

STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENDEKATAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP) PADA SMK BUDI UTOMO 1 WAY JEPARA LAMPUNG TIMUR

Muhammad Yasir Amin¹⁾, Bambang Suhada²⁾, Marhaban Sigalingging³⁾

aminyasir864@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Metro

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang paling tepat untuk SMK Budi Utomo 1 Way Jepara Lampung Timur diantara market development strategy (MDS), product development strategy (PDS), brand image strategy (BIS), dan market penetration strategy (MPS) menggunakan pendekatan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Budi Utomo 1 Way Jepara telah menerapkan strategi pemasaran pendidikan yang cukup baik, beberapa program dan pelayanan yang ditawarkan dapat menarik selera dan minat masyarakat, kegiatan promosi yang dilakukan sekolah berjalan cukup baik dan dikelola secara terpusat oleh pihak yayasan dan dibantu oleh kepala sekolah. Berdasarkan AHP terhadap 4 komponen pemasaran pada SMK Budi Utomo 1 Way Jepara didapatkan komponen faktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran adalah akreditasi sekolah dengan nilai priority vector sebesar 0,35. Komponen aktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran adalah peserta didik dengan nilai priority vector sebesar 0,36. Komponen tujuan terbaik untuk meningkatkan pemasaran adalah mencetak lulusan yang berkualitas dengan nilai priority vector sebesar 0,33. Dan komponen alternatif strategi terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah *Product Development Strategy* (PDS) dengan nilai priority vector sebesar 0,37.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, AHP.

ABSTRACT

This research aims to analyze the most appropriate marketing strategy for Budi Utomo 1 Way Jepara East Lampung Vocational School between market development strategy (MDS), product development strategy (PDS), brand image strategy (BIS), and market penetration strategy (MPS) using the approach *Analytical Hierarchy Process* (AHP). The method used in this research is qualitative. Data collection in this research was interviews, observation, and document study. The data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of the research show that Budi Utomo 1 Way Jepara Vocational School has implemented a fairly good educational marketing strategy, several programs and services offered

can attract the tastes and interests of the community, promotional activities carried out by the school are running quite well and are managed centrally by the foundation and assisted by the headmaster. Based on AHP on the 4 marketing components at Budi Utomo 1 Way Jepara Vocational School, it was found that the best factor component for improving marketing was school accreditation with a priority vector value of 0.35. The best actor component for improving marketing is students with a priority vector value of 0.36. The best objective component for improving marketing is producing quality graduates with a priority vector value of 0.33. The best alternative strategy component to improve marketing at Budi Utomo 1 Way Jepara Vocational School is Product Development Strategy (PDS) with a priority vector value of 0.37.

Keywords: strategy, marketing, AHP.

I. PENDAHULUAN

Persaingan di bidang pendidikan memaksa setiap administrator untuk mengimplementasikan strategi pemasaran yang efisien dan efektif. Ini membutuhkan konsep pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, strategi pemasaran untuk layanan pendidikan menjadi krusial, terutama di era globalisasi di mana persaingan telah merambah ke segala aspek kehidupan.

Persaingan ini juga relevan dalam ranah pendidikan, meskipun lembaga-lembaga tersebut tidak bertujuan mencari profit. Pengelolaan mereka tidak dapat mengandalkan cara-cara konvensional; mereka memerlukan keahlian khusus agar produk pendidikan yang dihasilkan memiliki daya saing global yang tinggi. Saat ini, paradigma terhadap pendidikan sedang berubah. Jika sebelumnya pendidikan dipandang sebagai aspek sosial, kini pendidikan dilihat sebagai entitas korporat (Zainal, 2014:20).

Menurut Wijaya (2016: 48), pemasaran adalah “sebuah proses sosial di mana individu dan kelompok memperoleh barang dan layanan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dan jasa yang memiliki nilai dengan pihak lain. Dalam

konteks jasa pendidikan, tujuan pemasaran adalah untuk memahami dan mengenali dengan baik kebutuhan dan keinginan pelanggan jasa pendidikan sehingga produk atau layanan pendidikan tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka dan mampu memasarkan dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran jasa pendidikan harus menghasilkan pelanggan jasa pendidikan yang siap membeli, dan langkah selanjutnya adalah menyediakan produk atau layanan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Alma (2019:42), strategi pemasaran merupakan rangkaian program yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan target pasar dan memuaskan konsumen melalui kombinasi elemen dari bauran pemasaran, yaitu produk, distribusi, dan harga. Strategi pemasaran adalah suatu rencana yang merinci harapan perusahaan terhadap dampak berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar yang dituju. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, karena setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda terhadap permintaan. Oleh karena itu, diperlukan

suatu mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran tersebut agar dapat sejalan dan terintegrasi secara sinergis. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran.

Beberapa strategi pemasaran yang ada diantaranya yaitu *market development strategy* (MDS), *product development strategy* (PDS), *brand image strategy* (BIS), dan *market penetration strategy* (MPS). Menurut Philip Kotler, seorang ahli pemasaran terkenal, market development strategy melibatkan upaya untuk memasuki pasar baru dengan produk atau layanan yang sudah ada.” Diantara banyaknya strategi pemasaran tidak semuanya cocok di terapkan untuk pemasaran di SMK Budi Utomo Way Jepara, untuk itu perlu di analisis manakah strategi pemasaran yang terbaik. Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah salah satu cara untuk memilih strategi pemasaran yang efektif. Prinsip dasarnya adalah menyederhanakan persoalan kompleks, strategis, dan dinamis menjadi bagian-bagian yang terorganisir dalam suatu hierarki. AHP dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970-an sebagai model pengambilan keputusan dan perencanaan strategis. Model ini memungkinkan penentuan prioritas atas alternatif pilihan berdasarkan proses analitis yang terstruktur dan bertingkat atas variabel keputusan. AHP membantu dalam kerangka berpikir manusia dengan mengoptimalkan faktor logika, pengalaman, pengetahuan, emosi, dan rasa ke dalam suatu proses sistematis.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang merupakan suatu metode penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan

kenyataan secara detail, menggunakan kata-kata. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, yang merupakan prosedur untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan keadaan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang ada.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling untuk menentukan sampel. Teknik ini dilakukan dengan sengaja memilih informan atau narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan yang relevan dengan tema penelitian, sehingga dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Populasi pada penelitian ini terdiri dari 284 peserta didik, 284 orang wali murid, 9 anggota komite, dan 1 orang pengawas di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara Lampung Timur pada tahun ajaran 2023/2024, dengan total jumlah populasi sebanyak 584 orang. Sedangkan sampelnya yaitu 5 orang dari komite sekolah, 1 Orang dari Pengawas Yayasan dan 6 orang dari wali murid kelas X, XI dan XII, sampel sebanyak 14 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, dokumentasi dan kuisisioner.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Pendidikan di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

a. *Target Market Strategy*

Sekolah perlu menetapkan target pasar yang akan dikejar, karena tidak ada sekolah yang dapat menyelenggarakan semua program pendidikan yang luas untuk memenuhi semua kebutuhan pelanggan jasa Pendidikan. Oleh karena itu, langkah pertama yang harus dilakukan oleh sekolah adalah menentukan dengan cermat strategi pasar sasaran untuk mengetahui program pendidikan mana yang sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan masyarakat. “Berdasarkan informasi yang diperoleh, berikut adalah potensi pasar yang dapat dikategorikan oleh SMK Budi Utomo 1 Way Jepara:

Segmentasi Demografi

Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara menerima peserta didik mulai dari kelas 10 yang dimulai dari usia 16 tahun, lalu untuk kelas 11 dimulai dari usia 17 tahun, dilanjut untuk kelas 12 dimulai dari usia 17-18 tahun. Dari semua rombongan belajar yang tersedia tersebut baik peserta didik laki-laki maupun perempuan dijadikan dalam satu kelas sesuai dengan jurusan yang dipilih oleh peserta didik.

