

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Profil Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan

a. Identitas Sekolah

Nama Sekolah : SMK Negeri 1 Pamekasan

NSS : 341052601001

NPSN : 20527173

Status :Negeri

Telepon/Hp/Fax : (0324) 322355

Alamat Sekolah : Jl. Pintu Gerbang No. 157

Desa : Bugih

Kecamatan : Pamekasan

Kabupaten : Pamekasan

Provinsi : Jawa Timur

b. Sejarah Singkat SMK Negeri 1 Pamekasan

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah SMK Negeri 1 Pamekasan. SMK Negeri 1 Pamekasan dulu dikenal dengan nama SMEA Negeri Pamekasan yang berdiri pada tanggal 01 Agustus 1956 SK No. 398/P-11 Berada di lokasi Jl. Dirgahayu Pamekasan dan pada tahun 1984 pindah ke Jalan Pintu Gerbang dan membangun gedung sendiri yang berdiri di atas lahan dengan luas 11.620 m², di lokasi Jl. Pintu Gerbang No. 157 kelurahan Bugih Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan.

SMK Negeri 1 Pamekasan dulu bernama SMEA Negeri Pamekasan terletak di jalan Pintu Gerbang No. 157 Pamekasan tepatnya dikelurahan bugih Kecamatan Kota Kabupaten Pamekasan merupakan SMK tertua di Kabupaten Pamekasan yang keberadaannya sangat strategis karena dekat dengan masyarakat yang bermukim dipermukaan, dimana akomodasi maupun transportasi dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat.

SMK Negeri 1 Pamekasan memiliki 4 Program Studi Keahlian yang terdiri atas 1) Program Studi Keahlian Keuangan Kompetensi Keahlian Akuntansi (saat ini menjadi Akuntansi dan Keuangan Lembaga) dan Perbankan (Perbankan dan Keuangan Mekro), 2) Program Studi Keahlian Administrasi kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran (otomatiosasi dan tata kelola perkantoran), 3) Program Studi Keahlian Tata Niaga Kompetensi Keahlian Pemasaran (Bisnis Daring dan Pemasaran) 4) Program Studi Keahlian Teknologi Informasi dan Komunikasi Kompetensi Keahlian Multimedia.

Didirikan di lahan Pemerintah Kabupaten Pamekasan SK Negeri 1 Pamekasan memiliki 35 rombongan belajar (rombel / kelas), dimana seluruh kegiatan belajar mengajar dilakukan pada pagi hari, sedangkan kegiatan ekstrakurikuler dilaksanakan pada sore hari dan hari minggu.

c. Visi dan Misi SMK Negeri 1 Pamekasan

1) Visi

“Menghasilkan lulusan yang unggul dalam IPTEK dan Berakhlak mulia serta mampu bersaing pada tingkat nasional dan Internasional.”

2) Misi

- a) Menghasilkan lulusan yang profesional dan mempunyai wawasan yang luas.
- b) Mengembangkan dan menerapkan pola pendidikan dengan berbasis pada kompetensi, berbasis wirausaha, berbasis akhlakul karimah dan berwawasan lingkungan.
- c) Mengembangkan pola kerjasama dengan industri untuk melakukan perbaikan dan implementasi sistem belajar mengajar.
- d) Menerapkan layanan prima dalam pengelolaan SMK Negeri 1 Pamekasan.

d. Tujuan

- a) Mempersiapkan tamatan yang memiliki kepribadian dan berakhlak mulia sebagai tenaga kerja tingkat menengah yang kompeten sesuai program keahlian pilihannya.
- b) Membekali peserta didik untuk berkarir, mandiri yang mampu beradaptasidilingkungan kerja sesuai bidangnya dan mampu menghadapi perubahan yang terjadi di masyarakat.
- c) Membekali peserta didik sikap profesional untuk mengembangkan diri dan mampu berkompetisi di tingkat nasional, regional dan internasional

2. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Yang Digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

SMK Negeri 1 Pamekasan merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan Negeri yang berada di pamekasan. Sekolah tersebut juga mempunyai visi dan misi unggul dalam IPTEK dan berakhlak mulia serta mampu bersaing pada tingkat nasional dan Internasional. Bisa diartikan dari salah satu visi dan misi tersebut bahwa SMK Negeri 1 Pamekasan harus unggul dalam IPTEK dan mampu bersaing pada tingkat nasional dan internasional maka dari itu untuk menghasilkan *output* yang bagus harus diproses dengan baik pula. Dalam menarik minat masyarakat harus mempunyai strategi pemasaran jasa pendidikan yang baik untuk mencapai internasional.

Dengan demikian strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan harus yang terbaik dan juga sebagai nilai tawar untuk menarik minat masyarakat melalui strategi yang dijalankan sehingga masyarakat tertarik atau minat untuk bisa bergabung di dalamnya. Dalam strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam menarik minat masyarakat baik dari sosialisasi dan pembagian brosur harus bisa memberikan yang terbaik.

Sebagaimana hasil wawancara kepada Bapak Irwan Jayaselaku Waka Kurikulum di SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan bisa lewat *daring* bisa lewat *luring*. *Daring* itu lewat media sosial yaitu WA dan Youtube dan sebagainya. Kemudian yang lewat *luring* kita masuk ke sekolah-sekolah SLTP (Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama) baik itu negeri maupun swasta yang ada di pamekasan melalui guru Bk sekolah. Yang disampaikan kita di sekolah tersebut yaitu visi dan misi sekolah juga menyebarkan

brosur yang isinya tentang kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah tentang pelaksanaan PBM, prestasi-prestasi intra dan ekstra pada pihak SMP bahwa inilah profil dari SMK Negeri 1 Pamekasan. bagaimana kurikulumnya, bagaimana nanti setelah lulus itu kita sampaikan dan sebagainya. Itu yang kita sampaikan kepada pihak BK di SLTP baik negeri maupun swasta.”¹

Jadi dari hasil wawancara Bapak Irwan Jaya selaku waka kurikulum bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan di SMK Negeri 1 Pamekasan yaitu ada yang *luring* dan ada yang *daring*. Strategi pemasaran jasa yang *daring* yaitu lewat sosial media seperti lewat Youtube sedangkan yang *luring* itu melakukan sosialisasi kepada sekolah-sekolah lewat guru BK yang ada sekolah tersebut. Penyampaiannya dengan membagikan brosur dan menjelaskan mengenai SMK Negeri 1 Pamekasan dari mulai visi dan misi, kegiatan-kegiatan yang ada di SMK Negeri 1 Pamekasan tentang pelaksanaan PBM, prestasi-prestasi yang diperoleh di SMK Negeri 1 Pamekasan, kurikulumnya, dan setelah lulus nantinya itu yang disampaikan.

