

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA
PENDIDIKAN
(STUDI KASUS DI SMK MANDIRI PAGELARAN KABUPATEN
MALANG)**

SKRIPSI

Oleh

Ma'rifatul Fi'liyah

NIM. 200106110071



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

**IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA
PENDIDIKAN
(STUDI KASUS DI SMK MANDIRI PEGELARAN KABUPATEN
MALANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk memenuhi salah satu persyaratan
guna memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)*



Oleh

Ma'rifatul Fi'liyah

NIM. 200106110071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan
(Studi Kasus Di SMK Mandiri Pagelaran)

Oleh:

Ma'rifatul Fi'liyah

NIM.200106110071

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertanggungjawabkan dalam sidang skripsi

Oleh:

Dosen Pembimbing



Fantika Febry Puspitasari, M.Pd

NIP. 19920205 201903 2 015

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Nurul Yaqien, S.Pd.I., M.Pd

NIP. 197811192006041001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus di SMK Mandiri Pagelaran Kabupaten Malang” oleh Ma’rifatul Fi’liyah ini dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal 02 Mei 2025

Serta diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

Ketua Sidang

Dr. M. Fahim Tharaba, M.Pd
NIP. 198010012008011016

: 

Sekretaris Sidang

Fantika Febry Puspitasari, M.Pd
NIP. 199202052019032015

: 

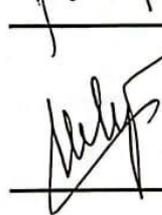
Dosen Pembimbing

Fantika Febry Puspitasari, M.Pd
NIP. 199202052019032015

: 

Penguji

Dr. H. Mulyono, M.A
NIP. 196606262005811003

: 

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 19650403 199803 1 002

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur tiada henti saya ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Sebagai bukti semangat usaha saya serta cinta dan kasih sayang saya kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup saya. Untuk karya yang sederhana ini, maka penulis mempersembahkan untuk:

1. Alm. Bapak Qosim Rosyid dan Almh. Ibu Muti'ah selaku kedua orang tua saya, sosok malaikat tanpa sayap yang sudah sang pencipta panggil untuk berada di surganya sebelum melihat anak bungsunya menyelesaikan pendidikan terakhir dan tidak bisa menemani sampai wisuda. Beliau berdua memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan. Tetapi alhamdulillah penulis bisa berada di tahap ini menyelesaikan tugas akhir ini sebagai perwujudan terakhir sebelum beliau benar-benar pergi. Terimakasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang tulus. Semoga Alloh SWT melapangkan kubur dan menempatkan Yai Qosim dan Mammut di tempat yang paling mulia disisi Alloh SWT.
2. Keluargaku tersayang mbak, mas dan semua keponakan yang menjadi semangat dan motivasi agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan yang selalu memberikan dukungan positif.
3. Untuk dosen pembimbing saya Ibu Fantika Febry Puspitasari, M. Pd yang dengan sabar membantu, memotivasi, mengamalkan ilmunya dan mengarahkan saya dari awal hingga skripsi ini dapat rampung tepat waktu. Serta seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah berkenaan memberikan ilmu dan jasanya hingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir strata satu di jenjang perguruan tinggi.
4. Untuk teman-teman seperjuangan Program Studi MPI 2020 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan teman-teman yang telah kebersamai saya dalam berproses di dunia perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Kepada seseorang yang tidak bisa saya sebut namanya yang tak kalah penting kehadirannya, terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu, maupun materi, yang telah sangat sabar menghadapi mood yang naik turun ini, terimakasih telah mendampingi dalam segala hal, mendukung dan menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Alloh memberi keberkahan dan melimpahkan rezeki yang banyak.

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”

(Q.S An-Najm: 39)¹

¹ “Surat An-Najm Ayat 39,” diakses 6 Maret 2025, <https://tafsirweb.com/1052-surat-an-najm-ayat-39.html%0A>

Fantika Febry Puspitasari, M.Pd
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Perihal : Skripsi Ma'rifatul Fi'liyah

Malang, 21 Maret 2025

Yang Terhormat,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maliki Malang
Di-Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Sesudah melakukan beberapa kali pelaksanaan bimbingan secara tatap muka, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan dan setelah membaca serta mengoreksi skripsi dari mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ma'rifatul Fi'liyah
NIM : 200106110071
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan
(Studi Kasus Di SMK Mandiri Pagelaran)

Oleh karena itu, selaku pembimbing karya ilmiah penelitian skripsi dari mahasiswa di atas maka kami berpendapat bahwasanya mahasiswa tersebut sudah layak untuk mempertanggungjawabkan penelitian skripsinya dalam sidang skripsi.

Demikian rekomendasi dari kami, kurang lebihnya mohon maaf.

Jazaakumullahu khoirul jaza'a'

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing



Fantika Febry Puspitasari, M.Pd

NIP. 19920205 201903 2 015

PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ma'rifatul Fi'liyah
NIM : 200106110071
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan
(Studi Kasus Di SMK Mandiri Pagelaran)

Saya dengan sebenar-benarnya menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri tanpa melakukan plagiasi pada tulisan atau karya orang lain. Adapun pendapat atau temuan orang lain dalam tugas akhir skripsi ini dikutip atau dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah dan dicantumkan dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari ternyata skripsi ini terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran serta tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Malang, 21 Maret 2025

Hormat saya,



Ma'rifatul Fi'liyah

NIM. 200106110071

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin segala puji bagi Allah atas kemurahan-Nya terhadap limpahan rezeki yang diberikan kepada penulis berupa rezeki secara materi, kesehatan, dan kelancaran hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Mandiri Pagelaran)” Skripsi merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada S-1 program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan tersusunnya skripsi tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bantuan berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengutarakan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Prof. Dr. H Nur Ali, M.Pd Selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Nurul Yaqien, M.Pd selaku Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Devi Pramitha, M.Pd.I selaku sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Ibu Fantika Febry Puspitasari, M.Pd, sebagai dosen pembimbing skripsi penulis yang telah menyisihkan waktu, tenaga, dan pikirannya di Tengah

kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dalam penyelesaian penelitian ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan seluruh civitas di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memberikan ilmu dan membantu kelancaran selama perkuliahan.
7. Bapak Ian Agafta, S.T, M. Tr.T selaku Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran yang telah bersedia menjadi narasumber peneliti dan bekerja sama membantu memberikan data penelitian yang dibutuhkan peneliti.
8. Bapak Furqon, selaku guru dan penanggung jawab PPDB SMK Mandiri Pagelaran.
9. Ibu Rahma selaku guru dan ketua TU SMK Mandiri Pagelaran.
10. Bapak dan Ibu Guru SMK Mandiri Pagelaran.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari seluruh pihak yang bersangkutan. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan kesalahan dari keterbatasan seluruh aspek. Dengan demikian penulis menerima kritik dan saran yang dapat menjadi evaluasi diri penulis. Diharapkan dari penelitian ini dapat membantu sekolah pada implementasi dalam perencanaan, pelaksanaan, maupun evaluasi kegiatan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Orisinalitas Penelitian	10
F. Definisi Istilah.....	15
G. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN TEORI.....	17
A. Landasan Teori	17
1. Strategi Pemasaran Pendidikan	17
2. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan.....	25
B. Kerangka Berfikir.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Kehadiran Peneliti.....	45
C. Lokasi Penelitian.....	45
D. Data dan Sumber Data	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Teknik Analisis Data.....	51
G. Uji keabsahan data	52
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN	54
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	54
1. Profil SMK Mandiri Pagelaran	54
2. Sejarah Singkat SMK Mandiri Pagelaran	55

3. Visi, Misi dan Tujuan SMK Mandiri Pagelaran	56
4. Struktur Organisasi Sekolah.....	58
5. Data Pendidik dan Tenaga Pendukung	58
6. Data Peserta Didik.....	59
7. Sarana dan Prasarana SMK Mandiri Pagelaran	59
8. Program Unggulan di SMK Mandiri Pagelaran.....	60
B. Paparan Data Hasil Penelitian.....	63
1. <i>Product</i> (Produk).....	63
2. <i>Price</i> (Harga).....	71
3. <i>Place</i> (Tempat).....	76
4. <i>Promotion</i> (Promosi).....	81
5. <i>People</i> (Orang).....	93
6. <i>Physical Evidence</i> (bukti fisik)	99
7. <i>Process</i> (Proses)	104
BAB V PEMBAHASAN.....	112
A. Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
1. <i>Product</i> (Produk).....	112
2. <i>Price</i> (harga)	113
3. <i>Place</i> (Tempat).....	116
4. <i>Promotion</i> (promosi).....	119
5. <i>People</i> (Orang).....	126
6. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik).....	130
7. <i>Process</i> (proses)	134
BAB VI PENUTUP.....	140
A. Kesimpulan	140
B. Saran	144
DAFTAR PUSTAKA.....	145
LAMPIRAN-LAMPIRAN	148

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Originalitas Penelitian.....	13
Tabel 3. 1 Tabel Kisi-Kisi.....	48
Tabel 3. 2 Kisi- Kisi Dokumentasi.....	50
Table 4. 1. Data Pendidik dan Tenaga Pendukung.....	58
Table 4. 2 Data Peserta Didik	59
Table 4. 3 Sarana dan Prasarana SMK Mandiri Pagelaran.....	59
Table 4. 4 Temuan Hasil Penelitian tentang Produk.....	70
Table 4. 5 Temuan Hasil Penelitian Price.....	75
Table 4. 6 Tabel Temuan Hasil Penelitian Place.....	80
Table 4. 7 Temuan Hasil penelitian mengenai strategi promosi.....	92
Table 4. 8 Temuan Hasil penelitian mengenai strategi people.....	98
Table 4. 9 Temuan Hasil penelitian mengenai Physical evidence.....	103
Table 4. 10 tabel temuan Hasil penelitian terkait aspek proses.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	43
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi SMK Mandiri Pagelaran	58
Gambar 4. 2 Data Jejaring dan Kerjasama	65
Gambar 4. 3 Perbandingan Peluang Rekrutmen Pasca PKL di Empat Bengkel	67
Gambar 4. 4 Program Unggulan Dual system dan kunjungan Industri	69
Gambar 4. 5 Letak Geografis SMK Mandiri Pagelaran	77
Gambar 4. 6 Brousur SMK Mandiri Pagelaran	82
Gambar 4. 7 Spanduk SMK Mandiri Pagelaran	82
Gambar 4. 8 Media Sosial SMK Mandiri Pagelaran.....	84
Gambar 4. 9 kunjungan ke SMP atau MTS	87

ABSTRAK

Ma'rifatul Fi'liyah 2025. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus Di SMK Mandiri Pagelaran Kabupaten Malang), Skripsi, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Fantika Febry Puspitasari, M.Pd.

Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi dari beberapa elemen pemasaran yang saling berinteraksi untuk mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran jasa pendidikan terdiri dari tujuh elemen yang dikenal sebagai 7P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah kepala sekolah, tenaga pengajar, staf administrasi, serta siswa SMK Mandiri Pagelaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh SMK Mandiri Pagelaran dilakukan dengan memperkuat keunggulan produk berupa program pendidikan yang berorientasi karir, seperti jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR) dan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Harga pendidikan ditetapkan secara kompetitif sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan. Tempat atau lokasi sekolah yang strategis mendukung daya tarik bagi calon siswa. Promosi dilakukan melalui media sosial, pemasaran konten, serta kerjasama dengan dunia industri. Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia (*people*) dilakukan dengan meningkatkan kualitas tenaga pengajar. Proses manajemen layanan pendidikan dikembangkan dengan sistem pembelajaran yang terstruktur dan inovatif. Bukti fisik (*physical evidence*) meliputi fasilitas sekolah yang memadai, seperti laboratorium dan ruang praktik.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Bauran Pemasaran, Jasa Pendidikan.

ABSTRACT

Ma'rifatul Fi'liyah 2025. Marketing Mix Strategy of Educational Services (Case Study at SMK Mandiri Pagelaran), Thesis, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Advisor: Fantika Febry Puspitasari, M.Pd.

The marketing mix strategy is a combination of several marketing elements that interact with each other to achieve marketing objectives. The educational service marketing mix consists of seven elements known as the 7P, namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence.

This research aims to identify and analyze the marketing mix strategy of educational services at SMK Mandiri Pagelaran. The study employs a qualitative descriptive approach with a case study method. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The research subjects include the principal, teaching staff, administrative staff, and students of SMK Mandiri Pagelaran.

The results of the study indicate that the marketing mix strategy implemented by SMK Mandiri Pagelaran focuses on strengthening product excellence through career-oriented educational programs, such as the Light Vehicle Engineering (TKR) and Office Management Automation (OTKP) departments. Educational fees are set competitively in accordance with the quality of services provided. The strategic location of the school enhances its appeal to prospective students. Promotion is carried out through social media, content marketing, and collaborations with industries. Moreover, human resource management (people) is conducted by improving the quality of teaching staff. The management of educational service processes is developed through structured and innovative learning systems. Physical evidence includes adequate school facilities, such as laboratories and practice rooms.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix, Educational Services.

ملخص

معرفت الفعلية ٢٠٢٥. استراتيجية مزيج التسويق للخدمات التعليمية (دراسة حالة في مدرسة مدرسة الثانوية المهنية المستقلة باغيلاران، أطروحة، برنامج إدارة التعليم الإسلامي، كلية التربية وتدريب المعلمين، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: فانكا فبري بوسبيتصاري، ماجستير في التربية

تعد استراتيجية مزيج التسويق مجموعة من العناصر التسويقية المتفاعلة مع بعضها لتحقيق الأهداف التسويقية، وهي: المنتج، السعر، المكان، V يتكون مزيج تسويق الخدمات التعليمية من سبعة عناصر تُعرف باسم الترويج، الأشخاص، العملية، والدليل المادي.

يهدف هذا البحث إلى التعرف على استراتيجية مزيج التسويق للخدمات التعليمية في مدرسة مدرسة الثانوية المهنية المستقلة باغيلاران وتحليلها. يتبع البحث منهجًا وصفيًا نوعيًا باستخدام طريقة دراسة الحالة. تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظات والتوثيق. تشمل موضوعات البحث مدير المدرسة والمعلمين وموظفي الإدارة وطلاب مدرسة الثانوية المهنية المستقلة باغيلاران.

تشير نتائج الدراسة إلى أن استراتيجية مزيج التسويق المطبقة في مدرسة مدرسة الثانوية المهنية المستقلة باغيلاران تركز على تعزيز تميز المنتج من خلال البرامج التعليمية الموجهة نحو المسار المهني، مثل قسم هندسة المركبات الخفيفة وقسم أتمتة إدارة المكاتب. يتم تحديد رسوم التعليم بشكل تنافسي بما يتماشى مع جودة الخدمات المقدمة. يسهم الموقع الاستراتيجي للمدرسة في تعزيز جاذبيتها للطلاب المحتملين. يتم تنفيذ الترويج عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتسويق المحتوى والتعاون مع الصناعات.

بالإضافة إلى ذلك، يتم إدارة الموارد البشرية (الأشخاص) من خلال تحسين جودة المعلمين. تُطوّر عمليات إدارة الخدمات التعليمية من خلال أنظمة تعليمية منظمة ومبتكرة. يشمل الدليل المادي مرافق مدرسية كافية، مثل المختبرات وغرف التدريب العملي.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، مزيج التسويق، الخدمات التعليمية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan sumber daya manusia yang berkualitas. Era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, pendidikan tidak hanya bertujuan menciptakan individu yang berpengetahuan, tetapi juga yang memiliki keterampilan dan kesiapan menghadapi dunia kerja. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menjadi salah satu institusi pendidikan yang berfokus pada pengembangan keterampilan vokasional guna menghasilkan lulusan yang siap terjun ke dunia industri dan usaha.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menegaskan bahwa pendidikan kejuruan bertujuan untuk menyiapkan peserta didik agar dapat bekerja secara mandiri atau mengisi kebutuhan dunia kerja sesuai dengan bidangnya.² Sejalan dengan itu, Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) menekankan bahwa lulusan SMK harus memiliki kompetensi yang sesuai dengan standar kerja nasional maupun internasional.³ Oleh karena itu, lembaga pendidikan kejuruan harus memiliki strategi yang tepat dalam meningkatkan kualitas layanan dan daya saingnya.

² undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional.

³ Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI).

Dengan tujuan pendidikan yang seperti itu tentu lembaga pendidikan seperti sekolah perlu mengoptimalkan kinerjanya. Di zaman yang penuh dengan persaingan seperti sekarang, organisasi harus dapat beradaptasi dengan cepat dan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan dari berbagai pihak yang terlibat. Hal ini berlaku untuk semua jenis organisasi, baik yang bertujuan mencari keuntungan maupun yang tidak, termasuk lembaga pendidikan seperti sekolah. Meskipun lembaga pendidikan tidak berorientasi pada keuntungan finansial, tetapi pengelolaannya tidak bisa mengandalkan cara-cara tradisional. Sebaliknya, diperlukan keterampilan khusus agar hasil pendidikan yang dihasilkan memiliki daya saing yang tinggi agar dapat bersaing di level global.

Saat ini, pandangan terhadap pendidikan telah mengalami pergeseran, dimana sebelumnya pendidikan dipahami dan dianalisis dari sudut pandang sosial, tetapi sekarang lebih banyak orang melihat pendidikan sebagai suatu entitas *corporate*. Artinya, lembaga pendidikan dipandang sebagai organisasi yang memproduksi layanan pendidikan yang dibeli oleh para pelanggan. Jika produsen (lembaga pendidikan) tidak mampu memasarkan layanannya dengan baik, dan karena mutu layanan tersebut tidak memuaskan pelanggan, maka layanan pendidikan yang ditawarkan tidak akan diminati. Fenomena ini sudah terjadi di beberapa sekolah dimana ketidakresponsifan terhadap perubahan paradigma menyebabkan menurunnya minat dan sulitnya mendapatkan siswa baru.

Salah satu bukti nyata persaingan di bidang jasa pendidikan di suatu lembaga pendidikan adalah dengan bagaimana sebuah sekolah mampu menarik minat peserta didik baru agar dapat bersekolah di lembaga pendidikan tersebut. Minat adalah rasa ketertarikan atau dorongan kuat yang dimiliki seseorang untuk melakukan segala sesuatu yang menjadi keinginannya.⁴ Tingginya jumlah pendaftar di sebuah lembaga pendidikan ini bisa menjadi indikator kuat bahwa banyak orang yang berminat untuk bergabung dan mendapatkan pendidikan di lembaga tersebut. Banyaknya peserta didik yang datang dan bergabung di lembaga tersebut menunjukkan bahwa lembaga tersebut memiliki daya tarik yang dapat menarik minat peserta didik baru.

Strategi ini diadopsi dari praktik bisnis, di mana konsep pemasaran berfokus pada kepuasan konsumen dengan asumsi yang logis, jika konsumen tidak puas, maka upaya pemasaran dianggap gagal. Dengan kata lain, jika lembaga pendidikan tidak mampu memenuhi kebutuhan pendidikan dari para pengguna pendidikan sesuai dengan permintaan pasar, maka lembaga pendidikan tersebut tidak akan bertahan dan berpotensi menyebabkan madrasah gagal menarik siswa baru dalam jumlah yang memadai. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan jumlah siswa setiap tahunnya.

Strategi pemasaran merupakan suatu pendekatan sistematis atau model yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mengalokasikan sumber daya mereka dengan efektif, dengan tujuan

⁴ Nurrus Sa'adah Saputri Nurdiana, 'Pengembangan Minat Dan Bakat Peserta Didik Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler', *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2.2 (2021), 172–87.

meningkatkan penjualan dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.⁵ Faizin imam berpendapat strategi pemasaran bukan hanya sekadar tindakan jangka pendek, melainkan rencana fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Hal ini melibatkan pengembangan keunggulan bersaing yang berkelanjutan, yang dapat memberikan perusahaan keunggulan yang berkelanjutan di pasar yang mereka masuki.⁶

Menurut Lupioadi dan Hamdani, bauran pemasaran merupakan alat yang penting bagi pemasar, terdiri dari berbagai elemen dalam program pemasaran yang harus dipertimbangkan agar strategi pemasaran dan posisi yang ditetapkan dapat berhasil diimplementasikan. Dalam konteks pendidikan, bauran pemasaran (*marketing mix*) menjadi unsur yang krusial, karena dapat digabungkan dengan baik untuk menghasilkan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan.⁷

Menurut Zeithaml & Bitner, bauran pemasaran terdiri dari tujuh elemen yang sering disingkat sebagai 7P, yang terdiri dari empat P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan tiga P sebagai perluasan bauran pemasaran untuk jasa. Empat elemen tradisional 4P meliputi *product* (produk/jasa yang ditawarkan), *price* (strategi penetapan harga), *place* (lokasi/tempat dimana jasa disediakan), dan *promotion* (cara promosi dilakukan). Sedangkan tiga elemen tambahan 3P meliputi *people*

⁵ Nur Ika Effendi and others, *Strategi Pemasaran* (Global Eksekutif Teknologi, 2022).

⁶ Imam Faizin, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah', *Madaniyah*, 7.2 (2017), 261–83.

⁷ H Rambat Lupiyoadi, 'Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta', *Penerbit Salemba*, 2006.

(SDM/kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh individu yang terlibat dalam memberikan jasa), *physical evidence* (sarana prasarana yang dimiliki), dan *process* (manajemen proses layanan pembelajaran yang diberikan).⁸

SMK Mandiri Pagelaran merupakan salah satu lembaga pendidikan yang berkomitmen dalam mencetak lulusan yang kompeten. Namun, di tengah meningkatnya jumlah sekolah kejuruan dan perubahan dinamika kebutuhan dunia kerja, sekolah ini menghadapi tantangan dalam menarik minat peserta didik baru. Persaingan antar sekolah, perubahan preferensi masyarakat, serta perkembangan teknologi menjadi faktor yang mempengaruhi keberlangsungan lembaga pendidikan ini. Dalam menghadapi tantangan tersebut, strategi pemasaran pendidikan menjadi faktor kunci bagi SMK dalam menarik minat calon peserta didik. Salah satu konsep yang dapat diterapkan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi tujuh elemen utama: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (lokasi), *Promotion* (promosi), *People* (orang), *Process* (proses), dan *Physical Evidence* (bukti fisik). Dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif, diharapkan SMK dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan citra institusinya di mata masyarakat.

Produk (*Product*) Di SMK Mandiri produk merujuk pada program pendidikan yang ditawarkan, seperti program pendidikan formal, kursus, pelatihan, dan praktek langsung di lapangan. Sekolah ini menawarkan dua jurusan, yaitu Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Otomatisasi

⁸ Valarie A Zeithaml, Mary Jo Bitner, and Dwayne D Gremler, *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (McGraw-Hill, 2018).

Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Keunikan dalam produk pendidikan terletak pada desain kurikulum yang relevan contoh kurikulum Berorientasi Karir: kurikulum yang berorientasi karir dirancang untuk memberikan siswa keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan jalur karir tertentu. Misalnya, dalam program pendidikan OTKP, kurikulum dapat mencakup mata pelajaran yang berkaitan dengan tata kelola administrasi perkantoran, praktik langsung administrasi perkantoran. Kurikulum ini membantu siswa mempersiapkan diri untuk memasuki perkanotan dengan pengetahuan yang relevan. metode pengajaran yang inovatif, kualitas pembelajaran, serta fokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

Price (Harga): Harga dalam konteks pendidikan mencakup biaya pendidikan, biaya pendaftaran, serta fleksibilitas pembayaran yang dapat membantu peserta didik dalam mengakses pendidikan yang berkualitas.

Tempat (Place) Tempat dalam konteks jasa pendidikan mencakup lokasi fisik institusi pendidikan, ketersediaan kelas atau fasilitas pembelajaran, serta saluran distribusi untuk mencapai target pasar. Faktor yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan (siswa) dalam memilih SMK Mandiri adalah lokasinya yang dekat dengan rumah aksesibilitas pendidikan yang mudah bagi calon siswa atau peserta didik.

Promosi (Promotion) Promosi melibatkan upaya untuk meningkatkan kesadaran tentang program pendidikan dan mempengaruhi keputusan calon siswa atau peserta didik. Strategi promosi di SMK Mandiri yang efektif dapat meliputi pemasaran konten, ini seperti pemasaran

mengenai Bursa Kerja Khusus (BKK) untuk memfasilitasi peluang kerja bagi siswa. Sekolah juga berupaya memperluas jaringan dengan industri melalui partisipasi dalam seminar yang diselenggarakan oleh perusahaan seperti Otsuka, Aice, dan Pocari sweat, sehingga siswa mendapatkan wawasan yang lebih luas tentang dunia industri. Hal ini merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh SMK Mandiri yang bisa menarik minat calon siswa atau peserta didik. serta pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan promosi.

Orang (*People*) ini melibatkan tenaga pengajar, staf administrasi, dan semua individu yang berinteraksi dengan siswa atau peserta didik. Di SMK Mandiri pentingnya kualifikasi, kompetensi, dan kemampuan interpersonal para tenaga pengajar dan staf pendukung untuk memberikan pengalaman belajar yang baik dan mendukung perkembangan siswa.

Proses (*Process*) Proses dalam jasa pendidikan mencakup semua langkah yang terlibat dalam memberikan layanan pendidikan kepada siswa atau peserta didik. Ini meliputi proses penerimaan dan pendaftaran, metode pengajaran, evaluasi dan penilaian, serta dukungan akademik.

Bukti Fisik (*Physical Evidence*) Bukti fisik di SMK Mandiri melibatkan semua aspek fisik yang mendukung penyampaian layanan pendidikan. Ini termasuk fasilitas fisik seperti gedung sekolah, kelas, perpustakaan, laboratorium, serta sarana dan prasarana lainnya yang mendukung proses pembelajaran. Selain itu, juga melibatkan materi pembelajaran, tempat praktek per jurusan, peralatan, dan teknologi yang digunakan dalam pendidikan.

Maka berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di lembaga pendidikan tersebut dengan judul “**STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI SMK MANDIRI PAGELARAN)**”, karena mengingat pentingnya bagi penulis untuk mengetahui lebih lanjut mengenai penerapan pemasaran pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran.

B. Fokus Penelitian

Dengan meninjau latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja (*product*) yang ditawarkan di SMK Mandiri Pagelaran?
2. Bagaimana penetapan harga (*price*) biaya pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran?
3. Bagaimana strategi penempatan lokasi (*place*) sekolah di SMK Mandiri Pagelaran?
4. Bagaimana strategi promosi (*promotion*) yang digunakan oleh SMK mandiri Pagelaran?
5. Bagaimana pengelolaan sumber daya manusia (*people*) di SMK Mandiri Pagelaran?
6. Bagaimana sarana prasarana (*physical evidence*) di SMK Mandiri Pagelaran?
7. Bagaimana proses (*process*) manajemen layanan pembelajaran di SMK Mandiri Pagelaran?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan (*product*) yang ditawarkan di SMK Mandiri Pagelaran.
2. Untuk mendeskripsikan penetapan harga (*price*) biaya pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran.

3. Untuk menganalisis strategi penempatan lokasi (*place*) di SMK Mandiri Pagelaran.
4. Untuk menganalisis strategi promosi (*promotion*) di SMK mandiri Pagelaran.
5. Untuk menganalisis pengelolaan sumber daya manusia (*people*) di SMK Mandiri Pagelaran.
6. Untuk mendeskripsikan sarana dan prasarana (*physical evidence*) di SMK Mandiri Pagelaran.
7. Untuk menganalisis proses (*process*) manajemen layanan pembelajaran di SMK Mandiri Pagelaran.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat untuk memperluas dan memperkaya pengetahuan. Dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep, teori dan keilmuan pendidikan khususnya yang terkait dengan pemasaran jasa pendidikan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis kepada penulis dengan meningkatkan keterampilan dalam melakukan riset dan analisis, serta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran dalam konteks pendidikan. Selain itu, penulis juga dapat mengembangkan kemampuan dalam menyusun hasil penelitian secara efektif.

E. Orisinalitas Penelitian

Dalam Penelitian ini, untuk mengetahui perbandingan antara persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilaksanakan waktu ini peneliti mengacu pada penelitian terdahulu. Untuk dijadikan bahan telaah ada beberapa penelitian yang relevan yang digunakan peneliti, sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Choiriah Fitri Fatimah dari IAIN Ponorogo dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru di Man 2 Madiun”⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh MAN 2 Madiun dalam menerapkan strategi bauran pemasaran jasa pendidikan untuk meningkatkan minat calon peserta didik belum mencapai tingkat keberhasilan yang diharapkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan penurunan jumlah siswa pada tahun ajaran 2022/2023. Dalam upaya pemasaran pendidikan, MAN 2 Madiun menerapkan beberapa teori bauran pemasaran, termasuk produk, harga, promosi, distribusi, dan bukti fisik.
2. Penelitian oleh Mokh. Fakhruddin Siswopranoto, Agus Eko Sujianto, Prim Masrokan Mutohar dari UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan judul “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Transformatif di MTs Diponegoro Plandaan Jombang”.¹⁰ Hasil penelitian ini menunjukkan MTs Diponegoro Plandaan Jombang telah

⁹ Choiriah Fitri Fatimah, ‘Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MAN 2 Madiun’, *Doctoral Dissertation, IAIN Ponorogo*, 2023.

¹⁰ Mokh. Fakhruddin. S, Agus Eko Sujianto, and Prim Masrokan Mutohar, ‘Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Transformatif Di MTs Diponegoro Plandaan Jombang’, *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 12.2 (2023),

berhasil menerapkan sejumlah strategi pemasaran yang efektif, seperti membangun citra positif lembaga, meningkatkan mutu pendidikan, melakukan promosi melalui media sosial, dan aktif berinteraksi dengan komunitas lokal. Dalam kerangka pendidikan Islam yang bersifat transformatif, pemasaran tidak hanya mengacu pada jumlah siswa yang mendaftar, tetapi juga pada perubahan positif yang bisa dicapai oleh siswa dalam hal karakter dan spiritualitas. Oleh karena itu, strategi pemasaran ini harus terkait dengan usaha nyata untuk menciptakan siswa yang lebih baik secara moral dan spiritual. Penelitian ini memberikan perspektif berharga bagi lembaga pendidikan Islam lain yang ingin mengadopsi pendekatan transformatif dalam pendidikan mereka. Dengan memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang relevan, lembaga-lembaga semacam ini dapat lebih efektif dalam menarik minat siswa dan mencapai tujuan pendidikan Islam yang transformatif.