Segmentasi Geografi

Alasan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara memilih untuk mendirikan sekolah di daerah Braja Sakti karena banyak warga dari berbagai arah sering lalu Lalang dan juga ada beberapa perumahan yang dimana setiap perumahan pasti harus ada sarana pendidikan. Pada saat ini di daerah Braja Sakti sekolah yang berdiri hanya SMK Budi Utomo 1 Way Jepara sendiri. Sekolah memikirkan ada kemungkinan timbulnya antusias para masyarakat jika mendirikan sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dengan alasan sekolah merasa lebih unggul secara fasilitas sarana dan prasarana dengan biaya yang tidak beda jauh dengan sekolah sederajat lain.

Segmentasi Psikografi

Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara mengamati bahwa saat anak-anak memasuki usia remaja menuju dewasa, mereka cenderung lebih mandiri dalam menentukan tujuan dan arah masa depan mereka, termasuk dalam memilih sekolah yang sesuai dengan keinginan mereka. Sebagian orang tua juga khawatir jika anak-anak mereka harus bersekolah jauh dari rumah. Sebaliknya, jika anak masih dalam usia dini, para orang tua lebih

cenderung untuk memilih sekolah yang terdekat dan memiliki kualitas pendidikan yang baik. Banyak orang tua memilih opsi sekolah terdekat untuk kenyamanan dan keamanan anak-anak mereka. Kesadaran tinggi masyarakat sekitar akan pentingnya pendidikan, baik pada usia dini maupun remaja, juga menjadi faktor penting dalam menentukan kebutuhan pasar bagi sekolah tersebut.

Segmentasi Manfaat

SMK Budi Utomo 1 Way Jepara menjalankan analisis pasar dengan menggali keinginan serta kebutuhan orang tua peserta didik. Dengan demikian, sekolah dapat menyediakan layanan dan program yang sesuai dengan tahapan perkembangan peserta didik, tanpa membedakan latar belakang etnis atau kelas sosial mereka. Dengan melakukan segmentasi manfaat seperti ini, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dapat memberikan pelayanan yang lebih personal dan efektif sesuai dengan kebutuhan dan potensi setiap peserta didik.

b. Strategi Pemasaran yang Terbuka dan Luas

Walaupun persaingan antara SMA/SMK baik negeri maupun swasta semakin ketat, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara tetap unggul dalam menyelenggarakan program pendidikan yang lebih superior dibandingkan dengan sekolah-sekolah pesaingnya. Salah satu keunggulannya adalah adanya program Unit Produksi dan Jasa (UPJ) serta Bursa Kerja Khusus (BKK) yang secara konsisten membantu para lulusan untuk ditempatkan di berbagai perusahaan terkemuka di dalam dan luar negeri. Selain itu, fasilitas pembelajaran yang disediakan, seperti perpustakaan, bengkel, laboratorium, ruang praktik, serta kehadiran guru-guru yang berkualitas, mendorong peserta

didik untuk berpikir secara kreatif dan mandiri. Semua ini menciptakan lingkungan belajar yang memadai baik di dalam maupun di luar ruangan, memungkinkan peserta didik untuk berkembang secara holistik.

c. Strategi Ceruk Pasar Dasar

Saat ini, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara telah mengadopsi Kurikulum 2013 sebagai kurikulum standar nasional. Kurikulum ini telah disusun oleh Tim Kurikulum sekolah tersebut dan telah disesuaikan dengan kebutuhan serta potensi peserta didik. Fokus utama dari kurikulum yang diterapkan adalah mempersiapkan peserta didik untuk mengembangkan kemampuan belajar yang dapat diterapkan baik di perguruan tinggi maupun di dunia kerja. Terdapat enam aspek utama yang ditekankan dalam pengembangan kurikulum tersebut, yaitu pengembangan moral dan nilai agama, pengembangan sosial dan emosional, pengembangan bahasa, pengembangan kognitif, pengembangan keterampilan kerja, dan pengembangan fisik.

d. Strategi Ceruk Pasar yang Meningkatkan

Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara belum mengadopsi strategi untuk memperluas pangsa pasar, karena sejak berdirinya sekolah ini belum terjadi perubahan dalam ranah pendidikan. Meskipun demikian, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara tetap mempertahankan statusnya sebagai sekolah menengah kejuruan, tanpa mengubah dirinya menjadi sekolah umum atau sekolah di bidang lain. Fokus utama sekolah tetap pada setiap program pendidikan dan kegiatan ekstrakurikuler yang ditawarkan, serta melakukan inovasi dalam program

kegiatan tahunan yang disesuaikan dengan kurikulum 2013.

e. Strategi Penentuan Posisi Pasar Persaingan (*Competitive Positioning Strategy*)

SMK Budi Utomo 1 Way Jepara, sebagai salah satu dari 8 SMA/SMK/MA di Kecamatan Way Jepara, harus mengupayakan strategi agar tetap diminati oleh calon peserta didik. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat ini, penting bagi SMK Budi Utomo 1 Way Jepara untuk menentukan posisi pasar yang tepat. Identifikasi strategi penentuan posisi pasar persaingan menjadi langkah penting yang harus dilakukan oleh sekolah ini yaitu mengenai perbedaan struktur, perbedaan kurikulum, perbedaan gaya dan metode pembelajaran, perbedaan rentang kemampuan peserta didik, dan perbedaan prestasi peserta didik.

2. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix Strategy*)

a. Produk yang ditawarkan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Dalam upaya untuk menyesuaikan program-program sekolah dan layanan jasa yang ditawarkan dengan kebutuhan serta preferensi calon peserta didik baru, berikut ini beberapa program unggulan yang telah dipersiapkan untuk masyarakat:

Unit Produksi dan Jasa (UPJ)

Unit Produksi dan Jasa (UPJ) di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah fasilitas atau bagian dari SMK yang berfungsi sebagai tempat bagi peserta didik untuk mengembangkan keterampilan praktis dalam bidang produksi dan pelayanan. Tujuan dari UPJ adalah memberikan pengalaman langsung

kepada peserta didik dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka pelajari di kelas ke dunia nyata. UPJ mencakup beberapa program pelatihan atau workshop yang relevan dengan program kejuruan yang ditawarkan oleh SMK Budi Utomo 1 Way Jepara. Diantaranya fasilitas-fasilitas seperti bengkel mekanik, laboratorium, atau ruang simulasi teknologi dan alat praktik semua jurusan.

