

**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN  
DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Pendidikan  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh  
Hayin Linda Sabekti  
NIM 11101244024

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN  
JURUSAN ADMINISTRASI PENDIDIKAN  
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
OKTOBER 2015**

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul “MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA” yang disusun oleh Hayin Linda Sabekti, NIM 11101244024 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 26 Agustus 2015  
Pembimbing,



  
Dr. Setya Raharja, M.Pd  
NIP. 19651110 199702 1 001

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 26 Agustus 2015  
Yang menyatakan,



Hayin Linda Sabekti  
NIM. 11101244024

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA” yang disusun oleh Hayin Linda Sabekti, NIM 11101244024 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 September 2015 dan dinyatakan lulus.

### DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Setya Raharja, M. Pd	Ketua Penguji		15-10-2015
Tatang M. Amirin, M. SI	Sekretaris Penguji		12-10-2015
Dr. Ali Muhtadi, M. Pd	Penguji Utama		05-10-2015

Yogyakarta, 21 Oktober 2015  
Fakultas Ilmu Pendidikan  
Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Haryanto, M. Pd.  
NIP 19600902 198702 1 001

## **MOTTO**

Kepemimpinan berurusan dengan upaya menghadapi perubahan. Manajemen berurusan dengan upaya untuk menghadapi kompleksitas. (John Kotter)

Pemimpin adalah orang yang melakukan hal yang benar. Manajer adalah orang yang melakukan dengan cara yang benar. (Warren Bennis)

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini sebagai persyaratan memperoleh gelar sarjana pendidikan pada program studi Manajemen Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ibu Retno Winarni dan Bapak Mochamad Solichin yang dengan penuh kesabaran, pengorbanan, dan kasih sayang serta doa yang senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT sehingga saya tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Keluarga besarku dan adik-adikku tersayang (Dina, Lana, Izul, dan Hisam) yang selalu memberikan perhatian, semangat dan mendukungku untuk terus berjuang hingga sekarang.
3. Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta.

# **MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Oleh  
Hayin Linda Sabekti  
NIM 11101244024

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan; (2) kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut; (3) faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta; dan (4) faktor pendukung dan penghambat kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber datanya meliputi Ketua BKK (Bursa Kerja Khusus), Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat, Sekretaris BKK. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber dan teknik. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif model Milles dan Huberman.

Hasil penelitian diperoleh sebagai berikut. (1) Pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dijalankan oleh BKK yang terdiri atas guru-guru yang memiliki keahlian di bidang pemasaran pada setiap Bulan Maret. Kegiatan yang dilakukan yakni promosi siswa ke perusahaan, mengikuti pameran, kunjungan industri, dan mengiklankan sekolah lewat website. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Survey & Pemetaan, Ketenagalistrikan, Mesin, Otomotif, Elektronika, dan Komputer & Informatika dipasarkan ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Misalnya untuk program studi Teknik Otomotif dipasarkan ke Yamaha Motor. (2) Penelusuran lulusan dilakukan dengan menyebarkan aplikasi penelusuran lulusan ke telepon genggam para lulusan. Semua siswa yang sudah lulus ditelusuri oleh BKK pada 3 sampai 6 bulan setelah kelulusan. Penelusuran dilakukan untuk mengetahui informasi keberadaan para lulusan, apakah sudah bekerja, belum bekerja atau melanjutkan studi. (3) Faktor pendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan yakni: kualitas lulusan bagus, ada pengurus, tidak ada biaya, dan pelayanannya prima. Faktor penghambatnya yakni: kualitas pengurus kurang, promosi jarang dilakukan, dan dana kecil. (4) Faktor pendukung kegiatan penelusuran lulusan yaitu: ada pengurus, tersedia fasilitas dan dana. Faktor penghambatnya yaitu: masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya dan metode serta instrumen kurang efektif.

**Kata kunci:** *manajemen pemasaran, pemasaran lulusan, penelusuran lulusan.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta”.

Ucapan terima kasih tak lupa penulis ucapkan pada berbagai pihak yang telah turut berperan serta dan memberikan dukungan dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.
2. Ketua Jurusan Administrasi Pendidikan yang telah memberikan kemudahan dalam birokrasi penelitian ini.
3. Bapak Dr. Setya Raharja, M.Pd. selaku pembimbing penulisan tugas akhir skripsi yang senantiasa memberikan waktu untuk membimbing, memberi arahan yang sangat membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
4. Seluruh Dosen Jurusan Administrasi Pendidikan yang telah memberikan dukungan moril dan wawasan selama penulis menempuh pendidikan S1.
5. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Pendidikan yang telah membantu kelancaran penyusunan tugas akhir skripsi ini.



6. Keluarga Besar SMK N 2 Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian, dan telah meluangkan waktu dan bersedia memberikan data penelitian yang sangat berguna bagi penulis.
7. Bapak, Ibu, adik-adikku dan keluarga besarku tercinta yang tak telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materil, kasih sayang serta do'a yang tak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seseorang yang selalu membimbing, mengarahkan dan selalu memberikan dukungan dengan setia dan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan prodi Manajemen Pendidikan angkatan 2011, yang telah memberikan dukungan dan semangat tanpa lelah untuk menyelesaikan karya ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, saran, dan kritik yang berguna untuk penulis.

Penyusun menyadari dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan selanjutnya. Semoga tugas akhir skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak yang terkait.

Yogyakarta, 26 Agustus 2015  
Penulis,



Hayin Linda Sabekti  
NIP. 11101244024

## DAFTAR ISI

	hal
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan Penelitian .....	12
F. Manfaat Penelitian .....	13
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Manajemen Peserta Didik .....	14
1. Pengertian Manajemen .....	14
2. Fungsi Manajemen .....	15
3. Pengertian Manajemen Peserta Didik .....	19
4. Ruang Lingkup Manajemen Peserta Didik.....	22
B. Pemasaran Lulusan SMK .....	26
1. Pengertian Pemasaran Lulusan SMK.....	26

2.	Tujuan Pemasaran Lulusan SMK .....	28
3.	Manajemen Pemasaran Lulusan SMK .....	29
4.	Kerjasama SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI) .....	37
5.	Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan .....	39
C.	Penelusuran Lulusan SMK .....	45
1.	Pengertian Penelusuran Lulusan SMK .....	45
2.	Tujuan dan Manfaat Penelusuran Lulusan SMK .....	46
3.	Tahap Kegiatan Penelusuran Lulusan SMK .....	50
4.	Metode Penelusuran Lulusan SMK .....	52
5.	Instrumen Penelusuran Lulusan SMK .....	53
6.	Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penelusuran Lulusan.....	55
D.	Hubungan Antara Pemasaran dengan Penelusuran Lulusan .....	58
E.	Hasil Penelitian yang Relevan .....	59
F.	Kerangka Pikir .....	61