3. Penelitian tesis yang ditulis oleh Muhammad Yasin dari IAIN Syekh Nurjati Cirebon dengan judul “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan di SDIT Sabilul Huda Kota Cirebon”.¹¹ Hasil penelitian ini Hasil penelitian menunjukkan bahwa SDIT Sabilul Huda Kota Cirebon telah menggunakan 7P dalam strategi pemasaran untuk penerimaan peserta didik baru. Produk yang dipasarkan meliputi pembelajaran Al-Quran dan tahfizh dengan metode ummi, pembiasaan

¹¹ Muhamad Yasin, ‘IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI SDIT SABILUL HUDA KOTA CIREBON’ (S2 MPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022).

ibadah, pengembangan kepribadian Islam, program adiwiyata, dan ekstrakurikuler. Penawaran harga termasuk potongan biaya gedung untuk peserta didik dari TKIT Sabilul Huda Kota Cirebon, serta pembebasan SPP selama 6 tahun untuk anak-anak guru dan karyawan. Lokasinya strategis, dan promosi dilakukan melalui sebaran brosur, kerjasama dengan komite sekolah, serta pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan situs web sekolah.

4. Penelitian skripsi yang tulis oleh Arya Dwi Jordi Hasil penelitian tentang "Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di pondok pesantren Al Kinanah Kota Jambi" yang dilakukan pada tahun 2022 menunjukkan bahwa pondok pesantren tersebut menggunakan strategi pemasaran yang mengoptimalkan semua sumber daya yang tersedia, melibatkan santri, guru, tim pemasaran, serta media seperti spanduk dan brosur, dengan partisipasi orang tua santri. Pondok pesantren Al Kinanah juga memiliki faktor pendukung dan hambatan dalam pemasaran, di mana dukungan utamanya adalah dari mulut ke mulut oleh orang tua santri, sementara hambatannya adalah masalah biaya.

Tabel 1. 1 Tabel Originalitas Penelitian

NO	Nama Peneliti, judul, tahun	Persamaan	Perbedaan	Originalitas penelitian
1	Choiriah Fitri Fatimah, <i>Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di Man 2 Madiun. 2023</i>	Obyek penelitian adalah di lembaga pendidikan dan sama sama mengkaji tentang pemasaran jasa Pendidikan	penelitian ini lebih berfokus terhadap bagaimana strategi pemasaran dalam menarik minat peserta didik baru.	Penelitian ini memiliki originalitas dalam fokusnya yang lebih mendalam terhadap strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan menggunakan pendekatan 7P yang mencakup: <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence.</i> Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya membahas bauran pemasaran 4P atau tidak secara rinci menelaah setiap elemennya, penelitian ini mengkaji secara komprehensif bagaimana masing-masing
2	Mokh. Fakhruddin Siswopranoto, Agus Eko Sujianto, Prim Masrokan Mutohar, <i>Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Transformatif Di MTs Diponegoro Plandaan Jombang. 2023</i>	penggunaan metode yang sama yaitu kualitatif,	Penelitian ini lebih mengfokuskan ke strategi pemasaran yang transformatif	Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya membahas bauran pemasaran 4P atau tidak secara rinci menelaah setiap elemennya, penelitian ini mengkaji secara komprehensif bagaimana masing-masing

				unsur 7P memengaruhi minat konsumen
3	Muhammad Yasin, <i>Implentasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Di Sdit Sabilul Huda Kota Cirebon. 2022</i>	sama-sama meneliti mengenai implementasi strategi bauran pemasaran jasa pendidikan	Penelitian terdahulu lebih berfokus terhadap terfokus pada pemasaran jasa pendidikan sebagai strategi Peningkatkan mutu dengan taktik bauran pemasaran 7P	Penelitian ini memiliki originalitas dalam fokusnya yang lebih mendalam terhadap strategi bauran pemasaran (marketing mix) dengan menggunakan pendekatan 7P yang mencakup: <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence.</i> Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya membahas bauran pemasaran 4P atau tidak secara rinci menelaah setiap elemennya, penelitian ini mengkaji secara komprehensif bagaimana masing-masing unsur 7P memengaruhi minat konsumen
4	Arya Dwi Jordi <i>Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan animo masyarakat di pondok pesantren Al Kinanah Kota Jambi. 2022</i>	Penelitian ini sama mengkaji tentang marketing jasa pendidikan.	Penelitian terdahulu lebih berfokus terhadap Animo Masyarakat dan obyek penelitiannya di pondok pesantren	

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel beberapa penjelasan yang relevan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memiliki perbedaan signifikan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini

bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang diterapkan di SMK Mandiri Pagelaran. Fokus utama penelitian adalah pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap elemen-elemen marketing mix yang terdiri dari 7P, yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi), *People* (Orang), *Process* (Proses), dan *Physical Evidence* (Bukti Fisik). Melalui pendekatan studi kasus, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana setiap elemen marketing mix diimplementasikan dan berdampak pada citra dan daya tarik SMK Mandiri Pagelaran di mata siswa dan masyarakat.

F. Definisi Istilah

Berikut adalah penjabaran definisi istilah-istilah yang digunakan pada penelitian ini berdasarkan fokus penelitian :

1. Strategi

Strategi merupakan serangkaian langkah yang terus-menerus dilakukan, mengalami peningkatan, dan dilakukan berdasarkan pandangan mengenai kebutuhan dan harapan konsumen pada masa mendatang.¹²

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah sebuah kombinasi yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi, yang secara keseluruhan akan mempengaruhi keberhasilan pemasaran dan bertujuan untuk mencapai respons yang diharapkan dari target pasar.¹³

¹² Suhardi, Cand. 2018. Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya. Yogyakarta: Penerbit Gava Media Hal.85

¹³ Maskub Abrori, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik di PG/TK Samarinda", Syamil, Vol. 3 No. 2, (2015), 229

G. Sistematika Pembahasan

Agar hasil penelitian dapat disusun secara teratur, dibutuhkan struktur pembahasan yang terorganisir untuk memudahkan penulisan dan pemahaman bagi pembaca terhadap penelitian ini, maka sistem penulisan penelitian ini disusun sebagai berikut.

Bab I menguraikan terkait latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, orisinalitas penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II menguraikan terkait kajian teori yang berisi tinjauan tentang pengertian implementasi, aplikasi siaga pendis, tunjangan profesi guru, dan layanan mutu serta kerangka berpikir peneliti.

Bab III menguraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengujian keabsahan data.

BAB IV yaitu pemaparan data dan hasil penelitian yang didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemaparan data berisikan temuan-temuan data serta informasi terkait strategi bauran pemasaran jasa Pendidikan.

BAB V yaitu pembahasan berisikan terkait hasil penelitian. Pada bab ini dilaksanakan analisis data dan menginterpretasikan data yang kemudian dibandingkan dengan teori atau penelitian sebelumnya.

BAB VI yaitu Kesimpulan dan saran. Yang berisikan tentang ringkasan hasil penelitian yang menjawab dari focus penelitian serta saran berisikan terkait strategi bauran pemasaran jasa Pendidikan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Strategi Pemasaran Pendidikan

Kata “strategi” berasal dari Bahasa Yunani, yaitu “strato” yang berarti tentara, dan “agein” yang berarti memimpin.¹⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi didefinisikan sebagai ilmu untuk mengelola sumber daya guna pelaksanaan kebijakan tertentu. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa awalnya istilah "strategi" berkaitan erat dengan konteks militer dan kepemimpinan. Namun, seiring berjalannya waktu, banyak ahli yang telah mengembangkan konsep strategi ke dalam berbagai bidang lainnya.

Menurut Porter, seperti yang diuraikan oleh Ghea dkk, mendefinisikan strategi sebagai penciptaan posisi unik dan bernilai melalui serangkaian aktivitas.¹⁵ Intinya, strategi melibatkan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh staf sekolah untuk meningkatkan kinerja mereka sehingga dapat beradaptasi dengan perubahan.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah serangkaian upaya berkelanjutan yang dilakukan oleh sekolah untuk mencapai tujuan mereka, dengan tujuan akhir menjadi sekolah yang berkualitas dan bermutu tinggi. Secara sederhana, strategi juga dapat diartikan sebagai langkah-langkah rutin yang diambil oleh sekolah

¹⁴ Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.1092

¹⁵ Ghea Pattia and Djujur Luciana Radjaguguk, ‘Strategi Manajemen Redaksi RadarDepok. Com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi’, *Populis: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5.1 (2021), 130–38.

untuk memelihara dan meningkatkan reputasinya. Strategi merupakan aspek yang tak terpisahkan dalam pengambilan keputusan, pengelolaan sumber daya, dan berbagai aktivitas lainnya di sekolah, termasuk dalam konteks pemasaran jasa pendidikan.

a. Tugas strategi

Tugas strategis terdiri dari sembilan tugas penting, yang meliputi:

- 1) Merumuskan misi perusahaan, mencakup tujuan umum, filosofi, dan maksud keberadaannya.
- 2) Mengembangkan profit perusahaan yang mencerminkan kondisi internal dan kapabilitasnya.
- 3) Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk pesaing dan faktor-faktor kontekstual umum.
- 4) Menganalisis opsi perusahaan dengan menghubungkan sumber daya dengan lingkungan eksternal.
- 5) Mengidentifikasi opsi yang diinginkan dengan mengevaluasi setiap opsi berdasarkan misi perusahaan.
- 6) Memilih serangkaian sasaran angka jangka panjang dan strategi untuk mencapai pilihan yang diinginkan.
- 7) Mengembangkan sasaran tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan strategi jangka panjang dan umum yang dipilih.
- 8) Mengimplementasikan pilihan strategi dengan mengalokasikan sumber daya anggaran yang menekankan

pada kesesuaian tugas SDM, struktur, teknologi, dan sistem penghargaan.

9) Mengevaluasi keberhasilan proses strategis sebagai masukan untuk pengambilan keputusan di masa mendatang.¹⁶

Dari beberapa tugas manajemen strategis di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa langkah-langkah penting termasuk dalam mengembangkan dan menetapkan visi serta misi perusahaan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Selain itu, penting juga untuk memahami baik lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Proses ini juga melibatkan penyusunan strategi yang tepat untuk menghadapi pesaing, menetapkan tujuan jangka panjang perusahaan, serta alokasi sumber daya yang efektif agar strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Evaluasi terus menerus terhadap faktor internal dan eksternal menjadi dasar untuk penyesuaian strategi, dengan mengukur kinerja dan mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan.

b. Jenis-jenis Strategi

Strategi dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

1) Strategi Integrasi

Strategi integrasi mencakup penggabungan berbagai aspek bisnis mulai dari hulu, yakni pemasok, hingga hilir, yakni distributor, serta secara horizontal terhadap pesaing. Terdapat tiga jenis strategi integrasi:

¹⁶ Opan Arifudin, Rahman Tanjung, and Yayan Sofyan, 'Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi', *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*, 2020, 177.

a) Integrasi ke Depan (*Forward Integration*)

Menurut Fred R. David integrasi ke depan adalah *Forward integration involves gaining ownership or increased control over distributors or retailer.*¹⁷ Integrasi ke depan melibatkan upaya untuk memperoleh kepemilikan atau mengendalikan lebih banyak distributor atau pengecer. Salah satu cara yang umum untuk menerapkan integrasi ke depan adalah melalui sistem waralaba (*franchising*).

b) Integrasi ke Belakang (*Backward Integration*)

Integrasi ke belakang adalah strategi untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali atas pemasok perusahaan. Strategi ini dapat menjadi pilihan yang tepat ketika pemasok saat ini tidak dapat diandalkan, terlalu mahal, atau tidak dapat memenuhi kebutuhan Perusahaan.¹⁸ Sebagai contoh, dalam pemilihan sarana dan prasarana sekolah yang melibatkan beberapa pemasok barang.

c) Integrasi Horizontal (*Horizontal Integration*)

Integrasi horizontal merujuk pada strategi untuk memperoleh kepemilikan atau mengendalikan lebih banyak pesaing perusahaan.¹⁹ Strategi ini umumnya dilakukan saat kondisi mendukung, seperti adanya skala ekonomi yang

¹⁷ Fred R David, *Strategic Management: Concepts and Cases* (Prentice hall, 2011). Hal. 139

¹⁸ David. Hal 140

¹⁹ Ibid hal 142

meningkat, ketersediaan modal dan sumber daya manusia yang memadai, serta saat pesaing melemah.

2) Strategi Intensif

Strategi intensif adalah pendekatan yang diimplementasikan dengan berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang telah ada. Terdapat tiga jenis strategi intensif yaitu:

a) Penetrasi pasar

Strategi penetrasi pasar bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar produk atau layanan yang sudah ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih intensif. Hal ini mencakup peningkatan jumlah tenaga penjualan, alokasi anggaran yang lebih besar untuk iklan, promosi penjualan produk secara luas, dan peningkatan aktivitas pemasaran secara umum. Semua upaya ini terfokus pada strategi pemasaran yang lebih kuat.²⁰

b) Pengembangan pasar

Pengembangan pasar melibatkan memperkenalkan produk atau layanan yang sudah ada ke wilayah geografis baru. Sebagai contoh, memperluas jangkauan sekolahnya ke beberapa wilayah baru.²¹

c) Pengembangan produk

²⁰ Ibid hal 142

²¹ Ibid hal 143

Product development adalah suatu strategi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara melakukan perbaikan atau modifikasi terhadap produk atau layanan yang sudah ada saat ini.²² Sebagai contoh, sekolah memberikan pelatihan kepada para guru dengan biaya sekolah untuk meningkatkan keterampilan mengajar mereka.

3) Strategi Defensif

Strategi untuk mengurangi kemungkinan pelanggan beralih ke pesaing dengan cara meningkatkan produk dan menjaga pangsa pasar dari persaingan. Terdapat tiga jenis strategi ini yaitu:

a) Penciutan

Penciutan terjadi ketika sebuah organisasi melakukan restrukturisasi dengan mengurangi biaya dan aset guna memperbaiki penurunan penjualan dan laba.

b) Divestasi

Divestasi merujuk pada tindakan menjual satu divisi atau bagian dari organisasi. Hal ini sering dilakukan untuk memperoleh modal guna keperluan akuisisi atau investasi strategis yang lebih lanjut.

c) Likuidasi

Likuidasi merujuk pada penjualan semua aset perusahaan secara terpisah untuk mendapatkan kekayaan

²² Ibid 143

tunai. Proses likuidasi ini dapat dianggap sebagai pengakuan dari kegagalan perusahaan, dan keputusannya seringkali sulit secara emosional. Meskipun demikian, menghentikan operasi lebih baik daripada terus menderita kerugian keuangan yang signifikan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa beragam jenis strategi tersedia dan dapat disesuaikan sesuai kebutuhan, memberikan fleksibilitas bagi sekolah untuk memilih strategi yang sesuai dengan aktivitasnya dan mencapai tujuannya.

c. Manfaat Strategi

Organisasi mendapat beberapa manfaat dari penerapan manajemen strategis, antara lain:²³

- 1) Memberikan arah jangka panjang yang jelas.
- 2) Membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.
- 3) Meningkatkan efektivitas organisasi secara keseluruhan.
- 4) Mengidentifikasi keunggulan kompetitif organisasi dalam lingkungan yang berubah-ubah.
- 5) Strategi yang dipersiapkan dapat membantu mencegah masalah di masa depan.
- 6) Keterlibatan anggota organisasi dalam proses perencanaan strategis dapat meningkatkan motivasi dalam implementasi.

²³ Fenty Setiawati, 'Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.1 (2020), 57–66.

- 7) Mengurangi tumpang tindih aktivitas.
- 8) Mengurangi resistensi terhadap perubahan dari karyawan yang sudah lama bergabung dalam organisasi.

Mudrajad Kuncoro membagi manfaat manajemen strategis menjadi dua, yakni:

- 1) Manfaat Finansial

Studi menunjukkan bahwa organisasi yang menerapkan konsep manajemen strategis cenderung lebih sukses dan menguntungkan daripada yang tidak. Bisnis yang menerapkan manajemen strategis menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan, profitabilitas, dan produktivitas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan perencanaan sistematis. Perusahaan yang memiliki sistem perencanaan yang serupa dengan teori manajemen strategis juga cenderung memiliki kinerja keuangan jangka panjang yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing di industri yang sama.²⁴

- 2) Manfaat Non Finansial

Manajemen strategis juga memberikan manfaat yang signifikan lainnya, seperti meningkatkan kesadaran terhadap ancaman eksternal, pemahaman yang lebih baik mengenai strategi pesaing, peningkatan produktivitas karyawan, mengurangi resistensi terhadap perubahan, dan pemahaman

²⁴ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0* (Penerbit Andi, 2020). Hal 89

yang lebih baik tentang hubungan antara kinerja dan penghargaan. Dengan memfasilitasi interaksi antara manajer di berbagai divisi dan fungsi, manajemen strategis meningkatkan kemampuan organisasi untuk menghindari masalah. Selain itu, manajemen strategis dapat memperkuat kepercayaan pada strategi bisnis saat ini atau menunjukkan kapan perlu adanya tindakan korektif.²⁵

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi membantu perusahaan dalam merencanakan dan menjalankan berbagai aktivitas guna mencapai tujuan mereka. Manfaat strategi ini juga bersifat jangka panjang dan memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan, sehingga perusahaan yang menerapkan strategi cenderung lebih berhasil dalam mencapai tujuannya daripada yang tidak.

2. Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan

a. Pengertian bauran pemasaran jasa Pendidikan

Marketing mix atau bauran pemasaran adalah strategi atau alat yang mencakup penjualan, promosi, dan penetapan harga yang unik dan dirancang khusus untuk menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan di pasar yang dituju. Dalam konteks lain, bauran pemasaran dapat dijelaskan sebagai kombinasi strategi, kegiatan,

²⁵ Ibid hal 90

atau faktor-faktor penting yang merupakan inti dari strategi pemasaran itu sendiri.²⁶

Menurut Fandy Tjiptono, bauran pemasaran adalah “sekelompok alat yang digunakan oleh pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang diberikan kepada pelanggan.”²⁷ Dengan kata lain, bauran pemasaran adalah instrumen yang diterapkan untuk menjalankan strategi pemasaran yang telah direncanakan oleh suatu organisasi atau lembaga pendidikan.

Menurut Wiliam J. Stanton, pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan, baik kepada konsumen yang sudah ada maupun konsumen potensial.²⁸ Sedangkan menurut Nandan Limakrisna, pemasaran diartikan sebagai “memberikan solusi kepada pelanggan”.²⁹

Menurut Kotler dan Armstrong, bauran pemasaran adalah sekumpulan alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan digabungkan oleh perusahaan untuk mencapai respon yang diinginkan di pasar sasarnya.³⁰ Bauran pemasaran berperan dalam

²⁶ Anindya Farah Aurellia and Mochamad Arief Firman Nurdin, ‘Bauran Pemasaran Pada Nupolos Distro Kota Sukabumi’, in *SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*, 2023, v, 227–35.

²⁷ Tjiptono Fandy and Chandra Greforius, ‘Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)’, *Yogyakarta: Andi*, 2016, 32.

²⁸ Spiro, Rosann L., William J. Stanton, and Gregory A. Rich. *Management of a sales force*. McGraw-Hill, 2008.

²⁹ Nur Fadilah, ‘Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari’ah’, *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1.2 (2020), 194–211.

³⁰ Rina Rachmawati, ‘Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)’, *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2.2 (2011).

membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran dan membuat keputusan strategis yang sesuai dengan tujuan mereka.

Berdasarkan beberapa pengertian pemasaran di atas, dapat dimaknai bahwa pemasaran melibatkan semua aktivitas yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan mereka melalui pertukaran barang dan jasa. Pemasaran jasa pada dasarnya memiliki kesamaan dengan pemasaran barang atau produk. Konsep “jasa” memiliki beragam makna, mulai dari pelayanan pribadi hingga definisi jasa sebagai produk. Membedakan secara jelas antara barang dan jasa seringkali sulit dilakukan karena pembelian barang seringkali melibatkan pelayanan tambahan, seperti garansi dan perbaikan, sedangkan pembelian jasa juga seringkali melibatkan barang-barang pendukung, seperti makanan di restoran atau telepon dalam layanan telekomunikasi. Meskipun demikian, para ahli sering mendefinisikan konsep “jasa” secara berbeda.

Menurut definisi lain, jasa mencakup segala kegiatan yang memberikan layanan untuk mempertahankan atau meningkatkan nilai produk, seperti pemasangan, perbaikan, pelatihan, penyediaan bahan baku, dan penyetelan produk. Menurut Zeithaml dan Bitner, jasa merujuk pada semua kegiatan ekonomi yang menghasilkan output selain produk fisik atau konstruksi, yang dikonsumsi dan diproduksi secara bersamaan, serta memberikan nilai tambah (seperti

kenyamanan, hiburan, ketepatan waktu, kesenangan, atau kesehatan) yang tidak berwujud bagi pembelinya.³¹

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa adalah metode yang digunakan untuk mempromosikan sekolah dengan tujuan mengoordinasikan nilai, tujuan, dan produknya kepada siswa, orang tua, dan masyarakat secara keseluruhan.

b. Bentuk-bentuk bauran pemasaran jasa Pendidikan

Pertama kali diperkenalkan oleh McCarthy pada tahun 1960, konsep bauran pemasaran mengemukakan empat unsur utama yang dikenal sebagai “4P”, yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi). Namun, model bauran pemasaran 4P tersebut terutama berlaku untuk pemasaran produk, dan terbatas dalam konteks pemasaran jasa karena tidak memberikan kerangka pemikiran yang memadai untuk perencanaan strategi pemasaran jasa. Oleh karena itu, James dan Philips pada tahun 1995 menyarankan penambahan tiga unsur tambahan dalam bauran pemasaran jasa, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses).³²

Selaras dengan pendapat James dan Philips, Kotler dan Fox juga menyatakan bahwa pemasar jasa pendidikan akan

³¹ Abd Rahman and Abdul Muin, ‘ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA DALAM PEMASARAN JASA PENDIDIKAN’, *INDOPEDIA (Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Pendidikan)*, 1.4 (2023), 1457–67.

³² David Wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bumi Aksara, 2022). Hal. 75

menggunakan bauran pemasaran yang terdiri dari tujuh elemen pemasaran jasa pendidikan, yang sering disebut sebagai 7P.³³

1) Product (produk)

Menurut Kotler, produk merujuk pada segala sesuatu yang dapat disajikan kepada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam konteks pendidikan, produk merupakan totalitas objek atau proses yang memberikan nilai kepada konsumen.³⁴ Produk harus memperhitungkan alasan sosial kemanusiaan, yang meliputi kebutuhan masyarakat serta manfaat positif yang diperoleh dari produksinya. Produk tersebut dibagi menjadi lima tingkatan:

- a) *Core benefit*: Ini adalah manfaat dasar yang sebenarnya dibeli oleh pelanggan, seperti pendidikan.
- b) *Basic Product*: merupakan suatu produk dalam hal ini misalnya pengetahuan dan keterampilan yang memiliki ciri khas.
- c) *Expected Product*: Ini melibatkan atribut-atribut yang diharapkan oleh pelanggan, seperti kurikulum, silabus, dan kualitas tenaga pendidik.
- d) *Augmented Product*: Ini adalah produk tambahan yang ditawarkan untuk membedakannya dari produk pesaing, misalnya kemampuan berbahasa Inggris, penggunaan komputer, atau pengetahuan bahasa Arab.

³³ Ibid hal 102

³⁴ Ibid hal 102

e) *Potential Product*: Ini adalah tingkatan di mana produk memiliki potensi untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan serta harapan pelanggan di masa depan. Contohnya adalah pengakuan lulusan dari lembaga tersebut oleh dunia kerja.³⁵

Menurut Winarti, indikator Produk dari bauran pemasaran dalam konteks pendidikan mencakup:³⁶

- a) Mutu Pendidikan: Ini mengacu pada kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan kepada calon peserta didik.
- b) Variasi Program Pendidikan: Ini merujuk pada beragamnya program pendidikan yang ditawarkan, baik itu program unggulan maupun program reguler, serta program lainnya.
- c) Prospek mendapatkan pekerjaan: Ini menyoroti peluang atau prospek bagi lulusan untuk mendapatkan pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan.

Dalam konteks pendidikan, produk berarti jenis pendidikan yang disediakan oleh lembaga pendidikan kepada calon peserta didik, yang mencakup mutu pendidikan, peluang kerja bagi lulusan, dan variasi program pendidikan yang

³⁵ Miftachul Ulum, 'Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Pandangan Syariah', *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 5.2 (2018), 30–42.

³⁶ Endah Winarti, 'Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Pembentukan Image Dan Keputusan Memilih PTAIN: Kajian Di UIN Di Jawa Timur' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2014).

tersedia, baik itu dalam bentuk program akademik maupun layanan tambahan seperti kegiatan olahraga, seni, dan agama, yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

2) *Price* (harga)

Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan yang ditawarkan. Menurut Luckyardi, *Price* dalam bauran pemasaran memiliki indikator sebagai berikut:³⁷

- a) Harga yang kompetitif: Ini mengacu pada penetapan harga yang bersaing dengan harga pesaing dalam industri yang sama.
- b) Kesesuaian harga dengan harga pasar: Ini menggambarkan kecocokan harga produk dengan harga yang umum di pasar atau industri yang relevan.
- c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Ini menekankan pentingnya harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Strategi harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan dapat memengaruhi pilihan sekolah. Elemen-elemen harga dalam konteks pendidikan meliputi penetapan harga SPP, investasi dalam bangunan, laboratorium, dan faktor-faktor lainnya yang dipertimbangkan.

³⁷ Senny Luckyardi, 'Analisis Produk, Promosi, Harga, Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Komputer Indonesia' (Univesitas Komputer Indonesia, 2020).

3) *Place* (lokasi)

Lokasi merupakan tempat di mana perusahaan atau lembaga pendidikan beroperasi untuk melakukan berbagai kegiatan.³⁸

Pilihan lokasi sekolah memiliki peran penting dalam penentuan preferensi calon siswa. Keberadaan sekolah di lokasi strategis memiliki dampak besar pada upaya pemasaran. Keberadaan lokasi yang strategis, aman, nyaman, dan mudah diakses menjadi faktor daya tarik tersendiri. Umumnya, sekolah yang terletak di lokasi strategis menjadi pilihan utama masyarakat karena mereka pertama kali mempertimbangkan kenyamanan dan kemudahan akses sebelum memilih sekolah yang sesuai.

Place merupakan lokasi atau tempat di mana lembaga pendidikan berada. Indikator *Place* mencakup hal-hal berikut:

- a) Kemudahan akses ke lokasi lembaga pendidikan.
- b) Keamanan lingkungan di sekitar lembaga pendidikan.
- c) Luasnya area atau ruang di lokasi lembaga pendidikan.³⁹

Dalam konteks lembaga pendidikan, lokasi menjadi faktor penting yang dipertimbangkan oleh orang tua dalam memilih tempat di mana anak mereka akan belajar. Oleh karena itu, indikator di atas dapat menjadi acuan untuk menilai kualitas lokasi lembaga pendidikan.

³⁸ Ibid hal. 115

³⁹ Wahyu Abdillah and Andry Herawati, 'Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)', *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*, 2.2 (2018).

4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan upaya untuk menyampaikan informasi tentang produk kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Tujuan utama promosi adalah memberikan pemahaman dan meyakinkan konsumen mengenai manfaat produk yang ditawarkan.⁴⁰ Metode promosi dapat dilakukan melalui berbagai media seperti televisi, radio, surat kabar, dan media cetak lainnya seperti spanduk, pamflet, dan brosur, serta melalui media elektronik seperti platform media sosial. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan melalui kegiatan pameran, bazar, kontak langsung dengan calon siswa, dan berinteraksi dengan masyarakat. Promosi merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran, namun tidak semua sekolah, terutama sekolah negeri, melakukan kegiatan promosi ini, karena biasanya lebih banyak dilakukan oleh sekolah swasta.

Menurut Luckyardi, indikator dari *Promotion* dalam bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

- a) Penentuan waktu dan target promosi yang tepat.
- b) Kuantitas dan kualitas promosi yang baik.
- c) Pemilihan media promosi yang sesuai.⁴¹

Suatu lembaga pendidikan dikenal oleh masyarakat melalui promosi. Oleh karena itu, keberhasilan promosi dapat dinilai berdasarkan ketepatan waktu dan target, seberapa banyak dan

⁴⁰ Ibid hal. 115

⁴¹ Ibid hal. 39

seberapa baik promosi dilakukan, serta media apa yang digunakan untuk melakukan promosi.

5) *People* (orang)

Manusia merupakan elemen kunci dalam menjalankan kegiatan pemasaran jasa pendidikan, termasuk tenaga pengajar, staf administrasi, orang tua, dan siswa. Peran tenaga pengajar dan staf administrasi sangat penting karena mereka menjadi tulang punggung keberhasilan operasional sekolah. Kualitas sekolah sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusianya. Siswa dan orang tua mereka juga memiliki peran vital sebagai perwakilan yang efektif dalam upaya pemasaran. Penting bagi sekolah untuk memperhatikan kesejahteraan sumber daya manusianya, serta merekrut dan mempertahankan personel yang memiliki keterampilan, sikap, komitmen, dan kemauan untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan jasa pendidikan.