Bursa Kerja Khusus (BKK)

Bursa kerja khusus di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah suatu acara atau kegiatan yang diselenggarakan oleh SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dengan tujuan memfasilitasi pertemuan antara peserta didik yang akan lulus dengan dunia kerja. Melalui bursa kerja khusus ini, perusahaan atau instansi dapat berinteraksi langsung dengan peserta didik SMK untuk memberikan informasi tentang lowongan pekerjaan, persyaratan rekrutmen, dan kemungkinan karir di berbagai bidang.

Berikut beberapa hal yang terjadi dalam bursa kerja khusus di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara yaitu pameran lowongan pekerjaan, wawancara pekerjaan, presentasi perusahaan, pelatihan *soft skills*, dan penawaran magang.

b. Harga untuk bersekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Proses penetapan harga sekolah dilakukan melalui musyawarah untuk mufakat antara pihak sekolah dan orang tua peserta didik. Pertemuan besar diadakan dengan partisipasi orang tua murid baru di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara untuk menentukan kesepakatan harga. Hasil musyawarah ini dipengaruhi oleh program-program sekolah yang ditawarkan, kemampuan ekonomi wali murid, serta fasilitas yang tersedia di sekolah. Mutu pelayanan dan program

kegiatan sekolah menjadi faktor penentu dalam penetapan harga.

Tabel 1. Rincian Biaya Tahun Ajaran 2023 - 2024 SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

No	Rincian	Nominal
Kelas X		
1	Biaya Pendidikan 1 Tahun	4.250.000
2	Biaya STS dan PAS Ganjil	150.000
3	Biaya STS dan PAS Genap	150.000
4	Kunjungan Industri	1.800.000
Kelas XI		
1	Biaya Pendidikan 1 Tahun	4.100.000
2	Biaya STS dan PAS Ganjil	150.000
3	Biaya STS dan PAS Genap	150.000
4	Prakerind	800.000
Kelas XII		
1	Biaya Pendidikan 1 Tahun	4.100.000
2	Biaya STS dan PAS Ganjil	150.000
3	Biaya STS dan PAS Genap	150.000
4	Kunjungan Industri	850.000

Sumber: Dokumentasi SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

c. Kegiatan Promosi yang dilaksanakan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Periklanan

Brosur digunakan sebagai media cetak untuk mempromosikan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara kepada masyarakat. Brosur disebar sekitar 5 bulan sebelum penerimaan peserta didik baru dan

tersebar di sekitar lingkungan sekolah serta perumahan sekitarnya. Isi brosur mencakup informasi mengenai lokasi sekolah, program keahlian, program unggulan, ekstrakurikuler, penempatan prakerin, foto kegiatan peserta didik, dan lainnya. Setiap tahun, brosur diperbarui untuk menarik minat peserta didik baru dan masyarakat.

Spanduk digunakan sebagai media promosi SMK Budi Utomo 1 Way Jepara, namun kelemahannya adalah hanya ada satu spanduk yang dipasang di depan gerbang sekolah.

Poster SMK Budi Utomo 1 Way Jepara disebar di berbagai daerah sekitar sekolah, baik di dalam maupun di luar lingkungan sekolah. Namun, kelemahannya adalah poster sering hilang atau rusak karena tindakan yang disengaja oleh warga setempat, luntur karena terkena air, atau alasan lainnya.

Media elektronik yang digunakan sekolah termasuk website (<https://budiutomo1.wordpress.com>), meskipun website tersebut masih sederhana dan jarang digunakan dalam kegiatan promosi. Sekolah juga memiliki kanal YouTube yang digunakan untuk mengunggah video terkait perlombaan yang diikuti oleh peserta didik. Selain itu, sekolah aktif di fanspage Facebook dan menggunakan WhatsApp sebagai media pemasaran yang paling sering digunakan dan aktif. Orang tua peserta didik dan alumni juga terhubung melalui grup WhatsApp yang digunakan sekolah untuk menjalin komunikasi dan mempromosikan sekolah kepada teman-teman mereka.

Penjualan Pribadi

Penjualan secara antar pribadi merupakan strategi pemasaran yang sederhana namun efektif yang diterapkan oleh SMK Budi Utomo 1 Way Jepara. Kegiatan ini melibatkan komunikasi langsung antara

pihak sekolah dan masyarakat yang tertarik menggunakan jasa pendidikan. Beberapa bentuk penjualan antar pribadi yang dilakukan oleh sekolah meliputi:

Percakapan langsung saat penerimaan peserta didik baru (PPDB). Calon orang tua peserta didik diberikan kesempatan untuk bertanya langsung kepada pihak sekolah, biasanya sebelum masuk ke dalam area sekolah, tamu akan dipandu menuju kepala sekolah atau staf administrasi yang bertugas di kantor PPDB.

Panggilan telepon dan surel elektronik. Nomor telepon dan alamat surel sekolah selalu dicantumkan dalam setiap media pemasaran, memudahkan calon pelanggan yang tidak dapat berkunjung langsung. Pihak sekolah dengan aktif menjawab pertanyaan dan memberikan pelayanan melalui pesan, telepon, dan WhatsApp selama jam kerja.

Komunikasi melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Promosi semacam ini muncul ketika kualitas pelayanan sekolah dinilai baik oleh peserta didik dan orang tua mereka. Kepuasan terhadap layanan sekolah mendorong orang tua peserta didik untuk mempromosikan sekolah kepada teman, keluarga, dan tetangga. Seluruh warga sekolah, termasuk kepala sekolah, guru, dan staf, turut serta dalam promosi ini karena mereka merupakan sumber informasi yang utama tentang sekolah.

Promosi Penjualan

Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara mengadakan promosi penjualan sebagai bagian dari upaya untuk menawarkan produk sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan. Salah satu kegiatan promosi yang dilakukan adalah Open Reality, di mana calon peserta didik dan orang tua dapat mengunjungi sekolah untuk melihat langsung kegiatan pembelajaran, fasilitas, dan sumber daya manusia yang tersedia.

Open Reality dilakukan setiap hari selama jam sekolah berlangsung, memberikan kesempatan kepada para calon peserta didik dan orang tua untuk mendapatkan informasi langsung tentang sekolah. Kegiatan ini dijalankan sejalan dengan rutinitas harian peserta didik, termasuk melaksanakan ibadah sunnah seperti sholat Dhuha bersama di musholla atau aula sekolah, menjaga kerapian dan kedisiplinan peserta didik, dan melaksanakan kegiatan keagamaan seperti membaca tilawati dan sholat Dhuha berjamaah.