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A.	Pendekatan Penelitian .....	64
B.	<i>Setting</i> Penelitian .....	64
C.	Subjek Penelitian .....	65
D.	Fokus Penelitian .....	65
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	66
F.	Instrumen Penelitian .....	68
G.	Keabsahan Data .....	71
H.	Teknik Analisis Data .....	72

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A.	Deskripsi <i>Setting</i> Penelitian .....	75
B.	Hasil Penelitian.....	86
1.	Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	87
2.	Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	102

3.	Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	109
4.	Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.....	114
C.	Pembahasan .....	119
1.	Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	120
2.	Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	134
3.	Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.....	140
4.	Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta .....	142
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
A.	Kesimpulan .....	146
B.	Saran .....	148
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>149</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>153</b>

## DAFTAR TABEL

	hal
Tabel 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	70
Tabel 2. Jumlah Siswa SMK N 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013 ..	80
Tabel 3. Jumlah Guru dan Karyawan SMK N 2 Yogyakarta .....	82
Tabel 4. Jenjang Pendidikan Guru dan Karyawan SMK N 2 Yogyakarta.....	82
Tabel 5. Kondisi Sarana Prasarana SMK N 2 Yogyakarta .....	83
Tabel 6. Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK SMK N 2 Yogyakarta Tahun 2014.....	94

## DAFTAR GAMBAR

	hal
Gambar 1. Kerangka Pikir.....	63
Gambar 2. Triangulasi Sumber Data .....	71
Gambar 3. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data .....	72
Gambar 4. Analisis Data .....	73
Gambar 5. Struktur Organisasi SMK N 2 Yogyakarta .....	79
Gambar 6. Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta .....	80
Gambar 7. Jumlah Siswa SMK N 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013.....	81
Gambar 8. Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta .....	91
Gambar 9. Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta .....	124

## DAFTAR LAMPIRAN

	hal
Lampiran 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Manajemen Pemasaran Lulusan SMK .....	155
Lampiran 2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Kegiatan Penelusuran Lulusan SMK .....	156
Lampiran 3. Pedoman Wawancara Ketua BKK .....	157
Lampiran 4. Pedoman Wawancara Waka Humas .....	160
Lampiran 5. Pedoman Wawancara Sekretaris BKK .....	163
Lampiran 6. Pedoman Observasi .....	165
Lampiran 7. Pedoman Studi Dokumentasi .....	166
Lampiran 8. Analisis Data .....	167
Lampiran 9. Dokumentasi .....	226
Lampiran 10. Surat Ijin dan Keterangan Penelitian .....	236

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan adalah “salah satu bentuk satuan pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada jenjang pendidikan menengah sebagai lanjutan dari SMP, MTs, atau bentuk lain yang sederajat atau lanjutan dari hasil belajar yang diakui sama atau setara SMP atau MTs”.

Arti dari pendidikan kejuruan yang tertuang dalam Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 yakni pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja dalam bidang tertentu. Pendidikan kejuruan menurut Veithzal Rivai & Sylviana Murni (2012: 91) yaitu “pendidikan yang mempersiapkan peserta didik untuk dapat bekerja dalam bidang tertentu”. Husaini Usman (2012: 7) juga berpendapat bahwa “pendidikan kejuruan adalah pendidikan yang menyiapkan lulusannya yang mampu dan mau bekerja sesuai dengan bidang keahliannya”.

Dari ketiga pengertian pendidikan kejuruan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendidikan kejuruan adalah pendidikan yang dirancang untuk mempersiapkan peserta didik untuk dapat bekerja sesuai dengan bidang keahliannya. Salah satu jenjang pendidikan yang termasuk ke dalam jenis pendidikan kejuruan yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).



Dalam PP No 19 Tahun 2005 Pasal 26 ayat 3 dalam Putu Sudira (2012: 60) tujuan utama dari SMK yaitu “meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan kejuruannya”. Mohammad Ali (2009: 308) juga menjelaskan:

pendidikan menengah kejuruan bertujuan untuk meningkatkan kecerdasan, pengetahuan, kepribadian, akhlak mulia, serta keterampilan peserta didik untuk hidup mandiri dan mengikuti pendidikan lebih lanjut sesuai dengan program kejuruannya. Pendidikan kejuruan, disamping menyiapkan tenaga kerja yang terampil juga mempersiapkan peserta didik untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi sesuai dengan program kejuruan yang diikuti.

Jadi tujuan utama dari SMK adalah untuk menyiapkan lulusan untuk memasuki dunia kerja, artinya yaitu mempersiapkan peserta didik sebagai calon tenaga kerja yang memiliki kesiapan untuk memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, diharapkan lulusan SMK dapat diserap langsung oleh lapangan pekerjaan. Namun banyaknya lembaga SMK yang ada, memunculkan persaingan yang cukup ketat bagi sekolah untuk menyalurkan lulusannya di lapangan pekerjaan, apalagi sekarang ini pemerintah telah menetapkan kebijakan dalam rencana strategis (renstra) pada tahun 2015 rasio peserta didik SMK lebih banyak dari SMA yakni 70:30, artinya yaitu rasio peserta didik SMK 70% dan rasio peserta didik SMA 30%. Hal ini akan menambah persaingan bagi para lulusan SMK karena ketersediaan lapangan pekerjaan yang ada tidak selalu dapat menyerap semua lulusan dari SMK.

Berita yang diterbitkan oleh <http://m.solopos.com/2012/10/08/disnaker-diy-ribuan-penganggur-kebanyakan-lulusan-smk-337012> pada tanggal 8 Oktober

2012 memperlihatkan bahwa di Daerah Istimewa Yogyakarta pengangguran paling banyak berasal dari lulusan SMK. Dalam berita tersebut yang mengangkat judul Ribuan Penganggur Kebanyakan Lulusan SMK, dikatakan bahwa berdasarkan data terakhir desember 2011 pengangguran mencapai 127.000 orang, namun menurut Kasi Pembinaan Kelembagaan Penempatan dan Pasar Kerja Disnakertrans DIY, dari sisi pendidikan jumlah pengangguran tidak sampai 127.000, dari jumlah tersebut pengangguran paling banyak ternyata adalah lulusan SMK yakni sebanyak 22.547 orang.