Menurut Margaretha (2011), indikator-indikator dari *People* dalam bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

- a) Tingkat Pendidikan yang tinggi.
- b) Kualifikasi Pendidikan yang sesuai.
- c) Kemampuan sikap dan komunikasi yang baik.⁴²

Dalam konteks pendidikan, *People* merujuk kepada pendidik dan tenaga kependidikan. Oleh karena itu, indikator-indikator di

⁴² Sri Walji Hasthanti, 'Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah', *Manajemen Pendidikan*, 13.2 (2019), 190–203.

atas dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas bauran pemasaran dalam konteks pendidikan.

6) *Psychle Evidence* (bukti fisik)

Bukti Fisik merujuk pada lingkungan fisik di mana layanan disediakan dan konsumen langsung berinteraksi dengannya. Ada dua jenis bukti fisik: pertama, keputusan yang dibuat oleh penyedia layanan terkait dengan desain dan tata letak bangunan seperti ruang kelas, bangunan sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga, dan lain-lain. Kedua, bukti pendukung merupakan elemen tambahan yang mendukung proses layanan, seperti rapor, catatan siswa, profil sekolah, rencana strategis sekolah, dan tujuan mutu.

Indikator *Physical Evidence* adalah sebagai berikut:

- a) Ketersediaan dan kelengkapan sarana serta prasarana.
- b) Kualitas kenyamanan ruang kelas.
- c) Kebersihan lingkungan di sekitar lembaga pendidikan.⁴³

Sarana dan prasarana lembaga pendidikan merupakan aspek yang paling ditekankan oleh masyarakat. Oleh karena itu, sebagai pengelola lembaga pendidikan, penting untuk memastikan bahwa indikator-indikator sarana dan prasarana ini terpenuhi.

⁴³ Abdillah and Herawati.

7) *Process* (proses)

Imam Machali mengartikan proses sebagai serangkaian langkah atau mekanisme yang mengarah pada penyampaian layanan dari produsen kepada konsumen. Dalam konteks jasa pendidikan, proses merujuk pada rangkaian kegiatan pendidikan yang mendukung terjadinya proses belajar mengajar untuk mencapai tujuan produk atau lulusan yang diinginkan. Proses pendidikan mengacu pada cara operasional sekolah dalam mengelola pemasaran jasa pendidikan dengan efektif, termasuk penempatan staf dan karyawan sekolah dalam pembagian tanggung jawab untuk mengkoordinasikan dan mengakses sumber daya demi strategi pemasaran jasa pendidikan yang berhasil. Kualitas pelaksanaan proses pendidikan sangat mempengaruhi hasil atau output lulusan yang dihasilkan.⁴⁴

Menurut Fadlilah & Masfiah, indikator-indikator dari bauran *Process* adalah sebagai berikut:⁴⁵

- a) Efektivitas proses pembelajaran.
- b) Kualitas pembelajaran yang baik.
- c) Kesesuaian kurikulum.

Proses di sini merujuk pada seluruh rangkaian kegiatan yang terjadi dalam lembaga pendidikan. Kepuasan pelanggan terhadap jasa pendidikan yang mereka beli akan tergantung pada

⁴⁴ Ibid hal. 118

⁴⁵ Azizah Nurul Fadlilah and Saidah Masfiah, 'Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Tk Al Huda Kota Malang', *Journal Evaluasi*, 5.1 (2021), 94.

seberapa baik proses ini dilaksanakan. Oleh karena itu, manajemen lembaga pendidikan harus memperhatikan kualitas guru yang sangat memengaruhi keberhasilan pemasaran dan kepuasan pelanggan, serta untuk menciptakan lulusan yang diharapkan.

Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan mencakup tujuh elemen yang saling terkait dalam aktivitas pemasaran jasa pendidikan. Ketujuh elemen tersebut merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dan saling berinteraksi satu sama lain, sehingga penting untuk mencapai keseimbangan di antara mereka dalam strategi pemasaran. Keberhasilan pemasaran jasa pendidikan sering kali didukung oleh keunggulan salah satu atau beberapa elemen dari 7P tersebut. Namun, dalam praktiknya, sulit untuk memberikan prioritas pada semua elemen bauran pemasaran pendidikan tersebut. Sebagai contoh, jika sebuah sekolah memiliki fasilitas yang baik dan sumber daya manusia yang berkualitas, seperti tenaga pengajar yang kompeten, maka sekolah tersebut mungkin akan kesulitan untuk menetapkan harga pendidikan yang rendah karena memerlukan dana yang cukup besar untuk memelihara fasilitas dan membayar gaji staf. Di sisi lain, sekolah negeri biasanya mendapatkan subsidi dari pemerintah untuk pembangunan fasilitas, serta untuk membayar gaji staf pengajar dan karyawan, sehingga mereka mungkin dapat menawarkan biaya pendidikan yang lebih rendah.

c. Karakteristik Jasa Pendidikan

Jasa pendidikan merupakan bagian penting dari strategi pemasaran sekolah. Sebelumnya, penting untuk memahami karakteristik jasa pendidikan, yang meliputi:

- 1) *Intangibilitas*: Jasa pendidikan bersifat abstrak dan tidak dapat dirasakan secara langsung.
- 2) Tak terpisahkan: Proses penyediaan jasa pendidikan dan konsumsinya tidak dapat dipisahkan.
- 3) *Heterogenitas*: Setiap jasa pendidikan memiliki karakteristik yang unik dan berbeda.
- 4) *Perishability*: Jasa pendidikan cenderung memiliki masa kedaluwarsa dan permintaannya dapat fluktuatif.⁴⁶

Jasa memiliki perbedaan mendasar dengan barang. Barang adalah objek yang dapat dimiliki, sedangkan jasa adalah tindakan atau layanan. Jika barang dapat dimiliki oleh konsumen, jasa tidak dapat dimiliki namun dapat dikonsumsi. Meskipun sebagian besar jasa didukung oleh bentuk fisik dari barang, seperti mobil dalam layanan transportasi, mobil itu sendiri dianggap sebagai barang fisik yang dapat dimiliki, sedangkan layanan transportasi adalah jasa yang diberikan oleh mobil tersebut.

Jasa pendidikan memiliki sifat *intangibilitas* karena hasilnya tidak dapat dirasakan secara fisik oleh konsumen sebelum mereka mengonsumsinya, yang membuatnya menjadi bagian dari subsistem

⁴⁶ Fitri Ayu Nofirda and Perengki Susanto, 'MANAJEMEN PEMASARAN', 2024. Hal. 116

sekolah. Tantangan bagi penyedia jasa adalah menghadapi sifat *intangibilitas* ini dengan memberikan bukti fisik sebagai pengganti dari penawaran yang bersifat abstrak. Pelanggan jasa pendidikan cenderung menilai kualitas suatu jasa berdasarkan bukti fisik yang dapat mereka lihat, yang mendukung hasil dari jasa tersebut, seperti kondisi lingkungan sekolah, kualitas staf, alat komunikasi yang digunakan, dan juga harga yang diberikan.⁴⁷

Dalam konteks pendidikan, pengalaman konsumen terhadap jasa pendidikan dimulai ketika mereka terlibat secara langsung dalam proses pendidikan. Hasil dari jasa pendidikan dapat diamati dalam kemampuan siswa yang telah meningkat, seperti kemampuan membaca dan menulis. Semua ini merupakan hasil dari upaya sekolah dalam menyediakan bukti fisik yang optimal kepada pelanggan jasa pendidikan. Oleh karena itu, peran sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan adalah mengubah jasa yang bersifat *intangible* menjadi manfaat pendidikan yang *tangible* dalam bentuk lulusan yang nyata.

Karakteristik jasa pendidikan yang tidak dapat dipisahkan (*inseparability*) mengindikasikan bahwa jasa pendidikan tidak dapat dipisahkan dari penyedia layanan, yaitu sekolah. Hal ini berarti bahwa proses produksi dan konsumsi jasa pendidikan terjadi secara bersamaan dan tidak terpisahkan.⁴⁸ Dalam konteks ini, siswa sebagai

⁴⁷ Ibid hal.101

⁴⁸ Ibid hal 101

pelanggan dan konsumen jasa pendidikan langsung berinteraksi dengan penyedia jasa pendidikan, yaitu sekolah. Keterlibatan langsung siswa dalam proses jasa pendidikan menunjukkan perlunya perhatian dan penyusunan fasilitas pendukung, seperti lingkungan fisik, guna meningkatkan kualitas layanan yang disediakan dan hasil jasa pendidikan yang dihasilkan.

Heterogenitas merupakan karakteristik jasa pendidikan yang menunjukkan adanya variasi atau perbedaan yang besar. Jasa pendidikan cenderung tidak standar karena outputnya tidak seragam, bergantung pada berbagai faktor seperti siapa yang memberikan layanan, kapan, dan di mana layanan tersebut disediakan.⁴⁹ Output dari jasa pendidikan akan bervariasi secara personal, tergantung pada persepsi dan pengalaman masing-masing pelanggan dalam menggunakan layanan pendidikan. Terdapat tiga faktor utama yang menyebabkan variasi kualitas jasa pendidikan:

- 8) Partisipasi siswa selama proses penerimaan layanan pendidikan.
- 9) Moral atau motivasi guru dalam memberikan layanan pendidikan kepada siswa.
- 10) Beban kerja sekolah dalam menyelenggarakan layanan pendidikan.⁵⁰

⁴⁹ Rizal Pallewi, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam dalam Menarik Minat Masyarakat di MAN Kendal, (Semarang, 2016, Repository Uin Walisongo) h. 85-86

⁵⁰ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, Cet. II, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2009), h. 25

Karena faktor-faktor tersebut, sulit untuk melakukan standarisasi dan pengendalian kualitas jasa pendidikan. Para pelanggan jasa pendidikan sering kali memperhatikan keanekaragaman kualitas layanan tersebut dan sering kali meminta pendapat orang lain sebelum memilih penyedia jasa pendidikan, seperti sekolah.

Karakteristik terakhir dari jasa pendidikan adalah *perishability*, yang berarti jasa tersebut tidak dapat disimpan atau memiliki masa ketahanan yang terbatas. Jasa pendidikan tidak dapat dijual di masa yang akan datang karena sifatnya yang mudah hilang atau musnah. Hal ini mengimplikasikan bahwa jasa pendidikan tidak dapat disimpan dalam gudang atau tempat penyimpanan untuk digunakan di kemudian hari seperti barang-barang lainnya. Dalam konteks pendidikan, sifat *perishability* ini dapat dilihat misalnya ketika kelas kosong atau tidak ada siswa yang hadir, sehingga sekolah mengalami kerugian pendapatan.⁵¹

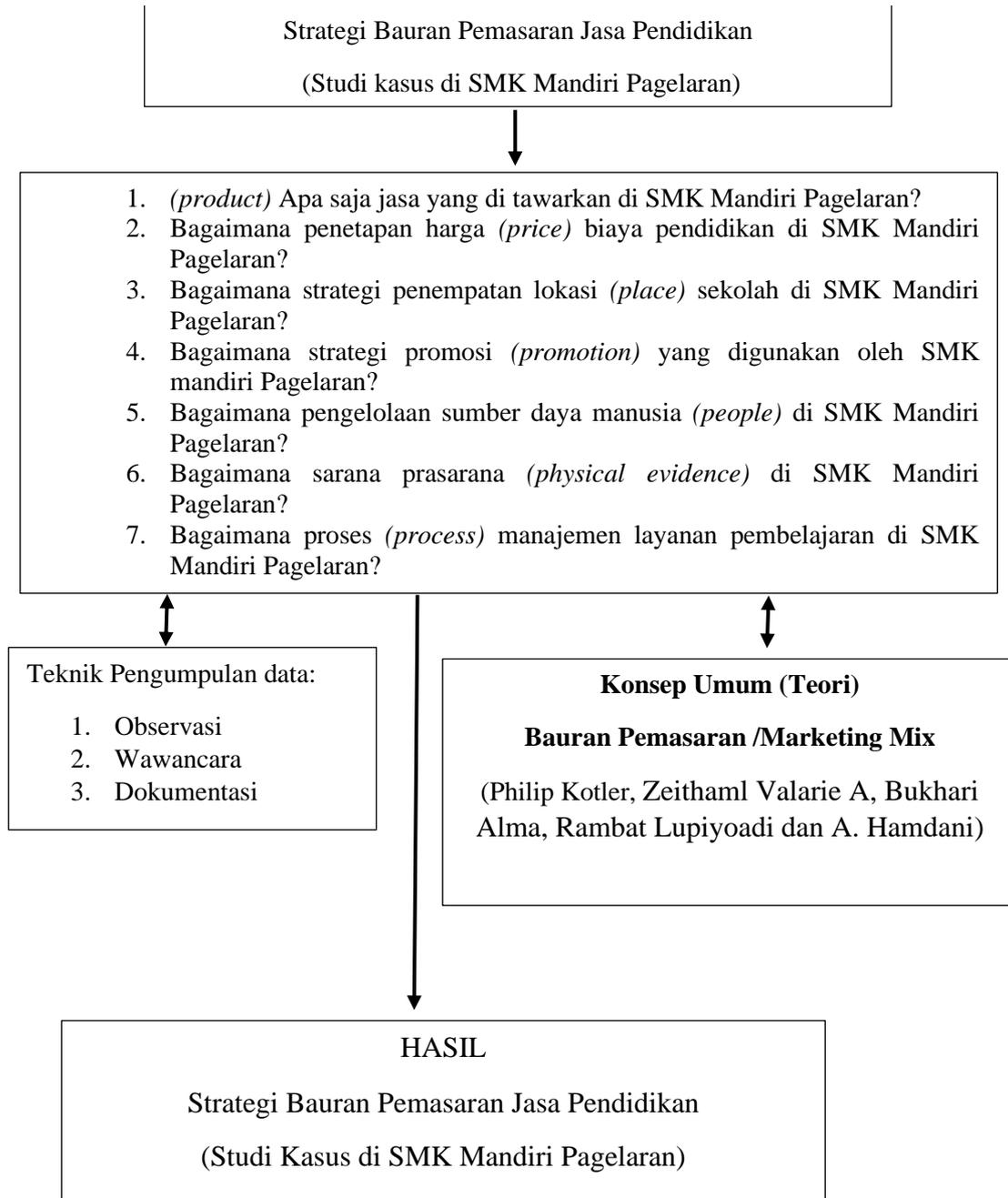
Jasa pendidikan memiliki perbedaan dengan jasa pada umumnya karena merupakan layanan yang disediakan oleh sekolah kepada setiap pelanggan. Pelanggan dapat menilai kualitas layanan sekolah setelah mereka mengalami langsung layanan tersebut. Layanan sekolah mencakup berbagai aspek, seperti layanan tenaga pengajar, layanan administrasi, dan layanan perpustakaan. Layanan

⁵¹ Ibid hal. 55

sekolah menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang dapat dipasarkan atau ditawarkan kepada masyarakat. Oleh karena itu, untuk menarik perhatian masyarakat, sekolah harus mampu menyediakan layanan yang berkualitas.

B. KERANGKA BERFIKIR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan serta penelitian yang digunakan pada penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif karena dimulai dari pengamatan terhadap suatu peristiwa yang telah terjadi. Menurut Moeloeng, pendekatan kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata, baik tertulis maupun lisan, dari individu yang menjadi objek pengamatan.⁵² Sedangkan menurut Wina Sanjaya, pendekatan kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh dan mendalam tentang fenomena yang diamati dalam masyarakat, sehingga mencerminkan karakteristik, sifat, dan model dari fenomena tersebut.⁵³

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kasus. Dalam penelitian ini berorientasi pada tujuan untuk memahami karakteristik kelompok secara fokus mendalam, Menurut Mudjia Rahardjo, studi kasus dapat disimpulkan sebagai suatu rangkaian aktivitas ilmiah yang dilaksanakan secara menyeluruh, detail, dan komprehensif mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas, baik itu melibatkan individu, kelompok orang, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap hal tersebut.⁵⁴ Secara

⁵² Lexy J Moleong, 'Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Keempatbelas', *Bandung: PT Remaja Rosdakarya (Anggota IKAPI)*, 2001.

⁵³ H Wina Sanjaya, 'Penelitian Pendidikan, Jenis, Metode Dan Prosedur', 2019.

⁵⁴ Rahardjo, Mudjia. "Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya." (2017).

keseluruhan, tujuan utama dari studi kasus adalah untuk memahami hal-hal yang konkret dan unik, bukan sekadar kejadian yang sudah berlalu atau tidak relevan.⁵⁵ Dengan demikian, jenis penelitian studi kasus menitikberatkan pada kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan mengangkat masalah yang sedang berlangsung dan memiliki keunikannya sendiri.

B. Kehadiran Peneliti

Kehadirann peneliti sangat berpengaruh besar dalam penyelesaian penelitian ini, karena keterlibatan peneliti secara langsung menjadi poin utama dalam penyelesaian penelitian ini. Dalam prosesnya peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga kehadirannya tidak bisa diwakilkan.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMK Mandiri Pagelaran sekolah swasta yang beralamat di Jl. Hasyim Asyari, Krajan, Banjarejo Kec. Pagelaran, Kab. Malang. SMK Mandiri Pagelaran. Peneliti memilih lokasi di SMK Mandiri karena keunikan yang menarik untuk diteliti, termasuk lokasinya yang terletak di daerah yang jauh dari keramaian kota. Alasan peneliti melakukan penelitian terhadap sekolah SMK Mandiri Pagelaran lantaran sekolah tersebut berhasil menerapkan strategi Bauran Pemasaran jasa pendidikan dengan efektif dan berhasil membangun reputasi sebagai sekolah yang berkualitas. Dengan peningkatan jumlah peminat dari tahun ke tahun, Setiap tahun, jumlah peminat di SMK Mandiri mengalami

⁵⁵ Mudjia Rahardjo, 'Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya', 2017.

peningkatan yang signifikan. Hal ini di buktikan Pada tahun 2022, terdapat 37 peminat dari 2 jurusan, sedangkan pada tahun 2023, jumlah peminat meningkat menjadi 50 siswa. SMK Mandiri telah menunjukkan reputasi kualitasnya, yang pada saat ini total siswa yang bersekolah lebih banyak dari tahun sebelumnya tahun sebelumnya jumlah siswa masih 150 dan pada tahun ini sudah mencapai 285 siswa dari 2 jurusan, hal ini mengindikasikan pertumbuhan popularitas dan kepercayaan yang terus meningkat terhadap sekolah ini.

D. Data dan Sumber Data

Terdapat 2 jenis sumber data yang akan digunakan oleh peneliti dalam merumuskan pemaparan data penelitian ini. Berikut ini adalah sumber datanya :

1. Sumber data primer

Data primer adalah sumber data utama dalam penelitian, meskipun mungkin diperlukan sumber data tambahan yang disebut data sekunder. Dalam bukunya yang berjudul “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”, Suharsimi Arikunto mengelompokkan sumber data primer menjadi tiga kategori.

a. *Person*, Sumber data yang berupa orang adalah sumber data yang bisa memberikan informasi baik melalui interaksi langsung secara lisan melalui wawancara, maupun secara tertulis melalui kuesioner.⁵⁶ Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, CV., 2009). Hal. 222

wawancara dengan Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran, Wakil Kepala Sekolah, 1 orang perwakilan Guru, perwakilan 3 wali murid dan 3 orang siswa.

- b. *Place*, Ini mengacu pada sumber data yang memperlihatkan situasi yang statis, seperti kondisi fisik ruangan, peralatan yang tersedia, atau objek yang ada, serta situasi yang dinamis seperti aktivitas, kinerja, atau proses pembelajaran.⁵⁷ Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi terhadap segala bentuk situasi yang mencerminkan masalah terkait strategi pemasaran dalam layanan pendidikan.
- c. *Paper*, Paper adalah sumber data yang memuat informasi dalam bentuk tulisan, angka, gambar, atau simbol lainnya.⁵⁸ Peneliti akan mengumpulkan data tambahan dari dokumen-dokumen sekolah yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam layanan pendidikan untuk melengkapi informasi dalam penelitian.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder, sebagai pelengkap dari data primer, dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti koran, majalah, jurnal, buku-buku, hasil survei, penelitian sebelumnya, thesis, dan lain sebagainya. Peneliti memanfaatkan data sekunder ini sebagai sumber informasi tambahan untuk memperkuat dan melengkapi data

⁵⁷ Sugiyono.

⁵⁸ Sugiyono.

penelitian, serta sebagai referensi yang mendukung hasil yang telah diperoleh melalui pengumpulan data primer.

E. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data melibatkan pengamatan terhadap variabel yang menjadi fokus penelitian. Pengamatan tidak hanya sebatas melihat atau memperhatikan kejadian dengan indra penglihatan, tetapi juga mencakup teknik wawancara atau interview. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk menggambarkan kondisi di lapangan dan membandingkannya dengan standar pengelolaan yang telah ditetapkan. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, di antaranya:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang melibatkan pada proses melihat langsung terhadap objek penelitian. Metode observasi ini dilakukan dengan panca indra untuk mengamati secara verbal objek penelitian.⁵⁹

Tabel 3. 1 Tabel Kisi-Kisi

NO	DIMENSI	KETERANGAN
1.	Produk-produk unggulan sekolah	
2.	Biaya/ harga sekolah	
3.	Letak dan kondisi geografis sekolah	
4.	Pelaksanaan promosi sekolah	
5.	Keberhasilan promosi sekolah	

⁵⁹ Sugiyono. Hal. 226

6.	Kinerja sumber daya sekolah	
7.	Kurikulum sekolah	
8.	Standarisasi sarana dan prasarana sekolah	
9.	Pemberkasan arsip sekolah	
10.	Layanan-layanan sekolah	

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, metode wawancara digunakan untuk mengajukan serangkaian pertanyaan kepada responden atau informan terkait strategi pemasaran dalam layanan pendidikan. Informan yang menjadi target penelitian meliputi Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran, Wakil Kepala Sekolah, guru yang terlibat dalam tim pemasaran, guru mata pelajaran, serta wali murid dan siswa.

3. Studi Dokumen

Suharsimi Arikunto dalam bukunya menjelaskan tentang metode dokumentasi yang melibatkan pencarian data terkait variabel atau informasi melalui berbagai media seperti catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sumber lainnya.⁶⁰ Penulis memanfaatkan teknik studi dokumentasi sebagai bagian dari upaya pengumpulan data dengan mengakses informasi dari catatan rapat, agenda, buku tahunan sekolah, data peserta didik setiap tahun ajaran, data pengajar, serta dokumen-dokumen terkait pemasaran jasa pendidikan

⁶⁰ Arikunto Suharsimi, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rev. Ed', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010.

Tabel 3. 2 Kisi- Kisi Dokumentasi

NO	Dokumen	Indikator	Keterangan	
			ada	Tidak ada
1.	Sekolah	Profil sekolah Visi misi sekolah Struktur organisasi Peraturan sekolah dan tata tertib		
2.	Data pemasaran	Dokumen program pemasaran. Brosur sekolah, spanduk, postingan di media sosial		
3.	Data guru dan tenaga pendidik	Data guru berdasarkan bidang mata Pelajaran dan jabatan Data staff TU		
4.	Data siswa	Data jumlah siswa 5 tahun terakhir, Data siswa masuk dan keluar		
5.	Data sarana pendidikan	Ruang kelas Proyektor Buku Pelajaran Alat peraga		
6.	Data prasarana pendidikan	Musholla Lab. Computer Perpustakaan Lapangan olahraga		
7.	Dokumen prestasi siswa	Prestasi akademik siswa, Prestasi non akademik siswa		

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah sistematis dalam mengidentifikasi dan merangkum informasi yang diperoleh dari wawancara, pencatatan lapangan, serta sumber data lainnya, sehingga hasilnya dapat dipahami dengan mudah dan disampaikan kepada pihak lain.⁶¹ Penulis melakukan beberapa langkah dalam melakukan teknik analisis data, diantaranya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Teknik analisis data dengan melakukan reduksi data melibatkan proses merangkum dan memilih aspek-aspek utama, serta memusatkan perhatian pada hal-hal yang signifikan. Data yang telah direduksi dengan cara memilih bagian atau elemen yang dianggap penting akan menghasilkan informasi yang lebih terfokus dan jelas terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti, sehingga mempermudah proses penelitian bagi peneliti.⁶²

2. Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman, metode yang umum digunakan dalam menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah melalui teks naratif. Penyajian data dalam bentuk narasi cocok digunakan dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti untuk menjelaskan data secara singkat. Selain teks naratif, peneliti juga memanfaatkan tabel dan gambar untuk mempermudah pemahaman.

3. Kesimpulan

⁶¹ Sugiyono. Hal. 224

⁶² Sugiyono. Hal. 247

Tahap akhir dari proses analisis data adalah verifikasi atau penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan awal telah dibuat, namun masih bersifat sementara dan akan terus berkembang seiring dengan berjalannya penelitian. Pada akhir penelitian, kesimpulan akan disusun untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Kesimpulan ini disusun berdasarkan bukti-bukti yang valid dari data lapangan, sehingga hasilnya dapat dianggap akurat.

G. Uji keabsahan data

Uji keabsahan data dapat dilihat melalui cara-cara berikut ini:

1. Triangulasi

Triangulasi dilakukan dengan maksud untuk memperoleh informasi tambahan yang sedang diselidiki, terutama untuk tujuan verifikasi seperti melakukan perbandingan data. Berikut langkah - langkahnya:

a. Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber merupakan mencakup perbandingan akurasi informasi dari berbagai sumber. Contohnya, kita dapat memeriksa perbandingan antara hasil wawancara dan hasil observasi yang telah dilakukan, membandingkan data wawancara dengan dokumen yang ada, serta membandingkan informasi yang disampaikan secara umum dengan informasi yang diungkapkan secara personal.

b. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Pada Triangulasi jenis ini memiliki tujuan untuk menguji kredibilitas data melalui pemanfaatan metode pengumpulan data

dengan teknik yang berbeda seperti observasi,wawancara dan dokumentasi pada sumber data yang sama. yang dapat melibatkan proses verifikasi dan pengecekan kembali.⁶³

⁶³ Sugiyono.

BAB IV
PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Profil SMK Mandiri Pagelaran

Nama	: SMK MANDIRI
NPSN	: 69967295
Alamat	: Jl. Imam Bonjol
Desa/Kelurahan	: Banjarejo
Kecamatan/Kota	: Kec. Pagelaran
Kab.-Kota/ Negara	: Kabupaten Malang
Provinsi	: Jawa Timur
Status Sekolah	: Swasta
Akreditasi	: B
Tahun Berdiri	: 2017
Bentuk Pendidikan	: SMK
Naungan	: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
Email	: smkmandiri01@gmail.com
No.SK Pendirian	: 188.4/5078/101.3/2017
No.SK Operasional	: 421.5/5470/101.3/2017
Tanggal Akreditasi	: 4 Desember 2018
No. SK Akreditasi	: 161/BAN-S/M.35/SK/XII/2018
Luas Tanah	: Luas 1.480 m ²
Status Tanah	: Milik Yayasan

2. Sejarah Singkat SMK Mandiri Pagelaran

SMK Mandiri Pagelaran Malang berdiri sejak tahun 2018 di bawah naungan lembaga Pendidikan dan Dakwah yang bernama Yayasan Cahaya Mulia Mandiri. Yayasan Cahaya Mulia Mandiri sudah berkirah dimasyarakat selama 10 tahun, untuk memajukan dunia pendidikan lahirlah ide dari Bapak Dr. Ahmad Hakim, M.Ma (Ketua Yayasan), untuk mengembangkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang diberi nama MANDIRI. ide ini lahir karena melihat kondisi dan situasi di lingkungan khususnya dan wilayah Kabupaten Malang serta Indonesia secara nasional pada umumnya yang memiliki Visi dan Misi yang mengarah kepada bagaimana mempersiapkan anak didik atau lulusan sekolah yang sudah siap pakai/kerja dengan segala keterampilannya. Kita dapat melihat untuk wilayah Kota/Kabupaten Malang saja yang namanya perusahaan/industri (PT) dan pertokoan serta swalayan sudah dapat dijumpai di mana saja. ini sebuah peluang untuk mempersiapkan calon-calon tenaga kerja siap pakai/kerja dan mandiri, maka kemudian dikembangkanlah SMK Mandiri.

Dalam perkembangan selanjutnya, SMK Mandiri Pagelaran Malang saat ini sudah siap untuk bersaing dengan sekolah-sekolah lain dalam rangka mempersiapkan anak didiknya atau lulusannya dapat diterima dan bekerja di perusahaan-perusahaan atau Dunia Usaha/Dunia Industri (DUDI). Dari tekad dan semangat para dewan guru yang tetap mengajar di SMK Mandiri untuk terus mengembangkan manajemen dan kualitas

sekolah ini, Itulah sekilas sejarah SMK Mandiri yang akan terus mengembangkan diri, mawas diri, memperbaiki diri dan mengaktualisasikan terus SMK Mandiri ini menjadi sekolah kejuruan unggulan.

3. Visi, Misi dan Tujuan SMK Mandiri Pagelaran

a. Visi

Mewujudkan sekolah unggul disertai iman dan takwa serta mengembangkan rasa, karsa, cipta dan bakti yang berwawasan teknologi yang memiliki akhlakul karimah berlandaskan ahlu sunnah wal jama'ah.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pembinaan dan bimbingan secara kreatif dan inovatif agar siswa berkembang sesuai dengan potensi yang dimiliki.
- 2) Menumbuhkan pemahaman agama yang dianut menjadi sumber kearifan dalam bertingkal laku dan bertindak
- 3) Meningkatkan kedisiplinan seluruh warga sekolah
- 4) Menumbuhkan sifat berprestasi kepada semua komponen sekolah

c. Tujuan

Berdasarkan dengan visi dan misi SMK Mandiri Pagelaran Malang dapat dirumuskan tujuan satuan pendidikan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan pemahaman agama yang dianut menjadi sumber kearifan dalam bertingkah laku dan bertindak

- 2) Mengembangkan pembinaan dan bimbingan secara kreatif dan inovatif agar siswa berkembang sesuai dengan potensi yang dimiliki
- 3) Mengembangkan sifat berprestasi pada semua komponen sekolah
- 4) Mengembangkan kedisiplinan seluruh warga sekolah

Sedangkan sasaran yang menjadi harapan SMK MANDIRI ialah siswa lulusan SMP/MTS di wilayah Kecamatan Pagelaran dan sekitarnya, yang berkeinginan untuk memperoleh pengetahuan setingkat lebih tinggi dan skill tertentu sebagai bekal menciptakan lapangan kerja bagi dirinya.