Selain itu, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara menawarkan beragam kegiatan ekstrakurikuler yang didukung oleh fasilitas yang memadai. Setiap kegiatan ekstrakurikuler didampingi oleh guru atau pelatih yang berpengalaman, dengan latihan yang dilakukan untuk mempersiapkan peserta didik mengikuti berbagai perlombaan. Sebagai bagian dari promosi, sekolah juga menampilkan prestasi yang telah diraih dalam bentuk piala dan piagam. Piala-piala tersebut dipajang dengan rapi di area aula sekolah untuk menarik perhatian calon peserta didik dan orang tua.

Open Reality adalah upaya untuk menunjukkan keterbukaan dan kebenaran informasi tentang sekolah, yang diharapkan tetap sejalan dengan visi dan misi sekolah. Dengan demikian, setiap kegiatan di sekolah diharapkan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Hubungan Masyarakat

Sekolah tidak hanya berinteraksi dengan pihak internal, tetapi juga dengan pihak eksternal, seperti masyarakat, media pemerhati pendidikan, pemerintah, dan lembaga swadaya masyarakat. Keterlibatan pihak eksternal ini menjadi kunci dalam kemajuan sekolah, terutama dalam konteks pemasaran.

SMK Budi Utomo 1 Way Jepara melengkapi kegiatan promosinya dengan berbagai kegiatan yang melibatkan masyarakat. Para peserta didik diajarkan untuk melakukan infaq setiap Jum'at, dengan hasil infaq yang terkumpul digunakan untuk memberikan bantuan kepada masjid terdekat, yayasan anak yatim, serta kegiatan kemanusiaan seperti Save Palestine. Selain itu, sekolah juga merayakan Idul Adha dengan menyembelih hewan kurban untuk dibagikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Program-program ini tidak hanya mengajarkan peserta didik tentang kepedulian terhadap sesama, tetapi juga bertujuan untuk memperkuat hubungan baik dengan masyarakat.

Sekolah juga menjalin hubungan yang baik dengan warga sekitar, terutama tokoh masyarakat setempat. Hal ini dilakukan untuk meminta izin jika ada kegiatan ekstrakurikuler atau kegiatan sekolah yang mungkin mengganggu, serta untuk menjaga keamanan lingkungan sekitar sekolah. Meskipun manajemen humas sekolah belum terpusat sepenuhnya, namun kesadaran akan pentingnya berkomunikasi dan berinteraksi dengan pihak eksternal sangat diperhatikan. Dengan melaksanakan kegiatan masyarakat yang baik, sekolah dapat membangun citra yang baik di mata masyarakat, yang pada gilirannya akan mendukung upaya pemasaran sekolah

d. Sumber Daya Manusia

Kepala Sekolah

Sebagai pemimpin utama, kepala sekolah bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran sekolah, termasuk dalam konteks pemasaran sekolah. Untuk itu, kepala sekolah harus memahami dengan baik perkembangan dan kebutuhan sekolah, serta potensi ancaman yang

dapat mengganggu kegiatan pemasaran sekolah.

Berikut adalah beberapa program yang dilakukan oleh kepala sekolah untuk mempertahankan pemasaran sekolah:

Menjadikan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara sebagai lembaga pendidikan unggulan. Kepala sekolah melakukan studi perbandingan dengan sekolah lain pada awal semester untuk mengevaluasi perkembangan sekolah lain sebagai tolak ukur bagi strategi penentuan pasar persaingan. Kepala sekolah juga memperhatikan kondisi gedung dan perlengkapan sekolah, termasuk inventarisasi peralatan pembelajaran, kebersihan, keindahan, kerindangan, kekeluargaan, ketertiban, dan keamanan. Kegiatan ini dilakukan selama beberapa hari pada awal semester ganjil.

Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada guru. Setiap tahun, kepala sekolah menyampaikan informasi kepada para guru untuk mengikuti program pelatihan guna meningkatkan kualitas keterampilan, pengetahuan, dan sikap. Kepala sekolah juga memastikan bahwa setiap proses kegiatan belajar mengajar sesuai dengan kurikulum 2013.

Guru

Para guru memiliki beragam tugas yang meliputi pencatatan absensi peserta didik setiap hari, pengumpulan dan analisis data kepesertaan didik, perencanaan kegiatan harian dan mingguan, pencatatan nilai peserta didik secara rutin, serta pemantauan inventaris kelas. Mereka juga aktif dalam mengikuti berbagai pelatihan, seperti pelatihan kurikulum tahunan, pelatihan yang diselenggarakan oleh organisasi guru wilayah, pelatihan antar sekolah, dan seminar lokal maupun nasional.

Proses perekrutan guru kelas biasanya dilakukan oleh sekolah atau yayasan dengan cara merujuk kepada keluarga,

teman, atau tetangga di sekitar lingkungan sekolah. Sementara itu, perekrutan guru ekstrakurikuler dilakukan melalui kerjasama dengan lembaga di luar sekolah. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara memberikan perhatian khusus terhadap seluruh sumber daya manusia (SDM) sekolah, mengingat bahwa SDM tersebut memiliki peran penting dalam memberikan layanan pendidikan kepada pelanggan jasa pendidikan. Yayasan pun memberikan gaji pokok yang sesuai dengan standar dan prosedur yang berlaku sebagai bentuk perhatian terhadap kesejahteraan para tenaga pendidik dan kependidikan.

e. Bukti Fisik SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Fasilitas yang dimiliki oleh sekolah menjadi suatu hal dalam mencapai kepuasan para pelanggan jasa pendidikan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara di bawah Yayasan Budi Utomo Way Jepara, memiliki luas tanah/ bangunan 20.000 m² yang dibangun menjadi 2 lantai. Sekolah memiliki 12 ruang kelas dengan 9 ROMBEL (Rombongan Belajar) dengan fasilitas yang lengkap di setiap kelasnya. Status kepemilikan bangunan adalah milik sendiri dan jenis bangunan impres. Fasilitas sekolah didukung dengan sarana lain:

- 1) Perpustakaan 1 ruang
- 2) Ruang praktik 7 ruang
- 3) Laboratorium 2 ruang
- 4) Peralatan Praktik Lengkap di semua Program study dan sudah memiliki standar industry.

f. Proses Pelayanan Jasa di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Proses pelayanan di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara telah dirancang secara cermat untuk memberikan pengalaman belajar

yang maksimal bagi peserta didik. Berikut adalah rangkaian proses pelayanan jasa di sekolah:

Proses pembelajaran mengacu pada Rencana Pelaksanaan Pembelajaran (RPP) yang dibuat berdasarkan Kurikulum 2013 dan disesuaikan dengan program sekolah yang telah dirancang oleh setiap guru kelas. Ujian dilaksanakan oleh guru masing-masing kelas. Dengan pendekatan yang terstruktur dan sistematis antara teori dan praktik, peserta didik dapat lebih mudah menguasai materi yang diajarkan.