Wawancara tersebut senada dengan Ibu Siti Mutmainnah selaku Guru Akuntansi di SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang digunakan dengan menggunakan media sosial yaitu video yang di sebarakan melalui WA dan Youtube. Kita juga membuat konten-konten sosial media dari kegiatan-kegiatan positif yang kita share kemasyarakat yang didalamnya berisi seperti praktikum siswa berupa video kemudian kita upload ke youtube dan ke IG. Ada juga yang dor to dor dari lisan atau luring mulai dari siswa dan alumni untuk melakukan hal-hal yang positif dari konten sekolah. Kita juga ada penyebaran brosur yang langsung datang ke sekolah-sekolah setempat.”²

¹Irwan Jaya, Waka Kurikulum SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

²Siti Mutmainnah, Guru Akuntansi SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

Hasil wawancara dari Ibu Siti Mutmainnah selaku Guru Akuntansi di SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan di SMK Negeri 1 Pamekasan yaitu ada yang menggunakan media (*daring*) dan ada yang langsung datang ke sekolah-sekolah untuk sosialisasi. Yang lewat media sosial yaitu video yang disebarluaskan melalui WhatsApp dan YouTube. Didalam video itu berisi kegiatan siswa atau praktikum siswa yang positif yang kemudian di upload ke YouTube dan IG. Ada juga yang secara langsung melalui lisan (*luring*) kepada siswa dan alumni dan juga dengan penyebaran brosur ke sekolah-sekolah.

Wawancara tersebut juga senada dengan Bapak Akhmad Tirmidiselaku Waka Humas/Kesiswaan di SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Strategi kita salah satunya bersinergi dengan BK dan BP. Karena kalau hanya menggunakan strategi biasa artinya kalau kita hanya sosialisasi biasa langsung ke lapangan tanpa melibatkan BP atau BK SMP sangat kecil pengaruhnya artinya kesini sangat kecil karena kita memang kurang strategis dari lokasi. Strategi yang lain yaitu dengan mengundang guru BK SMP kesini kemudian kita gambarkan presentasi ke BK-BK-Nya itu tentang bagaimana kondisi sebenarnya SMK Negeri 1 Pamekasan sehingga dengan demikian mereka bisa ikut mensosialisasikan kesiswanya masing-masing itu yang pernah kita strategikan. Kemudian juga kita tentu iya strategi yang lain adalah dengan promosi-promosi tadi melalui media cetak maupun elektronik yaitu bekerja sama dengan radio dan menyebarkan kalender yang kita lakukan secara intens mungkin dengan baner-baner yang kita pasang di tempat strategis gitu. Kita juga mempromosikan lewat lomba-lomba salah satunya yang pernah kita laksanakan adalah waktu itu lomba cerdas cermat.”³

Jadi hasil wawancara dari Bapak Akhmad Tirmidi selaku Waka Humas/Kesiswaan di SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan yaitu salah satunya bersinergi dengan guru

³Akhmad Tirmidi, Waka Humas/Kesiswaan SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

BK dan BP yaitu dengan mengundang guru BK SMP ke SMK Negeri 1 Pamekasan untuk presentasi tentang gambaran kondisi di SMK Negeri 1 Pamekasan sehingga dengan demikian guru BK ikut men-sosialisasikan kepada masing-masing siswa di sekolah mereka. Strategi yang digunakan juga dengan melalui elektronik dan media cetak yaitu bekerja sama dengan radio, menyebarkan kalender dan memasang baner-baner di tempat strategis juga melalui lomba-lomba yang diadakan di Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan.

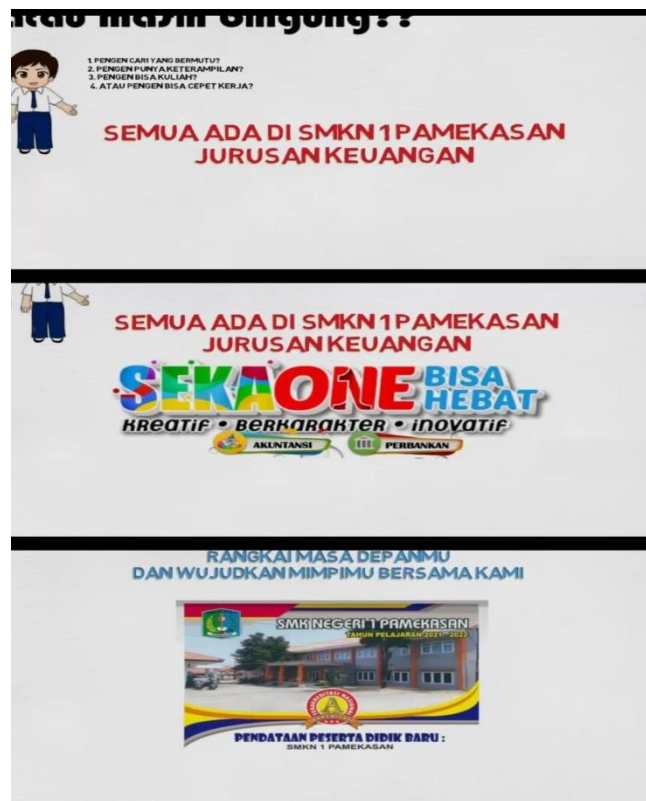
Dari beberapa hasil wawancara narasumber diatas juga diperkuat oleh Bapak Drs. Miftahol selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Strategi yang dilakukan di SMK Negeri 1 Pamekasan pertama yaitudari mulut ke mulut yang disampaikan dengan menggunakan anak-anak dan guru yang ada di sekolah sebagai corong bukan hanya baleho sebagai penunjang tetapi lewat mulut untuk nyampek ke orang. Misal kita punya siswa 500 dan guru 80 berarti kita punya 580 mulut untuk berbicara ke orang-orang dilur misal disampaikan ke teman gitu dan juga sosialisasi ke sekolah-sekolah diluar dengan bekerja sama dengan guru BK salah satunya. Juga strategi yang digunakan penyebaran brosur bahkan promosinya bukan hanya brosur tapi merambat kemedial sosial bahkan promosi sekolah sekarang masuk ke youtube.”⁴

Jadi hasil wawancara dari Bapak Miftahol selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan yaitu sosialisasi secara lisan yang disampaikan semua pihak sekolah dari guru dan siswa kepada orang luar seperti teman dan sekolah-sekolah. Dalam men-strategikan pemasaran jasa pendidikan pihak sekolah juga bekerja sama dengan guru BK dari sekolah lain untuk bisa ikut

⁴Miftahol, Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

mensosialisasikan juga. Strategi yang digunakan juga penyebaran brosur dan semakin canggih yaitu melalui media sosial salah satunya lewat youtube. Berikut dokumentasi salah satu strategi pemasaran jasa pendidikan melalui screenshot video animasi yang di upload ke youtube yang digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan.



Gambar 4.1 Strategi melalui video animasi di SMK Negeri 1 Pamekasan.⁵

Dari dokumentasi diatas bahwa Strategi pemasaran Jasa Pendidika dilakukan melalui media sosial salah satunya melalui video yang di upload ke youtube. Dokumentasi di atas merupakan video animasi yang dibuat oleh pihak SMK Negeri 1 Pamekasan sebagai strategi pemasaran untuk menarik minat masyarakat. Dokumentasi diatas merupakan video yang di screenshot oleh peneliti untuk dijadikan bukti bahwa strategi pemasaran

⁵Dokumentasi SMK Negeri 1 Pamekasan, 30 Maret 2021

jasa pendidikan benar dilakukan dengan melalui media sosial. Berikut juga dokumentasi brosur yang akan dibagikan kepada masyarakat luar atau peserta didik.