4. Struktur Organisasi Sekolah

STRUKTUR ORGANISASI SMK MANDIRI PAGELARAN MALANG TAHUN PELAJARAN 2023-2024

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi SMK Mandiri Pagelaran



5. Data Pendidik dan Tenaga Pendukung

Table 4. 1. Data Pendidik dan Tenaga Pendukung

No.	Jabatan	Nama Lengkap	Jenis Kelamin		Pendidikan Akhir
			L	P	
1	Kepala Sekolah	Ian Agafta	✓		S 2
2	Waka. Kurikulum	Siti Hadiyahatur Rohmah		✓	S 1
3	Waka. Kesiswaan	Okvita Firli		✓	S 1
4	Waka. Humas	H. Mahlad	✓		S 1
5	Waka. Sarpras	Hendra ,ST	✓		S 1
6	Guru	H. Imam Fahrozi, BA	✓		S 1
7	Guru	Ahmad Safi'I M	✓		S 2
8	Guru	Drs. H.Darto	✓		S 1

9	Guru	Lukman fajar	✓		S 1
10	Guru	Fifi Wiladatul M		✓	S 1
11	Guru	Umayah,ST		✓	S 1
12	Guru	M Furqon	✓		S 1
13	Ketua TU	Kholifatur Rohmah		✓	S1
14	Guru	Ahmad Nawawi	✓		S 1
15	Guru	Husnia		✓	S 1
16	Guru	Ressa Am.S.Pd		✓	S 1
17	Guru	Dwi Retno Damayanti		✓	S 1
18	Tata Usaha	Roudlatus Sifa' Maulidina		✓	SMK
19	Guru	Erwin Fatmawati		✓	S 1

6. Data Peserta Didik

Table 4. 2Data Peserta Didik

Tahun Pelajaran	Kelas X		Kelas XI		Kelas XII		Jumlah	
	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel
2020/2021	17	2	34	2	36	2	87	6
2021/2022	38	2	17	2	34	2	89	6
2022/2023	49	2	38	2	17	2	104	6
2023/2024	49	2	48	2	32	2	129	6

7. Sarana dan Prasarana SMK Mandiri Pagelaran

Table 4. 3 sarana dan prasarana SMK Mandiri Pagelaran

NO	JENIS SARPRAS	JUMLAH
1	Ruang Teori / Kelas	6
2	Ruang PraktikTKRO	2
3	Ruang Praktik OTKP	1
4	Ruang Kepala Sekolah	1
5	Ruang Guru	1
6	Ruang Tata Usaha	1
7	Kamar Mandi / Toilet Guru	2
8	Kamar Mandi / Toilet Siswa Putra	2
9	Kamar Mandi / Toilet SiswaPutri	2

10	Ruang Ibadah / Mushola	1
11	Ruang Perpustakaan	1
12	Kantin Sekolah	1
13	Ruang BKK	1
14	Kendaraan Antar Jemput	1
15	Lapangan Olahraga	1
16	Kantin	1
17	Finger print	2
18	CCTV	
19	Tempat parkir	1
20	Gudang	1

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di SMK Mandiri Pagelaran Malang dan peneliti telah terjun langsung ke lokasi penelitian serta di dukung oleh data-data yang sudah diberikan sekolah mengenai kondisi sarana prasarana, dan data kondisi ketersediaan ruangan di SMK Mandiri Pagelaran Malang. SMK Mandiri Pagelaran Malang memiliki sarana prasarana cukup memadai dan sangat mendukung berjalannya proses pembelajaran.

8. Program Unggulan di SMK Mandiri Pagelaran

SMK Mandiri Pagelaran menawarkan berbagai program unggulan yang bertujuan untuk mencetak lulusan yang kompeten dan siap bersaing di dunia industri. Program-program ini dirancang agar siswa tidak hanya memperoleh pengetahuan teori, tetapi juga keterampilan praktis yang dibutuhkan di dunia kerja. Berikut beberapa program unggulan yang ada di SMK Mandiri Pagelaran:

1. Program Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO)

Program unggulan ini berfokus pada pengembangan keterampilan di bidang otomotif, khususnya perawatan dan perbaikan kendaraan

bermotor. Perawatan dan perbaikan mesin kendaraan, system kelistrikan dan lain-lain.

2. Program Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP)

Program ini berfokus pada pengembangan keterampilan di bidang administrasi dan manajemen perkantoran, yang sangat dibutuhkan di berbagai sektor industri. Siswa yang mengikuti program OTKP akan menguasai berbagai keterampilan. Pengelolaan dokumen dan arsip, penggunaan perangkat lunak perkantoran (misalnya Microsoft Office), manajemen keuangan dan pembukuan dan lain sebagainya.

3. Program Peraktik Kerja Lapangan (PKL)

Program ini memberikan siswa kesempatan untuk mendapatkan pengalaman langsung di dunia kerja, sehingga mereka dapat menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah dipelajari di sekolah.

4. Program kunjungan Industri

Program ini merupakan kegiatan pembelajaran di luar lingkungan sekolah yang dirancang untuk memberikan pemahaman langsung kepada siswa tentang dunia kerja. Melalui program ini, siswa diperkenalkan dengan berbagai proses kerja, budaya perusahaan, serta teknologi yang digunakan dalam industri. Tujuannya adalah untuk membekali siswa dengan wawasan praktis mengenai bagaimana teori yang mereka pelajari di kelas diterapkan dalam situasi kerja nyata. Kegiatan ini juga membantu siswa mengenal standar profesionalisme, pola kerja, dan peluang karier di bidang yang sesuai dengan keahlian mereka

5. Program dual system

Dalam program ini, siswa mendapatkan keseimbangan antara pembelajaran teori dan praktik langsung sebelum melaksanakan PKL . Dengan begitu, siswa sudah terbiasa menghadapi tantangan yang ada di dunia kerja, siap untuk beradaptasi, dan memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri.

6. Program Bursa Kerja Khusus (BKK)

Program yang bertujuan untuk membantu siswa dalam mencari pekerjaan

B. Paparan Data Hasil Penelitian

Paparan data yang disajikan dalam bab ini memuat uraian tentang data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah semua data tersebut terkumpul peneliti dapat menganalisis hasil temuan penelitian dengan menggunakan analisis data berupa kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil dan temuan penelitian di SMK Mandiri Pagelaran Malang tentang “Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Di SMK Mandiri Pagelaran”

1. *Product* (Produk)

Hal yang paling utama yang ditawarkan dan dijual sekolah kepada pelanggan jasa pendidikannya adalah produk. Produk juga menjadi salah satu ciri khas sekolah dalam menarik siswa untuk bersekolah di SMK Mandiri Pagelaran serta mempertahankan eksistensi sekolah di mata masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, yang peneliti lakukan, untuk menghasilkan product (siswa yang unggul dan mampu bersaing), SMK Mandiri lebih memfokuskan kepada siswa agar mereka lebih siap menghadapi dunia kerja.⁶⁴ Dalam hal ini SMK Mandiri Pagelaran menerapkan strategi yang berfokus pada kesiapan siswa dengan berupaya membekali siswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan agar mereka siap bekerja setelah lulus atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Paparan diatas juga didukung dengan pernyataan kepala sekolah mengenai program unggulan di SMK Mandiri Pagelaran untuk

⁶⁴ Hasil Observasi Peneliti pada SMK Mandiri 16 Desember 2024

memperkuat kompetensi siswa sekaligus mempersiapkan mereka agar dapat bersaing di dunia kerja atau melanjutkan Pendidikan.

“Di SMK Mandiri Pagelaran, kami memiliki beberapa program unggulan yang dirancang untuk membekali siswa dengan keterampilan dan pengalaman nyata, sehingga mereka benar-benar siap menghadapi dunia kerja atau bahkan membuka usaha sendiri. Salah satu program unggulan kami seperti PKL atau praktik kerja lapangan, Program ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada siswa dalam dunia kerja nyata, sehingga mereka bisa menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah dipelajari di sekolah. kami juga ada program kunjungan industry, siswa mendapatkan kesempatan untuk pelatihan kerja, dan melihat teknologi modern, ini sangat membantu siswa agar lebih memahami kondisi nyata di tempat kerja dan menyiapkan mereka untuk karier ke depannya. Kita juga ada program *Dual System* juga menjadi keunggulan SMK Mandiri Pagelaran. Dalam program ini, siswa belajar dengan seimbang, baik teori maupun praktik langsung, program ini dilakukan diluar sekolah kami bekerjasama dengan bengkel-bengkel modern agar siswa TKRO bisa belajar sekaligus peraktik disana, sedangkan untuk OTKP kami bekerjasama dengan perkantoran. Kami juga ada satu program ini program kerja namanya Bursa Kerja Khusus bertujuan untuk mempersiapkan siswa langsung menghadapi dunia kerja. Kami menghubungkan mereka dengan perusahaan yang membutuhkan tenaga terampil sesuai jurusan, sambil memberikan pelatihan tentang penyusunan CV, wawancara kerja, dan pemahaman tentang dunia kerja. Kami juga bekerja sama dengan berbagai perusahaan untuk menawarkan peluang magang dan pekerjaan.siswa yang lulus dari sini juga sudah langsung mendapatkan SKCK tanpa harus melalui proses yang rumit jadi siswa lulus sudah benar-benar siap untuk ke jenjang berikutnya.”⁶⁵

Dari hasil wawancara ini bahwa SMK Mandiri Pagelaran memiliki berbagai program unggulan yang bertujuan untuk memperkuat kompetensi siswa agar siap bersaing di dunia kerja atau melanjutkan pendidikan. Program-program tersebut meliputi 1) Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang memberikan pengalaman

⁶⁵ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.27

langsung di dunia kerja, 2) Kunjungan industri untuk mengenalkan siswa pada teknologi modern dan kondisi nyata di tempat kerja, serta 3) program Dual System yang menggabungkan pembelajaran teori dan praktik dengan kerja sama industri, seperti bengkel untuk siswa Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan perkantoran untuk siswa Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) yang dilakukan rutin sebelum melaksanakan PKL dan yang ke 4) Busa Kerja Khusus (BKK) Program ini menjalin banyak relasi dan MOU dengan berbagai perusahaan ternama. Hal ini merupakan langkah strategis yang dapat menarik minat calon siswa untuk bersekolah di SMK Mandiri. Dengan adanya jaringan kerja sama yang luas, para siswa memiliki peluang besar untuk memperoleh pengalaman kerja, magang, atau bahkan langsung direkrut oleh perusahaan setelah lulus. Berikut Data Jejaring Kerjasama BKK

Gambar 4. 2 Data Jejaring dan Kerjasama

PROGRAM KERJA BKK SMK MANDIRI
DATA JEJARING DAN KERJASAMA
Office: Jln Imam Bonol no.70 Rt 17 Rw.06 Banjarsari, Pagelaran, Kab. Malang

NO	NAMA PERUSAHAAN	ALAMAT	PELAKSANA
1	PT. CAKRA GUNA Cipta	Jln. Raya Kendalpayak No 332 Kec. Pakisaji, Kab. Malang	BKK
2	CV. LAWANG UNGGAS SANTOSO	Jln. <u>Insepi Suroto</u> Dusun <u>Klison</u> Desa <u>Sidodadi</u> Kec. <u>Lawang</u> .	BKK
3	PT. MAKMUR JAYA KHARISMA	Jln. Kolonel <u>Soepono</u> no 296 s/d 298 Kota Malang	BKK
4	PT. USAHA LOKASI KAYU	Jln. Peltu Sujono No 12 Kota Malang	BKK
5	PT. INDIRATEX SPINDO	Jln. Raya <u>Randugunung</u> KM 75 <u>Singosari</u> , <u>Kab. Malang</u>	BKK
6	BENGKEL ANUGRAH	PEGELARAN	BKK
7	BENGKEL KUSNO MOTOR	GONDANGLEGI	BKK
8	BENGKEL JAYA ABADI	TUREN	BKK
9	BENGKEL FAMILY MOBIL	TUREN	BKK

Sumber Data: dokumen sekolah SMK Mandiri Pagelaran

Pada tabel yang terdapat dalam gambar, beberapa poin penting dapat disimpulkan sebagai berikut:⁶⁶

1. Jumlah Mitra Kerja Sama: Terdapat berbagai mitra, baik dari perusahaan besar maupun bengkel.
2. Jenis Perusahaan dan Lokasi:
 - a. Perusahaan besar seperti PT. Cakra Guna Cipita, PT. Indiratex Spindo, dan CV. Lawang Unggas Santoso.
 - b. Bengkel-bengkel lokal seperti Bengkel Jaya Abadi dan Bengkel Family Mobil.
3. Manfaat Kerja Sama:
 - a. Bagi Siswa: Kesempatan langsung bekerja sesuai dengan kompetensi.
 - b. Bagi Sekolah: Meningkatkan reputasi SMK dalam mencetak tenaga kerja siap pakai.
 - c. Bagi Perusahaan: Mendapatkan tenaga kerja terampil dan sesuai dengan kebutuhan industri.

Melalui program ini, siswa tidak hanya dibekali dengan keterampilan teknis yang relevan dengan bidang pekerjaan, tetapi juga diberikan pelatihan tentang cara menyusun CV, menghadapi wawancara kerja, serta pengenalan terhadap dunia kerja secara umum. Lulusan dari SMK Mandiri para siswa juga mendapatkan kemudahan berupa pemberian SKCK langsung dari pihak sekolah sebagai bagian dari persiapan mereka memasuki dunia kerja atau

⁶⁶ Hasil Dokumentasi peneliti pada Data Jejaring dan Kerjasama di SMK Mandiri Pagelaran 16 Desember 2024

melanjutkan pendidikan. Ini merupakan langkah inovatif untuk membantu siswa dalam mengurus dokumen penting tanpa harus melalui proses yang rumit secara mandiri.

Berdasarkan observasi peneliti Program PKL merupakan salah satu faktor yang menarik minat masyarakat terhadap SMK Mandiri Program ini dianggap memberikan peluang bagi siswa untuk mendapatkan pengalaman kerja langsung, sehingga meningkatkan daya tarik sekolah di mata calon siswa dan orang tua.⁶⁷

Kepala sekolah mengatakan PKL di SMK Mandiri lebih unggul dari segi peluang rekrutmen, data menunjukkan bahwa 65% siswa SMK Mandiri langsung ditarik untuk bekerja di Perusahaan tempat PKL pasca PKL, sedangkan di SMK lain di wilayah pagelaran rata-rata tingkat rekrutmen pasca PKL hanya sekitar 20% dan bahkan hampir tidak ada perekrutan pasca PKL.⁶⁸

Gambar 4. 3 Perbandingan Peluang Rekrutmen Pasca PKL di Empat Bengkel



Sumber: Berdasarkan data dokumen rekrutmen pasca PKL dari SMK Mandiri 2025

⁶⁷ Hasil Observasi Peneliti pada SMK Mandiri 6 Maret 2025

⁶⁸ Hasil wawancara kepala sekolah 6 Maret 2025 pukul 9.30

Dari grafik ini dapat dilihat bahwa SMK Mandiri memiliki peluang rekrutmen pasca PKL yang signifikan di berbagai bengkel, seperti Bengkel Anugrah, Bengkel Krisno Motor, Bengkel Jaya Abadi, dan Bengkel Family Mobil. Hal ini mencerminkan bahwa lulusan SMK Mandiri mampu memenuhi kualifikasi dan standar keterampilan yang dibutuhkan oleh dunia kerja, khususnya di sektor otomotif.⁶⁹

Dengan keunggulan dalam mencetak siswa yang unggul dan mampu bersaing, Tidak heran jika kehadiran siswa SMK Mandiri Pagelaran, terutama dari jurusan TKRO, selalu dinantikan oleh berbagai bengkel untuk PKL disana. Hal ini disebabkan oleh kompetensi mereka yang terbukti unggul dalam hal perawatan, perbaikan, dan diagnosis kendaraan bermotor. Selain itu, etos kerja yang tinggi dan kedisiplinan para siswa menjadi nilai tambah yang sangat dihargai oleh bengkel-bengkel tersebut.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa program unggulan dari SMK Mandiri bertujuan untuk mencetak lulusan yang kompeten, berdaya saing, dan siap menghadapi dunia kerja maupun melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Dengan berbagai program unggulan seperti kerja sama dengan dunia industri, *Dual System* dan program PKL, SMK Mandiri memastikan bahwa outputnya adalah siswa-siswa yang tidak hanya terampil

⁶⁹ Hasil Dokumentasi peneliti pada Perbandingan Peluang Rekrutmen Pasca PKL di SMK Mandiri Pagelaran 6 Maret 2025

secara teknis, tetapi juga memiliki karakter unggul, jiwa kreatif, dan kemampuan adaptasi yang baik di tengah tantangan zaman. SMK Mandiri Pagelaran menonjolkan keunikan dalam kegiatan bursa kerja melalui kolaborasi erat dengan berbagai perusahaan industri terkemuka. Melalui program ini, siswa mendapatkan pengalaman langsung tentang proses industri dan budaya kerja profesional, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis mereka tetapi juga soft skills seperti komunikasi dan manajemen waktu. Selain itu, kerjasama ini membuka peluang bagi siswa berprestasi untuk direkrut sebagai tenaga kerja setelah program berakhir. Dengan demikian, SMK Mandiri Pagelaran memastikan bahwa lulusannya siap bersaing di dunia kerja dengan kompetensi yang relevan dan pengalaman praktis yang berharga.

Gambar 4. 4 Program Unggulan Dual system dan kunjungan Industri



Table 4. 4 Temuan Hasil Penelitian tentang Produk di SMK Mandiri Pagelaran

NO	Temuan Penelitian	Deskripsi
1	Fokus Pada Kesiapan Kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembekalan keterampilan teknis dan soft skills. 2. Pelatihan menyusun CV dan wawancara kerja. 3. Persiapan adaptasi dunia kerja.
2	Program Unggulan Yang Mendukung Kompetensi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Praktik Kerja Lapangan (PKL). 2. Kunjungan Industri untuk mengenal teknologi terkini. 3. Program Dual System (teori dan praktik seimbang). 4. Bursa Kerja Khusus (BKK).
3	Efektivitas program PKL	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat rekrutmen tinggi (65% langsung diterima). 2. Perusahaan mitra PKL: <ol style="list-style-type: none"> a. Bengkel Anugrah b. Bengkel Krisno Motor c. Bengkel Jaya Abadi d. Bengkel Family Mobil
4	Kerjasama Dengan Dunia Industri	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan Besar: <ol style="list-style-type: none"> a. PT. Cakra Guna Cipita b. PT. Indiratex Spindo c. CV. Lawang Unggas Santoso 2. Bengkel Lokal: <ol style="list-style-type: none"> a. Bengkel Jaya Abadi b. Bengkel Family Mobil
5	Pengakuan dari Dunia Usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lulusan terampil dan disiplin. 2. Mudah diterima kerja. 3. Mendapatkan SKCK langsung dari sekolah sebagai persiapan dunia kerja.

2. Price (Harga)

Dalam hal ini, SMK Mandiri sejak tahun 2018-2025 telah melakukan perkembangan yang signifikan, hal ini dibuktikan dengan penambahan fasilitas dengan dilengkapi fasilitas Laboratorium Komputer, Ruang Praktek OTKP, ruang kelas, perpustakaan, bengkel TKRO, dan lain-lain. untuk menunjang kualitas dan mutu pendidikan agar bisa bersaing dengan SMK Lain di wilayah pagelaran. Pada segi harga yang ditawarkan juga telah dipertimbangkan agar SMK Mandiri Pagelaran tetap bisa bersaing secara biaya. Hal ini di buktikan dengan nominal biaya pendaftaran di SMK Mandiri hanya sebesar 3.500.000 dan tidak diberlakukannya SPP, hanya membayar infaq bulanan sebesar 50.000. bila dibandingkan dengan SMK di wilayah pagelaran yang menawarkan Pendidikan dengan nominal biaya pendaftaran yang tinggi pada setiap jurusan, biaya SPP, dan juga ada Uang Gedung (Uang Pangkal).

Dalam upaya menarik minat calon siswa, SMK Mandiri menerapkan strategi biaya rendah terpimpin (*Overall Cost Leadership Strategy*). Strategi ini menekankan pada efisiensi seluruh biaya pendidikan sehingga lebih menarik konsumen dari pada pesaing yang menawarkan biaya tinggi. Strategi mengifisiensikan seluruh biaya pendidikan ini fokusnya pada pemanfaatan fasilitas yang sudah ada, sehingga tidak menarik biaya yang tinggi kepada calon siswa.

Jadi dalam strategi ini dengan kualitas produk yang sama dengan pesaing, SMK Mandiri dapat memberikan harga yang lebih murah.

Berikut wawancara peneliti dengan Ibu Rahma selaku ketua TU yang menyatakan:

“Biaya yang harus dibayarkan oleh orang tua siswa yang mendaftarkan anaknya di sini adalah sebesar Rp 3.500.000 untuk jurusan OTKP dan Rp 3.500.000 untuk jurusan TKRO. Biaya tersebut sudah mencakup semua kegiatan pembelajaran dan kegiatan penunjang lainnya selama satu tahun ajaran. Kami tidak memberlakukan biaya SPP bulanan, yang ada hanya infaq sebesar Rp 50.000 per bulan”⁷⁰

Harga yang dikeluarkan menurut peneliti masuk katagori murah dengan melihat banyak manfaat yang didapat oleh siswa dan orang tua siswa. Dalam melakukan pembayaran, seperti pembayaran uang seragam dapat dicicil, hal ini tentunya meringankan beban orang tua dalam membiayai putra-putrinya ada juga bantuan bagi siswa yang kurang mampu. Hal ini juga dipertegas oleh pernyataan bapak Fuad selaku wali murid yang mengatakan:

“Selama ini saya tidak pernah mengajukan keluhan karena apa yang diberikan oleh sekolah sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Lagipula, di sini juga bayarnya bisa di cicil”⁷¹

Kepala sekolah juga mengatakan:

“Pemerintah tentu juga tidak lepas tangan menunjang dan mendukung proses, pelaksanaan pendidikan di SMK ini, bentuk dukungan dari pemerintah yaitu pada aspek pendanaan, seperti BPOPP, BOS yang digunakan sebagai pembiayaan yang ada dimadrasah. Pemenuhan sarana prasarana, perawatan sarana dan prasarana, gaji guru dan lain sebagainya”⁷²

Dari pernyataan kedua narasumber diatas peneliti dapat menyimpulkan strategi penentuan harga jasa pendidikan perlulah mempertimbangkan beberapa aspek penting, seperti adanya pengurangan

⁷⁰ Hasil wawancara dengan Ketua TU, Ibu Rahma, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 11.15

⁷¹ Hasil wawancara dengan Wali murid, Bapak Fuad, hari selasa, 17 Desember 2024 pukul 07.30

⁷² Hasil wawancara dengan Kepala sekolah, hari kamis, 16 Maret 2025 pukul 09.00

biaya bagi siswa yang tidak mampu, bantuan dari pemerintah, serta fasilitas yang memudahkan orang tua dalam melakukan pembayaran jasa. Selain itu strategi penentuan harga jasa pendidikan sangatlah penting, karena sekolah bergantung pada uang pembayaran bulanan dan uang jasa lainnya yang dikeluarkan oleh konsumen atau pelanggan, selebihnya melalui bantuan-bantuan yang didapat sekolah dari pemerintah dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan sekolah.

Yang menjadi sorotan pada aspek keuangan di SMK Mandiri adalah bagaimana sekolah memenejemen infaq bulanan siswa. Pasalnya infaq siswa yang hanya bernilai 50.000 disalurkan pada pembangunan dan pengadaan fasilitas sekolah. Ini merupakan kelebihan madrasah yang otonom dalam menggali sumber dana untuk kebutuhan pendidikan yang ditawarkan kepada masyarakat. Sangat relevan dengan apa yang disampaikan kepala sekolah sebagai berikut:

“SMK tidak menggratiskan biaya bulanan siswa, SMK juga tidak membiarkan berhenti sekolah dengan alasan tidak mampu atau tidak ada biaya untuk bersekolah, siswa yang benar-benar terkategori tidak mampu kami memberikan fasilitas khusus bagi siswa yang kurang mampu, seperti pembebasan infaq atau bahkan penyediaan seragam yang dibiayai oleh sekolah. Selain itu, kami juga memiliki program beasiswa untuk membantu siswa yang membutuhkan, dan kami turut mendaftarkan mereka dalam program KIP (Kartu Indonesia Pintar) tidak hanya didapat dari infaq siswa, BPOPP dan BOS yang sifatnya tidak tetap ada dana lain juga bantuan dari sponsor dan donatur untuk menunjang Pendidikan”

Dari beberapa pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa SMK

Mandiri melaksanakan strategi biaya rendah terpimpin, Kebijakan harga yang lebih bersahabat ini bertujuan untuk menarik minat masyarakat, terutama para orang tua yang mencari sekolah dengan biaya pendidikan yang lebih ringan namun tetap menjamin kualitas pembelajaran yang baik.

Orang tua siswa tidak merasa keberatan dengan biaya yang ditawarkan pihak sekolah karena dianggap sudah sesuai dengan apa yang diberikan oleh sekolah kepada siswa baik dari segi fasilitas, sarana dan prasarana penunjang belajar, maupun pelayanan guru kepada siswa dalam kegiatan belajar mengajar. Dengan strategi ini, SMK Mandiri Pagelaran berupaya memberikan akses pendidikan yang lebih luas bagi masyarakat setempat tanpa mengesampingkan mutu pendidikan yang ditawarkan.

Table 4. 5 Temuan Hasil Penelitian Price di SMK Mandiri Pagelaran

NO	Temuan Penelitian	Deskripsi
1	Strategi Biaya Rendah Terpimpin	<ul style="list-style-type: none"> - SMK Mandiri menerapkan strategi biaya rendah untuk menarik calon siswa. - Fokus pada efisiensi biaya pendidikan tanpa mengurangi kualitas.
2	Biaya Pendidikan Terjangkau	<ul style="list-style-type: none"> -Biaya pendaftaran hanya Rp 3.500.000 tanpa SPP bulanan. - Hanya ada infaq bulanan sebesar Rp 50.000.
3	Dukungan Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> -Dana BPOPP dan BOS digunakan untuk pemenuhan sarana prasarana. - Bantuan sponsor dan donatur juga dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.
4	Pengelolaan Infaq Bulanan	<ul style="list-style-type: none"> -Infaq bulanan digunakan untuk pembangunan dan pengadaan fasilitas sekolah. - Manajemen keuangan yang baik membuat infaq tetap produktif bagi kemajuan sekolah.
5	Kemudahan Pembayaran dan Bantuan Bagi Siswa Tidak Mampu	<ul style="list-style-type: none"> -Terdapat opsi cicilan untuk pembayaran seragam dan infaq. - Fasilitas khusus bagi siswa kurang mampu, seperti pembebasan infaq dan bantuan seragam.
6	Program Beasiswa dan Kartu Indonesia Pintar (KIP)	<ul style="list-style-type: none"> -Sekolah aktif mendaftarkan siswa ke program beasiswa dan KIP. - Upaya untuk menjamin akses pendidikan bagi siswa kurang mampu tetap berjalan dengan baik.
7	Persepsi Positif Orang Tua	<ul style="list-style-type: none"> -Orang tua merasa biaya terjangkau dan sebanding dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan. - Tidak ada keluhan berarti terkait biaya pendidikan.

3. *Place* (Tempat)

Dalam konteks jasa pendidikan, “place” mengacu pada lokasi fisik di mana sebuah sekolah didirikan. Lokasi ini mencakup tempat sekolah tersebut beroperasi secara langsung, menjalankan kegiatan belajar-mengajar, serta melayani kebutuhan pendidikan siswa dan masyarakat sekitar. Lokasi ini juga menjadi pusat aktivitas administratif, fasilitas pendukung, serta interaksi antara siswa, guru, dan orang tua. SMK Mandiri Pagelaran beralamatkan di Jl. Hasyim Asyari, Krajan, Banjarejo, Kec. Pagelaran, Kabupaten Malang. Menurut kepala sekolah SMK Mandiri Pagelaran ini Lokasinya cukup strategis mudah di jangkau, dan juga dekat dengan jalan raya. Kepala sekolah menjelaskan:

“Lokasi SMK Mandiri Pagelaran sangat strategis karena berada di jalan utama, sehingga akses menuju sekolah kami sangat mudah. Selain itu, posisi kami berada di tengah-tengah beberapa kelurahan, yang memudahkan siswa dari berbagai wilayah untuk menjangkau sekolah ini. Jarak kami dari sekolah-sekolah lain yang setara juga cukup ideal, tidak terlalu dekat, sehingga memberikan ruang bagi kami untuk bersaing secara sehat dalam menyediakan layanan pendidikan yang unggul.”⁷³

Menurut Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran, lokasi sekolah ini sangat strategis karena terletak di jalan utama yang memudahkan akses bagi siswa dan orang tua. Keberadaannya yang berada di tengah-tengah beberapa kelurahan memungkinkan siswa dari berbagai wilayah untuk dengan mudah menjangkau sekolah ini. Jaraknya yang ideal dari sekolah-sekolah lain memberikan kesempatan bagi SMK Mandiri Pagelaran untuk bersaing secara sehat dalam menawarkan layanan pendidikan yang

⁷³ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.33

berkualitas. Dengan posisi yang sangat strategis ini, sekolah dapat memaksimalkan potensi untuk berkembang dan menarik minat calon siswa.