Proses pelaksanaan wisuda untuk kelas 12 dilakukan di luar lingkungan sekolah dengan acara yang tidak hanya merayakan kelulusan, tetapi juga menampilkan pertunjukan dari peserta didik kelas 10 dan 11. Acara ditutup dengan study tour perpisahan khusus untuk kelas 12. Sekolah juga sering menggelar kegiatan untuk menampilkan bakat peserta didik dalam bidang seni di hadapan orang tua peserta didik dan masyarakat umum. Persiapan wisuda melibatkan peran guru yang melatih setiap peserta didik setelah jam belajar selesai, biasanya dilakukan dua minggu sebelum acara wisuda berlangsung. Wisuda seringkali diadakan di tempat terbuka.

Demikianlah gambaran mengenai hasil penelitian terkait strategi pemasaran sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara. Meskipun ketiga strategi pemasaran telah diimplementasikan dengan baik, terdapat beberapa ketidaksesuaian antara teori pemasaran dan pelaksanaan strategi di sekolah tersebut. Pengelolaan Wakil Kepala Sekolah Bidang Kepeserta didikan/Humas atau Tim Panitia PPDB masih terpusat, sehingga menyebabkan beberapa permasalahan dalam pengembangan media promosi dan komunikasi pemasaran.

3. Minat peserta didik bersekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara

Minat peserta didik untuk bersekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dipengaruhi oleh beberapa hal. Berdasarkan wawancara dengan Vanesha Ramadhani salah satu peserta didik kelas XI Tata Busana pada 08 Januari 2024 mengatakan bahwa alasan bersekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara karena ia ingin setelah lulus dari SMK Budi Utomo 1 Way Jepara ingin bekerja. Dengan keinginan awal tidak harap masuk SMK, namun karena keinginannya untuk bisa bekerja setelah lulus sekolah.

Sedangkan berdasarkan wawancara dengan Dea Amelia salah satu peserta didik pada tanggal 08 Januari 2024 mengatakan bahwa alasan sekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara karena jarak sekolah dengan rumah tidak terlalu jauh ditempuh dengan motor, sekolahnya bagus dan banyak ekstrakurikernya. Dan memang sejak kecil hari tertarik pada dunia otomotif, juga memiliki keinginan yang sama dengan taufik ingin segera bekerja setelah lulus dari sekolah.

Hal ini diperkuat dengan yang dikatakan oleh Ibu Nuraini pada tanggal 08 Januari 2024 bahwa alasan menyekolahkan anaknya di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara karena sekolahnya bagus, biayanya terjangkau dan dekat dengan rumah.

Dorongan dari dalam diri individu

Dorongan internal individu memainkan peran krusial dalam mengembangkan minat peserta didik untuk mengambil keputusan. Sebagai contoh, seorang peserta didik memiliki impian untuk bekerja di perusahaan tekstil ternama di Indonesia. Untuk mewujudkan cita-citanya tersebut, peserta didik tersebut memilih untuk bersekolah di SMK yang

menawarkan program studi Tata Busana. Keputusan ini didasari oleh dorongan internal yang kuat untuk mencapai tujuannya, yaitu bekerja di industri tekstil. Berdasarkan hasil wawancara dengan Rizky (2024), salah satu peserta didik di jurusan Tata Busana, menyatakan, Dulu saya memilih sekolah ini karena saya ingin bekerja di perusahaan tekstil di Pulau Jawa. Dengan demikian, dorongan dari dalam dirinya mendorongnya untuk memilih program studi yang sesuai dengan minat dan cita-citanya.

Sarana Prasarana yang ada

Sarana dan prasarana di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara telah memadai untuk mendukung kegiatan belajar mengajar serta kegiatan ekstrakurikuler. Ibu Nur Aini, salah satu orang tua murid, menyatakan bahwa alasan dia menyekolahkan anaknya di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah karena melihat bahwa sekolah telah menyediakan sarana dan prasarana yang cukup lengkap. Menurutnya, hal ini memungkinkan kegiatan belajar mengajar dapat berlangsung dengan baik.

Pelayanan yang diberikan oleh Pihak Sekolah

Pelayanan pendidikan yang disediakan di sekolah telah dinilai cukup baik, baik dalam hal melayani peserta didik dan orang tua/wali murid, maupun dalam berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti masyarakat sekitar. Berbagai program unggulan telah diimplementasikan oleh sekolah untuk mencapai tujuan pendidikan. Pendapat ini diperkuat oleh testimonial dari Ibu Asmira, yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak sekolah sudah memadai. Hal ini memungkinkan terjalinnya hubungan yang baik antara peserta didik, wali murid, dan pihak sekolah.

Kondisi lingkungan peserta didik

Karena peserta didik banyak berinteraksi dengan lingkungan sekitar maka peserta didik menjadi terpengaruh oleh lingkungannya. Hal ini diperkuat oleh Fadila Peserta didik Kelas XI Tata Busana, bahwa lingkungan teman-teman dan guru-guru yang membuatnya nyaman bersekolah di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara.

4. Analytical Hierarchy Process (AHP)

Sebelum mengambil data dengan menggunakan metode AHP, hal yang sebelumnya harus dilakukan adalah membuat struktur hierarki. Struktur hierarki tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam kuesioner AHP yang tujuannya untuk mendapatkan perbandingan tiap-tiap faktor (lampiran 8). Kuesioner AHP tersebut diisi oleh 14 responden yang mewakili dari para aktor penentu strategi (lampiran 12). Kuisisioner yang telah diisi oleh responden kemudian diolah manual menggunakan *Microsoft Excel* untuk mendapatkan nilai prioritas terbaik.

a. Menghitung Nilai Konsistensi

Tabel 1. Hasil perhitungan nilai konsistensi

No	Komponen	Konsistensi
1.	Faktor	0.05
2.	Aktor	0.04
3.	Tujuan	0.06
4.	Alternatif Strategi	0.05

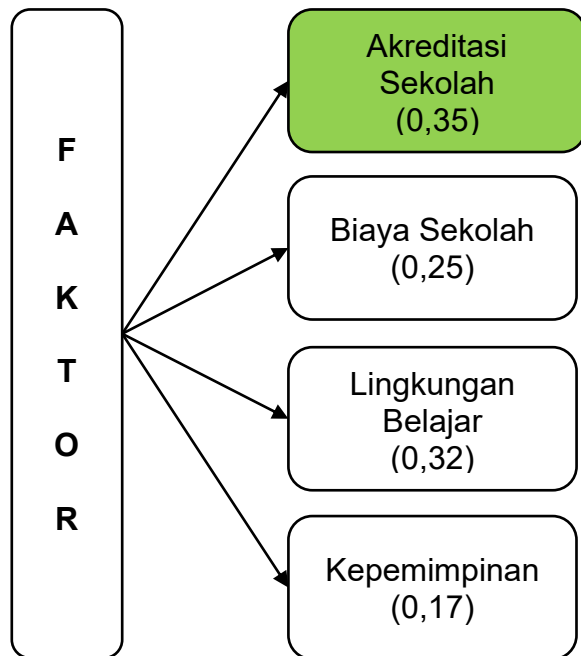
Sumber: Diolah peneliti

Tabel 5 diatas menunjukkan bahwa semua komponen telah memenuhi uji konsistensi dan hasilnya adalah konsisten karena nilai konsistensinya di bawah 0.10. dengan demikian penelitian dapat dilanjutkan ke tahap AHP selanjutnya.