Gambar 4.2 Brosur SMK Negeri 1 Pamekasan Pada Tahun 2021

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa wawancara narasumber diatas seperti Waka Kurikulum, Waka Humas/Kesiswaan, Guru Akuntansi dan Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan yaitu bisa melalui *daring* dan *luring*. Pemasaran jasa pendidikan melalui *daring* yaitu media sosial seperti WA,

IG, Youtube, berupa video animasi juga konten mengenai prestasi-prestasi yang didapat dan kegiatan positif lainnya yang di *upload* ataupun *dishare* ke media sosial dan juga bekerja sama dengan radio dan media percetakan dalam pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan. Pemasaran jasa pendidikan melalui *luring* yaitu sosialisasi yang dilakukan pihak sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan terhadap sekolah-sekolah SMP maupun MTS yang ada di pamekasan, juga bekerja sama dengan guru-guru BK dari sekolahluar yang dijadikan sasaran untuk ikut mensosialisasikan dan mempromosikan mengenai visi misi dan program-program SMK Negeri 1 Pamekasan kepada sekolah-sekolah lain.

3. Penerapan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan sangat penting disetiap sekolah untuk menarik minat masyarakat. Dalam penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan di SMK Negeri 1 Pamekasan tentunya ada proses tahapan yang harus dilalui dari mulai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan tersebut dilakukan agar strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Sebagaimana hasil wawancara kepada Bapak Irwan Jaya selaku Waka Kurikulum di SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa :

“Perencanaan yang digunakan oleh SMK Negeri 1 Pamekasan adalah dalam merencanakan sekolah supaya bisa diminati masyarakat yaitu diawal tahun biasanya sebelum penerimaan siswa baru kami mengadakan rapat dengan tim kesiswaan tentang apa-apa yang nanti akan dilaksanakan *pertama*, mengkonsep strategi yang akan

digunakan nantinya. *Kedua*, menentukan waktu pelaksanaannya. *Ketiga*, menentukan sasaran sesuai dengan target. Keempat membentuk tim. *Kelima*, menentukan tempat sekolah yang akan kita datangi seperti SMP/MTS. Pengorganisasian pemasaran jasa pendidikan dikomando oleh waka kesiswaan/waka humas dengan membuat tim daring atau luring, biasanya untuk yang tim daring diserahkan kepada tim multimedia untuk disebarakan lewat media sosial dari berbagai jurusan karena disini perjurusan harus menyampaikan pesannya lewat medsos. Yang luring dihandle dari bagian waka kesiswaan secara keseluruhan dan bersifat umum. Pelaksanaannya kita target dipertengahan bulan januari dan februari itu kita masuk ke sekolah-sekolah dan setiap tahunnya sudah terjadwal antara bulan januari dan februari kita sudah menyebarkan informasi tentang pemasaran jasa pendidikan yang ada di SMK Negeri 1 Pamekasan di sekolah-sekolah SLTP Negeri maupun swasta. Evaluasi setiap tahun kita adakan evaluasi tentang pelaksanaan itu, semuanya berdasarkan laporan dari waka kesiswaan seperti apa hasilnya dan dilaporkan kepada pimpinan kemudian evaluasi tersebut juga dievaluasi langsung oleh kepala sekolah, untuk memberikan peran penting dan memberikan solusi bagi bawahannya dengan arahan dan petunjuk supaya kedepannya lebih maksimal.”⁶

Hasil wawancara dari Bapak Irwan Jaya selaku waka kurikulum bahwa penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam menarik minat masyarakat ada proses tahapan dari mulai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. *Pertama*, perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dengan mengadakan rapat terlebih dahulu dengan tim kesiswaan untuk mengkonsep strategi yang akan digunakan, menentukan waktu pelaksanaan, menentukan sasaran atau tujuan, menentukan tempat sekolah yang akan didatangi dan membentuk tim. Pengorganisasian atau pembagian tugas diberikan kepada waka kesiswaan atau bisa dikatakan waka humas dengan membagi tim *luring* diberikan kepada waka kesiswaan dan *daring* diberikan ke tim

⁶Irwan Jaya, Waka Kurikulum SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

multimedia. Pelaksanaan di awal tahun baru pertengahan januari-februari untuk sosialisasi ke sekolah-sekolah SMP/MTS setiap tahunnya itu terjadwal sedangkan yang tidak terjadwal yang tidak terjadwal itu melalui event-event dan prestasi-prestasi yang didapat selama satu tahun berjalan. Evaluasi berdasarkan laporan dari waka kesiswaan seperti hasil yang disampaikan kepada pimpinan dan dievaluasi dilakukan oleh kepala sekolah untuk memberikan solusi dan arahan kepada bawahan supaya tetap lebih maksimal kedepannya.



Gambar 4.3 *Rapat sebelum PPDB dengan tim kesiswaan*

Dokumentasi diatas yaitu rapat yang dilakukan oleh tim kesiswaan sebelum PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) untuk melakukan perencanaan mengenai pemasaran jasa pendidikan yang didalamnya membahas tentang apa saja yang harus dipersiapkan seperti konsep strategi yang akan dipakai, sasaran/tujuan, sekolah-sekolah yang aka didatangi, waktu dan yang lainnya yang harus ditentukan sebelum pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan dilakukan.

Wawancara tersebut senada dengan Ibu Siti Mutmainnah selaku Guru Akuntansi SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Biasanya kita sebelum masuk pada perencanaan kita mengadakan rapat terlebih dahulu untuk menentukan apa saja yang harus disampaikan ke sekolah lain. Disitu ada tim tersendiri untuk melakukan promosi ke sekolah lain, iya dengan menentukan program apa sih yang sekiranya targetnya untuk membuat SMP/MTS tertarik ke sekolah kita, termasuk tempat dan waktu pelaksanaan juga ditentukan sebelumnya dan itu pelaksanaannya biasanya dilakukan pada awal semester sampai akhir semester sampai masuk pada PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Pengorganisasian disini yaitu dengan membentuk tim ada yang bagian media untuk disebar seperti lewat youtube, ada juga tim yang ke lapangan seperti menyebar brosur langsung ke sekolah-sekolah, itu kita bentuk pengorganisasian dengan tim seperti itu. Pelaksanaan dari pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan SMK Negeri 1 Pamekasan dilakukan pada saat masuk bulan januari antara tanggal 15 januari sampai februari kita itu harus melakukan kegiatan ke sekolah luar dalam mempromosikan sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan pertahunnya seperti itu. Evaluasi dilakukan dari setiap program yang dijalankan biasanya evaluasi itu di lakukan dari setiap tahunnya setelah selesainya proses pemasaran jasa pendidikan itu saat evaluasi didampingi oleh kepala sekolah langsung dari setiap awal evaluasi sampai selesai.”⁷

