rumah-rumah siswa.

Untuk evaluasi SMP/MTs potensial untuk jurusan TBSM, TKKR, dan Kesehatan ada di beberapa sekolah (SMPN 2 Margorejo, SMP N 1 Gembong, dan MTs Abadiyah). Alangkah lebih baiknya jika SMP/MTs potensial ini dijadikan sasaran utama untuk PPDB tahun 2024/2025 agar bisa menghasilkan siswa sesuai target untuk Tahun Pelajaran 2025/2026.

Media potensial dimana media ini adalah sebagai hasil dari program kerja PPDB tahun pelajaran 2023/2024 SMK Bakti Utama Pati ini mempunyai media potensial yang bisa dilihat pada Chart 1 (Sosialisasi dan Keluarga)

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 2025/2026 agar bisa menghasilkan jumlah siswa sesuai terget untuk Tahun Pelajaran 2025/2026. 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. Menjadikan evaluasi media potensial sebagai strategi untuk ditidklanjuti secara serius. 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.
3. Rencana program PPDB Tahun Pelajaran 2025/2026 yaitu Sosialisasi di SMP/ MTs. (60 sekolah), Event sekolah (7 sekolah), Event desa (3 desa), CFD sebulan sekali

dimulai September (minggu ke 3), Promosi melalui sosmed berbayar mulai September (sebulan sekali), Pembuatan banner PPDB (September minggu ke 2), dan Pendekatan kepada rekanan dari SMP/ MTs untuk memperoleh data induk siswa.

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 dikarenakan 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. 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 faktor 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.

DAFTAR PUSTAKA

Fakhrudin, A., Roellyanti, M.A., Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta : CV Budi Utama

Hendrayani, E., et al. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV. Media Sains Indonesia

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2016/2017

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2017/2018

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2018/2019

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2019/2020

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2020/2021

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2021/2022

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2022/2023

Laporan PPDB SMK BUP Tahun Pelajaran 2023/2024