b. Pengolahan Data dengan Analisis AHP

Terdapat empat komponen untuk meningkatkan pemasaran SMK Budi Utomo 1 Way Jepara yaitu faktor, aktor, tujuan, dan alternatif strategi. Dalam setiap komponen terdapat faktor-faktor yang dinilai oleh responden melalui angket kuisisioner. Berikut hasil pengolahan data menggunakan AHP yang telah diperoleh dari penelitian:

Komponen Faktor



Gambar 1. Pembobotan Nilai *Priority Vector* Kriteria Faktor

Hasil penelitian disajikan pada gambar diatas menunjukkan bahwa komponen faktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah akreditasi sekolah dengan nilai priority vector sebesar 0,35. Penilaian akreditasi sekolah memainkan peran penting dalam menarik minat orang tua dan calon peserta didik untuk mendaftar ke sekolah. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara harus meningkatkan akreditasi sekolahnya, dengan demikian

jumlah pendaftar baru akan meningkat. Semakin baik akreditasi suatu sekolah akan meningkatkan *image* sekolah tersebut sehingga menjadi pertimbangan untuk peserta didik melanjutkan *study* nya di sekolah tersebut.

Berikut adalah beberapa alasan mengapa akreditasi sekolah dapat meningkatkan jumlah peserta didik:

Kualitas Pendidikan yang Dijamin: Akreditasi sekolah menunjukkan bahwa sekolah telah memenuhi standar tertentu yang ditetapkan oleh badan akreditasi. Ini mencerminkan komitmen sekolah terhadap kualitas pendidikan, termasuk kualitas pengajaran, fasilitas, kurikulum, dan administrasi. Orang tua cenderung mencari sekolah yang menawarkan jaminan kualitas pendidikan yang tinggi untuk anak-anak mereka.

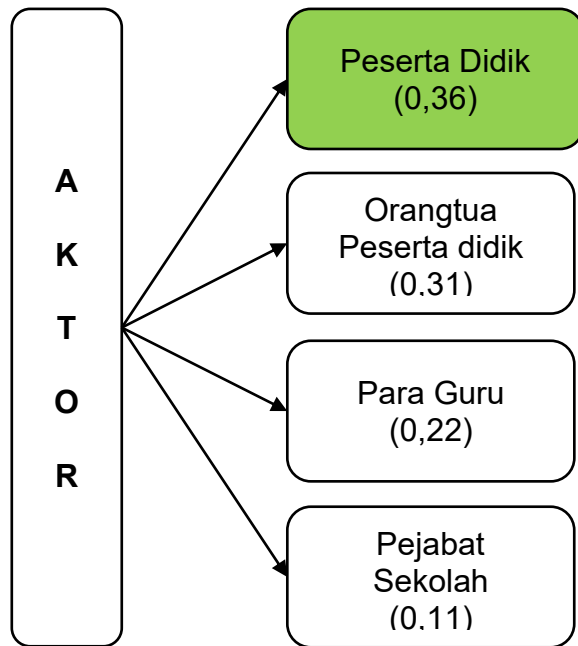
Reputasi yang Meningkat: Akreditasi dapat meningkatkan reputasi sekolah di mata masyarakat. Sekolah yang memiliki akreditasi yang baik cenderung dianggap lebih baik dalam hal kualitas pendidikan daripada sekolah yang tidak terakreditasi atau memiliki akreditasi yang kurang baik. Hal ini dapat menarik minat orang tua yang mencari sekolah terbaik untuk anak-anak mereka.

Kepercayaan Orang Tua: Orang tua sering menggunakan status akreditasi sebagai faktor penentu dalam memilih sekolah untuk anak-anak mereka. Akreditasi memberikan kepercayaan kepada orang tua bahwa sekolah tersebut memenuhi standar pendidikan yang ditetapkan dan memiliki sistem evaluasi yang berkelanjutan untuk mempertahankan kualitas pendidikan.

Kesempatan Akademik dan Profesional: Sekolah yang terakreditasi dengan baik cenderung menyediakan lebih banyak kesempatan akademik dan profesional bagi peserta didik, seperti akses ke program unggulan, bantuan beapeserta

didik, dan koneksi dengan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara tinggi atau industri. Hal ini dapat menarik minat peserta didik yang ingin memperoleh pendidikan yang berkualitas dan peluang untuk masa depan yang sukses.

Komponen Aktor



Gambar 2. Pembobotan Nilai *Priority Vector* Kriteria Aktor

Hasil penelitian disajikan pada gambar diatas menunjukkan bahwa komponen aktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah peserta didik dengan nilai priority vector sebesar 0,36. Peserta didik yang saat ini berada di suatu sekolah dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar baru untuk beberapa alasan:

Pengalaman Positif: Jika peserta didik yang sudah bersekolah merasa puas dengan pengalaman mereka di sekolah tersebut, mereka mungkin menjadi duta sekolah yang efektif. Mereka dapat memberikan testimoni positif kepada

teman-teman, saudara, atau tetangga mereka tentang keunggulan sekolah, yang dapat menarik minat calon peserta didik baru.

Rekomendasi Personal: Peserta didik saat ini dapat merekomendasikan sekolah kepada orang lain secara personal. Rekomendasi personal dari orang yang sudah berada di sekolah seringkali dianggap sebagai sumber informasi yang sangat berharga oleh calon peserta didik dan orang tua.

Keterlibatan dalam Kegiatan Sekolah: Peserta didik yang aktif dalam kegiatan sekolah, seperti klub, ekstrakurikuler, atau proyek-proyek sukarela, dapat membantu memperluas jaringan sosial sekolah. Hal ini dapat menciptakan ikatan positif antara peserta didik dan sekolah, yang mungkin memotivasi mereka untuk merekomendasikan sekolah kepada orang lain.