Pada tahun 2013 ternyata lulusan dari SMK juga masih banyak yang menganggur, berdasarkan berita yang diterbitkan oleh <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diynasional/13/02/10/mhzi8m-pengangguran-didominasi-lulusan-sma-dan-sarjana> pada tanggal 10 Februari 2013 memperlihatkan bahwa di Daerah Istimewa Yogyakarta angka pengangguran masih banyak didominasi oleh lulusan SMK/SMA. Dalam berita tersebut yang mengangkat judul Pengangguran Didominasi Lulusan SMA dan Sarjana, dikatakan bahwa jumlah pengangguran di Kota Yogyakarta mencapai 17.481 orang, dari jumlah tersebut 70 persennya yakni sebanyak 8.949 orang merupakan pengangguran yang berasal dari lulusan SMA/SMK.

Berdasarkan data di atas, lulusan SMK di Kota Yogyakarta belum semuanya dapat terserap dalam dunia kerja, masih banyak lulusan SMK yang menganggur. Hal ini menyebabkan kesenjangan antara kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah dengan kenyataan yang ada. Pemerintah

mengharapkan tamatan dari SMK dapat langsung terserap di dunia kerja, tetapi masih banyak lulusan yang menganggur atau belum terserap dalam dunia kerja.

Salah satu upaya SMK dalam menanggulangi permasalahan tersebut yakni dengan melaksanakan program pemasaran dan penelusuran lulusan. Menurut Tiwan dan Anwar S (2004: 21) program pemasaran dan penelusuran lulusan merupakan salah satu program yang muncul pada kurikulum SMK 1994 yang diberlakukan oleh Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun ajaran 1994/1995. Tiwan dan Anwar S (2004: 21) menjelaskan bahwa program pemasaran lulusan ini diharapkan akan membantu para lulusan yang kesulitan dalam hal mencari pekerjaan, serta dengan adanya program penelusuran lulusan dapat memberikan masukan data-data lulusan yang telah bekerja maupun yang belum bekerja.

Program pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK ditangani oleh Bursa Kerja Khusus (BKK) yang merupakan bagian hubungan masyarakat atau yang biasa dikenal dengan sebutan hubungan industri (hubin) di SMK. Menurut R. Setyo Raharjo (2009: 26) keberadaan BKK di sekolah kejuruan bertugas membantu sekolah dalam menginformasikan dan mempromosikan profil kemampuan yang dimiliki tamatan sekaligus mencatat, mendata para alumni untuk selanjutnya memasarkan/menawarkan kepada industri untuk bisa mengisi pekerjaan sesuai dengan kesempatan yang ada. Dalam Keputusan Bersama Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Depdikbud RI dan Dirjen Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja RI Nomor: 009/C/KEP/U/1994 dan Nomor: KEP.02/BP/1994 tentang Pembentukan Bursa Kerja di Satuan Pendidikan

Menengah dan Pemanduan Penyelenggaraan Bursa Kerja, dijelaskan bahwa Bursa Kerja Khusus (BKK) berfungsi sebagai bahan penyalur lulusan ke dunia usaha dan dunia industri (DU/DI) yaitu sebagai unit penyelenggara pemberi fasilitas pelayanan dan informasi mengenai lowongan kerja, pelaksana pemasaran lulusan, penyalur dan penempatan lulusan, serta mitra Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi.

Dengan adanya BKK tersebut maka sekolah akan terbantu dalam memasarkan dan menyalurkan kerja lulusan ke dunia usaha dan dunia industri (DU/DI) yang sesuai dengan keinginan dan keahlian yang dimiliki oleh lulusan. Selain itu, dengan adanya BKK tersebut, pihak sekolah dapat melaksanakan program penelusuran lulusan karena BKK juga akan mendata para lulusan yang sudah diterima kerja di dunia usaha atau dunia industri (DU/DI) .

Dalam Petunjuk Teknis Bantuan Pemasaran Tamatan SMK (*Job Matching*) dikatakan bahwa keberhasilan pelaksanaan program pemasaran tamatan SMK sangat penting dan strategis bagi semua pihak, tidak saja dalam peningkatan citra SMK di masyarakat dan dunia usaha/industri namun pada akhirnya juga akan meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi tingkat pengangguran terbuka bagi tamatan SMK .

Program pemasaran tersebut merupakan mediator yang menjembatani antara pencari kerja lulusan SMK dengan penyedia lapangan kerja tingkat menengah. Maksud dari menjembatani yakni menurut Direktorat Pembinaan SMK dalam Petunjuk Teknis Bantuan Pemasaran Tamatan SMK (*Job Matching*), dunia usaha/industri belum sepenuhnya paham akan tugas SMK yakni

mempersiapkan tenaga kerja tingkat menengah dan belum paham akan kompetensi tamatan SMK sehingga banyak dunia usaha/industri yang tidak menjalin kerjasama dengan SMK. Oleh karena itu diharapkan lewat program pemasaran dapat menghubungkan SMK dengan dunia usaha/industri. Program pemasaran sangat penting bagi pihak SMK, namun masih banyak SMK yang tidak melaksanakan program tersebut karena belum semua SMK memiliki BKK yang bertugas untuk memasarkan dan menyalurkan tamatan SMK ke dunia kerja.

Selain itu, menurut Sukanto yang dikutip oleh Tiwan dan Anwar S (2004: 21) untuk menentukan keberhasilan program pendidikan pada lembaga kejuruan diukur dengan ukuran ganda, yaitu keberhasilan siswa di dalam sekolah dan di luar sekolah. Kriteria yang pertama meliputi aspek keberhasilan siswa dalam memenuhi persyaratan kurikuler yang sudah diorientasikan ke persyaratan dunia kerja, serta kriteria yang kedua diindikasikan oleh keberhasilan atau penampilan lulusan setelah berada di dunia kerja yang sebenarnya, seperti misalnya proporsi lulusan yang mendapatkan pekerjaan sesuai dengan bidang studinya, jarak waktu antara kelulusan dan saat mendapatkan pekerjaan pertama dan keberhasilan lain dalam bentuk ekonomis.

Pendapat yang sama juga dijelaskan oleh Mohammad Ali (2009: 311) yang menjelaskan bahwa kriteria untuk menentukan keberhasilan SMK diukur dari keberhasilan peserta didik di sekolah dan di luar sekolah. Keberhasilan peserta didik di sekolah terfokus pada kemampuan melakukan suatu pekerjaan, dengan kriteria oleh guru mengacu pada standar atau prosedur kerja yang telah ditentukan oleh dunia kerja. Keberhasilan di luar sekolah berkaitan dengan

pekerjaan atau kemampuan kerja yang biasanya dilakukan oleh dunia usaha atau dunia industri, keberhasilan ini seringkali mengambil bentuk kepuasan pegawai dengan keahlian lulusan, persentase tinggi lulusan yang mendapatkan pekerjaan di bidang persiapan atau dalam bidang yang berhubungan, kepuasan kerja lulusan, dan kemajuan yang dialami lulusan.