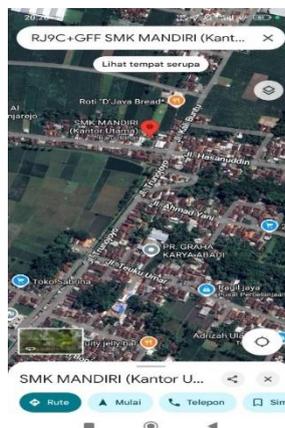
Selaras dengan perkataan kepala sekolah Irma siswa kelas 3 TKR mengatakan bahwa:

“Menurut saya, lokasi SMK Mandiri Pagelaran sudah strategis karena berada didekatnya jalan raya jadi mudah dijangkau dari arah mana saja. Akses transportasi juga gampang, baik untuk siswa yang datang dari sekitar sekolah maupun dari wilayah lain.”⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sekolah Irma dan siswa kelas 3 TKR, dapat disimpulkan bahwa lokasi SMK Mandiri Pagelaran dianggap sangat strategis. Menurut siswa, lokasi sekolah yang berada dekat dengan jalan raya memudahkan akses transportasi bagi siswa yang datang dari sekitar maupun wilayah lain. Hal ini memperlihatkan pentingnya faktor aksesibilitas dalam mendukung kelancaran proses belajar mengajar dan memperluas jangkauan bagi calon siswa yang ingin mendaftar ke sekolah tersebut.

Untuk lebih jelasnya dibawah ini adalah gambaran letak geografis dari SMK Mandiri Pagelaran

Gambar 4. 5 Letak Geografis SMK Mandiri Pagelaran



⁷⁴ Hasil wawancara dengan siswa SMK Mandiri Pagelaran, Irma, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 13.10

Meskipun jalan di depan sekolah merupakan jalur penghubung antar Desa dengan banyak kendaraan yang melintas, tidak terjadi kemacetan di area tersebut. Selain itu, kebisingan dari jalan raya tidak terdengar di dalam kelas karena ruang-ruang belajar berada cukup jauh dari jalan utama.⁷⁵ Hal ini membuat proses belajar mengajar tetap berjalan dengan lancar dan kondusif. Selama jam aktif, siswa-siswi juga diwajibkan tetap berada di dalam area sekolah, sehingga tidak ada yang berkeliaran di luar atau mendekati jalan raya. Hal tersebut dikuatkan oleh pernyataan Dio siswa kelas 2 TKRO selaku pengguna jasa Pendidikan:

“Lokasi sekolah ini strategis, meskipun dekat jalan raya, suara bising tidak mengganggu pembelajaran. Ada penjaga sekolah yang membantu menyeberangkan siswa dan memantau kami. Selama jam aktif, kami juga tidak diizinkan keluar area sekolah, jadi lebih aman dan terhindar dari bahaya jalan raya.”⁷⁶

Berdasarkan pendapat dari berbagai narasumber, dapat disimpulkan bahwa lokasi SMK Mandiri Pagelaran memiliki keunggulan strategis. Sekolah ini mudah diakses, berada di jalan utama yang dekat dengan pusat Kecamatan Pagelaran, dan terletak di tepi jalan penghubung antar desa. Meskipun banyak kendaraan melintas di sekitar sekolah, proses pembelajaran di kelas tetap berlangsung dengan lancar tanpa terganggu oleh kebisingan dari luar. Selain itu, lokasi sekolah yang berada di tepi jalan raya memudahkan orang untuk menjangkau dari berbagai arah. Bangunan sekolah yang terlihat jelas dari jalan raya memberikan keuntungan tersendiri dalam pemasaran pendidikan, karena keberadaannya menarik perhatian

⁷⁵ Hasil observasi pada pada SMK Mandiri Pagelaran 16 Desember 2024

⁷⁶ Hasil wawancara dengan siswa SMK Mandiri Pagelaran, Dio, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 13.10

masyarakat yang melintas. Hal ini menjadikan SMK Mandiri Pagelaran sebagai pilihan yang mudah ditemukan dan diakses oleh calon siswa dan orang tua.

Table 4. 6 Tabel Temuan Hasil Penelitian Place di SMK Mandiri Pagelaran

NO	Temuan Penelitian	Deskripsi
1	Aspek lokasi	SMK Mandiri Pagelaran terletak di Jl. Hasyim Asyari, Krajan, Banjarejo, Kec. Pagelaran, Kabupaten Malang. Lokasi strategis karena berada di jalan utama dan mudah dijangkau dari berbagai arah.
2	Aspek aksesibilitas	Mudah dijangkau dari berbagai wilayah, dekat dengan jalan raya, akses transportasi mudah bagi siswa dari sekitar maupun wilayah lain.
3	Kenyamanan	Meskipun berada di jalan penghubung antar desa, tidak terjadi kemacetan. Ruang kelas jauh dari jalan raya sehingga tidak terganggu kebisingan.
4	Keunggulan	Mudah diakses, dekat dengan pusat Kecamatan Pagelaran, terletak di tepi jalan raya, dan bangunan sekolah terlihat jelas sehingga mempermudah pemasaran dan menarik perhatian masyarakat.
5	Keamanan	Terdapat penjaga sekolah yang membantu menyeberangkan siswa. Siswa diwajibkan berada di dalam area sekolah selama jam aktif untuk menjaga keamanan dan ketertiban.
6	Dampak positif	Proses belajar mengajar tetap berjalan lancar dan kondusif meskipun dekat jalan raya, karena bangunan utama cukup jauh dari kebisingan jalan.

4. Promotion (Promosi)

Salah satu kegiatan utama dalam pemasaran jasa pendidikan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi mengenai sekolah kepada masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, SMK Mandiri menjalankan berbagai kegiatan promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sekolah tersebut. Berikut adalah beberapa strategi promosi yang telah diterapkan oleh SMK Mandiri untuk menarik perhatian calon siswa dan orang tua

a. Media cetak

1) Brosur

Brosur merupakan salah satu media cetak yang dimanfaatkan oleh SMK Mandiri Pagelaran untuk menyebarkan informasi tentang sekolah kepada masyarakat. Dalam brosur tersebut, terdapat berbagai informasi penting seperti program unggulan sekolah, kegiatan siswa, fasilitas yang tersedia, prestasi yang telah diraih oleh siswa, syarat-syarat pendaftaran, serta foto-foto dokumentasi kegiatan siswa.⁷⁷ Penyebaran brosur dilakukan oleh tim Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) saat presentasi ke sekolah-sekolah MTS atau SMP dan didukung oleh wali kelas yang turut membagikan brosur secara langsung kepada orang tua siswa agar informasi ini dapat disebarluaskan lebih luas ke masyarakat umum.

⁷⁷ Hasil observasi peneliti pada dokumentasi Brousur di SMK Mandiri 16 Desember 2024

Pihak sekolah menggunakan brosur sebagai media cetak untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Brosur ini memuat berbagai informasi penting, seperti program unggulan sekolah, kegiatan siswa, fasilitas yang tersedia, prestasi yang telah diraih, syarat pendaftaran, serta foto-foto kegiatan yang ada di sekolah. Tim PPDB bertugas untuk menyebarkan brosur ini ketika melakukan presentasi ke sekolah-sekolah lain, dengan tujuan agar masyarakat lebih mengetahui mengenai sekolah dan program yang ditawarkan.

Gambar 4. 6 Brousur SMK Mandiri Pagelaran



2) Spanduk

Gambar 4. 7 Spanduk SMK Mandiri Pagelaran



Spanduk merupakan salah satu media promosi yang dimanfaatkan oleh SMK Mandiri Pagelaran dalam memperkenalkan sekolah kepada masyarakat. Informasi yang ditampilkan pada spanduk ini hampir serupa dengan yang terdapat dalam brosur, mencakup program unggulan, fasilitas sekolah, dan informasi terkait pendaftaran. Pemasangan spanduk dilakukan oleh tim promosi sekolah dengan dukungan dari berbagai pihak, termasuk stakeholder yang berperan dalam mendukung upaya pemasaran. Spanduk tersebut dipasang di area depan gerbang sekolah untuk menarik perhatian pengunjung dan masyarakat sekitar, serta di berbagai lokasi strategis di wilayah Pagelaran.⁷⁸ Lokasi-lokasi tersebut meliputi pinggir jalan raya yang ramai dilalui masyarakat, sehingga spanduk dapat lebih mudah terlihat oleh khalayak luas dan menjangkau target audiens dengan lebih efektif.

b. Promosi melalui media social

SMK Mandiri juga melakukan pemasaran melalui media sosial dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp. Penyebaran informasi melalui media sosial ini dilakukan oleh seluruh pihak terkait di SMK Mandiri.

⁷⁸ Hasil observasi peneliti 16 Desember 2024

Gambar 4. 8media sosial SMK Mandiri Pagelaran



Pendekatan ini terbukti efektif karena memiliki jangkauan yang luas, hanya dengan mengunggah pamflet informasi pendaftaran siswa baru yang berisi informasi serupa dengan brosur.⁷⁹ Berbagai kegiatan yang diselenggarakan di SMK Mandiri juga diunggah ke seluruh media sosial yang dimiliki, sehingga orang tua yang tertarik untuk menyekolahkan anaknya di SMK Mandiri dapat melihat program dan kegiatan yang ada di sekolah. Kepala sekolah juga mengatakan

“Kami juga masih memiliki beberapa grup alumni SMK Mandiri. Ketika pendaftaran siswa baru sudah dibuka, kami membagikan informasi tersebut ke grup-grup alumni yang ada. Hal ini sangat membantu, karena para alumni juga ikut berperan dalam mempromosikan sekolah dengan membagikan informasi tersebut melalui story WhatsApp mereka, sehingga jangkauan promosi menjadi lebih luas dan efektif.”⁸⁰

Jadi, dapat disimpulkan bahwa promosi melalui media sosial menjadi salah satu strategi yang efektif bagi SMK Mandiri dalam

⁷⁹ Hasil observasi peneliti pada media social SMK Mandiri Pagelaran 16 Desember 2024

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.33

menarik perhatian calon siswa. Dengan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, serta dukungan dari grup alumni, informasi mengenai pendaftaran siswa baru dan kegiatan sekolah dapat tersebar luas dengan cepat. Hal ini tidak hanya mempermudah komunikasi antara sekolah dan orang tua, tetapi juga memperluas jangkauan promosi melalui bantuan alumni yang turut berperan aktif dalam menyebarkan informasi kepada jaringan mereka.

c. Kunjungan ke SMP atau MTS

Kegiatan ini rutin dilakukan setiap tahunnya ke sekolah tingkat SMP dan MTS Promosi melalui kunjungan ke SMP atau MTS juga merupakan salah satu cara efektif yang dilakukan oleh SMK Mandiri untuk menarik minat calon siswa. Kunjungan ke SMP biasanya dilakukan oleh tim PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru) Dengan melakukan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah menengah pertama, pihak SMK Mandiri dapat berinteraksi langsung dengan siswa, guru, dan orang tua. Pada kesempatan tersebut, pihak sekolah dapat memberikan informasi lengkap mengenai program unggulan yang ditawarkan, fasilitas yang ada, serta kelebihan yang dimiliki SMK Mandiri. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan langsung dari siswa dan orang tua, serta memberikan gambaran lebih jelas mengenai kehidupan di SMK Mandiri, yang dapat membantu mereka dalam membuat keputusan. Hal ini di jelaskan langsung oleh kepala sekolah

“Tentu, kunjungan ke SMP atau MTS merupakan salah satu cara yang kami lakukan untuk memperkenalkan SMK Mandiri kepada

calon siswa. Kami melakukan kunjungan ini dengan tujuan untuk menyampaikan informasi langsung tentang program-program unggulan yang ada di sekolah kami. Dalam kunjungan tersebut, kami menjelaskan berbagai fasilitas yang kami miliki, serta memberikan gambaran mengenai kegiatan-kegiatan yang ada di SMK Mandiri, seperti praktik kerja dan pengembangan keterampilan.”⁸¹

Dalam wawancara dengan Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran, dijelaskan bahwa salah satu strategi untuk menarik calon siswa adalah dengan melakukan kunjungan ke SMP atau MTS. Kunjungan ini bertujuan untuk memberikan informasi langsung mengenai program unggulan yang ada di sekolah, seperti fasilitas yang tersedia dan kegiatan-kegiatan yang mendukung pengembangan keterampilan siswa, termasuk praktik kerja. Kepala sekolah menegaskan bahwa pendekatan ini sangat efektif dalam memperkenalkan SMK Mandiri kepada calon siswa dan memberikan gambaran yang jelas tentang keunggulan yang dimiliki sekolah tersebut.

Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak Furqon, selaku penanggung jawab PPDB Beliau menjelaskan bahwa

“Sebagai tim pelaksana, kami sangat fokus pada promosi ke sekolah-sekolah, khususnya ke SMP dan MTS. Kami melakukan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah ini untuk memperkenalkan SMK Mandiri dan semua program unggulan yang kami tawarkan. Dalam setiap kunjungan, kami memberikan informasi yang jelas mengenai kelebihan yang dimiliki sekolah kami, seperti fasilitas yang lengkap, kegiatan praktikum, serta peluang kerja setelah lulus.”⁸²

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Furqon, selaku penanggung jawab PPDB di SMK Mandiri Pagelaran, strategi promosi sekolah difokuskan pada kunjungan langsung ke SMP dan MTs. Dalam

⁸¹ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.37

⁸² Hasil wawancara dengan Penanggung jawab PPDB, Bapak Furqon, hari selasa, 17 Desember 2024 pukul 12.00

kegiatan ini, tim pelaksana memperkenalkan program unggulan sekolah, seperti fasilitas lengkap, kegiatan praktikum, serta peluang kerja bagi lulusan. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik minat calon siswa dengan memberikan informasi yang jelas dan meyakinkan mengenai keunggulan SMK Mandiri Pagelaran.

Gambar 4. 9 kunjungan ke SMP atau MTS



Sumber data: Dokumen SMK Mandiri Pagelaran

d. Promosi *Word of Mouth*

Promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh orang tua siswa merupakan metode yang sangat efektif dalam menarik perhatian dan minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di SMK Mandiri. Kepercayaan orang tua terhadap kualitas pendidikan di SMK Mandiri seringkali disampaikan melalui cerita, rekomendasi, dan pengalaman pribadi kepada keluarga, teman, dan lingkungan sekitar, sehingga menciptakan efek domino yang positif dalam membangun citra sekolah serta meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Bapak Furqon selaku penanggung jawab PPDB mengatakan

“Promosi dari mulut ke mulut oleh orang tua siswa sangat efektif untuk menarik minat masyarakat. Mereka biasanya berbagi pengalaman positif tentang pendidikan di SMK Mandiri, mulai dari kualitas pengajaran, fasilitas, hingga prestasi siswa. Rekomendasi

langsung seperti ini jauh lebih dipercaya, karena datang dari pengalaman pribadi.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Furqon, penanggung jawab PPDB, promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh orang tua siswa terbukti menjadi metode yang sangat efektif dalam menarik minat masyarakat untuk mendaftarkan anak-anak mereka di SMK Mandiri. Orang tua seringkali berbagi pengalaman positif tentang kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas, hingga prestasi siswa di SMK Mandiri kepada keluarga, teman, dan lingkungan sekitar. Rekomendasi pribadi yang disampaikan dengan cara ini lebih dipercaya dan memiliki dampak positif yang signifikan dalam membangun citra sekolah serta meningkatkan jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Selaras dengan pernyataan diatas Bapak Ian Agafta selaku kepala sekolah mengatakan

“Pemasaran dari mulut ke mulut memang menjadi metode yang paling efektif, karena memiliki jangkauan yang luas dan lebih dipercaya oleh masyarakat. Ketika orang tua siswa berbagi pengalaman positif tentang sekolah kita, hal itu memberikan dampak besar dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung.”⁸⁴

Selaras dengan pernyataan di atas, Bapak Ian Agafta selaku Kepala

Sekolah menyatakan bahwa pemasaran dari mulut ke mulut merupakan metode yang paling efektif dalam menarik minat masyarakat untuk bergabung dengan sekolah. Menurut beliau, metode ini memiliki jangkauan yang luas dan lebih dipercaya oleh masyarakat. Ketika orang tua siswa berbagi pengalaman positif tentang sekolah, hal itu memberikan dampak

⁸³ Hasil wawancara dengan Penanggung jawab PPDB, Bapak Furqon, hari selasa, 17 Desember 2024 pukul 12.30

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.40

besar dalam memperkenalkan sekolah kepada calon siswa baru. Dengan begitu, keberhasilan strategi ini terletak pada kepercayaan yang dibangun dari pengalaman langsung orang tua siswa, yang menjadi alat promosi yang sangat kuat.

Sebagian besar orang tua yang mendaftarkan anaknya ke SMK Mandiri biasanya mendapatkan informasi tentang sekolah ini melalui tetangga, kerabat, atau saudara yang anaknya saat ini bersekolah atau pernah menjadi siswa di SMK Mandiri. Seperti yang dikatakan ibu Ulfah selaku wali murid siswa

“Saya menyekolahkan anak saya yang pertama itu dulu di SMK Mandiri karena banyak yang bercerita tentang program unggulannya. Mereka bilang program di sini sangat mendukung keterampilan siswa, seperti pelatihan kejuruan yang sesuai dengan dunia kerja dan magang di perusahaan. Itu yang membuat saya yakin anak saya bisa lebih siap menghadapi masa depan kalau sekolah di sini.”⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar orang tua yang mendaftarkan anaknya ke SMK Mandiri memperoleh informasi tentang sekolah tersebut melalui tetangga, kerabat, atau saudara yang pernah atau sedang bersekolah di sana. Salah satu contoh, seperti yang disampaikan oleh ibu Ulfah, wali murid siswa, menyatakan bahwa ia memilih SMK Mandiri untuk anaknya karena banyak informasi yang diterimanya mengenai program unggulan yang ditawarkan sekolah ini. Menurut ibu Ulfah, banyak orang yang menceritakan bahwa program di SMK Mandiri sangat mendukung keterampilan siswa, seperti pelatihan kejuruan yang relevan dengan dunia kerja dan kesempatan magang di perusahaan. Hal ini menjadi

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Wali Murid, Ibu Ulfah, hari Selasa, 17 Desember 2024 pukul 09.35

alasan kuat bagi ibu Ulfah untuk memilih SMK Mandiri, karena ia yakin anaknya akan lebih siap menghadapi masa depan dengan keterampilan yang dimiliki.

SMK Mandiri Pagelaran sebagai salah satu sekolah kejuruan di wilayahnya memiliki strategi bauran pemasaran jasa pendidikan yang unik dan disesuaikan dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat setempat. Sekolah ini menerapkan kombinasi strategi promosi berbasis digital dan pendekatan langsung kepada masyarakat melalui program kemitraan dengan dunia industri. Langkah ini menunjukkan komitmen SMK Mandiri Pagelaran dalam membangun hubungan erat dengan calon peserta didik dan dunia usaha, sehingga lulusan yang dihasilkan memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.

Namun, dibandingkan dengan SMK lain yang telah lebih dulu mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis teknologi seperti iklan berbayar di media sosial dan kerja sama dengan platform pendidikan online, SMK Mandiri Pagelaran masih lebih banyak mengandalkan pemasaran konvensional seperti brosur, spanduk, dan kunjungan langsung ke sekolah-sekolah tingkat pertama. Meskipun demikian, pendekatan ini tetap memiliki keunggulan tersendiri, terutama dalam membangun interaksi langsung yang lebih personal dengan calon siswa dan orang tua. Dengan terus berinovasi dalam strategi pemasaran, termasuk meningkatkan pemanfaatan teknologi digital, SMK Mandiri Pagelaran berpotensi untuk semakin meningkatkan daya saingnya dan menarik lebih banyak minat dari calon siswa di masa mendatang

Berbagai upaya promosi yang dilakukan oleh SMK Mandiri, seperti penyebaran brosur, pemasangan baliho, penggunaan media sosial, hingga kunjungan langsung ke SMP dan MTS, semuanya memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan minat masyarakat. Namun, yang paling efektif dalam menarik perhatian orang tua untuk mendaftarkan anak-anak mereka adalah promosi dari mulut ke mulut. Pengalaman positif yang dibagikan oleh orang tua siswa yang sudah merasakan kualitas pendidikan di SMK Mandiri, baik melalui cerita langsung atau rekomendasi kepada tetangga, keluarga, dan teman, ternyata memberikan pengaruh yang sangat besar. Informasi yang disampaikan secara pribadi dan langsung lebih dipercaya oleh masyarakat, sehingga berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pendaftar di sekolah ini.

Table 4. 7 Temuan hasil penelitian mengenai strategi promosi SMK Mandiri Pagelaran

NO	Strategi Promosi	Media/metode	Dampak/Keunggulan
1	Media Cetak Brosur	Brosur disebarakan saat presentasi ke sekolah-sekolah MTS/SMP oleh tim PPDB dan wali kelas.	Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap sekolah, memudahkan calon siswa memperoleh informasi lengkap.
2	Media cetak spanduk	Dipasang di depan gerbang sekolah dan lokasi strategis lainnya.	Menarik perhatian masyarakat luas, terutama pengguna jalan di area sekolah dan sekitarnya.
3	Media social	Mengunggah pamflet dan informasi kegiatan sekolah. Dibantu oleh grup alumni untuk penyebaran lebih luas.	Jangkauan promosi yang lebih luas, informasi tersebar cepat dan mudah diakses oleh masyarakat.
4	Kunjungan ke SMP/MTS	Presentasi oleh tim PPDB dan penanggung jawab PPDB di sekolah-sekolah menengah pertama.	Interaksi langsung dengan calon siswa dan orang tua, memberikan pemahaman langsung tentang keunggulan sekolah.
5	Promosi Word of Mouth	Pengalaman pribadi dibagikan melalui percakapan langsung dan media sosial seperti WhatsApp.	Lebih dipercaya oleh masyarakat karena didasarkan pada pengalaman nyata, berdampak besar pada peningkatan pendaftar.

5. *People (Orang)*

People di sini mencakup pemimpin dan seluruh civitas akademika yang memiliki peran penting dalam meningkatkan citra lembaga. SMK Mandiri Pagelaran memiliki kriteria khusus yang harus dipenuhi oleh calon tenaga pendidik yang ingin bergabung sebagai bagian dari pengajar mereka. Untuk memastikan bahwa para guru yang direkrut memiliki kompetensi, pengalaman, dan nilai-nilai yang sejalan dengan visi dan misi sekolah. Calon guru diharapkan tidak hanya memiliki keahlian akademik yang memadai sesuai bidangnya, tetapi juga mampu mendidik siswa dengan pendekatan yang profesional, kreatif, dan penuh dedikasi. Kepala sekolah SMK Mandiri Pagelaran menjelaskan

“Pada awal berdirinya SMK Mandiri, proses perekrutan tenaga pendidik kami dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan program keahlian yang ada, dan kebetulan permintaan kami dengan pihak Yayasan sejalan. Sebagai contoh, untuk program keahlian Otomotif, kami berusaha merekrut guru yang memang lulusan dari bidang tersebut, seperti Sarjana Teknik (ST). Namun, pada kenyataannya, tidak banyak lulusan dengan gelar ST yang bersedia menjadi tenaga pengajar. Oleh karena itu, kami menyesuaikan dengan kondisi yang ada dan merekrut tenaga pendidik yang mendekati kualifikasi. Misalnya, di sini ada tenaga pendidik yang merupakan Sarjana Pendidikan, namun memiliki latar belakang di bidang Teknik, sehingga beliau kami tempatkan untuk mengajar di jurusan Teknik. Dengan cara ini, kami tetap berupaya menjaga kualitas pendidikan sekaligus memenuhi kebutuhan sekolah.”⁸⁶

Dari hasil wawancara dengan Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran, dapat disimpulkan bahwa dalam proses perekrutan tenaga pendidik, sekolah ini tidak hanya mempertimbangkan keahlian akademik yang sesuai dengan program keahlian, tetapi juga berusaha menyesuaikan

⁸⁶Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.43

dengan kondisi yang ada. Kepala sekolah menjelaskan bahwa untuk program Otomotif, mereka berusaha merekrut lulusan Sarjana Teknik (ST), namun karena terbatasnya jumlah lulusan yang bersedia menjadi guru, mereka merekrut tenaga pendidik dengan latar belakang Sarjana Pendidikan yang memiliki pengetahuan teknik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada penyesuaian, kualitas pendidikan tetap dijaga demi memenuhi kebutuhan sekolah. Sehingga, calon guru diharapkan tidak hanya memiliki keahlian akademik, tetapi juga mampu mendidik dengan pendekatan yang profesional, kreatif, dan penuh dedikasi.

Dari pernyataan di atas, terlihat bahwa untuk menjadi guru di SMK Mandiri Pagelaran diperlukan fleksibilitas baik dari pihak sekolah maupun calon tenaga pendidik. Sekolah pada dasarnya berusaha merekrut guru yang sesuai dengan latar belakang akademik dan keahlian yang spesifik sesuai dengan program keahlian yang ada, seperti Otomotif atau Teknik. Namun, jika sulit menemukan tenaga pendidik yang sepenuhnya sesuai, sekolah memberikan peluang kepada calon guru dengan latar belakang pendidikan yang mendekati, asalkan memiliki kompetensi dan kemampuan mengajar di bidang yang dibutuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa SMK Mandiri Pagelaran tidak hanya fokus pada gelar formal, tetapi juga pada kemampuan dan dedikasi calon guru dalam mendidik dan berkontribusi pada pengembangan siswa.

Untuk menjadi guru di SMK Mandiri Pagelaran, yang memiliki dua jurusan utama yaitu Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP), terdapat beberapa

tahapan seleksi yang harus dilalui oleh calon pelamar. Tahapan tersebut meliputi tes administrasi untuk memverifikasi kelengkapan dokumen tes tulis untuk mengukur pengetahuan dan kompetensi calon guru di bidang yang relevan wawancara untuk menilai visi, motivasi, serta kecocokan calon guru dengan nilai-nilai sekolah, dan di mana calon guru diminta untuk mendemonstrasikan kemampuan mengajar secara langsung di depan tim penilai. Proses seleksi ini dirancang untuk memastikan bahwa guru yang direkrut memiliki kualifikasi dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing jurusan. Berikut pernyataan kepala sekolah saat di wawancarai

“Tahapan seleksi di SMK Mandiri Pagelaran kami rancang untuk memastikan kami mendapatkan guru yang kompeten dan berdedikasi. Tahap pertama adalah tes administrasi, di mana kami memverifikasi kelengkapan dokumen, seperti ijazah dan sertifikat pendukung. Setelah itu, ada tes tulis untuk menguji kompetensi calon guru di bidang yang dilamar. Lalu, kami mengadakan interview untuk menilai motivasi, kepribadian, dan kecocokan mereka dengan visi sekolah. Terakhir, calon guru diminta untuk mengajar di depan tim penilai, sehingga kami bisa melihat langsung kemampuan mereka dalam menyampaikan materi dan berinteraksi dengan siswa.”⁸⁷

Proses seleksi guru di SMK Mandiri Pagelaran dirancang untuk memastikan bahwa guru yang diterima memiliki kualifikasi dan kemampuan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing jurusan. Kepala sekolah menjelaskan bahwa tahapan seleksi dimulai dengan verifikasi dokumen administrasi, seperti ijazah dan sertifikat pendukung. Setelah itu, dilakukan tes tulis untuk mengukur kompetensi calon guru di bidang yang dilamar. Tahapan selanjutnya adalah wawancara untuk mengevaluasi

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.43

motivasi, kepribadian, dan kecocokan calon guru dengan visi sekolah. Proses seleksi diakhiri dengan tes mengajar di depan tim penilai, yang bertujuan untuk mengamati langsung kemampuan calon guru dalam menyampaikan materi dan berinteraksi dengan siswa.

Dari penjelasan di atas, untuk menjadi guru di SMK Mandiri, ada beberapa tahapan seleksi yang harus dilalui, seperti tes administrasi, ujian tertulis, wawancara, dan microteaching. Setelah berhasil melewati semua tahap tersebut, calon guru akan diikat dengan kontrak kerja dan kesepakatan yang mengharuskan mereka untuk mengikuti dan mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh SMK Mandiri.

Kepala sekolah juga melakukan evaluasi rutin untuk mengukur kinerja guru dan staf kependidikan agar memuaskan. Umpan balik positif dari orang tua menunjukkan kepuasan terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Kepala sekolah menjelaskan

“Kami di SMK Mandiri terus berupaya untuk menjaga kualitas pengajaran. Berdasarkan evaluasi rutin yang saya lakukan, saya bisa katakan bahwa kinerja guru dan staf kependidikan kami sangat memuaskan. Hal ini terlihat dari capaian prestasi siswa yang terus meningkat baik dalam hal akademik maupun di luar akademik. Kami juga mendapatkan banyak umpan balik positif dari orang tua yang menunjukkan kepuasan mereka terhadap pendidikan yang kami berikan.”

Hasil wawancara menunjukkan adanya umpan balik positif dari orang tua yang mencerminkan tingkat kepuasan terhadap kualitas pendidikan di SMK Mandiri. Kepala sekolah menyampaikan bahwa pihak sekolah terus berkomitmen untuk menjaga kualitas pengajaran melalui evaluasi rutin. Dari hasil evaluasi tersebut, kinerja guru dan staf kependidikan dinilai sangat memuaskan, terbukti dengan peningkatan

prestasi siswa baik dalam bidang akademik maupun non-akademik. Selain itu, sekolah juga menerima banyak umpan balik positif dari orang tua yang menunjukkan kepuasan terhadap pelayanan pendidikan yang diberikan.

Berdasarkan evaluasi rutin yang dilakukan di SMK Mandiri, kinerja guru dan staf kependidikan sudah sangat baik, Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator utama, yaitu prestasi siswa yang terus meningkat, serta umpan balik positif dari orang tua, yang menunjukkan kepuasan terhadap sistem pendidikan dan metode pembelajaran yang diterapkan di sekolah. Selain itu, sekolah juga berhasil mencapai target-target pendidikan yang telah ditetapkan, termasuk kelulusan siswa, kesiapan mereka memasuki dunia kerja, serta efektivitas metode pembelajaran yang diterapkan.