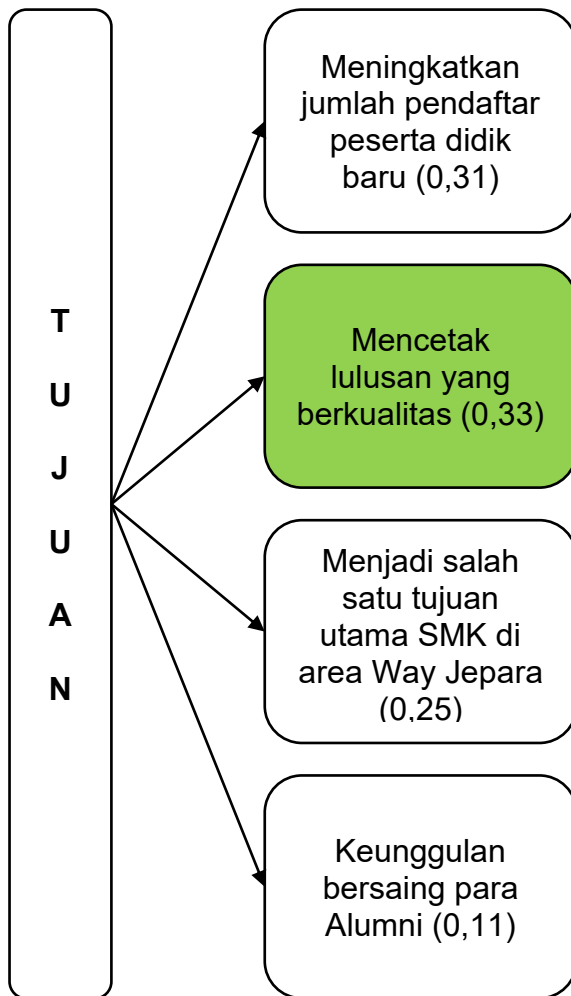
Prestasi Akademik dan Non-Akademik: Prestasi peserta didik dalam hal akademik dan non-akademik juga dapat berkontribusi terhadap daya tarik sekolah. Ketika peserta didik berhasil meraih prestasi di sekolah, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik seperti olahraga, seni, atau kegiatan sosial, hal ini dapat menarik minat calon peserta didik yang tertarik untuk mengikuti jejak kesuksesan tersebut.

Kualitas Hubungan Sosial: Hubungan sosial yang baik antara peserta didik saat ini dan calon peserta didik baru juga dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk mendaftar di sekolah tersebut. Peserta didik yang merasa nyaman dan diterima di lingkungan sekolah mereka cenderung merekomendasikan sekolah kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah pendaftar baru.

Jadi, partisipasi dan pengaruh peserta didik saat ini dalam suatu sekolah dapat

memiliki dampak yang signifikan terhadap jumlah pendaftar baru, karena mereka dapat menjadi sumber informasi dan rekomendasi yang kuat bagi calon peserta didik dan orang tua. Oleh sebab itu SMK Budi Utomo 1 Way Jepara harus melibatkan peserta didik dalam kegiatan promosinya. Menjadikan peserta didik sebagai agen percontohan dengan meningkatkan kualitas peserta didik di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara.

Komponen Tujuan



Gambar 3. Pembobotan Nilai *Priority Vector* Kriteria Tujuan

Hasil penelitian disajikan pada gambar diatas menunjukkan bahwa komponen

tujuan terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah mencetak lulusan yang berkualitas dengan nilai *priority vector* sebesar 0,33. Mencetak lulusan yang berkualitas memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara karena beberapa alasan berikut:

Reputasi yang Baik: SMK Budi Utomo 1 Way Jepara yang secara konsisten menghasilkan lulusan berkualitas cenderung memiliki reputasi yang baik. Reputasi yang baik ini dapat menarik minat calon peserta didik dan orang tua untuk mendaftar ke institusi tersebut karena dianggap sebagai tempat yang dapat memberikan pendidikan yang berkualitas.

Alumni yang Sukses: Lulusan yang berkualitas cenderung berhasil dalam karier mereka. Alumni yang sukses seringkali menjadi bukti nyata dari kualitas pendidikan yang diberikan oleh institusi. Prospektif peserta didik dan orang tua mungkin tertarik untuk bergabung dengan institusi tersebut dengan harapan mendapatkan kesuksesan yang sama.

Jaringan dan Hubungan: Institusi yang menghasilkan lulusan berkualitas biasanya memiliki jaringan alumni yang kuat. Jaringan ini bisa menjadi sumber daya yang berharga bagi para peserta didik yang ingin membangun karier mereka. Prospektif peserta didik mungkin tertarik untuk menjadi bagian dari jaringan alumni yang kuat ini dan memanfaatkannya untuk peluang karier di masa depan.

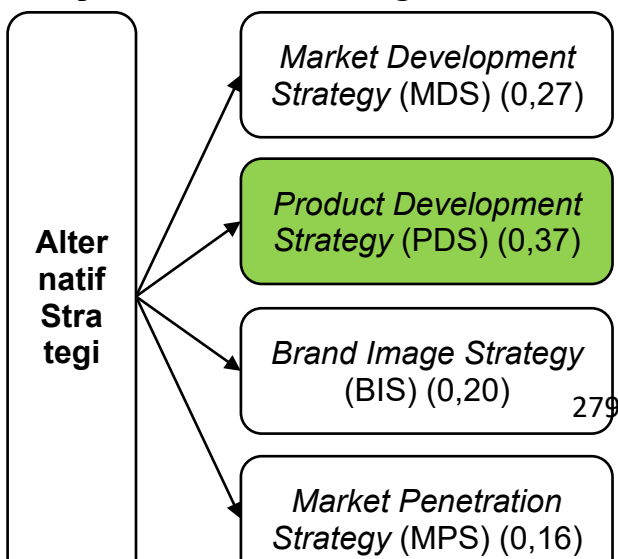
Kesempatan Magang dan Kerja: Institusi yang menghasilkan lulusan berkualitas sering memiliki hubungan yang erat dengan industri dan perusahaan. Hal ini dapat menghasilkan lebih banyak kesempatan magang dan pekerjaan bagi

para peserta didik. Prospektif peserta didik mungkin tertarik untuk mendaftar ke institusi tersebut karena mereka percaya bahwa pendidikan di sana akan membuka pintu bagi peluang karier yang baik di masa depan.

Kualitas Pembelajaran: Lulusan berkualitas sering kali merupakan hasil dari pendidikan yang berkualitas pula. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara yang fokus pada kualitas pembelajaran dan pengembangan peserta didik secara menyeluruh cenderung menarik minat calon peserta didik yang mencari pengalaman pendidikan yang bermakna dan bermanfaat.

Secara keseluruhan, mencetak lulusan yang berkualitas tidak hanya mencerminkan kualitas SMK Budi Utomo 1 Way Jepara saja, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi calon peserta didik yang ingin mendapatkan pendidikan yang baik dan peluang karier yang lebih baik di masa depan. Oleh karena itu untuk meningkatkan strategi pemasaran SMK Budi Utomo 1 Way Jepara harus mencetak lulusan yang berkualitas. Memberikan metode pembelajaran yang tepat dan menanamkan nilai-nilai tanggung jawab serta semangat kerja terhadap para peserta didiknya. Dengan demikian lulusan yang berkualitas dapat dicapai dan dapat menjadi daya tarik bagi calon peserta didik baru.