Untuk mengetahui keberhasilan atau penampilan lulusan setelah berada di dunia kerja, sekolah perlu melaksanakan program penelusuran lulusan, karena menurut Finc, dkk yang dikutip oleh Patni Ninghardjanti dalam Wuradji, dkk (2010: 14) “studi penelusuran bertujuan untuk mengetahui mobilitas tamatan dan kepuasan tamatan terhadap pekerjaannya. Mobilitas tamatan dapat dilihat dari mobilitas karir, baik secara vertikal maupun horizontal”. Menurut Wuradji, dkk (2010: 14) berdasarkan hasil penelusuran lulusan, sekolah dapat melakukan berbagai tindakan yang diharapkan mampu meningkatkan kualitas sekolah yang bersangkutan. Pemanfaatan hasil studi penelusuran juga memungkinkan sekolah melakukan perubahan dan penyesuaian sehingga sustainabilitas sekolah lebih maju. Namun program penelusuran tersebut belum dilaksanakan oleh semua SMK yang ada, masih banyak SMK yang tidak melaksanakan program penelusuran lulusan.

Dari uraian di atas program pemasaran dan penelusuran lulusan SMK dirasa harus dilaksanakan oleh SMK di seluruh Indonesia karena memiliki manfaat yang baik, akan tetapi apabila program tersebut tidak dilaksanakan dengan manajemen yang baik maka tujuan yang diharapkan pun tidak akan tercapai karena tanpa manajemen yang baik program tidak akan berhasil. Hal ini

dikarenakan menurut Tim Dosen AP UPI (2013: 92) kehadiran manajemen dalam organisasi adalah untuk melaksanakan kegiatan agar suatu tujuan tercapai dengan efektif dan efisien. Hal yang sama diungkapkan oleh Didin Kurniadin & Imam Machali ( 2013: 20) yakni:

tanpa ada manajemen, sebuah organisasi hanya sebuah perkumpulan yang tidak akan menghasilkan apa-apa, mudah bubar, dan mati. Manajemen menjadi penentu keberhasilan organisasi yang dijalankan. Manajemen yang baik akan berakibat kepada efektif dan efisiennya kinerja organisasi sehingga tujuan organisasi dapat dicapai secara maksimal.

Selain itu, Uhar Suharsaputra (2013 : 6) juga menyatakan bahwa setiap organisasi termasuk organisasi pendidikan seperti sekolah akan sangat membantu manajemen untuk mengatur/mengelola kerja sama yang terjadi agar dapat berjalan dengan baik dalam pencapaian tujuan.

Berpijak dari hal tersebut di atas, maka penting untuk mengetahui manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, karena di SMK tersebut ada dan melaksanakan program pemasaran dan penelusuran lulusan. SMK N 2 Yogyakarta memiliki 69 rombongan belajar, masing-masing 23 rombongan belajar untuk kelas 10, 11 dan 12. SMK N 2 Yogyakarta memiliki sembilan kompetensi keahlian yakni Teknik Kontruksi Batu dan Beton (TKBB), Teknik Gambar Bangunan (TGB), Teknik Survei dan Pemetaan (TSP), Teknik Instalasi Tenaga Listrik (TITL), Teknik Pemesinan (TP), Teknik Kendaraan Ringan (TKR), Teknik Audio Video (TAV), Teknik Komputer Jaringan (TKJ) dan Multimedia (MM).

Berdasarkan pada studi pendahuluan, dalam menyalurkan lulusannya SMK N 2 Yogyakarta menyerahkan tugas tersebut kepada Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta. BKK tersebut memiliki tugas untuk menginformasikan lowongan-lowongan atau akses-akses beberapa perusahaan yang menjadi mitra SMK N 2 Yogyakarta. SMK N 2 Yogyakarta sampai saat ini telah banyak menjalin kerjasama dengan dunia usaha/dunia industri sebagai institusi pasangan baik sebagai tempat praktek kerja industri (prakerin) maupun sebagai penyalur tenaga kerja. Program penelusuran lulusan juga sudah dilakukan secara rutin oleh pihak SMK N 2 Yogyakarta setiap tahunnya.

Pada hasil studi pendahuluan, SMK N 2 Yogyakarta pada tahun ajaran 2011/2012 dari segi permintaan dalam industri sangat baik dilihat dari jumlah keseluruhan siswa yang lulus, yang bekerja sebanyak 51% yang terdiri dari 37% bekerja di Daerah Istimewa Yogyakarta dan 14% di luar Daerah Istimewa Yogyakarta. Belum ada lulusan SMK N 2 Yogyakarta yang bekerja di luar negeri dan belum ada yang memilih untuk berwiraswasta. Sebanyak 21% lulusan memilih untuk melanjutkan studinya ke perguruan tinggi dan sisanya yakni 28% siswa tidak terlacak oleh sekolah.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan tersebut, menunjukkan bahwa SMK N 2 Yogyakarta dilihat dari program pemasaran lulusannya sudah cukup baik, tetapi pemasarannya masih di tingkat lokal dan nasional belum di internasional, karena belum ada lulusan yang bekerja di luar negeri. Dilihat dari program penelusuran lulusannya, SMK N 2 Yogyakarta masih kurang maksimal karena masih banyak lulusan yang tidak terlacak oleh pihak sekolah.



Penyebab dari banyaknya lulusan yang tidak terlacak dikarenakan banyak lulusan yang tidak menyerahkan blangko penelusuran lulusan yang biasanya diberikan oleh pihak sekolah kepada lulusan pada saat akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, dan blangko tersebut seharusnya diserahkan kepada sekolah di hari yang sama, namun masih banyak lulusan yang tidak mengumpulkan blangko tersebut sehingga pihak SMK tidak tahu keberadaan lulusan.

Dari uraian-uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta serta meneliti faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah yang muncul dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Pemerintah membuat kebijakan untuk menaikkan rasio peserta didik SMK lebih banyak dari pada peserta didik SMA, dengan tujuan untuk mengurangi angka pengangguran dari lulusan SMK, tetapi kenyataannya di Daerah Istimewa Yogyakarta, angka penganggurannya masih didominasi oleh lulusan SMK.
2. Dunia usaha/industri belum sepenuhnya paham akan tugas SMK yakni mempersiapkan tenaga kerja tingkat menengah, dan belum paham akan kompetensi tamatan SMK, sehingga banyak dunia usaha/industri yang tidak menjalin kerjasama dengan SMK.