Dari hasil wawancara Ibu Siti Mutmainnah selaku Guru Akuntansi di SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa dalam strategi pemasaran jasa pendidikan ada proses tahapan dari mulai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan pada strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu mengadakan rapat untuk menentukan program apa saja untuk yang ingin dilakukan untuk menarik minat masyarakat, tempat, waktu pelaksanaan biasanya dilakukan pada awal semester-akhir semester sampai PPDB. Pengorganisasian yaitu membentuk tim ada yang bagian media seperti lewat

⁷Siti Mutmainnah, Guru Akuntansi SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

youtube, dan ada tim yang langsung terjun kelapangan untuk menyebar brosur ke sekolah-sekolah. Pelaksanaan pada saat pertengahan bulan januari-februari untuk melakukan kegiatan mempromosikan itu terjadwal setiap tahunnya. Evaluasi setiap program yang dijalankan langsung diadakan evaluasi setiap tahunnya setelah selesai proses pemasaran. Pada waktu evaluasi itu didampingi oleh kepala sekolah dari awal sampai selesai. Berikut dokumentasi sosialisasi yang diadakan di salah satu sekolah SMP yang ada dipamekasan.



Gambar 4.4 *Sosialisasi Ke Salah Satu Sekolah SMP di Pamekasan*

Wawancara tersebut senada dengan Bapak Akhmad Tirmidiselaku Waka Humas/Kesiswaan SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Untuk perencanaan biasanya kita awali dengan mengadakan rapat dengan tim kesiswaan tentang apa-apa yang nanti akan dilakukan, misalnya dengan menggunakan triknya yang seperti apa, misalnya yang akan kita lakukan saat ini adalah kita akan sosialisasi ke SMP-SMP mendatangi sekolah-sekolah yang akan dijadikan target disitu kita nanti akan masuk ke kelas-kelas menyampaikan visi misi, kegiatan intra ekstra dan prestasi-prestasi yang diraih SMK Negeri 1 Pamekasan targetnya seperti itu untuk semua SMP maupun MTS iya tentunya pertama kita masuk harus menentukan waktunya kapan yang pas untuk kita sosialisasi ke sekolah tersebut. Pengorganisasian disini

istilahnya kita bentuk panitia atau tim baik itu yang kelapangan langsung atau lewat media itu ada tim tersendiri kita pasrahkan kepada waka kesiswaan/waka humas. Pelaksanaan melibatkan banyak pihak untuk kita kerjakan sesuai dengan sasaran yang kita tentukan biasanya masuk ke SMP-SMP biasanya itu dilakukan pada waktu masuk ajaran baru dan itu dilakukan pada bulan januari dan february itu sudah selesai menyebarkan brosur atau mempromosikan ke sekolah luar. Evaluasi yaitu seperti kita kumpulkan seluruh tim dengan melibatkan kepala sekolah untuk memberikan arahan terhadap jalannya pelaksanaan yang kurang maksimal atau ada yang mau diperbarui maka kepala sekolah akan memberikan solusi kepada seluruh tim yang terlibat didalamnya.”⁸

Dari hasil wawancara Bapak Akhmad Tirmidi selaku Waka Humas/Kesiswaan SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa perencanaan dilakukan dengan mengadakan rapat dengan tim kesiswaan tentang yang harus dipersiapkan. Trik yang ingin digunakan, waktu pelaksanaannya yang pas untuk sosialisasi ke sekolah-sekolah. Pengorganisasian dengan membentuk panitia atau tim yang dilapangan dan yang lewat media itu pembagiannya dipasrahkan kepada waka humas/kesiswaan. Pelaksanaan pada waktu masuk ajaran baru pada bulan januari-february semua pihak sekolah ikut terlibat dalam memasarkan dengan menyebarkan brosur atau mempromosikan dengan yang lainnya kepada sekolah luar. Evaluasi yaitu dikumpulkan seluruh tim dengan melibatkan kepala sekolah untuk memberikan arahan terhadap jalannya pelaksanaan yang kurang maksimal atau ada yang mau diperbarui maka kepala sekolah akan memberikan solusi kepada seluruh tim yang terlibat didalamnya.

Dari beberapa wawancara diatas juga diperkuat oleh Bapak Drs. Miftahol selaku kepala sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

⁸Akhmad Tirmidi, Waka Humas/Kesiswaan SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

“Perencanaan pemasaran jasa pendidikan di SMK Negeri 1 Pamekasan pertama biasanya kita melakukan rapat untuk membicarakan enaknya bagaimana dalam melakukan promosi ke sekolah luar, dengan menentukan dari mulai waktu, tempat, dan sasarannya biasanya dilakukan di lingkungan sekitar sebelum merambat ke sekolah lain tentu hal itu butuh penanganan langsung dari para tim atau guru untuk pemasaran yang baik dengan menyampaikan program yang ada di sekolah misal menyampaikan visi misinya apa, dan program yang ada di sekolah hal itu perlu disampaikan ketika sosialisasi, hal yang disampaikan yang positif-positif saja. Pengorganisasiannya itu di bagi dua ada yang bagian dari media untuk pemasarannya ada juga guru yang tugasnya langsung kelapangan, istilahnya ada penataan dari dalam untuk pemasaran jasa keluar makanya harus ada bagian baik dari media dan yang bertugas dilapangan. Pelaksanaan yang dilakukan dari pihak sekolah itu dalam proses pemasaran jasa itu biasanya setiap tahun dilaksanakan dengan cara masuk ke lembaga baik Itu SMP atau MTs iya sebagai sasaran dari pihak sekolah, itu dilakukan pada bulan satu dan bulan dua antara januari sampai february. Evaluasi dari mulai perencanaan sampai akhir itu akan dievaluasi semuanya agar lebih maksimal dilakukan biasanya dari setiap devisi diminta penjelasan apanya yang kurang, apa saja hambatannya tinggal saya urut mulai dari waka kesiswaan/waka humas, dan dari tim yang lain, seperti itu evaluasi yang saya lakukan sebagai jalan alternatif untuk kedepannya dan tinggal menanyakan programnya sudah tersampaikan semuanya apa tidak, jika ada kekurangan iya saya tinggal mengarahkan dengan solusi yang saya punya.”⁹

Dari wawancara bapak Miftahol selaku Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa dalam strategi pemasaran jasa pendidikan dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan dengan mengadakan rapat dari mulai menentukan waktu, tempat, tujuan dan cara menyampaikan program bagaimana dari mulai visi misi sekolah, program-program yang ada di sekolah semuanya direncanakan terlebih dahulu. Pengorganisasian dibagi dengan dua tim ada yang dari media dan dari guruyang tugasnya langsung kelapangan. Pelaksanaan dilakukan setiap

⁹Miftahol, Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

tahun dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMP maupun MTS dilakukannya pada Januari dan Februari. Evaluasi dari mulai perencanaan sampai akhir dievaluasi agar lebih maksimal sehingga jika ada yang kurang bisa diketahui dan diberikan solusi. Dengan menyampaikan hasil programnya jika ada yang kurang maka akan diberikan arahan oleh kepala sekolah dan dari beberapa tim itu sendiri. Berikut dokumentasi rapat evaluasi PPDB dengan tim



Gambar 4.5 *Rapat Evaluasi PPDB dengan tim di SMK Negeri 1 Pamekasan*

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dilakukan untuk bisa menarik minat masyarakat terhadap sekolah tersebut. Strategi yang digunakan harus tersusun dengan baik melalui tahapan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi untuk bisa mencapai tujuan yang sesuai dengan yang diinginkan. Dengan pengadaan strategi yang baik maka bisa diproses dengan baik dan bisa menciptakan *output* yang baik juga.