Table 4. 8 Temuan hasil penelitian mengenai strategi people SMK Mandiri Pagelaran

NO	Temuan Penelitian	Deskripsi
1	Proses Rekrutmen Guru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dilakukan secara bertahap: Tes administrasi, tes tulis, wawancara, dan microteaching. 2. Memprioritaskan lulusan dengan gelar yang relevan, namun tetap fleksibel jika tidak tersedia. 3. Rekrutmen menyesuaikan dengan kebutuhan program keahlian (TKRO dan OTKP).
2	Kriteria Guru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kompetensi akademik dan keahlian sesuai program keahlian. 2. Profesional, kreatif, dan berdedikasi. 3. Mampu mendidik siswa dengan pendekatan profesional dan penuh tanggung jawab.
3	Tahapan Seleksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tes Administrasi: Verifikasi dokumen seperti ijazah dan sertifikat. 2. Tes Tulis: Menguji kompetensi di bidang yang dilamar. 3. Wawancara: Mengukur motivasi, kepribadian, dan kecocokan dengan visi sekolah. 4. Microteaching: Observasi kemampuan mengajar.
4	Indikator Keberhasilan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan prestasi siswa baik akademik maupun non-akademik. 2. Kepuasan orang tua terhadap pelayanan pendidikan. 3. Pencapaian target pendidikan, termasuk kelulusan dan kesiapan siswa memasuki dunia kerja.

6. Physical evidence (bukti fisik)

Bukti fisik yang disediakan oleh SMK Mandiri mencakup sarana, prasarana, serta fasilitas yang lengkap dan memadai untuk mendukung kegiatan belajar mengajar. Prasarana di SMK Mandiri meliputi ruang kelas yang nyaman dan dilengkapi dengan teknologi pendukung, seperti proyektor dan perangkat pembelajaran digital, laboratorium yang modern untuk praktikum sesuai jurusan, perpustakaan dengan koleksi buku yang relevan, serta ruang praktik yang dirancang untuk mengembangkan keterampilan siswa di bidangnya masing-masing. Selain itu, tersedia juga fasilitas pendukung seperti area olahraga, kantin, dan tempat ibadah, yang dirancang untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan menyenangkan bagi seluruh siswa.⁸⁸ Prasarana ini memastikan bahwa siswa dapat belajar dengan baik sekaligus mengembangkan keterampilan mereka secara maksimal. Untuk menunjang kegiatan pembelajaran pihak sekolah memberikan fasilitas dengan kondisi yang baik dan lengkap. Kepala sekolah menjelaskan

“kami sudah menyiapkan sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan praktik siswa sesuai dengan jurusan yang ada. Saat ini, kami memiliki dua jurusan, yaitu Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) serta Teknik Kendaraan Ringan (TKR). Untuk jurusan OTKP, kami menyediakan laboratorium komputer yang lengkap dan memadai, sehingga siswa dapat belajar menggunakan perangkat lunak yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Sementara itu, untuk jurusan TKR, kami memiliki bengkel praktik yang dilengkapi dengan peralatan dan mesin yang sesuai standar industri”⁸⁹

Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran menunjukkan komitmen sekolah dalam mendukung kegiatan pembelajaran dengan menyediakan fasilitas yang baik dan lengkap. Kepala sekolah

⁸⁸ Hasil observasi peneliti di SMK Mandiri Pagelaran 16 Desember 2024

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.45

menjelaskan bahwa sarana dan prasarana yang disediakan telah disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing jurusan. Untuk jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP), sekolah telah menyediakan laboratorium komputer yang lengkap dan memadai, mendukung pembelajaran perangkat lunak yang relevan dengan dunia kerja. Sementara itu, untuk jurusan Teknik Kendaraan Ringan (TKR), bengkel praktik dengan peralatan dan mesin sesuai standar industri juga telah disiapkan, memberikan dukungan optimal bagi praktik siswa.

Penjelasan tersebut diperkuat oleh penjelasan Dio Kelas 2 TKRO yang menjelaskan bahwa

“Di SMK Mandiri ada tempat praktik yang lengkap buat kami, seperti bengkel buat jurusan TKRO. Alat-alatnya juga sudah standar, jadi kami bisa langsung belajar praktek dan lebih paham sama materi yang diajarin.”⁹⁰

Hasil wawancara dengan Dio, seorang siswa Kelas 2 TKRO di SMK Mandiri, mengungkapkan bahwa sekolah tersebut menyediakan fasilitas praktik yang sangat mendukung proses belajar mengajar. Dio menjelaskan bahwa terdapat bengkel yang lengkap khusus untuk jurusan TKRO, dengan peralatan yang sudah sesuai dengan standar industri. Fasilitas ini memungkinkan siswa untuk langsung terlibat dalam praktik dan lebih memahami materi yang diajarkan. Dengan adanya kerjasama antara pihak sekolah dan industri, SMK Mandiri dapat memastikan bahwa siswa mendapatkan pengalaman langsung yang relevan dengan dunia kerja.

Nabila kelas 2 OTKP juga mengatakan

“Di SMK Mandiri, fasilitas untuk praktik jurusan OTKP sudah lengkap. Di lab, kita disediakan laptop, printer, kertas, map, dan

⁹⁰ Hasil wawancara dengan siswa SMK Mandiri Pagelaran, Dio, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 13.13

semua perlengkapan yang dibutuhkan. Jadi, kita bisa langsung belajar praktik dengan alat-alat yang sudah disiapkan.”⁹¹

Dari hasil wawancara dengan Nabila, siswa kelas 2 OTKP, ia menyatakan bahwa fasilitas untuk praktik di SMK Mandiri sangat memadai. Di laboratorium, tersedia berbagai peralatan yang mendukung kegiatan praktik, seperti laptop, printer, kertas, map, dan perlengkapan lainnya. Dengan adanya fasilitas yang lengkap ini, siswa dapat langsung terlibat dalam pembelajaran praktikum menggunakan alat yang telah disediakan, memudahkan mereka dalam mengembangkan keterampilan sesuai dengan kebutuhan jurusan OTKP.

Ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai secara tidak langsung dapat mendukung kegiatan promosi sekolah. Dengan fasilitas yang lengkap, sekolah akan lebih mudah menarik perhatian masyarakat. Sekolah yang memiliki sarana dan prasarana yang baik akan lebih dihargai dan menjadi pertimbangan utama bagi calon siswa dan orang tua. Penjelasan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Fuad selaku wali murid

“Menurut saya fasilitas sekolah itu sangat penting. Kalau sarana dan prasarana di sekolah lengkap dan baik, saya merasa lebih nyaman dan percaya untuk menyekolahkan anak saya di sana. Fasilitas yang memadai tentu akan mendukung proses belajar mereka”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Fuad, selaku wali murid, beliau menekankan pentingnya fasilitas yang lengkap dan baik di sekolah. Menurutnya, sarana dan prasarana yang memadai memberikan kenyamanan dan rasa percaya diri bagi orang tua untuk menyekolahkan anak mereka di sekolah tersebut. Fasilitas yang mendukung tentunya

⁹¹ Hasil wawancara dengan siswa SMK Mandiri Pagelaran, Nabila, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 13.15

berperan besar dalam kelancaran proses belajar siswa, karena akan memberikan suasana yang kondusif untuk perkembangan mereka. Pernyataan ini juga menggambarkan pentingnya kerjasama antara sekolah dan orang tua dalam menciptakan lingkungan belajar yang optimal.

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada di SMK Mandiri Pagelaran sudah memadai. Setiap tahunnya, sekolah ini terus melakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas yang ada, mulai dari ruang kelas, laboratorium, hingga peralatan praktik untuk jurusan seperti Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Perkembangan fasilitas ini tidak hanya dirasakan manfaatnya oleh para siswa dalam kegiatan belajar mengajar, tetapi juga oleh para guru yang memiliki ruang yang nyaman untuk mengajar, serta orang tua siswa yang merasa lebih tenang dan yakin akan kualitas pendidikan yang diberikan. Ketersediaan sarana dan prasarana yang lengkap tentu sangat mendukung kelancaran dan kualitas proses pembelajaran di sekolah. Dengan fasilitas yang memadai, siswa dapat belajar dengan lebih maksimal karena lingkungan yang nyaman dan kondusif. Selain itu, sarana dan prasarana yang terus berkembang juga memberikan kesan positif kepada masyarakat dan calon siswa, yang membuat sekolah ini semakin dikenal dan menjadi pilihan utama. Tanpa disadari, keberadaan fasilitas yang lengkap juga membantu memperlancar kegiatan promosi sekolah, karena masyarakat cenderung lebih tertarik dan percaya pada sekolah yang memiliki fasilitas lengkap dan berkualitas.

Table 4. 9 Temuan hasil penelitian mengenai Physical evidence SMK Mandiri Pagelaran

NO	Temuan Penelitian	Deskripsi
1	Sarana dan Prasarana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas lengkap dan memadai mendukung kegiatan belajar mengajar. 2. Prasarana meliputi ruang kelas nyaman, laboratorium modern, perpustakaan, bengkel praktik, area olahraga, kantin, dan tempat ibadah.
2	Fasilitas jurusan TKRO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bengkel praktik lengkap dengan peralatan standar industri. 2. Mesin dan alat-alat otomotif tersedia sesuai kebutuhan pembelajaran.
3	Fasilitas Jurusan OTKP	<ol style="list-style-type: none"> 1. Laboratorium komputer dengan perangkat lengkap seperti laptop, printer, dan perlengkapan kantor lainnya. 2. Fasilitas praktik administrasi kantor untuk mendukung kompetensi siswa.
4	Upaya pengembangan fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dilakukan pembaruan dan peningkatan fasilitas setiap tahun. 2. Kerjasama dengan pihak industri untuk melengkapi peralatan praktik.

7. *Process (Prosess)*

Proses dalam bauran pemasaran jasa pendidikan mencakup gabungan dari berbagai aktivitas yang dirancang untuk memastikan layanan pendidikan dapat berjalan secara efektif dan efisien. Secara umum di dalam konteks pendidikan, proses ini melibatkan berbagai tahapan seperti penerimaan siswa baru, pelaksanaan pembelajaran, evaluasi hasil belajar, hingga pelayanan administrasi yang relevan dengan kebutuhan siswa. Semua aktivitas ini dilakukan secara terintegrasi untuk memberikan pengalaman yang berkualitas kepada para pengguna jasa pendidikan, dengan tujuan akhir memastikan kepuasan, keberlanjutan, dan tercapainya hasil pembelajaran yang optimal.

Dalam prosedur penerimaan peserta didik baru di SMK Mandiri, dilakukan melalui tiga gelombang pendaftaran. Setiap gelombang memiliki jadwal dan tahapan yang telah ditentukan, mulai dari pendaftaran, pelaksanaan tes seleksi, hingga pengumuman hasil seleksi. Sistem ini dirancang untuk memberikan fleksibilitas waktu kepada calon siswa dalam memilih jadwal pendaftaran yang sesuai. Setiap gelombang juga mencakup penilaian menyeluruh terhadap kemampuan akademik, potensi, serta kesiapan calon siswa untuk mengikuti program pendidikan di SMK Mandiri. Dengan adanya tiga gelombang, sekolah berharap dapat menjangkau lebih banyak calon siswa yang berminat untuk bergabung. Seperti yang dijelaskan oleh kepala sekolah

“Kami membagi penerimaan siswa baru di SMK Mandiri menjadi tiga gelombang untuk memudahkan calon siswa dan orang tua memilih waktu pendaftaran. Setiap gelombang mencakup pendaftaran, tes seleksi, dan pengumuman hasil. Dengan sistem ini,

proses seleksi lebih teratur, dan kami bisa menilai potensi siswa dengan baik.”⁹²

Dalam wawancara dengan kepala sekolah SMK Mandiri, dijelaskan bahwa sekolah menerapkan sistem tiga gelombang dalam penerimaan siswa baru. Tujuannya adalah untuk memberikan kemudahan bagi calon siswa dan orang tua dalam memilih waktu pendaftaran yang sesuai. Setiap gelombang mencakup pendaftaran, tes seleksi, dan pengumuman hasil, yang memungkinkan proses seleksi berlangsung lebih teratur. Dengan demikian, pihak sekolah dapat menilai potensi calon siswa dengan lebih baik, serta menjangkau lebih banyak calon siswa yang berminat untuk bergabung.

Kepala sekolah juga menjelaskan mengenai tes yang dilakukan dalam prosedur penerimaan siswa baru

“Di SMK Mandiri, calon siswa memang harus mengikuti tes terlebih dahulu. Tes ini berguna untuk mengukur kemampuan akademik mereka. Setelah hasil tes keluar, kami akan mengelompokkan siswa sesuai dengan nilai yang didapatkan. Dengan cara ini, kami bisa menyesuaikan metode pembelajaran agar lebih tepat sasaran dengan kebutuhan masing-masing siswa.”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala SMK Mandiri, dijelaskan bahwa dalam prosedur penerimaan siswa baru, setiap calon siswa diwajibkan mengikuti tes untuk mengukur kemampuan akademik mereka. Tes ini menjadi bagian penting dalam menentukan pengelompokan siswa berdasarkan nilai yang diperoleh. Dengan hasil tes tersebut, pihak sekolah dapat menyusun metode pembelajaran yang lebih tepat sasaran, disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi masing-masing siswa. Hal ini menunjukkan

⁹² Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.47

⁹³ Hasil wawancara dengan Kepala Sekolah, Bapak Ian Agafta, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 09.47

bahwa SMK Mandiri berusaha memberikan pendidikan yang lebih terarah dan sesuai dengan kemampuan individu, agar setiap siswa dapat berkembang dengan optimal.

Sesuai dengan pernyataan tersebut Bapak Furqon selaku penanggung jawab PPDB juga mengungkapkan

“Jadi, di SMK Mandiri, ada beberapa tes yang harus diikuti calon siswa. Pertama, ada tes akademik yang wajib untuk mengukur kemampuan dasar mereka. Selain itu, kami juga mengadakan tes keterampilan untuk melihat kemampuan khusus yang dimiliki siswa. Terakhir, ada tes wawancara untuk menggali motivasi dan kesiapan mereka untuk bergabung dengan sekolah kami. Semua tes ini kami lakukan agar bisa memilih siswa yang paling sesuai dengan program pendidikan yang kami tawarkan.”⁹⁴

Sesuai dengan pernyataan Bapak Furqon, selaku penanggung jawab PPDB di SMK Mandiri, proses seleksi penerimaan peserta didik baru (PPDB) di sekolah ini melibatkan beberapa tes yang bertujuan untuk memilih siswa yang tepat. Tes pertama adalah tes akademik yang wajib diikuti oleh calon siswa untuk mengukur kemampuan dasar mereka. Selain itu, terdapat tes keterampilan yang berfungsi untuk menilai kemampuan khusus yang dimiliki siswa, serta tes wawancara untuk menggali motivasi dan kesiapan mereka bergabung dengan sekolah. Semua tes ini dilakukan untuk memastikan bahwa siswa yang diterima sesuai dengan program pendidikan yang ditawarkan oleh SMK Mandiri.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa proses seleksi penerimaan siswa baru di SMK Mandiri dilakukan secara menyeluruh melalui beberapa tahap tes yang bertujuan untuk menilai berbagai aspek kemampuan calon siswa. Tes akademik digunakan untuk mengukur

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Penanggung jawab PPDB, Bapak Furqon, hari selasa, 17 Desember 2024 pukul 12.35

pengetahuan dasar dan kemampuan intelektual, tes keterampilan untuk menilai kemampuan praktis yang relevan dengan program keahlian di SMK Mandiri, serta tes wawancara untuk mengetahui motivasi, sikap, dan kesiapan calon siswa dalam menjalani pendidikan di sekolah ini. Semua tahapan tes ini dirancang untuk memastikan bahwa siswa yang diterima memiliki potensi yang sesuai dan siap berkembang sesuai dengan bidang keahlian yang dipilih.

Selanjutnya proses kegiatan belajar mengajar berdasarkan hasil observasi peneliti, Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) di SMK Mandiri Pagelaran bertujuan untuk mengembangkan keterampilan teknis pada program Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) serta kemampuan administrasi dan tata kelola perkantoran pada program Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP). Selain itu, RPP ini juga dirancang untuk meningkatkan pengalaman kerja nyata melalui program Praktik Kerja Lapangan (PKL), memperkuat pemahaman dunia industri melalui program Kunjungan Industri, melatih keseimbangan antara teori dan praktik melalui Program Dual System, serta menyiapkan lulusan yang siap kerja melalui Program Bursa Kerja Khusus (BKK).⁹⁵

Pada aspek kompetensi dasar, program TKRO difokuskan pada perawatan dan perbaikan mesin serta sistem kelistrikan kendaraan, sedangkan program OTKP berorientasi pada pengelolaan dokumen perkantoran dan penggunaan perangkat lunak. Program PKL memberikan pengalaman langsung dalam melaksanakan tugas sesuai standar dunia kerja,

⁹⁵ Hasil Observasi Peneliti Pada Dokumen RPP SMK Mandiri 20 Maret 2025

sementara program Kunjungan Industri memungkinkan siswa mengidentifikasi proses kerja secara langsung. Program Dual System bertujuan mengintegrasikan teori dan praktik dalam situasi dunia kerja nyata, dan BKK melatih siswa dalam simulasi wawancara kerja serta pembuatan lamaran kerja.⁹⁶

Materi pembelajaran mencakup sistem kelistrikan dan mesin kendaraan, pengelolaan dokumen dengan Microsoft Office, etika profesi, observasi proses kerja dalam kunjungan industri, serta simulasi wawancara kerja dan pembuatan CV. Metode pembelajaran meliputi demonstrasi, praktik langsung, diskusi kelompok, presentasi, simulasi dunia kerja, dan observasi lapangan.⁹⁷

Media pembelajaran yang digunakan antara lain peralatan otomotif untuk program TKRO, komputer dengan aplikasi perkantoran untuk program OTKP, video pembelajaran, modul praktik, serta lembar observasi dan jurnal kerja untuk PKL. Evaluasi pembelajaran dilakukan melalui penilaian praktik keterampilan, proyek laporan kunjungan industri, laporan PKL, serta simulasi wawancara kerja dan pembuatan CV.⁹⁸

Proses belajar mengajar di SMK Mandiri tidak hanya berfokus pada mata pelajaran kejuruan sesuai dengan jurusan masing-masing, tetapi juga mencakup pendidikan keagamaan. Mata pelajaran keagamaan ini dirancang untuk membekali siswa dengan pemahaman nilai-nilai moral dan etika, sehingga mereka tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga

⁹⁶ Hasil Observasi Peneliti Pada Dokumen RPP SMK Mandiri 20 Maret 2025

⁹⁷ Hasil Observasi Peneliti Pada Dokumen RPP SMK Mandiri 20 Maret 2025

⁹⁸ Hasil Observasi Peneliti Pada Dokumen RPP SMK Mandiri 20 Maret 2025

karakter yang kuat dalam kehidupan sehari-hari. Pembelajaran keagamaan di SMK Mandiri mencakup pemahaman ajaran agama, praktik ibadah, serta pembinaan akhlak agar siswa mampu menerapkan nilai-nilai positif dalam lingkungan sekolah, dunia kerja, maupun kehidupan bermasyarakat. Dengan adanya kombinasi antara pendidikan kejuruan dan pendidikan karakter berbasis keagamaan, diharapkan lulusan SMK Mandiri menjadi individu yang profesional, berintegritas, serta memiliki akhlak yang baik.

“Di SMK Mandiri, kami tidak hanya fokus pada mata pelajaran kejuruan sesuai jurusan masing-masing, tetapi juga mengajarkan pendidikan keagamaan. Kami ingin memastikan bahwa siswa tidak hanya memiliki keterampilan teknis yang mumpuni, tetapi juga dibekali dengan akhlak yang baik”⁹⁹

Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa SMK Mandiri Pagelaran mengintegrasikan pendidikan kejuruan dan pendidikan karakter berbasis keagamaan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya ahli dalam bidang teknis, tetapi juga memiliki integritas dan akhlak yang baik. Sekolah ini menekankan pentingnya pengajaran keagamaan yang seimbang dengan mata pelajaran kejuruan, sehingga siswa tidak hanya dilatih dalam keterampilan teknis sesuai jurusannya, tetapi juga dibentuk menjadi individu yang profesional dan berakhlak mulia. Dengan kombinasi ini, SMK Mandiri bertujuan untuk mencetak lulusan yang siap menghadapi tantangan di dunia kerja dengan karakter yang unggul.

Pendidikan keagamaan di SMK Mandiri tidak hanya diberikan dalam bentuk teori, tetapi juga diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pembiasaan seperti salat berjamaah, membaca Al-Qura'an, serta kegiatan

⁹⁹ Hasil wawancara dengan Ibu Diah, waka kurikulum, hari senin, 16 Desember 2024 pukul 11.20

berbasis karakter menjadi bagian dari rutinitas siswa. Dengan adanya pendekatan ini, sekolah berharap lulusan tidak hanya memiliki keahlian profesional yang mumpuni, tetapi juga sikap yang jujur, disiplin, dan bertanggung jawab. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, khususnya orang tua yang menginginkan anaknya mendapatkan pendidikan yang seimbang antara keterampilan dunia kerja dan pembinaan akhlak. Dengan kombinasi antara kurikulum kejuruan dan program pembentukan karakter, SMK Mandiri berupaya mencetak lulusan yang siap bersaing di dunia industri sekaligus memiliki kepribadian yang baik dalam kehidupan bermasyarakat.

Table 4. 10 tabel temuan hasil penelitian terkait aspek proses di SMK Mandiri Pagelaran

Aspek	Temuan
Proses penerimaan siswa baru	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dilakukan dalam tiga gelombang untuk memberikan fleksibilitas waktu. 2. Setiap gelombang meliputi pendaftaran, tes seleksi (akademik, keterampilan, wawancara), dan pengumuman hasil. 3. Bertujuan menjangkau lebih banyak calon siswa.
Tes seleksi calon siswa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tes Akademik: Mengukur kemampuan dasar calon siswa. 2. Tes Keterampilan: Mengukur kompetensi praktis sesuai jurusan. 3. Tes Wawancara: Menggali motivasi dan kesiapan bergabung dengan sekolah.
Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP)	<ol style="list-style-type: none"> 1. RPP dirancang untuk menggabungkan teori dan praktik, dengan metode pembelajaran berupa demonstrasi, praktik langsung, diskusi kelompok, simulasi kerja, dan observasi lapangan. Media yang digunakan meliputi peralatan otomotif, komputer dengan aplikasi perkantoran, dan modul pembelajaran. 2. Materi pembelajaran meliputi perawatan mesin, pengelolaan dokumen, observasi industri, dan simulasi dunia kerja. 3. proses pembelajaran TKRO (Teknik Kendaraan Ringan Otomotif): Difokuskan pada penguasaan keterampilan perawatan dan perbaikan mesin serta sistem kelistrikan kendaraan. OTKP (Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran): Difokuskan pada kemampuan mengelola dokumen serta penguasaan perangkat lunak perkantoran.
Pembelajaran keagamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terintegrasi dengan pembelajaran kejuruan, meliputi teori dan praktik keagamaan. 2. Pembiasaan seperti salat berjamaah, membaca Al-Qur'an, dan pembinaan akhlak.
Tujuan Pendidikan keagamaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencetak lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki karakter dan akhlak yang baik. 2. Memberikan keseimbangan antara keterampilan dunia kerja dan pembentukan moral.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah menganalisis semua data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi peneliti akan menjelaskan hasil penelitian secara jelas dan rinci. Dalam pembahasan ini meliputi 7 fokus penelitian yaitu: (1) (*product*) yang ditawarkan di SMK Mandiri Pagelaran (2) penetapan harga (*price*) biaya pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran. (3) keadaan lokasi (*place*) SMK Mandiri Pagelaran (4) promosi (*promotion*) yang digunakan oleh SMK mandiri Pagelaran (5) keadaan sumber daya manusia (*people*) di SMK Mandiri Pagelaran (6) keadaan sarana prasarana (*physical evidence*) di SMK Mandiri Pagelaran dan (7) proses (*process*) manajemen layanan pembelajaran di SMK Mandiri Pagelaran.

1. *Product* (Produk)

Philip Kotler dalam bukunya, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk tidak hanya terbatas pada barang fisik, tetapi juga mencakup jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide yang memiliki nilai bagi konsumen.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Philip Kotler, *Marketing Management: The Millennium Edition* (Prentice Hall Upper Saddle River, NJ, 2000)

Sri Minarti mengatakan dalam konteks jasa pendidikan, produk yang ditawarkan kepada siswa mencakup reputasi, prospek masa depan, dan beragam pilihan program, peluang karier yang baik bagi lulusannya, serta berbagai pilihan konsentrasi program yang sesuai dengan minat dan bakat siswa.¹⁰¹

Berdasarkan temuan penelitian, SMK Mandiri Pagelaran sebagai penyedia jasa pendidikan memiliki berbagai program unggulan yang dirancang untuk meningkatkan kualitas lulusan dan daya saing di dunia kerja. Program seperti Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO), Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP), serta sistem pembelajaran berbasis industri seperti Program Dual System dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) membuktikan komitmen sekolah dalam memberikan keterampilan aplikatif bagi siswa. Selain itu, program kunjungan industri dan Bursa Kerja Khusus (BKK) memperkuat hubungan antara dunia pendidikan dan dunia kerja, memberikan peluang karier yang lebih luas bagi lulusan. Dengan strategi ini, SMK Mandiri Pagelaran tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga memastikan bahwa lulusannya siap bersaing di pasar kerja.

2. Price (harga)

Menurut Kotler dan Keller harga dalam pemasaran jasa bukan hanya sekadar nominal yang dibayarkan oleh konsumen, tetapi juga mencerminkan persepsi nilai dari layanan yang diterima.¹⁰² Dalam konteks

¹⁰¹ Sri Minarti, *Manajemen Sekolah*, (Jogjakarta: Ar-Ruz Media, 2012), 390

¹⁰² Abdul Manap and others, *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021.

pendidikan, harga yang ditetapkan oleh lembaga pendidikan akan memengaruhi persepsi orang tua dan siswa terhadap kualitas layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, analisis mengenai harga di SMK Mandiri Pagelaran menjadi aspek penting dalam memahami bagaimana strategi bauran pemasaran jasa pendidikan diterapkan.

a. Analisis Harga di SMK Mandiri Pagelaran

1) Komponen Biaya Pendidikan

Sebagaimana disebutkan dalam Bab IV, biaya pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran ditetapkan sebesar Rp 3.500.000 per tahun untuk setiap siswa, baik untuk jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP) maupun Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO). Biaya ini mencakup:

a) Biaya Pendaftaran

Merupakan biaya awal yang harus dibayarkan oleh calon siswa sebagai tanda resmi pendaftaran.

b) Biaya Pendidikan Tahunan

Mencakup seluruh biaya operasional pendidikan seperti gaji tenaga pengajar, perawatan fasilitas, dan program pembelajaran.

c) Biaya Kegiatan Ekstrakurikuler

Digunakan untuk mendukung berbagai kegiatan pengembangan minat dan bakat siswa.

d) Infaq Bulanan

Sebesar Rp 50.000 yang digunakan untuk mendukung operasional sekolah serta pengembangan kegiatan pendidikan.

Dengan tidak adanya biaya SPP bulanan, sistem pembayaran ini memberikan fleksibilitas bagi orang tua dalam merencanakan keuangan mereka untuk pendidikan anak.

b. Persepsi Orang Tua dan Siswa terhadap Harga

Berdasarkan wawancara dan data yang diperoleh, sebagian besar orang tua merasa bahwa biaya yang ditetapkan oleh SMK Mandiri Pagelaran masih dalam kategori wajar, mengingat fasilitas dan layanan pendidikan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan teori Zeithaml yang menyatakan bahwa persepsi harga dalam jasa tidak hanya bergantung pada angka nominalnya, tetapi juga pada manfaat yang diperoleh dari layanan tersebut¹⁰³.

c. Implikasi Harga terhadap Daya Saing dan Keberlanjutan Sekolah

Penetapan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas pendidikan menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing sekolah. harga yang terlalu rendah dapat memberikan kesan kualitas rendah, sementara harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi daya tarik bagi calon siswa.¹⁰⁴

Dari analisis yang dilakukan, SMK Mandiri menerapkan strategi biaya rendah terpimpin (*Overall Cost Leadership Strategy*). Strategi ini menekankan pada efisiensi seluruh biaya pendidikan

¹⁰³ Zeithaml

¹⁰⁴ M Sahril and others, 'PENDIDIK', 8.11 (2024), 247–52.

sehingga lebih menarik konsumen dari pada pesaing yang menawarkan biaya tinggi. Strategi mengifisiensikan seluruh biaya pendidikan ini fokusnya pada pemanfaatan fasilitas yang sudah ada, sehingga tidak menarik biaya yang tinggi kepada calon siswa.

3. *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi atau tempat jasa pendidikan memerlukan pertimbangan yang matang terhadap beberapa faktor utama. Faktor-faktor tersebut meliputi aksesibilitas, visibilitas sekolah agar mudah dikenali secara fisik, serta kondisi lalu lintas di sekitar lokasi.¹⁰⁵

Lokasi SMK Mandiri Pagelaran memiliki keunggulan strategis yang menjadikannya pilihan ideal bagi siswa dalam menempuh pendidikan kejuruan. Sekolah ini terletak di jalan utama yang memudahkan akses bagi siswa, tenaga pendidik, serta masyarakat umum. Keberadaannya yang berdekatan dengan pusat Kecamatan Pagelaran memberikan keuntungan tersendiri, karena siswa dapat dengan mudah menjangkau berbagai fasilitas umum seperti transportasi, pusat perbelanjaan, layanan kesehatan, serta fasilitas pendukung lainnya. Selain itu, sekolah ini berada di tepi jalan penghubung antar desa, yang memungkinkan siswa dari berbagai wilayah sekitar untuk mengakses sekolah dengan lebih efisien. Jalur transportasi yang lancar dan ketersediaan angkutan umum di sekitar sekolah juga menjadi faktor yang mendukung kemudahan mobilitas siswa.