3. Masih ada SMK yang tidak melaksanakan program pemasaran dan penelusuran lulusan.
4. Program pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta masih di kawasan lokal dan nasional belum di kawasan internasional, belum ada lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta yang bekerja di luar negeri.
5. Program penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta masih kurang maksimal karena masih banyak lulusan yang tidak terlacak oleh pihak sekolah.
6. Instrumen penelusuran lulusan yang digunakan oleh SMK N 2 Yogyakarta dalam menelusuri lulusannya yakni dengan menggunakan blangko, namun blangko tersebut masih kurang maksimal perannya karena masih banyak lulusan yang tidak mengumpulkan blangko tersebut ke sekolah.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Hal ini dimaksudkan untuk memperjelas masalah yang akan diteliti, serta agar lebih terfokus dan mendalam mengingat luasnya permasalahan yang ada, penelitian ini menitikberatkan pada empat masalah yakni.

1. Manajemen pemasaran lulusan di SMK, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan dan pengawasan.
2. Kegiatan penelusuran lulusan di SMK, yang mencakup persiapan, pelaksanaan dan tindak lanjut.
3. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK.

4. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan di SMK.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Bagaimanakah manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?
2. Bagaimanakah kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?
3. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?
4. Faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan.

1. Manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan, dan pengawasan.
2. Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut.
3. Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.
4. Faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

## **F. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun teoretis.

### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi perkembangan ilmu pendidikan, khususnya mengenai manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) .

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Bagi sekolah, sebagai bahan masukan atau informasi dan pertimbangan dalam mengelola program pemasaran dan penelusuran lulusan.
- b. Bagi sekolah, dapat memberikan sumbang saran keilmuan yang bersifat praktis kepada praktisi organisasi pendidikan khususnya di SMK N 2 Yogyakarta terkait pada bidang pemasaran dan penelusuran lulusan.
- c. Sebagai referensi dan bahan masukan bagi peneliti yang berminat untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam masalah yang sama di masa mendatang.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Manajemen Peserta Didik**

#### **1. Pengertian Manajemen**

George R. Terry dalam Mulyono (2009: 16) menyatakan, *“management is a distinct process consisting of planning, organizing, actuating, and controlling performed to determine and accomplish stated objectives by the use of human being and other resources”*. Menurut The Liang Gie dalam Mulyono (2009: 17) *“manajemen sebagai seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengontrolan terhadap sumber daya manusia dan alam untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan”*. Stoner dan Freeman dalam S. Shoimatul Ula (2013: 9) berpendapat bahwa *“manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian semua sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan”*.

Dari ketiga pendapat para ahli tentang pengertian manajemen tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan oleh pihak organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien dengan memberdayakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

## 2. Fungsi Manajemen

Mulyono (2009: 22) menjelaskan bahwa dalam proses pelaksanaan manajemen, manajemen mempunyai tugas-tugas khusus yang harus dilaksanakan. Tugas-tugas khusus itulah yang biasa disebut sebagai fungsi-fungsi manajemen. Menurut Didin Kurniadin & Imam Machali (2013: 35) maksud dari fungsi manajemen (*management functions*) adalah bagian-bagian yang terdapat dalam proses manajemen. Sebuah organisasi yang baik harus menjalankan fungsi atau bagian-bagian dalam manajemen. Fungsi-fungsi manajemen tersebut berfungsi sebagai pemandu (*guide line*) dalam menjalankan aktivitas organisasi. Henry Fayol dalam Tim Dosen AP UNY (2011: 9) juga berpendapat bahwa dalam rangka penyelenggaraan organisasi (perusahaan) lebih baik, maka perlu merumuskan apa-apa yang harus dilakukan pimpinan (administrator/manajer) agar perusahaannya berjalan dengan baik, selanjutnya oleh Tim Dosen AP UNY (2011: 10) langkah-langkah (proses) administrasi (manajemen) tersebut disebut sebagai fungsi (tugas pokok) manajemen (fungsi manajer).

Berdasarkan penjelasan oleh para ahli tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi manajemen merupakan tugas-tugas khusus yang harus dilaksanakan dalam manajemen yang digunakan sebagai pemandu (*guide line*) dalam menjalankan organisasi agar berjalan dengan baik.

Berkaitan dengan fungsi-fungsi manajemen ini, Henry Fayol dalam Didin Kurniadin & Imam Machali (2013: 36) menyebutkan bahwa fungsi-fungsi manajemen meliputi: perencanaan; pengorganisasian; pemberian perintah; pengoordinasian; dan pengendalian. G. R. Terry dalam Didin Kurniadin & Imam

Machali (2013: 36) menyebutkan bahwa fungsi-fungsi manajemen meliputi: perencanaan; pengorganisasian; pelaksanaan/penggerakan; dan pengendalian. Menurut Didin Kurniadin & Imam Machali (2013: 39), fungsi-fungsi manajemen meliputi: perencanaan; pengorganisasian; pelaksanaan; pengoordinasian; dan pengendalian. Marno & Triyo Supriyatno (2008: 11) berpendapat bahwa fungsi-fungsi manajemen meliputi: perencanaan; pengorganisasian; penggerakan; dan pengendalian.

Berdasarkan pendapat para ahli tentang fungsi-fungsi manajemen, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi-fungsi manajemen meliputi: perencanaan (*planning*); pengorganisasian (*organizing*); pelaksanaan/penggerakan (*actuating*); pengendalian/pengawasan (*controlling*). Berikut penjelasan dari masing-masing fungsi manajemen di atas.

#### **a. Perencanaan (*planning*)**

Sondang P. Siagian dalam A. L. Hartani (2011: 22-23) mengartikan perencanaan sebagai “pemikiran dan penentuan secara matang menyangkut hal-hal yang akan dikerjakan di masa datang dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya“. Menurut Mulyono (2009: 25) “perencanaan adalah proses kegiatan rasional dan sistemik dalam menetapkan keputusan, kegiatan atau langkah-langkah yang akan dilaksanakan di kemudian hari dalam rangka usaha mencapai tujuan secara efektif dan efisien“. Roger A. Kauffman dalam Nanang Fattah (2013: 49) mendefinisikan perencanaan sebagai “proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan dan sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan itu seefisien dan seefektif mungkin“.

Berdasarkan pemaparan pengertian perencanaan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah kegiatan memikirkan dan menentukan secara matang kegiatan atau hal-hal yang akan dilaksanakan di kemudian hari serta sumber yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan secara efektif dan efisien.