Wawancara juga dilakukan ke salah satu peserta didik SMK Negeri 1 Pamekasan yaitu Awalia Putri Wardani kelas XII Perbankan yang mengatakan bahwa:

“Kalau yang saya ketahui kak mengenai promosi sekolah itu brosur yang disebar keluar karena saya juga ikut membantu membagikan brosur juga bisa lewat video yang di unggah ke youtube kakak bisa liat videonya di youtube. Untuk peningkatan setiap tahunnya alhamdulillah meningkat secara keseluruhan kalau jurusan saya perbankan meningkat tapi untuk jurusan yang lain kurang tau intinya itu keseluruhan kak itu yang saya ketahui.”¹⁰

Dari hasil wawancara kepada salah satu peserta didik SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu dengan menyebarkan brosur dan juga video yang di upload ke media sosial salah satunya youtube. Peningkatan peserta didik yang masuk ke SMK Negeri 1 Pamekasan setiap tahunnya meningkat dari keseluruhan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti ke beberapa narasumber diatas seperti waka kurikulum, guru, waka humas/kesiswaan, kepala sekolah dan peserta didik SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa untuk strategi pemasaran jasa pendidikan dilaksanakan disetiap sekolah dalam menarik minat masyarakat. Strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan yaitu *daring* seperti video dan konten yang diupload kemedial sosial dan *luring* seperti sosialisasi ke sekolah-sekolah, pembagian brosur, dan memasang banner di tempat-tempat strategis. Strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan melalui tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan tahap evaluasi.

¹⁰Awalia Putri Wardani, Peserta Didik, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

Jadi dapat disimpulkan hasil dari wawancara beberapa narasumber diatas mengenai strategi pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan minat masyarakat bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam menarik minat masyarakat ada *daring* dan *luring*. Strategi pemasaran jasa *daring* dengan pembuatan video dan konten-konten yang buat sekolah lalu diupload ke media sosial seperti youtube, IG, WA dan juga bekerja sama dengan radio dan media cetak. Sedangkan kalau *luring* itu dengan sosialisasi lewat alumni, siswa sekaligus membagikan bosur ke luar atau sekolah-sekolah SMP/MTs, bekerja dengan guru BK dari sekolah-sekolah luar, memasang banner di tempat-tempat strategis. Untuk penerapan dari mulai perencanaan seperti menentukan sasaran, tempat, waktu, konsep dan lainnya yang harus dipersiapkan. Pengorganisasian dipasrahkan ke waka humas/kesiswaan yang dibagi menjadi 2 tim ada tim media diberikan ke orang multimediatan tim terjun lapangan diberikan ke tim guru. Pelaksanaan setiap tahun pada awal tahun januari dan february dengan membagikan brosur dan sosialisasi ke sekolah-sekolah. Evaluasi dilakukan dari awal perencanaan sampai akhir menyampaikan program-program supaya bisa dicek kekurangannya sehingga nantinya bisa diberikan masukan atau arahan dari kepala sekolah.

Dalam hal ini dikuatkan dengan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dilapangan yaitu pada tanggal 29 Maret 2021.

“Hari senin pukul 08.00 peneliti datang ke SMK Negeri 1 Pamekasan. Setelah sampai di SMK Negeri 1 Pamekasan dengan memanggil salam ke ruang TU di SMK Negeri 1 Pamekasan dengan mengatakan ingin bertemu dengan waka humas SMK Negeri 1 pamekasan dan ibu

tersebut menjawab bahwa waka humas sedang mengadakan rapat evaluasi dengan beberapa tim disekolah mengenai program pemasaran yang dilaksanakan pada bulan februari kemaren. Setelah nunggu beberapa menit langsung bertemu dengan waka humas SMK negeri 1 Pamekasan dan meminta dokumentasi pada waktu rapat barusan.”¹¹

Hasil observasi diatas dikuatkan dengan dokumentasi pada saat waka humas/kesiswaan sedang melaksanakan rapat dengan beberapa tim.



Gambar 4.6 *Rapat Evaluasi Waka Humas Dengan Tim.*¹²

Dapat dipahami dari dokumentasi diatas bahwa waka humas/kesiswaan sedang melaksanakan rapat evaluasi dengan menyampaikan program pemasaran jasa pendidikan pada bulan februari kemarin tahun 2021.

Jadi dapat disimpulkan dari hasil wawancara, observasi dan dukungan dari dokumentasi diatas bahwa strategi pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan masyarakat benar-benar dilaksanakan. Dari dokumentasi diatas bahwa waka humas sedang melaksanakan rapat dengan tim dari pemasaran jasa pendidikan mengenai program pemasaran pada bulan februari tahun 2021 kemaren. Dilakukan rapat evaluasi yaitu untukn mengetahui proses pemasaran jasa pendidikan

¹¹Observasi Langsung (29 Maret 2021).

¹²Dokumentasi SMK Negeri 1 Pamekasan, (29 Maret 2021).

kemarin sudah baik atau tidak dan meningkat atau tidak sehingga apabila ada kendala ataupun problem bisa diselesaikan bersama dan diberikan masukan atau arahan oleh tim yang lainnya.

4. Faktor Penghambat Dan Pendorong Pada Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Dalam proses pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat pasti tidak terlepas dari yang namanya faktor penghambat yang dialami dalam mencapai tujuan, tetapi juga ada faktor pendukung untuk penyelesaian dari faktor hambatan tersebut.

Sebagaimana hasil wawancara dari Bapak Irwan Jayaselaku Waka Kurikulum SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Faktor penghambat sekarang masa pandemi sehingga susah bertemu dengan siswa di SMP/MTs sehingga kita hanya melalui BK yang ada di sekolah sebagai perwakilan untuk menyampaikan kepada siswa. Kemudian kurang maksimal karena tidak bertemu langsung kepada siswa sehingga kurang maksimal menyampaikan program-program sekolah. Faktor pendukung ada yang dari internal dan eksternal, yang dari internal adalah dukungan dari civitas akademik yang ada di sekolah kita baik dari pendidik, tenaga kependidikan, siswa semuanya saling mendukung baik dari guru atau pihak sekolah dengan itu insya Allah menghasilkan pemasaran jasa yang baik, yang dari pihak eksternal ada masyarakat, alumni-alumni yang ada diluar yang juga ikut mempromosikan sekolah.”¹³

Hasil wawancara dari Bapak Irwan Jaya selaku Waka kurikulum SMK Negeri 1 Pamekasan bahwa faktor penghambat pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dengan keadaan pandemi yaitu susah bertemu

¹³Irwan Jaya, Waka Kurikulum SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (29 Maret 2021).

siswa untuk mempromosikan secara langsung semuanya serba *daring* sehingga pemasaran yang dilakukan kurang maksimal. Untuk faktor pendukung ada dari internal dan eksternal. Faktor pendukung dari internal yaitu dukungan dari dalam seperti civitas akademik, pihak sekolah dari pendidik, tenaga kependidikan dan siswa sedangkan faktor pendukung eksternal mulai dari masyarakat, alumni yang ikut mempromosikan.