Komponen Alternatif Strategi



Gambar 4. Pembobotan Nilai *Priority Vector* Kriteria Alternatif Strategi

Hasil penelitian disajikan pada gambar diatas menunjukkan bahwa komponen alternatif strategi terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah *Product Development Strategy* (PDS) dengan nilai *priority vector* sebesar 0,37. *Product Development Strategy* (PDS) dalam konteks pendidikan mengacu pada berbagai inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan kualitas dan relevansi program pendidikan yang ditawarkan oleh sebuah institusi. PDS dapat meningkatkan jumlah peserta didik baru dengan beberapa cara yang dapat dilakukan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara sebagai berikut:

Penyesuaian dengan Kebutuhan Pasar: Melalui PDS, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dapat memperbarui dan menyesuaikan kurikulum mereka dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri. Ini memastikan bahwa lulusan institusi tersebut memiliki keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan tuntutan dunia kerja saat ini, yang bisa menjadi daya tarik bagi calon peserta didik yang mencari pendidikan yang praktis dan berorientasi pada karier.

Inovasi Kurikulum: PDS memungkinkan SMK Budi Utomo 1 Way Jepara untuk memperkenalkan inovasi dalam kurikulum mereka, seperti penggunaan teknologi baru dalam pembelajaran, pendekatan pembelajaran yang lebih interaktif, atau penawaran program gabungan yang unik. Inovasi semacam ini

dapat menarik minat calon peserta didik yang tertarik pada pengalaman pembelajaran yang menarik dan berbeda dari yang ditawarkan oleh sekolah lain.

Teaching Factory (TEFA): adalah suatu pendekatan pendidikan yang mengintegrasikan pembelajaran teori dengan pengalaman praktik langsung di lingkungan yang menyerupai dunia industri. Dalam TEFA, peserta didik terlibat dalam proyek-proyek nyata yang mereplikasi situasi di tempat kerja sebenarnya, sambil diberi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan praktis dan keahlian teknis yang relevan dengan industri tertentu. Program ini didesain untuk membantu peserta didik mempersiapkan diri untuk masuk ke dunia kerja dengan lebih baik, sambil memenuhi kebutuhan industri yang terus berkembang.

Fleksibilitas Program: Dengan PDS, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dapat menawarkan fleksibilitas dalam program mereka, seperti pilihan jalur studi yang berbeda, opsi belajar jarak jauh, atau program akademik yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu. Fleksibilitas semacam ini dapat menarik minat calon peserta didik yang memiliki keterbatasan waktu, keuangan, atau geografis.

Penekanan pada Pengalaman Peserta didik: PDS juga dapat membantu SMK Budi Utomo 1 Way Jepara untuk meningkatkan pengalaman peserta didik di luar ruang kelas, seperti melalui kesempatan magang, proyek kolaboratif dengan industri, atau program pengembangan kepemimpinan. Pengalaman peserta didik yang positif dan berharga dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi calon peserta didik yang mencari institusi yang peduli terhadap perkembangan pribadi dan profesional mereka.

Peningkatan Reputasi: Melalui PDS yang berhasil, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dapat meningkatkan reputasi mereka sebagai tempat yang inovatif, relevan, dan berkualitas tinggi. Reputasi yang baik dapat menarik minat calon peserta didik yang mencari institusi yang dihormati dan diakui di dunia pendidikan dan industri.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Komponen faktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah akreditasi sekolah dengan nilai priority vector sebesar 0,35. Penilaian akreditasi sekolah memainkan peran penting dalam menarik minat orang tua dan calon peserta didik untuk mendaftar ke sekolah. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara harus meningkatkan akreditasi sekolahnya, dengan demikian jumlah pendaftar baru akan meningkat.
2. Komponen aktor terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah peserta didik dengan nilai priority vector sebesar 0,36. Peserta didik yang saat ini berada di suatu sekolah dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap jumlah pendaftar baru.
3. Komponen tujuan terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah mencetak lulusan yang berkualitas dengan nilai priority vector sebesar 0,33. Mencetak lulusan yang berkualitas memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru. Mencetak lulusan yang berkualitas tidak hanya mencerminkan kualitas SMK Budi Utomo 1 Way Jepara saja, tetapi juga

- dapat menjadi daya tarik bagi calon peserta didik yang ingin mendapatkan pendidikan yang baik dan peluang karier yang lebih baik di masa depan.
4. Komponen alternatif strategi terbaik untuk meningkatkan pemasaran di SMK Budi Utomo 1 Way Jepara adalah *Product Development Strategy* (PDS) dengan nilai priority vector sebesar 0,37. Dengan menerapkan strategi pengembangan produk yang efektif, SMK Budi Utomo 1 Way Jepara dapat menghasilkan penawaran pendidikan yang lebih menarik dan relevan bagi calon peserta didik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru

Saran

1. Sebaiknya sekolah memiliki sumber daya manusia yang secara khusus mengendalikan kegiatan pemasaran dan humas sekolah untuk mengelola isu terkait minat peserta didik/ masyarakat, agar dapat menjalankan strategi pemasaran secara lebih optimal sehingga dapat mengoperasikan setiap media promosi yang digunakan untuk tetap mengaktifkan dan terus memperbaharui informasi mengenai kegiatan sekolah, serta tujuan lainnya agar kreatifitas dan inovasi tema pemasaran dapat berkembang dengan baik.
2. Sekolah harus lebih meningkatkan lagi dalam melakukan strategi pemasaran agar masyarakat semakin tertarik dalam menyekolahkan anaknya ke SMK Budi Utomo 1 Way Jepara.
3. Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara Lampung Timur harus selalu melakukan inovasi-inovasi program pendidikan sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat.

4. Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara harus selalu menjaga komunikasi dan kerjasamanya serta selalu menciptakan kekompakan dengan berbagai pihak baik dari internal maupun eksternal, karena dengan kerjasama yang baik dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan sekolah, sehingga program sekolah dapat dikomunikasikan secara baik.
5. Sekolah SMK Budi Utomo 1 Way Jepara Lampung Timur harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan tetap mempertahankan mutu pendidikan baik di bidang akademik, non akademik maupun di bidang keagamaan sehingga masyarakat tetap percaya terhadap pendidikan di sekolah.

V. DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B dan Hurriyati, R. 2019. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Aqib, Zainal. 2014. *Model-model, Media, dan Strategi Pembelajaran Kontekstual. (Inovatif)*. Bandung: Yrama Widya. (tidak ada di teori)mohon diperbaiki
- Azizah, Rizky. 2024. *Wawancara observasi penelitian*. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara.
- Hasil observasi peneliti pada tanggal 27 November 2023
- Lubis, D., Fatimah, S., Subandi, S., & Makbuloh, D. (2024). Strategi Pengembangan Budaya Organisasi Dalam Lembaga Pendidikan Islam. *POACE: Jurnal Program Studi Adminitrasi Pendidikan*, 4(1), 66-76

<https://budiutomo1.wordpress.com>

Nuraini, Indah. 2024. *Wawancara observasi penelitian*. SMK Budi Utomo 1 Way Jepara.

Octavini, N. A., & Suharto, S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan dan Dampaknya Pada

Keputusan Pembelian Online di Sociolla Pada Mahasiswi S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Lampung. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, 1(1), 17-33

Wijaya, wijaya. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
Djali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.