#### **b. Pengorganisasian (*organizing*)**

Engkoswara & Aan Komariah (2010: 95) menerangkan bahwa “mengorganisasikan adalah proses mengatur, mengalokasikan, dan mendistribusikan pekerjaan, wewenang dan sumber daya di antara anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi“. Menurut Heidjarachman R dalam Didin K & Imam M (2012: 129) “pengorganisasian adalah kegiatan untuk mencapai tujuan yang dilakukan oleh sekelompok orang, dilakukan dengan membagi tugas, tanggung jawab, dan wewenang di antara mereka, ditentukan siapa yang menjadi pemimpin, serta saling berintegrasi secara aktif“. Nanang Fattah (2013: 71) mendefinisikan pengorganisasian sebagai “proses membagi kerja ke dalam tugas-tugas yang lebih kecil, membebankan tugas-tugas itu kepada orang yang sesuai dengan kemampuannya, dan mengalokasikan sumber daya, serta mengkoordinasikannya dalam rangka efektivitas pencapaian tujuan organisasi“.

Berdasarkan pemaparan pengertian pengorganisasian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian adalah kegiatan untuk mencapai tujuan organisasi yang dilakukan dengan membagi tugas, tanggung jawab dan wewenang kepada anggota sesuai dengan kemampuannya, dan mengalokasikan sumber daya



serta mengkoordinasikannya sehingga para anggota akan saling berintegrasi secara aktif.

**c. Pelaksanaan/penggerakan (*actuating*)**

Menurut G. R. Terry dalam Uhar Suharsaputra (2013: 10) “pelaksanaan (*actuating*) merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota kelompok sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran, baik sasaran perusahaan yang bersangkutan maupun anggota-anggota perusahaan tersebut, oleh karena para anggota itu ingin mencapai sasaran-sasaran tersebut“. Didin K & Imam M (2012: 131) mendefinisikan “penggerakan (*actuating*) adalah upaya untuk menggerakkan atau mengarahkan tenaga kerja (*man power*) serta mendayagunakan fasilitas yang ada yang dimaksud untuk melaksanakan pekerjaan secara bersama“. Ensiklopedi Administrasi sebagaimana dikutip Ukas dalam Didin K & Imam M (2012: 287) mengartikan “penggerakan (*actuating*) sebagai aktivitas pokok dalam manajemen yang mendorong dan menjuruskan semua bawahan agar berkeinginan, bertujuan, serta bergerak untuk mencapai maksud-maksud yang hendak dicapai dan merasa berkepentingan serta bersatu padu dengan rencana dan usaha organisasi“.

Berdasarkan pemaparan pengertian pelaksanaan/penggerakan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan/penggerakan adalah kegiatan mendorong dan mengarahkan tenaga kerja dan mendayagunakan fasilitas yang ada untuk melaksanakan pekerjaan secara bersama agar tercapai sasaran-sasaran yang hendak dicapai.

#### **d. Pengendalian/pengawasan (*controlling*)**

Engkoswara & Aan Komariah (2010: 95) menyatakan bahwa “pengendalian adalah proses untuk memastikan bahwa aktivitas sebenarnya sesuai dengan aktivitas yang direncanakan“. Didin K dan Imam M (2012: 367) mendefinisikan pengawasan sebagai “suatu kegiatan untuk mendapatkan kepastian tentang pelaksanaan program atau pekerjaan/kegiatan yang sedang atau telah dilakukan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan“. Koontz dalam Didin K dan Imam M (2012: 131) berpendapat, “*controlling is the measuring and correcting objectives of subordinates to assure that events conform to plans*“.

Berdasarkan pemaparan pengertian pengendalian/pengawasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengendalian/pengawasan adalah kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan yang sedang atau telah dilakukan sesuai dengan rencana yang sudah ditentukan sebelumnya.

### **3. Pengertian Manajemen Peserta Didik**

Salah satu lembaga yang perlu dikelola adalah lembaga pendidikan. Manajemen dalam lembaga pendidikan biasa disebut dengan manajemen pendidikan. Adapun salah satu ruang lingkup dalam manajemen pendidikan yakni manajemen peserta didik. Sebelum membahas tentang manajemen peserta didik, akan lebih baik jika mengetahui pengertian peserta didik.

Dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, “peserta didik adalah anggota masyarakat yang berusaha mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran yang tersedia pada jalur, jenjang dan jenis pendidikan tertentu”. Menurut Tim Dosen AP UNY (2011:

50) “peserta didik adalah seseorang yang terdaftar dalam suatu jalur, jenjang, dan jenis lembaga pendidikan tertentu, yang selalu ingin mengembangkan potensi dirinya baik pada aspek akademik maupun non akademik melalui proses pembelajaran yang diselenggarakan“. Tim Dosen AP UPI (2013: 205) berpendapat bahwa “peserta didik adalah orang/individu yang mendapatkan pelayanan pendidikan sesuai dengan bakat, minat, dan kemampuannya agar tumbuh dan berkembang dengan baik serta mempunyai kepuasan dalam menerima pelajaran yang diberikan oleh pendidiknya“.

Berdasarkan pengertian-pengertian peserta didik tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa peserta didik adalah anggota masyarakat yang mendapatkan pelayanan pendidikan pada jalur, jenjang, dan jenis lembaga pendidikan tertentu, yang berusaha mengembangkan potensi dirinya baik pada aspek akademik maupun non akademik yang sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya agar dapat tumbuh dan berkembang menjadi manusia yang berkualitas sesuai dengan tujuan pendidikan nasional. Menurut Tim Dosen AP UPI (2013: 203) “agar peserta didik dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, dan kejiwaan peserta didik, maka dibutuhkan manajemen peserta didik yang bermutu di lembaga pendidikan (sekolah) itu sendiri“.

Pendapat yang sama juga diungkapkan oleh Tim Dosen AP UNY (2011: 50) yang menyatakan bahwa “manajemen peserta didik keberadaannya sangat dibutuhkan di lembaga pendidikan karena siswa merupakan subjek sekaligus objek dalam proses transformasi ilmu dan ketrampilan. Keberhasilan dalam

penyelenggaraan pendidikan akan sangat bergantung dengan perkembangan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional dan kejiwaan peserta didik“.Begitu juga menurut Mulyono (2009: 178) dalam kegiatan pendidikan di era persaingan ini, peserta didik merupakan unsur utama yang harus dimenej dan dihargai martabatnya tak jauh berbeda dengan pembeli/konsumen dalam dunia usaha.

Berdasarkan ketiga pendapat tersebut, maka dapat dikatakan bahwa keberadaan manajemen peserta didik di sekolah sangat dibutuhkan, karena peserta didik merupakan subjek sekaligus objek dalam proses transformasi ilmu pengetahuan dan keterampilan. Selain itu, keberhasilan penyelenggaraan pendidikan juga bergantung pada perkembangan potensi fisik, kecerdasan intelektual, sosial, emosional, dan kejiwaan peserta didiknya.