Wawancara tersebut senada dengan Ibu Siti Mutaminnah selaku Guru Akuntansi SMK Negeri 1 Pamekasan yang mengatakan bahwa:

“Faktor penghambatnya yaitu sekarang lagi masa pandemi kan jadi kadang promosinya lewat *daring* tidak bisa bertemu langsung kepada siswa sehingga penyampaian program-program kurang maksimal karena tidak bertemu langsung itu yang ibu ketahui itu menurut ibu. Dan untuk faktor pendukung ada dari internal yaitu dari tim atau pihak sekolah dari siswa juga yang ikut membantu, kemudian yang eksternal ada alumni juga yang membantu.”¹⁴

Dari hasil wawancara Ibu Siti Mutmainnah selaku Guru Akuntansi bahwa faktor penghambat pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu promosi yang lewat *daring* tidak bertemu langsung sehingga penyampaian program-program SMK Negeri 1 Pamekasan kurang maksimal. Faktor pendukung ada dari tim internal dan eksternal. Faktor pendukung dari tim internal yaitu dari pihak sekolah siswa yang ikut membantu sedangkan faktor eksternal dari alumni yang ikut membantu ikut mempromosikan.

Wawancara tersebut juga senada dengan Bapak Akhmad Tirmidi selaku Waka Humas/Kesiswaan yang mengatakan bahwa:

¹⁴Akhmad Tirmidi, Waka Humas/Kesiswaan SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

“Faktor penghambatnya iya sekarang lagi pandemi jadi susah bertemu siswa, semuanya sekarang daring palingan kalau masuk itu kadang-kadang jadi promosi sekolah lewat daring yaitu vidio dan lain sebagainya sehingga penyampaiaannya kurang maksimal. Faktor pendukung tentu iya semangat dari temen-temen atau pihak sekolah ada kekompakan dari dalam ada juga ada dukungan dari luar misal alumni dan masyarakat sekitar.”

Hasil wawancara dari Bapak Akhmad Tirmidi selaku Waka Humas/Kesiswaan bahwa faktor penghambat pandemi ini susah bertemu siswa semuanya *daring* kalau langsung itu kadang-kadang sehingga penyampainnya kurang maksimal karena lewat video. Faktor pendukung yaitu semangat dari teman-teman atau pihak sekolah kompak dari dalam dan dukungan dari luar seperti alumni dan masyarakat sekitar.

Wawancara diatas diperkuat oleh Bapak Drs. Miftaholyang mengatakan bahwa:

“Faktor penghambatnya sekarang iya terkadang tidak bertemunya langsung kepada siwa SMP yang hanya melalui guru BK disana karena sekarang masih musim pandemi sehingga apa-apa yang akan disampaikan oleh pihak sekolah tidak begitu maksimal, Faktor pendukung ada yang dari dalam dengan adanya SDM yang bagus seperti guru-guru disini terus masyarakat juga mendukung ada juga alumni.”¹⁵

Hasil wawancara Bapak Miftahol selaku Kepala Sekolah bahwa faktor penghambat pemasaran yang tidak bertemu langsung atau bisa dikatakan lewat *daring* atau juga bisa melalui guru BK sehingga penyampaian dari pihak sekolah kurang maksimal mengenai program-program yang ada di SMK Negeri 1 Pamekasan. Faktor pendukungnya ada dari dalam yaitu dengan adanya SDM yang memadai atau bagus seperti guru, siswaintinya

¹⁵Miftahol, Kepala Sekolah SMK Negeri 1 Pamekasan, Wawancara Langsung (30 Maret 2021).

semua pihak sekolah sedangkan faktor pendukung dari dalam yaitu alumni dan masyarakat sekitar.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa narasumber diatas seperti wawancara waka kurikulum, guru, waka humas/kesiswaan, dan kepala sekolah bahwa faktor penghambat pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu tidak bertemu langsung dengan peserta didik artinya pemasaran lewat *daring* dari videodan hanya bekerja sama dengan guru BK dari sekolahan luar yang nantinya akan disampaikan oleh BK sehingga penyampiaannya kurang maksimal. Faktor pendukungnya yaitu ada dari internal dan eksternal. Faktor pendukung dari internal yaitu mempunyai SDM yang memadai dari mulai guru, siswa, dan pihak sekolah lainnya sehingga bisa dilakukan pemasaran lewat pihak sekolah. Sedangkan faktor dari eksternal yaitu dari alumni dan masyarakat sekitar.

B. Temuan Penelitian

1. Program Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat yang digunakan yaitu ada yang *daring* dan *luring*. Strategi pemasaran jasa pendidikan lewat *daring* yaitu media sosial seperti youtube, IG, dan WAjuga bekerja sama dengan radio dan media cetak sedangkan strategi pemasaran jasa pendidikan lewat *luring* yaitu dengan mengadakan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMP/MTS sekaligus membagikan brosur juga pemasangan banner di tempat-tempat strategis.

2. Penerapan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan minat masyarakat yaitu menggunakan fungsi manajemen dari mulai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Penerapan tersebut sebagai berikut:

- a. Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan, sebelum dilaksanakan pemasaran jasa pendidikan pastinya mengadakan rapat terlebih dahulu dengan melibatkan kepala sekolah dan tim kesiswaan. Dalam rapat tersebut menentukan semua yang harus dipersiapkan sebelum dilaksanakan strategi pemasaran jasa pendidikan seperti menentukan sasaran, menentukan konsep/strategi yang akan digunakan, menentukan waktu, menentukan tempat atau sekolah-sekolah yang akan didatangi untuk sosialisasi dan yang lainnya yang harus dipersiapkan. Dalam perencanaan pastinya melibatkan semua pihak sekolah SMK Negeri 1 pamekasan. Perencanaan yang dilakukan disesuaikan dengan strategi pemasaran jasa pendidikan untuk bisa menarik minat masyarakat.
- b. Pengorganisasian strategi pemasaran jasa pendidikan dipasrahkan ke waka humas/kesiswaan yang nantinya dibagi dengan 2 tim. *Pertama*, tim *daring* yaitu dipasrahkan ke orang multimedia *kedua*, tim *luring* yang dilakukan tim kesiswaan tapi semua pihak sekolah ikut membantu dalam memasarkan SMK Negeri Pamekasan.
- c. Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu setiap tahun pada bulan januari sampai februari. Dengan melibatkan semua tim sekolah dan

alumni juga masyarakat sekitar dalam memasarkan SMK Negeri 1 pamekasan. Strategi pemasarannya ada yang lewat *daring* dan *luring*. Pemasaran jasa pendidikan *daring* yaitu lewat media sosial seperti youtube, IG dan Whatsap dengan pembuatan vidio atau konten yang didalamnya berisi kegiatan yang positif ataupun prestasi-prestasi yang diraih di SMK Negeri 1 Pamekasan yang nantinya diupload ke media sosial tersebut. sedangkan lewat *luring* yaitu terjun langsung kelapangan dengan mendatangi sekolah-sekolah SMP/MTs untuk melakukan sosialisasi sekaligus pembagian brosur juga pemasangan beberapa banner di tempat-tempat strategis.