¹⁰⁵ E S Pujiharti, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Smp Islam Muqorrobin Singosari Malang',-*Nahdliyah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2.September (2023), 33–49.

Keunggulan lain dari lokasi ini adalah lingkungan yang kondusif bagi pembelajaran. Jaraknya yang tidak terlalu jauh dari pusat kecamatan, namun tetap berada di area yang relatif tenang, memungkinkan siswa untuk belajar dengan nyaman tanpa gangguan kebisingan yang berlebihan. SMK Mandiri Pagelaran tidak hanya menawarkan pendidikan berkualitas tetapi juga lokasi yang strategis dan mudah dijangkau, sehingga menjadi pilihan yang tepat bagi siswa yang ingin mendapatkan pengalaman belajar yang optimal.

a. Aksesibilitas Lokasi SMK Mandiri Pagelaran

Menurut Kotler dan Keller, aksesibilitas merupakan faktor utama dalam strategi pemasaran pendidikan karena berhubungan dengan kemudahan calon pelanggan dalam mendapatkan layanan yang ditawarkan.¹⁰⁶

Peneliti mengamati Sekolah ini terletak di jalan utama yang memudahkan akses bagi siswa, tenaga pendidik, serta masyarakat umum. Keberadaannya yang berdekatan dengan pusat Kecamatan Pagelaran memberikan keuntungan tersendiri karena siswa dapat dengan mudah menjangkau berbagai fasilitas umum seperti transportasi, pusat perbelanjaan, layanan kesehatan, serta fasilitas pendukung lainnya. Jalur transportasi menuju sekolah ini cukup lancar dengan ketersediaan angkutan umum yang memadai, sehingga siswa dari berbagai daerah dapat mengakses sekolah dengan mudah.

¹⁰⁶ Revisika and Dian Indriyani, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Manokwari Papua Barat', *Jurnal DINAMIS*, 17.2 (2020), 1–8.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa lokasi strategis SMK Mandiri Pagelaran memberikan keuntungan kompetitif dalam pemasaran pendidikan. Aksesibilitas yang baik, didukung oleh jalur transportasi yang lancar dan kedekatan dengan fasilitas umum, memudahkan siswa dan tenaga pendidik dalam mengakses sekolah. Sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2016), faktor aksesibilitas ini berperan penting dalam menarik lebih banyak siswa untuk mendaftar, sehingga meningkatkan daya saing sekolah dalam layanan pendidikan kejuruan.

b. Visibilitas dan Identitas Sekolah

Visibilitas sekolah juga menjadi faktor penting dalam pemilihan lokasi. Menurut Lovelock dan Wirtz¹⁰⁷, lokasi yang memiliki visibilitas tinggi dapat meningkatkan brand awareness dan memperkuat citra sekolah di masyarakat. SMK Mandiri Pagelaran memiliki posisi strategis yang memungkinkan masyarakat untuk mengenali sekolah ini dengan mudah. Letaknya yang berada di jalan utama membuat papan nama sekolah dapat terlihat dengan jelas oleh pengendara maupun pejalan kaki.

Berdasarkan temuan peneliti, menunjukkan bahwa SMK Mandiri Pagelaran memiliki lokasi strategis di jalan utama, yang memungkinkan papan nama sekolah terlihat jelas oleh pengendara dan pejalan kaki. Selain itu, identitas sekolah yang kuat sebagai

¹⁰⁷ Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, and Sofiana Jelita, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen', *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1.4 (2023), 68–81

lembaga pendidikan kejuruan unggulan turut memperkuat visibilitasnya. Dengan strategi pemasaran yang efektif, visibilitas sekolah dapat terus ditingkatkan untuk menarik minat calon siswa. lokasi SMK Mandiri Pagelaran yang memiliki lalu lintas tidak terlalu padat dapat mengurangi risiko kecelakaan dan keterlambatan siswa. Selain itu, keberadaan pos keamanan dan sistem pengawasan yang baik di sekitar sekolah berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman, sehingga mendukung optimalisasi proses belajar mengajar.

4. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan bagian integral dari strategi pemasaran yang berfungsi untuk berkomunikasi dengan pasar. Dalam konteks ini, promosi bukan hanya sekadar iklan atau pemberitahuan produk, tetapi merupakan elemen penting yang menyatukan berbagai upaya komunikasi yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau layanan yang ditawarkan.¹⁰⁸

Berdasarkan teori tersebut, SMK Mandiri melaksanakan kegiatan promosi melalui berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau calon siswa dan orang tua. Kegiatan promosi yang dilakukan meliputi penyebaran brosur dan pamflet serta pemasangan spanduk. Selain itu, SMK Mandiri juga melakukan kunjungan langsung dan menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan seperti SMP dan MTS guna membangun hubungan yang erat dengan komunitas pendidikan setempat. Tidak hanya terbatas

¹⁰⁸ Kotler

pada media cetak, SMK Mandiri aktif dalam promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, serta mengandalkan promosi dari mulut ke mulut untuk memperluas jangkauan informasi. Seluruh upaya promosi ini difokuskan untuk menampilkan berbagai prestasi dan keunggulan yang dimiliki sekolah.

Selain itu, SMK Mandiri juga menonjolkan program unggulannya dalam bidang kejuruan, seperti program kejuruan di bidang Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP) dan Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO). Program unggulan ini dirancang untuk mengembangkan kompetensi dan keterampilan siswa secara profesional, sehingga mereka siap bersaing di dunia kerja dan dapat memenuhi tuntutan industri secara efektif. Dengan kombinasi strategi promosi yang komprehensif dan penawaran program unggulan yang berkualitas, SMK Mandiri berupaya meningkatkan daya tarik dan reputasinya sebagai lembaga pendidikan kejuruan terdepan di wilayah tersebut.

a. Strategi Promosi SMK Mandiri Pagelaran

SMK Mandiri Pagelaran sebagai lembaga pendidikan kejuruan menyadari pentingnya strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan jumlah pendaftar dan memperkuat reputasi sekolah. Oleh karena itu, sekolah ini menerapkan berbagai strategi promosi yang berorientasi pada pemasaran jasa pendidikan. Strategi yang digunakan meliputi:

1) Promosi melalui Media Cetak dan Spanduk

SMK Mandiri Pagelaran secara aktif menyebarkan informasi mengenai program kejuruan dan prestasi sekolah melalui media cetak seperti brosur, pamflet, dan leaflet. Brosur dan pamflet ini didistribusikan ke berbagai sekolah menengah pertama (SMP) dan madrasah tsanawiyah (MTs) di sekitar wilayah Pagelaran untuk menjangkau calon siswa secara langsung. Selain itu, pemasangan spanduk di lokasi strategis seperti perempatan jalan utama, sekitar sekolah, dan area publik lainnya dilakukan untuk meningkatkan visibilitas sekolah.

2) Promosi melalui Kunjungan dan Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan

Untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan komunitas pendidikan, SMK Mandiri Pagelaran secara rutin melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah tingkat pertama.¹⁰⁹ Kegiatan ini dilakukan oleh tim promosi sekolah yang terdiri dari guru dan siswa berprestasi yang berbagi pengalaman mengenai keunggulan belajar di SMK Mandiri Pagelaran. Selain itu, sekolah menjalin kemitraan dengan beberapa SMP dan MTs melalui program sosialisasi dan seminar karier guna memberikan wawasan kepada calon

¹⁰⁹ Fendy Hariatama, 'Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka Raya', *Edunomics Journal*, 2.1 (2021), 1-12

siswa mengenai pentingnya pendidikan kejuruan dalam dunia kerja.

3) Promosi melalui Media Sosial dan Digital Marketing

Dalam era digital, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi promosi yang efektif. SMK Mandiri Pagelaran aktif menggunakan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk menyebarkan informasi mengenai program kejuruan, prestasi siswa, serta berbagai kegiatan akademik dan non-akademik. Melalui media sosial, sekolah juga dapat berinteraksi langsung dengan calon siswa dan orang tua untuk menjawab pertanyaan serta memberikan informasi yang lebih rinci mengenai sistem pembelajaran dan fasilitas sekolah.

4) Promosi Melalui *Word of Mouth* (WOM)

Salah satu strategi promosi yang cukup efektif adalah promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*). SMK Mandiri Pagelaran mengandalkan testimoni dari siswa, alumni, dan orang tua sebagai bentuk rekomendasi kepada calon siswa baru. Kepuasan alumni yang telah bekerja di industri atau melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat yang ingin memilih SMK Mandiri sebagai tempat menempuh pendidikan kejuruan..

5) Penggunaan Website Resmi Sekolah

Untuk meningkatkan akses informasi, SMK Mandiri Pagelaran juga memiliki website resmi yang berisi informasi lengkap mengenai profil sekolah, program kejuruan, prestasi siswa, fasilitas, serta prosedur pendaftaran. Website ini menjadi salah satu sumber informasi utama bagi calon siswa dan orang tua dalam mencari informasi mengenai SMK Mandiri Pagelaran.

Berdasarkan temuan peneliti, SMK Mandiri Pagelaran menerapkan berbagai strategi promosi dalam meningkatkan daya tarik calon siswa. Strategi ini mencakup promosi melalui media cetak dan spanduk untuk meningkatkan visibilitas, kunjungan dan kerja sama dengan sekolah lain guna membangun hubungan yang erat, serta pemanfaatan media sosial dan digital marketing agar lebih interaktif dengan calon siswa dan orang tua. Selain itu, *strategi word of mouth* (WOM) dari alumni dan orang tua menjadi faktor penting dalam membangun citra positif sekolah. Sekolah juga menonjolkan program kejuruan unggulan, mengadakan kegiatan open house dan try out sebagai bentuk promosi langsung, serta memanfaatkan website resmi untuk memberikan informasi yang lebih lengkap dan mudah diakses. Beragam strategi ini menunjukkan bahwa SMK Mandiri Pagelaran secara aktif dan sistematis dalam memasarkan layanan pendidikannya.

b. Evaluasi Efektivitas Promosi

Dalam upaya memastikan efektivitas strategi promosi yang dilakukan, SMK Mandiri Pagelaran secara berkala melakukan evaluasi terhadap berbagai metode promosi yang telah diterapkan. Evaluasi ini dilakukan melalui survei kepuasan siswa baru, analisis jumlah pendaftar, serta umpan balik dari masyarakat. Beberapa indikator yang digunakan dalam evaluasi meliputi:

1) Jumlah Peningkatan Pendaftar

Apakah jumlah siswa baru mengalami peningkatan setiap tahun setelah pelaksanaan strategi promosi tertentu.

2) Respon Masyarakat

Umpan balik dari calon siswa dan orang tua mengenai efektivitas media promosi yang digunakan.

3) Citra Sekolah

Persepsi masyarakat terhadap SMK Mandiri Pagelaran setelah melihat dan menerima informasi dari berbagai media promosi.

c. Tantangan dan Solusi dalam Strategi Promosi

Dalam menjalankan strategi promosi, SMK Mandiri Pagelaran menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

1) Persaingan dengan Sekolah Lain

Banyaknya sekolah kejuruan lain di wilayah Pagelaran menuntut SMK Mandiri untuk memiliki strategi promosi yang lebih inovatif dan menarik.

2) Keterbatasan Anggaran Promosi

Beberapa metode promosi memerlukan biaya yang cukup besar, sehingga perlu ada pengelolaan anggaran yang efisien agar promosi tetap berjalan efektif.

3) Perubahan Tren Media

Dinamika perkembangan teknologi mengharuskan sekolah untuk terus menyesuaikan strategi promosi dengan tren digital terbaru agar tidak tertinggal dalam menarik calon siswa.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, SMK Mandiri Pagelaran mengembangkan beberapa solusi, seperti:

1) Memperkuat Branding Sekolah

Membangun citra sekolah yang positif melalui berbagai kegiatan akademik, ekstrakurikuler, dan prestasi siswa.

2) Optimalisasi Media Digital

Memanfaatkan tren digital marketing, seperti penggunaan video promosi dan iklan berbayar di media sosial untuk menjangkau lebih banyak calon siswa.

3) Peningkatan Kualitas Pelayanan Informasi

Menyediakan layanan informasi yang responsif melalui berbagai kanal komunikasi, termasuk website dan media sosial.

Dengan berbagai strategi promosi yang telah diterapkan, SMK Mandiri Pagelaran berharap dapat terus meningkatkan jumlah pendaftar

serta memperkuat posisinya sebagai salah satu sekolah kejuruan unggulan di wilayah Pagelaran.

5. *People (Orang)*

Sumber daya manusia mencakup semua individu yang bertugas dalam memberikan layanan atau merancang strategi pelayanan bagi konsumen. Dalam ranah jasa pendidikan, konsep ini secara khusus merujuk pada tenaga pendidik dan staf kependidikan. Mereka tidak hanya bertanggung jawab dalam proses pengajaran, tetapi juga berperan dalam perencanaan, pengelolaan, dan peningkatan mutu pendidikan secara keseluruhan.¹¹⁰

Sejauh ini, tenaga pendidik dan kependidikan di SMK Mandiri telah memenuhi standar yang ditetapkan oleh lembaga dan instansi terkait. Hal ini terlihat dari profesionalisme dan komitmen mereka dalam menyampaikan materi pembelajaran serta mengelola proses pendidikan secara efektif. Berikut adalah beberapa uraian yang menjelaskan kondisi tersebut:

1) Kompetensi dan Kualifikasi

Tenaga pendidik di SMK Mandiri memiliki kualifikasi yang sesuai dengan bidang keahlian masing-masing. Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas guru di SMK Mandiri telah memiliki sertifikasi pendidik sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Selain itu, banyak di antara mereka yang memiliki latar belakang pendidikan minimal Strata 1 (S1) sesuai dengan

¹¹⁰ Alma and Hurriyati.

bidang yang diajarkan, bahkan beberapa di antaranya telah melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata 2 (S2) untuk meningkatkan kompetensi akademik dan profesional mereka.

Dalam rangka meningkatkan kualitas pembelajaran, para guru di SMK Mandiri secara berkala mengikuti berbagai pelatihan, seminar, dan workshop yang berkaitan dengan perkembangan metode pengajaran serta pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran. Program pengembangan profesional ini sangat penting untuk memastikan bahwa tenaga pendidik mampu menyampaikan materi secara efektif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan industri yang terus berkembang.

2) Kinerja yang Terukur

Kinerja tenaga pendidik dan staf kependidikan di SMK Mandiri diukur melalui berbagai mekanisme evaluasi yang dilakukan secara berkala oleh pihak sekolah. Evaluasi ini melibatkan observasi kelas, penilaian berbasis capaian akademik siswa, serta survei kepuasan dari siswa dan orang tua. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan dalam dua tahun terakhir, ditemukan bahwa kinerja guru dan staf kependidikan berada pada level yang sangat memuaskan.

Prestasi siswa menjadi salah satu indikator utama dalam menilai efektivitas tenaga pendidik. Di SMK Mandiri, rata-rata nilai ujian nasional dan ujian sekolah menunjukkan peningkatan setiap tahunnya. Selain itu, partisipasi siswa dalam kompetisi akademik dan non-akademik baik di tingkat regional maupun nasional juga menunjukkan tren positif. Umpan

balik dari orang tua siswa juga mengindikasikan bahwa mereka merasa puas dengan kualitas pembelajaran yang diberikan oleh sekolah.

Selain itu, guru dan staf kependidikan di SMK Mandiri menunjukkan komitmen yang tinggi dalam menjalankan tugas mereka. Kehadiran dan disiplin kerja merupakan aspek yang terus diperhatikan, dan laporan dari bagian administrasi sekolah menunjukkan bahwa tingkat kehadiran tenaga pendidik sangat tinggi, dengan persentase lebih dari 95% setiap semester.

3) Pelayanan dan Pendekatan Inovatif

Guru dan staf kependidikan di SMK Mandiri tidak hanya menyampaikan materi pembelajaran secara konvensional, tetapi juga menerapkan berbagai inovasi dalam proses belajar mengajar. Salah satu pendekatan yang diterapkan adalah penggunaan teknologi dalam pembelajaran, seperti pemanfaatan Learning Management System (LMS), penggunaan media interaktif, dan metode blended learning yang menggabungkan pembelajaran daring dan luring.

Dalam beberapa mata pelajaran berbasis keterampilan, sekolah juga telah mengembangkan metode pembelajaran berbasis proyek (project-based learning) yang memungkinkan siswa untuk mengembangkan keterampilan praktis sesuai dengan kebutuhan industri. Selain itu, tenaga pendidik juga didorong untuk mengembangkan metode pembelajaran yang berorientasi pada problem-solving, sehingga siswa dapat lebih aktif dalam menemukan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi dalam pembelajaran.

4) Fokus pada Pengembangan Siswa

Tenaga pendidik di SMK Mandiri tidak hanya berperan sebagai pengajar, tetapi juga sebagai pembimbing bagi siswa dalam mengembangkan potensi mereka secara optimal. Pendekatan ini diwujudkan dalam berbagai program unggulan yang diterapkan oleh sekolah, seperti program magang di industri, bimbingan karier, serta berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang mendukung pengembangan soft skills siswa.

Program magang yang diwajibkan bagi siswa kelas akhir memungkinkan mereka untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata sebelum mereka lulus. Guru-guru yang bertindak sebagai pembimbing magang memberikan arahan dan evaluasi terhadap kinerja siswa selama menjalani program tersebut.¹¹¹ Hal ini membantu siswa dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja dengan lebih percaya diri.

Selain itu, SMK Mandiri juga memiliki berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan kepemimpinan, komunikasi, dan kerja sama tim di kalangan siswa. Para guru secara aktif terlibat dalam membimbing siswa dalam berbagai kegiatan ini, sehingga interaksi antara guru dan siswa tidak hanya terjadi di dalam kelas, tetapi juga dalam berbagai aktivitas yang mendukung pengembangan karakter dan keterampilan siswa.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa tenaga pendidik dan staf kependidikan di SMK Mandiri memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan mutu pendidikan. Dengan kompetensi

¹¹¹ Siti Rahmaini, *Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri, Thesis*, 2022.

yang memadai, kinerja yang terukur, serta pendekatan inovatif dalam pembelajaran, mereka mampu memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas. Fokus pada pengembangan siswa juga menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh SMK Mandiri, sehingga lulusan sekolah ini dapat bersaing dengan baik di dunia kerja maupun dalam jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Keberlanjutan kualitas sumber daya manusia di lingkungan pendidikan sangat bergantung pada upaya sekolah dalam memberikan pelatihan dan pembinaan secara berkesinambungan. Oleh karena itu, SMK Mandiri diharapkan terus berinovasi dalam strategi pengelolaan tenaga pendidik guna menjamin mutu pendidikan yang semakin baik di masa mendatang.

6. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Manajemen Pemasaran Jasa, bukti fisik merupakan lingkungan nyata di mana layanan disediakan, yang dirancang khusus dan secara langsung berinteraksi dengan konsumen.¹¹²

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan, Sebagai pendukung dalam penyampaian jasa pendidikan kepada siswa, SMK Mandiri menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang memadai. Fasilitas tersebut meliputi ruang kelas, laboratorium komputer, lapangan olahraga, musholla, UKS, serta perpustakaan. Selain itu, setiap ruang kelas dilengkapi dengan fasilitas yang terjaga dalam kondisi baik dan lengkap. Di

¹¹² Rambat Lupiyoadi and Ahmad Hamdani, 'Manajemen Pemasaran Jasa', *Language*, 18.298p (2006), 26.

setiap kelas, tersedia papan tulis whiteboard, meja, kursi, rak sepatu, poster pembelajaran, dan kipas angin, yang semuanya mendukung kenyamanan dan kelancaran proses belajar mengajar. Fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada di SMK Mandiri Pagelaran sudah sangat baik dan memadai. Setiap tahunnya, sekolah ini terus melakukan perbaikan dan pengembangan fasilitas yang ada, mulai dari ruang kelas, laboratorium, hingga peralatan praktik untuk jurusan seperti Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP).

Dalam konteks pendidikan, *physical evidence* mencakup berbagai sarana dan prasarana yang tersedia di sekolah sebagai bagian dari pengalaman belajar siswa. Fasilitas yang baik akan meningkatkan kenyamanan belajar dan memberikan citra positif terhadap sekolah sebagai lembaga pendidikan yang berkualitas.

a. Implementasi Physical Evidence di SMK Mandiri Pagelaran

Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan, SMK Mandiri Pagelaran telah menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung layanan pendidikan. Fasilitas yang tersedia di sekolah ini meliputi:

1) Ruang Kelas

Setiap ruang kelas di SMK Mandiri Pagelaran telah dilengkapi dengan fasilitas yang lengkap dan dalam kondisi baik. Di setiap kelas tersedia papan tulis whiteboard, meja dan kursi yang ergonomis, rak sepatu, poster pembelajaran, serta kipas angin. Semua fasilitas

ini mendukung kenyamanan dan kelancaran proses belajar mengajar.

2) Laboratorium Komputer

SMK Mandiri Pagelaran memiliki laboratorium komputer yang digunakan untuk pembelajaran berbasis teknologi informasi. Komputer yang tersedia di laboratorium ini telah diperbarui secara berkala untuk mendukung kebutuhan pembelajaran siswa, terutama bagi jurusan yang berorientasi pada teknologi seperti Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP).

3) Lapangan Olahraga

Untuk mendukung kegiatan ekstrakurikuler dan olahraga siswa, sekolah memiliki lapangan olahraga yang memadai. Lapangan ini digunakan untuk berbagai aktivitas seperti sepak bola, bola basket, dan voli, yang berkontribusi pada pengembangan fisik dan kesehatan siswa.

4) Musholla

Sebagai institusi pendidikan yang berbasis nilai-nilai Islam, SMK Mandiri Pagelaran menyediakan musholla yang bersih dan nyaman. Fasilitas ini memungkinkan siswa dan guru untuk melaksanakan ibadah dengan lebih khusyuk, sekaligus menciptakan lingkungan sekolah yang religius.

5) Unit Kesehatan Sekolah (UKS)

Unit Kesehatan Sekolah (UKS) merupakan fasilitas penting yang disediakan untuk memberikan layanan kesehatan bagi siswa. UKS di SMK Mandiri Pagelaran dilengkapi dengan tempat tidur perawatan, peralatan medis dasar, serta petugas kesehatan yang siap membantu siswa yang mengalami keluhan kesehatan.

6) Perpustakaan

Perpustakaan sekolah menjadi salah satu fasilitas pendukung dalam meningkatkan budaya literasi siswa. Perpustakaan di SMK Mandiri Pagelaran memiliki koleksi buku yang cukup lengkap, meliputi buku pelajaran, buku referensi, serta bacaan umum yang dapat digunakan oleh siswa untuk memperluas wawasan mereka.

7) Fasilitas Praktik untuk Jurusan Tertentu

SMK Mandiri Pagelaran menyediakan fasilitas praktik yang mendukung program keahlian yang ada, seperti:

a) Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO)

Bengkel otomotif dengan peralatan praktik yang sesuai standar industri.

b) Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP)

Ruang simulasi kantor dengan peralatan modern seperti komputer, mesin cetak, dan perangkat administrasi lainnya.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *physical evidence* memiliki peran yang sangat penting dalam strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran. Dengan fasilitas yang memadai dan terus berkembang, sekolah dapat meningkatkan kualitas layanan pendidikan, menciptakan lingkungan belajar yang kondusif, serta menarik minat calon siswa dan orang tua. Evaluasi dan pengembangan berkelanjutan terhadap sarana dan prasarana menjadi langkah strategis dalam mempertahankan daya saing sekolah sebagai lembaga pendidikan vokasi yang unggul.

7. Process (proses)

Zeithaml, Bitner, dan Gremler dalam buku *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Mereka mengemukakan bahwa dalam pemasaran jasa, proses mencakup prosedur, mekanisme, dan alur yang digunakan untuk memberikan layanan kepada pelanggan.¹¹³

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi di SMK Mandiri dalam prosedur penerimaan peserta didik baru di SMK Mandiri, dilakukan melalui tiga gelombang pendaftaran. Setiap gelombang memiliki jadwal dan tahapan yang telah ditentukan, mulai dari pendaftaran, pelaksanaan tes seleksi, hingga pengumuman hasil seleksi. proses seleksi

¹¹³ Zeithaml, Valerie A, Mary Jo Bitner, and Dwayne D Gremler, *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*

penerimaan siswa baru di SMK Mandiri dilakukan secara menyeluruh melalui beberapa tahap tes yang bertujuan untuk menilai berbagai aspek kemampuan calon siswa. Tes akademik digunakan untuk mengukur pengetahuan dasar dan kemampuan intelektual, tes keterampilan untuk menilai kemampuan praktis yang relevan dengan program keahlian di SMK Mandiri, serta tes wawancara untuk mengetahui motivasi, sikap, dan kesiapan calon siswa dalam menjalani pendidikan di sekolah ini.

Selanjutnya proses kegiatan belajar mengajar Kegiatan belajar mengajar di SMK Mandiri dirancang untuk memadukan antara teori dan praktik Proses pembelajaran dimulai dengan penyampaian materi yang terstruktur oleh tenaga pendidik, yang mengacu pada kurikulum yang telah ditetapkan. Di kelas, siswa mendapatkan pembelajaran teoritis yang mendalam tentang bidang keahlian yang mereka pilih, TKRO dan OTKP. SMK Mandiri juga menekankan pentingnya keterampilan praktis, sehingga sebagian besar pembelajaran dilakukan melalui praktik langsung di tempat praktik masing-masing jurusan yang dilengkapi dengan fasilitas sesuai dengan program keahlian.

a. Proses Penerimaan Peserta Didik Baru di SMK Mandiri Pagelaran

Berdasarkan hasil observasi di SMK Mandiri Pagelaran, prosedur penerimaan peserta didik baru dilakukan melalui tiga gelombang pendaftaran. Setiap gelombang memiliki jadwal dan tahapan yang telah ditentukan, yang mencakup:

1) Pendaftaran

Calon peserta didik mengisi formulir pendaftaran secara daring atau langsung di sekolah.

2) Seleksi: Seleksi penerimaan siswa dilakukan melalui beberapa tahap yang mencakup:

- a) Tes Akademik: Mengukur pengetahuan dasar dan kemampuan intelektual calon siswa.
- b) Tes Keterampilan: Menilai kemampuan praktis yang relevan dengan program keahlian yang dipilih, seperti Teknik Kendaraan Ringan Otomotif (TKRO) dan Otomatisasi Tata Kelola Perkantoran (OTKP).
- c) Tes Wawancara: Bertujuan untuk mengetahui motivasi, sikap, dan kesiapan calon siswa dalam menjalani pendidikan di SMK Mandiri.

3) Pengumuman dan Registrasi Ulang

Siswa yang lulus seleksi diumumkan dan diwajibkan melakukan registrasi ulang untuk mendapatkan kepastian tempat di sekolah.

b. Proses Kegiatan Belajar Mengajar di SMK Mandiri Pagelaran

SMK Mandiri Pagelaran merancang sistem pembelajaran yang mengintegrasikan teori dan praktik guna menghasilkan lulusan yang siap kerja. Proses pembelajaran terdiri dari tahapan berikut:

- 1) Perencanaan Pembelajaran: Tenaga pendidik menyusun Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) berdasarkan kurikulum yang telah ditetapkan.

- 2) Penyampaian Materi: Pembelajaran dimulai dengan penyampaian materi secara teoritis di kelas sesuai dengan bidang keahlian siswa.
- 3) Praktik di Laboratorium: Untuk program keahlian seperti TKRO, praktik dilakukan di bengkel sekolah yang dilengkapi dengan fasilitas otomotif modern. Sementara itu, untuk program OTKP, siswa melakukan simulasi kerja di laboratorium perkantoran.
- 4) Praktik Kerja Lapangan (PKL) Siswa diwajibkan mengikuti program magang di industri yang relevan untuk mendapatkan pengalaman nyata di dunia kerja.
- 5) Evaluasi dan Ujian Kompetensi: Proses belajar diakhiri dengan evaluasi berupa ujian teori dan praktik, serta uji kompetensi yang dilakukan bekerja sama dengan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP).

c. Proses Layanan Akademik dan Administrasi

Selain kegiatan belajar mengajar, SMK Mandiri Pagelaran juga memiliki sistem administrasi yang tertata guna memberikan pelayanan akademik yang optimal kepada siswa dan orang tua. Beberapa aspek dalam proses layanan akademik meliputi:

- 1) Bimbingan dan Konseling
Memberikan layanan konsultasi bagi siswa yang menghadapi kendala akademik atau non-akademik.
- 2) Layanan Perpustakaan

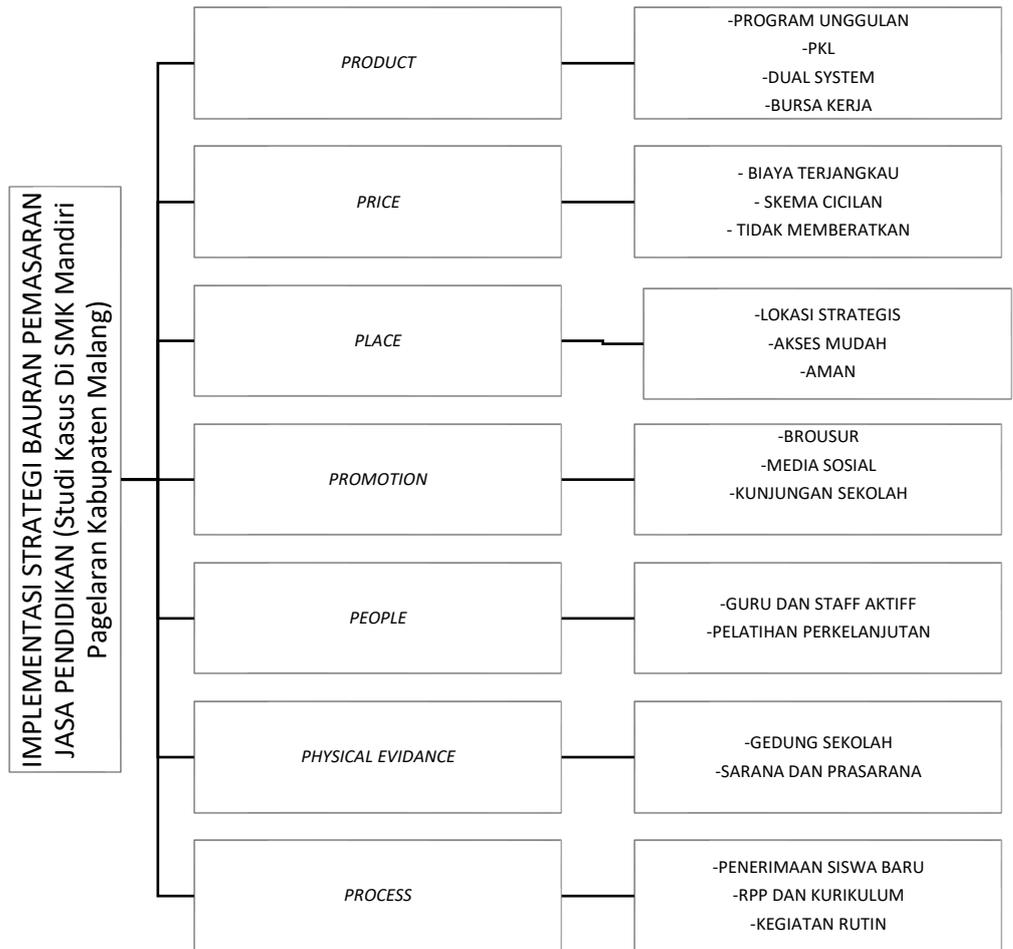
Menyediakan akses terhadap bahan bacaan dan referensi guna menunjang pembelajaran siswa.