Manajemen peserta didik menurut Knezevich yang dikutip oleh Tim Dosen AP UPI (2013: 205) yaitu “layanan yang memusatkan perhatian pada pengaturan, pengawasan, dan layanan siswa di kelas dan di luar kelas seperti: pengenalan, pendaftaran, layanan individual seperti pengembangan keseluruhan kemampuan, minat, kebutuhan sampai ia matang di sekolah”. Menurut Tim Dosen AP UPI (2013: 205) “manajemen peserta didik dapat diartikan sebagai usaha pengaturan terhadap peserta didik mulai dari peserta didik tersebut masuk sekolah sampai dengan mereka lulus sekolah”. A. L. Hartani (2011: 35) mendefinisikan manajemen peserta didik sebagai “proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengarahan, dan pengendalian peserta didik mulai dari admisi,

registrasi dan ketatausahaannya sampai peserta didik menyelesaikan pendidikannya dalam arti lulus, tamat belajar, atau karena sebab lain”.

Sesuai dengan pengertian manajemen peserta didik tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen peserta didik adalah proses kegiatan yang direncanakan dan diusahakan untuk mengatur dan membina peserta didik baik di dalam kelas maupun di luar kelas mulai dari peserta didik itu masuk sekolah sampai dengan mereka keluar dari suatu sekolah dalam arti lulus, tamat belajar, atau karena sebab lain.

#### **4. Ruang Lingkup Manajemen Peserta Didik**

S. Shoimatul Ula (2013: 31) menjelaskan bahwa “manajemen peserta didik merupakan sistem pengelolaan terhadap siswa, mulai dari perencanaan, penerimaan siswa baru, pengorganisasian siswa, MOS, pembinaan dan pelayanan siswa, organisasi siswa, penilaian siswa, mutasi siswa, hingga perencanaan alumni siswa”.

Menurut Tim Dosen AP UPI (2013: 207) ruang lingkup manajemen peserta didik itu meliputi:

- a. analisi kebutuhan peserta didik
- b. rekrutmen peserta didik
- c. seleksi peserta didik
- d. orientasi
- e. penempatan peserta didik (pembagian kelas)
- f. pembinaan dan pengembangan peserta didik
- g. pencatatan dan pelaporan
- h. kelulusan dan alumni

Dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan oleh Satuan Pendidikan

Dasar dan Menengah, disebutkan bahwa pada bidang kesiswaan, sekolah/madrasah menyusun dan menetapkan petunjuk pelaksanaan operasional mengenai proses penerimaan peserta didik yang meliputi kriteria calon peserta didik, penerimaan peserta didik sekolah/madrasah, dan orientasi peserta didik baru. Selain itu, sekolah/madrasah juga harus:

- a. memberikan layanan konseling kepada peserta didik;
- b. melaksanakan kegiatan ekstra dan kokurikuler untuk para peserta didik;
- c. melakukan pembinaan prestasi unggulan;
- d. melakukan pelacakan terhadap alumni.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli tersebut di atas, dapat diketahui bahwa alumni/lulusan termasuk ke dalam lingkup manajemen peserta didik, karena sudah tertera dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007, selain itu keberadaan alumni juga sangat bermanfaat untuk sekolah. Hal ini berdasarkan pendapat Tim Dosen AP UPI (2013: 214) yakni:

ketika peserta didik sudah lulus, maka secara formal hubungan antara peserta didik dan lembaga telah selesai. Namun, diharapkan hubungan antara para alumni dan sekolah tetap terjalin, karena dari hubungan sekolah dan alumni ini, sekolah bisa memanfaatkan hasil-hasilnya. Sekolah bisa menjangkau berbagai informasi, misalnya informasi tentang lapangan kerja yang bisa dijangkau bagi alumni lainnya, dan informasi tentang materi pelajaran yang sangat membantu untuk studi selanjutnya.

Tim Dosen AP UPI (2013: 214) juga berpendapat bahwa prestasi yang dicapai para alumni dari lembaga pendidikan (sekolah) perlu didata atau dicatat oleh lembaga. Sebab catatan tersebut sangat berguna bagi lembaga dalam mempromosikan lembaga pendidikannya.

Widyanto dalam Thomas Sukardi (2011: 199) juga menjelaskan bahwa alumni memiliki empat peran terhadap almamaternya, yaitu:

- a. alumni dapat berperan sebagai katalis dengan memberikan berbagai masukan kritis dan membangun kepada almamater mereka, artinya pengalaman mereka dapat menghasilkan dan menawarkan berbagai konsep, ide, pemikiran, masukan dan kritik yang membangun;
- b. sesuai peran alaminya alumni yang berprestasi dan memiliki kompetensi yang mumpuni dapat memainkan fungsi penting dalam membangun opini publik;
- c. alumni sebagai produk utama dari lembaga pendidikan juga diharapkan mampu mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan institusi di luar. Artinya pengembangan jaringan oleh alumni merupakan potensi strategis untuk membuka berbagai peluang dan meningkatkan daya saing suatu almamater pendidikan karena manfaatnya yang akan berdampak secara langsung pada sesama alumni;
- d. keberadaan alumni di berbagai bidang usaha, lapangan pekerjaan dan institusi pendidikan dapat memberikan gambaran dan inspirasi kepada lembaga pendidikan, sehingga pada gilirannya dapat memotivasi para calon lulusan dalam menentukan prioritas dan cita-cita mereka ke depan.

Berdasarkan pemaparan tentang lulusan/alumni pada sebuah lembaga pendidikan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa lulusan/alumni masuk ke dalam lingkup manajemen peserta didik, karena peran dari lulusan/alumni sangat bermanfaat untuk sekolah, diantaranya yaitu: (1) sekolah bisa menjaring informasi dari alumni tentang lapangan kerja dan materi pelajaran yang membantu peserta didik untuk studi selanjutnya sehingga sekolah dapat memperoleh gambaran dan inspirasi; (2) prestasi yang didapat alumni dari sekolah juga dapat dijadikan bahan promosi sekolah dan membangun opini publik; (3) mampu mengembangkan jaringan dan membangun pencitraan sekolah di luar.

Akan tetapi dalam lembaga pendidikan kejuruan khususnya SMK ada perbedaan pada lingkup lulusan. Perbedaan tersebut dimulai dari perbedaan antara

pendidikan di SMK dengan pendidikan di SMA. Berikut uraian perbedaan SMK dengan SMA menurut Husaini Usman (2012: 81).