- d. Evaluasi strategi pemasaran jasa pendidikan dilakukan dari tahap awal perencanaan sampai tahap akhir evaluasi artinya dilakukan step by step sehingga jika ada kekurangan bisa diberikan arahan atau masukan pada waktu itu. Evaluasi disampaikan disetiap devisi yang diberikan pertanggung jawaban juga program yang dilaksanakan. Evaluasi dilakukan oleh kepala sekolah dan dibantu dengan tim yang lainnya.

3. Faktor Penghambat Dan Pendorong Pada Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Mningkatkan Minat Masyarakat

Pada pelaksanaan Strategi Pemasaran Pasa Pendidikan SMK Negeri 1 pamekasan Dalam Meninfkatkan Minat Masyarakat pasti ada faktor penghambat dan pendukung. Faktor penghambat pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu dilakukan dengan *daring* tidak bisa bertemu langsung dengan siswa untuk bisa memasarkan jasa pendidikan

SMK Negeri 1 Pamekasan sehingga penyampaian mengenai program-program SMK Negeri 1 Pamekasan kurang maksimal. Faktor pendukung pada pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan yaitu mempunyai SDM yang bagus atau kompak dari internal sedangkan faktor pendukung dari eksternal mempunyai alumni dan masyarakat sekitar untuk membantu mempromosikan SMK Negeri 1 Pamekasan.

C. Pembahasan

1. Program Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Strategi pemasaran jasa pendidikan yang digunakan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam Meningkatkan minat masyarakat yaitu ada yang lewat *daring* dan ada yang lewat *luring*. Strategi pemasaran lewat *daring* yaitu seperti lewat youtube, IG dan Whatsap dan juga bekerja sama dengan radio dan media cetak. Sedangkan pemasaran lewat *luring* yaitu dengan terjun langsung kelapangan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMP/MTs dengan menyampaikan visi, misi, program intra maupun ekstra, prestasi-prestasi yang diperoleh SMK Negeri 1 pamekasan sekaligus dengan membagikan brosur juga dengan memasang banner di tempat-tempat strategis.

2. Penerapan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Penerapan strategi pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan fungsi manajemen yang dimulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi. Berikut penjelasannya:

a. Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dilakukan dengan menentukan sasaran/tujuan dilaksanakan pemasaran jasa pendidikan, menentukan konsep untuk pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan, menentukan strategi yang ingin digunakan, menentukan tempat atau sekolah-sekolah yang akan didatangi untuk dilakukan sosialisasi, pembagian brosur, memasang banner, dan menentukan waktu yang tepat untuk dilakukan pemasaran jasa pendidikan. Dalam proses perencanaan pasti melibatkan semua pihak sekolah untuk ikut membantu mempersiapkan semua yang dibutuhkan.

Hal diatas diperkuat dalam buku David Wijaya dalam buku yang berjudul Pemasaran Jasa Pendidikan yang memaparkan bahwa perencanaan adalah peran manajemen untuk membuat pertimbangan tentang pentingnya pasar di dalam keputusan perencanaan dan pilihan strategis. Perencanaan strategis berasal dari analisis strategis, di mana seluruh bagian rencana organisasi yang telah dibuat berasal dari teknik analisis pemasaran. Proses perencanaan strategis terdiri atas tiga unsur yaitu rencana sekolah, rancangan tematik untuk setiap unsur rencana sekolah (kurikulum, lokasi, keuangan), rencana mengidentifikasi aktivitas, promosi dan hubungan masyarakat.¹⁶

Dapat disimpulkan dari hasil penelitian dengan teori bahwa perencanaan startegi pemasaran jasa pendidikan yaitu pertimbangan yang dilakukan sebelum pelaksanaan jadi semua yang dibutuhkan harus disiapkan dan ditentukan pada waktu perencanaan dari mulai menentukan konsep

¹⁶David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 38-39.

yang akan dipakai pada pelaksanaan, menentukan strategi, tempat atau sekolah-sekolah yang akan didatangi untuk dilakukan sosialisasi, waktu yang tepat untuk dilaksanakan pemasaran jasa pendidikan semuanya harus direncanakan dengan baik untuk bisa mencapai tujuan sesuai dengan yang sudah ditetapkan.

b. Pengorganisasian Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Pengorganisasian strategi pemasaran jasa pendidikan dipasrahkan kepada waka humas/kesiswaan dengan dibentuk 2 tim. Ada yang tim *daring* diberikan kepada orang multimedia dan tim *luring* diberikan kepada tim kesiswaan. Dalam pembagian tugas semua pihak sekolah ikut membantu.

Hal tersebut diperkuat oleh jurnal Imam Faizin dengan judul Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah bahwa *organizing* merupakan tanggung jawab manajer untuk mendesain struktur organisasi dan mengatur pembagian pekerjaan. Termasuk mempertimbangkan tugas apa yang harus dilakukan, siapa yang melakukan, bagaimana tugas dikelompokkan, siapa melapor kepada siapa dan dimana keputusan dibuat. Jadi disini diperlukan struktur yang jelas sehingga tidak terjadi saling lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan dalam pekerjaan. Pengorganisasian ini sebagai proses membagi kerja kedalam tugas-tugas yang lebih kecil membebaskan tugas-tugas itu kepada orang yang sesuai dengan kemampuannya.¹⁷

¹⁷Imam Faizin, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah," *Madaniyah* 7, no. 2 (Agustus 2017): 275.

Jadi dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan teori bahwa pengorganisasian strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu pembagian tugas atau pekerjaan sesuai dengan kemampuannya. Dalam pengorganisasian strategi pemasaran jasa pendidikan SMK Negeri 1 pamekasan dipasrahkan kepada waka humas/kesiswaan dengan dibagi 2 tim ada yang tim *daring* yang dipasrahkan kepada orang multimedia dan tim *luring* dipasrahkan kepada tim kesiswaan.

c. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dilakukan setiap tahun pada bulan januari sampai february. Dalam pelaksanaan tersebut melibatkan semua pihak sekolah, alumni, masyarakat sekitar, percetakan dan radio juga ikut membantu memasarkan. Startegi pemasarannya ada yang lewat *daring* seperti youtube, IG, Whatsap sedangkan *luring* yaitu mendatangi sekolah-sekolah SMP/MTS untuk melakukan sosialisasi sekaligus mebagikan brosur, memasang banner di tempat-tempat strategis.