3) Sistem Informasi Akademik

Menggunakan teknologi dalam pengelolaan data akademik, termasuk absensi, nilai, dan laporan perkembangan siswa.

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa proses dalam pemasaran jasa pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran telah dirancang secara sistematis guna memberikan layanan pendidikan yang berkualitas. Dengan penerapan proses yang efektif, sekolah mampu menciptakan lulusan yang kompeten dan siap bersaing di dunia kerja. Namun, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam pengembangan infrastruktur dan integrasi teknologi dalam pembelajaran dan layanan akademik. Upaya peningkatan yang berkelanjutan diharapkan dapat menjadikan SMK Mandiri Pagelaran sebagai lembaga pendidikan vokasi yang unggul dan mampu beradaptasi dengan dinamika perkembangan dunia industri.

BAGAN HASIL PENELITIAN



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Produk pendidikan yang ditawarkan tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga pada keterampilan dan kesiapan kerja siswa. Dengan berbagai program unggulan seperti Teknik Kendaraan Ringan Otomotif, Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran, Praktik Kerja Lapangan, Kunjungan Industri, Dual System, dan Bursa Kerja Khusus, SMK Mandiri Pagelaran berupaya memberikan layanan pendidikan yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi. Program-program ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar kerja dan memberikan prospek masa depan yang cerah bagi lulusannya. Dengan demikian, SMK Mandiri Pagelaran mampu meningkatkan daya tariknya sebagai lembaga pendidikan yang unggul dan terpercaya dalam mencetak lulusan yang siap bersaing di dunia industri.
2. *Price* (Harga), strategi harga di SMK Mandiri Pagelaran dirancang dengan mempertimbangkan aspek biaya operasional, nilai layanan, serta daya saing di sektor pendidikan. Dengan menetapkan biaya pendidikan sebesar Rp 3.500.000 per tahun tanpa SPP bulanan, namun dengan infaq bulanan Rp 50.000, sekolah memberikan fleksibilitas keuangan bagi orang tua siswa. Pendekatan ini sejalan dengan strategi harga berbasis biaya dan nilai, yang memastikan bahwa kualitas pendidikan tetap terjaga melalui fasilitas yang

memadai, tenaga pengajar yang kompeten, serta program pembelajaran yang mendukung pengembangan siswa. Persepsi orang tua dan siswa terhadap harga yang ditetapkan juga menunjukkan bahwa biaya yang dikenakan masih terjangkau dan sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Oleh karena itu, strategi harga yang diterapkan oleh SMK Mandiri Pagelaran tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan sekolah, tetapi juga meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan dalam jasa pendidikan..

3. *Place* (Tempat), faktor lokasi memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan daya tarik sekolah bagi calon siswa. Aksesibilitas yang mudah, visibilitas tinggi, kondisi lalu lintas yang mendukung, serta lingkungan yang aman dan nyaman menjadi keunggulan utama sekolah ini. Selain itu, ketersediaan fasilitas pendukung dan potensi ekspansi di masa depan semakin memperkuat daya saing SMK Mandiri Pagelaran di tengah persaingan dengan sekolah lain. Dengan lokasi yang strategis dan strategi pemasaran yang efektif, sekolah ini mampu menarik lebih banyak siswa dan terus berkembang sebagai institusi pendidikan kejuruan yang unggul di wilayahnya.
4. *Promotion* (Promosi), SMK Mandiri Pagelaran secara aktif mengomunikasikan keunggulan dan program pendidikannya melalui berbagai saluran, baik cetak maupun digital, serta membangun hubungan strategis dengan institusi pendidikan lain. Sesuai dengan teori Philip Kotler, promosi yang dilakukan tidak

hanya bertujuan untuk menginformasikan, tetapi juga membujuk dan mengingatkan calon siswa serta orang tua mengenai nilai lebih yang ditawarkan sekolah. Keunggulan dalam program kejuruan seperti OTKP dan TKRO menjadi daya tarik utama yang diperkuat dengan promosi berbasis prestasi dan kesiapan kerja lulusan. Dengan strategi bauran promosi yang komprehensif dan berorientasi pada kebutuhan pasar, SMK Mandiri Pagelaran berhasil meningkatkan daya saingnya sebagai institusi pendidikan kejuruan yang unggul dan berorientasi pada kebutuhan industri.

5. *People* (Orang), khususnya dalam aspek *People* (orang), berperan krusial dalam meningkatkan mutu layanan pendidikan. Tenaga pendidik dan staf kependidikan di sekolah ini telah memenuhi standar kompetensi dengan kualifikasi yang memadai, kinerja yang terukur, serta pendekatan inovatif dalam pembelajaran. Evaluasi berkala menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari siswa dan orang tua, sementara penerapan metode pembelajaran berbasis teknologi serta program pengembangan siswa semakin memperkuat daya saing lulusan. Keberlanjutan kualitas sumber daya manusia ini bergantung pada upaya sekolah dalam memberikan pelatihan berkelanjutan, sehingga diharapkan SMK Mandiri terus berinovasi untuk menjaga dan meningkatkan mutu pendidikan di masa mendatang.
6. *Physical evidence* memainkan peran krusial dalam strategi bauran pemasaran jasa pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran, terutama

dalam menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan berkualitas. Dengan tersedianya fasilitas yang lengkap dan memadai, seperti ruang kelas yang terawat, laboratorium komputer yang modern, lapangan olahraga, musholla, UKS, perpustakaan, serta fasilitas praktik untuk jurusan tertentu, sekolah dapat meningkatkan pengalaman belajar siswa sekaligus memperkuat citra positifnya di mata masyarakat. Upaya evaluasi dan pengembangan yang dilakukan secara berkelanjutan, seperti renovasi ruang kelas, pengadaan peralatan baru, serta peningkatan akses ke sumber belajar digital, menjadi langkah strategis untuk mempertahankan daya saing sekolah sebagai institusi pendidikan vokasi yang unggul.

7. *Process* (Proses), analisis proses dalam pemasaran jasa pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran, dapat disimpulkan bahwa sistem penerimaan peserta didik baru, kegiatan belajar mengajar, serta layanan akademik dan administrasi telah dirancang secara sistematis untuk memberikan pengalaman pendidikan yang optimal. Dengan integrasi antara teori dan praktik, sekolah mampu mencetak lulusan yang kompeten dan siap bersaing di dunia kerja. Namun, tantangan seperti keterbatasan sarana praktik, digitalisasi layanan akademik, dan peningkatan kompetensi guru masih perlu diperhatikan. Oleh karena itu, upaya perbaikan yang berkelanjutan melalui penguatan infrastruktur, inovasi pembelajaran, dan kerja sama dengan industri menjadi langkah strategis untuk meningkatkan kualitas layanan pendidikan di SMK Mandiri Pagelaran.

B. Saran

Sebagai langkah tindak lanjut dari penelitian ini, disarankan agar SMK Mandiri Pagelaran terus melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran jasa pendidikan yang telah diterapkan. Pengembangan infrastruktur, pemanfaatan teknologi dalam pembelajaran, serta peningkatan layanan akademik harus menjadi prioritas agar daya saing sekolah semakin meningkat. Selain itu, kolaborasi dengan industri dan dunia usaha perlu diperluas guna memastikan lulusan memiliki keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja.

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi strategi pemasaran berbasis digital yang lebih efektif dalam menjangkau calon siswa. Dengan demikian, SMK Mandiri Pagelaran dapat terus berinovasi dalam menciptakan layanan pendidikan yang unggul dan adaptif terhadap perubahan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Wahyu, and Andry Herawati, 'Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)', *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*, 2.2 (2018)
- Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, and Yayan Sofyan, 'Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi', *Manajemen Strategik Teori Dan Imlementasi*, 2020, 177
- Aurellia, Anindya Farah, and Mochamad Arief Firman Nurdin, 'Bauran Pemasaran Pada Nupolos Distro Kota Sukabumi', in *SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi Dan Riset Terapan)*, 2023, v, 227–35
- David, Fred R, *Strategic Management: Concepts and Cases* (Prentice hall, 2011)
- Effendi, Nur Ika, Mumuh Mulyana, Ari Apriani, Andry Stepahnie Titing, Hari Nugroho, Denta Purnama, and others, *Strategi Pemasaran* (Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Fadilah, Nur, 'Pengertian, Konsep, Dan Strategi Pemasaran Syari'ah', *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1.2 (2020), 194–211
- Fadlilah, Azizah Nurul, and Saidah Masfiah, 'Implementasi Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Tk Al Huda Kota Malang', *Journal Evaluasi*, 5.1 (2021), 94
- Faizin, Imam, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah', *Madaniyah*, 7.2 (2017), 261–83
- Fakhrudin. S, Mokh., Agus Eko Sujianto, and Prim Masrokan Mutohar, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Islam Transformatif Di MTs Diponegoro Plandaan Jombang', *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 12.2 (2023), 352–66
- Fandy, Tjiptono, and Chandra Greforius, 'Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)', *Yogyakarta: Andi*, 2016, 32
- Fatimah, Choiriah Fitri, 'Strategi Bauran Pemasaran Pendidikan Dalam Menarik Minat Peserta Didik Baru Di MAN 2 Madiun', *Doctoral Dissertation, IAIN Ponorogo*, 2023
- Hasthanti, Sri Walji, 'Bauran Marketing Jasa Pendidikan Sekolah Dasar Muhammadiyah', *Manajemen Pendidikan*, 13.2 (2019), 190–203
- Kuncoro, Mudrajad, *Strategi Meraih Keunggulan Kompetitif Di Era Industri 4.0* (Penerbit Andi, 2020)
- Luckyardi, Senny, 'Analisis Produk, Promosi, Harga, Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Komputer Indonesia' (Univesitas Komputer Indonesia, 2020)

- Moleong, Lexy J, 'Metode Penelitian Kualitatif, Cetakan Keempatbelas', *Bandung: PT Remaja Rosdakarya (Anggota IKAPI)*, 2001
- Nofirda, Fitri Ayu, and Perengki Susanto, 'Manajemen Pemasaran', 2024
- Nurdiana, Nurris Sa'adah Saputri, 'Pengembangan Minat Dan Bakat Peserta Didik Melalui Kegiatan Ekstrakurikuler', *Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2.2 (2021), 172–87
- Pattia, Ghea, and Djujur Luciana Radjagukguk, 'Strategi Manajemen Redaksi RadarDepok. Com Dalam Menghadapi Persaingan Di Era Digitalisasi', *Populis: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5.1 (2021), 130–38
- Rachmawati, Rina, 'Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)', *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2.2 (2011)
- Rahardjo, Mudjia, 'Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya', 2017
- Rahman, Abd, and Abdul Muin, 'Aspek Sumber Daya Manusia Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan', *Indopedia (Jurnal Inovasi Pembelajaran Dan Pendidikan)*, 1.4 (2023), 1457–67
- Rambat Lupiyoadi, H, 'Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta', *Penerbit Salemba*, 2006
- Sanjaya, H Wina, 'Penelitian Pendidikan, Jenis, Metode Dan Prosedur', 2019
- Setiawati, Fenty, 'Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan', *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, 30.1 (2020), 57–66
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: ALFABETA, CV., 2009)
- Suharsimi, Arikunto, 'Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rev. Ed', *Jakarta: Rineka Cipta*, 2010
- Ulum, Miftachul, 'Konsep Pemasaran Lembaga Pendidikan Dalam Pandangan Syariah', *Madinah: Jurnal Studi Islam*, 5.2 (2018), 30–42
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
- Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bumi Aksara, 2022)
- Winarti, Endah, 'Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Terhadap Pembentukan Image Dan Keputusan Memilih PTAIN: Kajian Di UIN Di Jawa Timur' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2014)
- Yasin, Muhamad, 'Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan Di Sdit Sabilul Huda Kota Cirebon' (S2 MPI IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022)
- Zeithaml, Valarie A, Mary Jo Bitner, and Dwayne D Gremler, *Services Marketing:*

Integrating Customer Focus across the Firm (McGraw-Hill, 2018)

- Alma, Buchari, and Ratih Hurriyati, 'Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan', *Bandung: Alfabeta*, 2008, p154
- Amalia, Alfi, Oktori Kiswati Zaini, Sri Hidajati Ramdani, and Antar MT Sianturi, 'ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PEMILIHAN SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI KECAMATAN PURWAKARTA (Studi Kasus SMP Full Day Al-Muhajirin Purwakarta)', *Jurnal Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 2020, 1–19
- Caniago, Aspizain, 'Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Lentera Bisnis*, 11.3 (2022), 219
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, and Sofiana Jelita, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen', *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1.4 (2023), 68–81
- Fendy Hariatama, 'Analisis SWOT Terhadap Pelaksanaan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Lembaga Pendidikan Prima Mandiri Utama Palangka
- Kotler, Philip, *Marketing Management: The Millennium Edition* (Prentice Hall Upper Saddle River, NJ, 2000), CXCIX
- Lupiyoadi, Rambat, and Ahmad Hamdani, 'Manajemen Pemasaran Jasa', *Language*, 18.298p (2006), 26cm
- Manap, Abdul, Indra Sani, Sudirman Acai, Noviany Henny, Taher Rambe, Muhammad, Raflina Rina, and others, *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar Dan Strategi)*, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2021
- Novitawati, Retno Ayu Dewi, Budi Prihatminingyan, and Imansyah, 'JISIP : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Email : Retta111171@gmail.Com ; Imanprasta248@gmail.Com Berbisnis Sekarang Semakin Lama Semakin Sengit , Berbagai Perusahaan Bekerja Keras Agar Tetap Bisa Bersa', *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 8.4 (2019), 175–80
- Pujiharti, E S, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Di Smp Islam Muqorrobin Singosari Malang'
- Rahmaini, Siti, *Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri, Thesis*, 2022
- Revisika, and Dian Indriyani, 'Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Manokwari Papua Barat', *Jurnal DINAMIS*
- Sahril, M, Hendra Riofita, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim, 'PENDIDIK
- Tandijaya, Trixie Nova Bella, 'Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Behavioral Intentions Dengan Perceived Value Dan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Pendidikan Tinggi', *Jurnal Manajemen Pemasaran*>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
JalanGajayana 50, Telepon (0341) 552398 Faximile (0341) 552398 Malang
[http:// fitk.uin-malang.ac.id](http://fitk.uin-malang.ac.id). email : fitk@uin_malang.ac.id

Nomor : 1098/Un.03.1/TL.00.1/03/2025 24 Maret 2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada

Yth. Kepala SMK Mandiri Pagelaran
di
Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa penyusunan skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, kami mohon dengan hormat agar mahasiswa berikut:

Nama : Ma'rifatul Fi'liyah
NIM : 200106110071
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Semester - Tahun Akademik : Genap - 2024/2025
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran Jasa Pendidikan (Studi Kasus di SMK Mandiri Pagelaran)
Lama Penelitian : Maret 2025 sampai dengan Mei 2025 (3 bulan)

diberi izin untuk melakukan penelitian di lembaga/instansi yang menjadi wewenang Bapak/Ibu.

Demikian, atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu yang baik di sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Afd. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
Dekan
Muhammad Walid, MA
19730823 200003 1 002

Tembusan :

1. Yth. Ketua Program Studi MPI
2. Arsip

2. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

**YAYASAN CAHAYA MULIA MANDIRI**
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
“SMK MANDIRI”
☑Teknik Kendaraan Ringan Otomotif ☑Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran
Terakreditasi “ B “ **NPSN :69967295**
Jl. Imam Bonjol No.70 Banjarejo Pagelaran Malang 65174, ☎ 085102356901 ✉ smkmandiri01@gmail.com

SURAT KETERANGAN
No. 087/SMK.M-PP/VI/2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

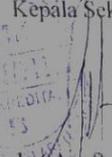
Nama : Ian Agafta, S.T., M.Tr.T.
NUKS : -
Jabatan : Kepala Sekolah
Instansi : SMK MANDIRI

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : MA'RIFATU FILLIYAH
NIM : 200106110071
Program studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Instansi : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian di SMK Mandiri Pagelaran Malang, pada tanggal 06 Februari 2025 s/d 15 Maret 2025 dengan judul **“Strategi Bauran Pemasaran jasa Pendidikan (studi kasus di smk mandiri Pegalaran”**.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang 15 April 2025
Kepala Sekolah

Ian Agafta, S.T., M.Tr.T.



3. Instrumen Observasi

Indikator	Item
Product	<ol style="list-style-type: none">1. Program Unggulan sekolah2. Mutu Pendidikan3. Prospek Mendapatkan Pekerjaan
Place	<ol style="list-style-type: none">1. Kemudahan Akses ke Lokasi Lembaga Pendidikan2. Keamanan Lingkungan Sekitar Sekolah3. Tempat parkir yang luas dan aman4. Luas Area atau Ruang Sekolah
Price	<ol style="list-style-type: none">1. Harga yang Kompetitif2. Kesesuaian Harga dengan Harga Pasar3. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
Promotion	<ol style="list-style-type: none">1. Media cetak2. Media online3. Kunjungan4. Target Promosi yang Tepat
People	<ol style="list-style-type: none">1. Tenaga Pendidik dan Kependidikan2. Peserta Didik
Physical Evidence	<ol style="list-style-type: none">1. Kelengkapan Sarana serta Prasarana2. Kenyamanan Ruang Kelas
Process	<ol style="list-style-type: none">1. Proses Pembelajaran2. Kesesuaian Kurikulum3. RPP

4. Lembar Wawancara

INSTRUMEN PEDOMAN WAWANCARA

Informan : Kepala Sekolah, Penanggung jawab PPDB, Ketua TU

No	Aspek Bauran Pemasaran	Pertanyaan
1	Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja program Unggulan atau jurusan yang ditawarkan di sekolah ini? 2. Bagaimana sekolah merancang kurikulum agar sesuai dengan dunia kerja?
2	Price	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana penetapan biaya pendidikan di sekolah ini?
3	Place	<ol style="list-style-type: none"> 1. Seberapa strategiskah lokasi sekolah menurut Bapak/Ibu?
4	Promotion	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja strategi promosi yang digunakan untuk menarik siswa baru? 2. Media promosi apa yang paling efektif menurut pengalaman sekolah?
5	People	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses rekrutmen guru dan tenaga kependidikan di sekolah ini? 2. Apa strategi sekolah dalam meningkatkan kompetensi tenaga pengajar?
6	Physical Evidence	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah untuk mendukung pembelajaran?
7	Process	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana alur layanan pendidikan dari pendaftaran hingga kegiatan belajar? 2. Apakah sekolah melakukan evaluasi layanan secara berkala? Bagaimana caranya?

Informan : Wali Murid

No	Pertanyaan
1	Apa alasan Bapak/Ibu memilih sekolah ini untuk anak Anda?
2	Bagaimana pendapat Bapak/Ibu tentang biaya pendidikan di sekolah ini?
3	Apakah lokasi sekolah menjadi pertimbangan dalam memilih sekolah?
4	Bagaimana Bapak/Ibu mengetahui informasi tentang sekolah ini?

5	Bagaimana Bapak/Ibu menilai kualitas tenaga pendidik di sekolah ini?
6	Apakah sarana dan prasarana di sekolah cukup mendukung menurut Bapak/Ibu?

Informan : Wali Murid

No	Pertanyaan
1	Menurutmu, bagaimana kualitas pembelajaran di sekolah ini?
2	Apakah menurutmu biaya pendidikan di sini terjangkau?
3	Apakah lokasi sekolah mudah dijangkau dari rumahmu?
4	Darimana kamu pertama kali tahu tentang sekolah ini?
5	Bagaimana pendapatmu tentang sikap guru dan staf di sekolah ini?
6	Menurutmu, apakah fasilitas sekolah mendukung kegiatan belajar?
7	Bagaimana pengalamanmu selama mengikuti proses belajar di sini?

5. Foto Hasil Dokumentasi

1) Product

	
Kegiatan Praktik Siswa OTKP	Kegiatan Praktik Siswa OTKP
	
Kunjungan Industri	Tes Kerja
	
Program Dual System TKRO	Program Dual System OTKP

2) Price

No	Komponen Biaya	Perkiraan Biaya (Rp)	Keterangan
Biaya Pendaftaran (paket)			
1	Biaya Gedung / Pengembangan Sarana	1.000.000	Untuk pembeaan fasilitas sekolah
2	Seragam Sekolah (5 stel)	850.000	
3	Atribut Sekolah (Topi, dasi, badge, sabuk)	150.000	Perlengkapan wajib siswa baru
4	Kegiatan MOS / MPLS	100.000	
5	Perlengkapan Praktik Awal (TKRO/OTKP)	400.000	Termasuk konsumsi, perlengkapan dan kegiatan pembinaan siswa baru
6	Dana Administrasi & Data Siswa Baru	100.000	
7	Lain-lain (dokumentasi, kebersihan, dll)	100.000	
8	Total Biaya Pendaftaran (paket)	3.500.000	Sekali bayar, bisa dicicil
Infak Bulanan		Rp 50.000	

Rincian biaya pendidikan di smk mandiri pagelaran

3) Promotion



Brousur

Spanduk

4) Bukti Fisik

	
<p>Gedung Sekolah</p>	<p>Ruang Kelas</p>
	
<p>Bengkel Praktik</p>	<p>Lab Computer</p>
	
<p>Finger Print</p>	<p>Musholla</p>

PROGRAM PENGUATAN KOMPETENSI TKRO

3.8. Program Penguatan Kompetensi

K13 SMK MANDIRI, Teknik Kendaraan Ringan Otomotif

76

Kompetensi keahlian Teknik Kendaraan Ringan Otomotif SMK Mandiri untuk meningkatkan kompetensi siswa bekerja sama dengan bengkel-bengkel mobil di sekitar kecamatan Gondanglegi dan Kecamatan Pagelaran, adapun kerja sama yang dilakukan:

- a) Melaksanakan sinkronisasi kompetensi yang ada disekolah (dari PSMK) dengan kompetensi yang dibutuhkan Iduka Bengkel-bengkel mobil;
- b) Mendatangkan teknisi mobil ke sekolah (guru tamu) untuk mengajar teknik mobil dan *sharing* pengalaman selama bekerja di Iduka Mobil dan mengelola bengkel mobil;
- c) Menyesuaikan dan melengkapi bengkel sekolah sesuai peralatan bengkel mobil di Iduka mobil;
- d) Tempat Pratek kerja Lapangan (PKL) siswa selama 6 bulan;
- e) Menerima siswa untuk bekerja di bengkel mobil sesuai kebutuhan.

Adapun hasil sinkronisasi dengan Iduka mobil sebagai Berikut:

a) Kompetensi yang dibutuhkan Iduka mobil:

- Perawatan mesin bagian atas
- Perawatan berkala (*tune Up*)
- Sistem Pendingin
- Sistem Gas Buang
- Sistem Bahan bakar karburator
- Perbaikan engine berikut komponennya
- Transmisi Manual
- Transmisi Otomatis
- Kopling Manual
- Kopling Otomatis
- Perbaikan Rem

b) Alur Pekerjaan di Iduka mobil

- **Front desk** menerima *costumer* kemudian membuat perintah kerja bengkel (PKB)
- Dikerjakan SA (*Service Advisor*)
- PKB diambil mekanik
- Pengerjaan motor (tergantung PKB)
- Penggantian sparepart mekanik konsumsi *Service Advisor*
- *Service Advisor* memanggil *costumer*
- Konsumen OK
- *Service Advisor* ke mekanik

K13 SMK MANDIRI, Teknik Kendaraan Ringan Otomotif

77

- Mekanik ke PIC part
- Dikerjakan mekanik
- Selesai
- final cek
- Cck OK, cuci mobil
- **kasir**

c) Kebutuhan tenaga kerja di Iduka Mobil

- *Service Advisor*
- *Front Desk*
- Mekanik Kebutuhan
- PIC part
- *Vinal Check* (mekanik senior)
- Kasir

d) Iduka bengkel mobil yang bekerja sama dengan SMK Mandiri:

- Ian Motor
- Fadil Motor
- Didik Motor
- Sutris Motor
- Eka Motor
- Mandiri Motor
- Yuli Motor

PROGRAM PENGUATAN KOMPETENSI OTKP

3.8. Program Penguatan Kompetensi

Kompetensi keahlian Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran SMK Mandiri untuk meningkatkan keahlian Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran SMK Mandiri untuk meningkatkan kompetensi siswa bekerjasama dengan kantor-kantor di sekitar kecamatan Gondanglegi dan Kecamatan Pagelaran, adapun kerja sama yang dilakukan:

- a) Melaksanakan sinkronisasi kompetensi yang ada disekolah (dari PSMK) dengan kompetensi yang dibutuhkan Iduka kantor;
- b) Mendatangkan guru tamu untuk mengajar teknisi pengarsipan surat;
- c) Menyesuaikan dan melengkapi lab teknologi perkantoran sekolah sesuai peralatan kantor di Iduka;
- d) Tempat Pratek kerja Lapangan (PKL) siswa selama 6 bulan.

Adapun hasil sinkronisasi dengan Iduka Kantor sebagai Berikut:

- a) Kompetensi yang dibutuhkan Iduka kantor:
 - Semangat berprestasi untuk mencapai target kerja (*Achievement to work*)
 - Teliti dan punya perhatian terhadap tugas kerja (*Concern for order*)
 - Proaktif (*Initiative*)
 - Punya keingin tahun tinggi (*Information seeking*)
 - Berempati terhadap orang lain (*Interpersonal understanding*)
 - Berorientasi kepada pelanggan (*Customer service orientation*) *bila perusahaan bergerak di jasa pelayanan
 - Kemampuan komunikatif yang diplomatis dan persuasive (*Communicative – impact and influence*)
- b) Alur Pekerjaan di Iduka kantor:
 - Front desk** menerima *costumer* kemudian membuat perintah kerja kantor (PKK)
 - Dikerjakan admini (*Service Advisor*)
 - Mengerjakan permintaan *costumer* (tergantung PKK)
 - Costumer* OK
 - Selesai
 - Final cek
 - kasir**
- c) Kebutuhan tenaga kerja di Iduka kantor:
 - Sekertaris junior
 - Petugas administrasi

- Petugas kearsipan
 - Petugas perpustakaan
 - Resepsionis
 - Operator telepon
 - Juru ketik
- d) Iduka Kantor yang bekerjasama dengan SMK Mandiri:
 - Kecamatan pagelaran
 - Kecamatan gondanglegi
 - Kantor notaris
 - Balai desa kanigoro
 - Balai desa Brongkal
 - Balai desa wandanpuro
 - UPTD wandanpuro

Dokumentasi Wawancara

 A man in a batik shirt and a woman in a hijab are sitting at a table, looking at documents together. The background shows a cabinet and some office supplies.	 A woman in a hijab and a man in a patterned shirt are sitting on a bench, looking at a document. A sign on the wall behind them reads 'SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN SMK MANDIRI'.
<p>Wawancara Bersama dengan Kepala Sekolah SMK Mandiri Pagelaran</p>	<p>Wawancara Bersama dengan penanggung jawab PPDB</p>
 Two women in hijabs are sitting at a desk, looking at a document. A sign on the wall behind them reads 'SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN SMK MANDIRI'.	 A woman in a hijab and a woman in a blue school uniform are sitting at a table, looking at a document.
<p>Wawancara Bersama dengan Ketua TU</p>	<p>Wawancara Bersama dengan Nabila</p>
 A woman in a hijab and a man in a blue shirt are sitting at a desk, looking at a document. The background shows a classroom setting with desks and chairs.	 A man in a blue shirt and a woman in a hijab are sitting on the floor, looking at a document. Below this image is another photo of two women in hijabs sitting on the floor, looking at a document, with a large potted plant in the foreground.
<p>Wawancara Bersama dengan Dio</p>	<p>Wawancara Bersama Dengan Wali murid</p>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ma'rifatul Fi'liyah

Tempat/Tanggal ahir : Malang, 19 Oktober 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Jl. Diponegoro RT 34, RW 04 Pagelaran Malang

Email : marifatulfiliya@gmail.com

No. Hp : 085608318157

Riwayat Pendidikan :

1. MI Mambaul Ulum Sumber Gempol : 2008-2014
2. MTS Mambaul Ulum Sumber Gempol : 2014-2017
3. SMK Mandiri Pagelaran : 2017-2020
4. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang S-1: 2020-2025