Hal tersebut diperkuat oleh jurnal Syahrial Labaso' dengan judul Penerapan Marketing Mix sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta bahwa penerapan strategi pemasaran yaitu sebagai proses untuk mengembangkan, dan memelihara kesesuaian strategi anatara tujuan dan kemampuan lembaga, serta perubahan peluang pemasaran. Strategi pemasaran meliputi aktivitas untuk mengembangkan misi yang jelas, mendukung tujuan dan sasaran lembaga, strategi yang logis, serta pelaksanaan yang tepat. Ada tiga unsur utama yang terdapat

dalam pemasaran, yaitu 1) segmentasi pasar yaitu tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah, 2) *tergetting*, yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki, 3) *positioning* yaitu penetapan posisi pasar dengan tujuan untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada dipasar kedalam benak konsumen.¹⁸

Jadi dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan teori bahwa pelaksanaan atau penerapan strategi pemasaran yaitu aktivitas untuk mengembangkan misi yang jelas, mendukung tujuan dan sasaran lembaga, strategi yang logis, serta pelaksanaan yang tepat. Pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan di SMK Negeri 1 Pamekasan dalam meningkatkan minat masyarakat dilakukan setiap tahun pada bulan januari sampai februari. Dalam pelaksanaan tersebut melibatkan semua pihak sekolah, alumni, masyarakat sekitar, percetakan dan radio juga ikut membantu memasarkan. Startegi pemasarannya ada yang lewat *daring* seperti youtube, IG, Whatsap sedangkan *luring* yaitu mendatangi sekolah-sekolah SMP/MTS untuk melakukan sosialisasi sekaligus mebagikan brosur, memasang banner di tempat-tempat strategis.

d. Evaluasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan

Evaluasi strategi pemasaran jasa pendidikan dilakukan setiap proses dari perencanaan, pengorganisasin, pelaksanaan dan evaluasi jadi dilakukan step by step ada evaluasi sehingga jika ada yang kurang bisa

¹⁸Syahrial Labaso', "Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta," *Manajemen Pendidikan Islam*3, no. 2 (November 2018): 293.

diberikan arahan atau masukan pada waktu itu dan juga untuk evaluasi akhir dilakukan dengan penyampaian program-program dari setiap devisi sehingga bisa dilakukan perbaikan untuk pemasaran selanjutnya.

Hal tersebut diperkuat oleh Friskania Lutfi Annisa Fira dalam jurnal administrasi dan manajemen pendidikan dengan judul strategi pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat masyarakat melalui program kelas khusus bahwa evaluasi dilakukan untuk mengetahui ukuran serta penilaian mengenai kegiatan setelah kegiatan tersebut berjalan. Evaluasi ini bertujuan untuk melakukan penyesuaian serta perbaikan kegiatan-kegiatan yang dianggap kurang maksimal agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan dengan melihat perkembangan kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya, karena dapat digunakan untuk mengidentifikasi hal-hal yang perlu dibenahi agar sesuai tujuan. Setelah dilakukan kegiatan evaluasi dapat diketahui bahwa yang menjadi indikator keberhasilan pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat masyarakat, terbukti dari meningkatnya jumlah peserta didik yang setiap tahun mengalami peningkatan.¹⁹

Jadi dapat disimpulkan dari hasil penelitian dan teori bahwa evaluasi dilakukan untuk mengetahui ukuran serta penilaian mengenai kegiatan setelah kegiatan tersebut berjalan. Evaluasi ini bertujuan untuk melakukan penyesuaian serta perbaikan kegiatan-kegiatan yang dianggap kurang maksimal agar berjalan sesuai dengan tujuan yang telah

¹⁹Friskania Lutfi Annisa Fira, "Strategi Pemasaran jasa Pendidikan dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus," *Administrasi dan Manajemen Pendidikan* 3, no. 3 (September 2020): 253.

ditetapkan. Evaluasi pemasaran jasa pendidikan di SMK Negeri 1 Pamekasan dilakukan setiap proses dari perencanaan sampai evaluasi jadi dilakukan step by step sehingga bisa diberikan arahan atau masukan pada waktu itu dan juga untuk evaluasi akhir dilakukan dengan penyampaian program-program dari setiap devisi sehingga bisa dilakukan perbaikan untuk pemasaran selanjutnya.

3. Faktor Penghambat Dan Pendorong Pada Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan SMK Negeri 1 Pamekasan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat

Faktor penghambat pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu tidak bertemunya langsung dengan peserta didik dalam memasarkan sekolah sehingga dalam penyampaian mengenai program-program atau prestasi-prestasi SMK Negeri 1 Pamekasan kurang maksimal. Faktor pendukung pada pelaksanaan strategi pemasaran jasa pendidikan dari internal mempunyai SDM yang bagus dan kompak sehingga dapat membantu dalam mempromosikan sedangkan faktor eksternal yaitu dengan mempunyai alumni dan masyarakat sekitar yang juga ikut membantu mempromosikan SMK Negeri 1 Pamekasan.

Hal tersebut diperkuat oleh Bilkis Asrori dan Ripo Nugroho dalam jurnal yang berjudul Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan bahwa faktor penghambat berasal dari faktor internal dan eksternal faktor internal sekolah berasal dari kelemahan yang dimiliki dalam melakukan promosi sekolah yang terkadang

guru-guru meninggalkan kelas untuk mengunjungi sekolah-sekolah sehingga promosi yang dilakukan tidak tidak tersampaikan dan kurang maksimal sedangkan faktor eksternal berasal dari ancaman sekolah dalam pemasaran sekolah yaitu persaingan dengan sekolah lain yang sama-sama menawarkan jasa pendidikan. Kemudian faktor pendukungnya yaitu dengan adanya hubungan kerjasama antar sekolah dengan tokoh masyarakat dan lembaga lain.²⁰

Jadi dapat disimpulkan dari hasil penelitian dengan teori bahwa faktor penghambat berasal dari kelemahan yang dimiliki dalam melakukan promosi sekolah yang terkadang guru-guru meninggalkan kelas untuk mengunjungi sekolah-sekolah sehingga promosi yang dilakukan tidak tidak tersampaikan dan kurang maksimal. faktor penghambat yang menjadi kelemahan di SMK Negeri 1 Pamekasan yaitu tidak bisa bertemu langsung dengan peserta didik untuk melakukan pemasaran sehingga penyampaian kurang maksimal. faktor pendukung yaitu dengan adanya hubungan kerjasama antar sekolah dengan tokoh masyarakat dan lembaga lain. Faktor pendukung pemasaran jasa pendidikan di SMK Negeri 1 Pamekasan yaitu dari internal mempunyai SDM yang bagus dan kompak sehingga dapat membantu dalam mempromosikan sedangkan faktor eksternal yaitu dengan mempunyai alumni dan masyarakat sekitar yang juga ikut membantu mempromosikan SMK Negeri 1 Pamekasan.

²⁰Bilqis Asrori dan Rivo Nugroho, "Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat di SMA Islam Nurul Amanah Kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan," *Manajemen dan Supervisi Pendidikan*4, no. 2 (Maret 2020): 5-6.