- a. Tujuan SMK adalah menyiapkan lulusan untuk bekerja sesuai bidangnya, sedangkan tujuan SMA adalah untuk menyiapkan lulusan melanjutkan ke pendidikan tinggi.
- b. SMK mengutamakan praktik, sedangkan SMA mengutamakan teori.
- c. Lulusan pendidikan kejuruan disiapkan untuk menjadi praktisi, sedangkan lulusan pendidikan nonkejuruan disiapkan untuk menjadi akademisi.
- d. Pendidikan menengah memiliki bengkel kerja (*workshop*), sedangkan nonkependidikan kejuruan tidak memiliki bengkel.
- e. Pendidikan kejuruan memiliki unit produksi sekolah (UPS) sebagai miniatur DUDI, sedangkan nonkependidikan kejuruan tidak memiliki UPS.
- f. Pendidikan kejuruan menghasilkan barang dan/atau jasa UPS, sedangkan nonkependidikan kejuruan tidak menghasilkan barang dan/atau jasa.
- g. Pendidikan kejuruan memiliki peluang memasarkan barang dan/atau jasa, sedangkan nonkependidikan kejuruan tidak memiliki peluang memasarkan barang dan/jasa.
- h. Pendidikan kejuruan harus memiliki institusi pasangan untuk tempat magang peserta didiknya, sedangkan nonkependidikan kejuruan tidak harus memiliki institusi pasangan.

Dari uraian tersebut disebutkan bahwa tujuan SMK adalah menyiapkan lulusan untuk bekerja sesuai dengan bidangnya, SMK menghasilkan barang dan/atau jasa yang dapat berpeluang untuk dipasarkan. Salah satu produk yang dihasilkan oleh SMK yaitu berupa lulusan/tamatan. Maka pihak SMK juga berpeluang untuk memasarkan lulusannya, karena selain bertujuan untuk menyiapkan lulusan untuk bekerja sesuai dengan bidangnya, pihak SMK juga harus membantu para lulusannya yang kesulitan dalam hal mencari pekerjaan.

Menurut Tiwan dan Anwar S (2004: 21):

pada tahun ajaran 1994/1995 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan memberlakukan Kurikulum SMK 1994, dengan Kepmen Dikbud nomer 080/u/1993. Salah satu program yang muncul dari kurikulum tersebut yaitu program tentang pemasaran dan penelusuran tamatan. Dengan program



pemasaran tamatan ini diharapkan akan membantu para lulusan yang kesulitan dalam hal mencari pekerjaan. Serta dengan adanya program penelusuran tamatan dapat memberikan masukan data-data lulusan yang telah bekerja maupun yang belum bekerja.

Dari uraian tentang ruang lingkup manajemen peserta didik, maka dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup manajemen peserta didik di SMK terdiri dari analisis kebutuhan peserta didik; rekrutmen peserta didik baru; seleksi peserta didik; orientasi; penempatan peserta didik (pembagian kelas); pembinaan; pengembangan dan pelayanan peserta didik; pencatatan dan pelaporan; kelulusan; lulusan/alumni. Komponen lulusan/alumni terdiri dari dua kegiatan yaitu pemasaran dan penelusuran lulusan yang akan menjadi pembahasan selanjutnya.

## **B. Pemasaran Lulusan SMK**

### **1. Pengertian Pemasaran Lulusan SMK**

Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 6) mendefinisikan pemasaran sebagai "proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain". Thamrin Abdullah & Francis Tantri (2012: 14) menyatakan bahwa "pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain". Sofjan Assauri (2011: 5) mendefinisikan pemasaran sebagai "kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran".

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan individu atau kelompok yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan

keinginan melalui proses penciptaan dan pertukaran sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Lembaga pendidikan dapat juga melakukan pemasaran, salah satunya yaitu pemasaran lulusan pada sekolah menengah kejuruan (SMK). Maksud dari pemasaran lulusan SMK berdasarkan pengertian pemasaran tersebut di atas yakni suatu kegiatan pada SMK yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses penciptaan dan pertukaran sesuatu yang bernilai satu sama lain. Yang dimaksud dengan “untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan” yakni untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak SMK sebagai penjual dan pihak dunia usaha/dunia industri (DU/DI) sebagai pembeli, dan yang dimaksud dengan “sesuatu yang bernilai satu sama lain” yakni lulusan SMK, dimana lulusan SMK merupakan sesuatu yang bernilai bagi pembeli dan suatu hal dari DU/DI yang merupakan sesuatu yang bernilai bagi SMK seperti halnya kepercayaan. Jadi dalam hal ini SMK menciptakan lulusan yang bernilai bagi DU/DI dan ditukar dengan suatu hal dari DU/DI yang bernilai bagi SMK seperti kepercayaan DU/DI kepada SMK.

Pemasaran lulusan SMK termasuk ke dalam pemasaran jasa, karena produk yang dipasarkan yaitu lulusan SMK yang termasuk ke dalam golongan jasa. Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 266) “jasa (*service*) adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu”. Lebih lanjut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 271) menyatakan bahwa “orang juga bisa dianggap sebagai produk. Pemasaran

orang terdiri dari kegiatan yang dilaksanakan untuk menciptakan, memelihara, atau mengubah sikap atau perilaku terhadap orang tertentu”. Fandy Tjiptono (2011: 25) juga berpendapat bahwa “jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu obyek, alat, atau benda; maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha. Oleh sebab itu, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi”.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran lulusan SMK, lulusan SMK termasuk produk jasa, dimana jasa adalah produk yang tak berwujud (tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi) yang terdiri dari aktivitas, pengalaman, proses, kinerja (*performance*) yang ditawarkan atau dijual untuk memberikan manfaat atau kepuasan kepada pembeli dan tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu. Jadi dalam penelitian ini mengasumsikan bahwa pedagang/penjual dalam hal ini adalah SMK sedangkan produk yang dipasarkan adalah lulusan SMK, sedang pelanggan atau pembeli adalah dunia usaha/dunia industri (DU/DI).

## **2. Tujuan Pemasaran Lulusan SMK**

Menurut Danang Sunyoto (2012: 36) “tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen”. Pendapat lainnya disampaikan Thamrin Abdullah & Francis Tantri (2013: 111) yang menyatakan bahwa “tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran”. Pendapat lainnya secara lebih luas disampaikan Gronroos dalam Fandy Tjiptono (2011: 4) yang menyatakan bahwa “pemasaran

bertujuan untuk menjalin, mengembangkan, dan mengkomersialisasikan hubungan dengan pelanggan untuk jangka panjang sedemikian rupa sehingga tujuan masing-masing pihak dapat terpenuhi”.

Dari ketiga pendapat tersebut maka tujuan pemasaran adalah untuk mengarahkan barang dan jasa ke konsumen sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa tersebut, serta untuk menjalin dan mengembangkan hubungan dengan konsumen untuk jangka yang panjang agar tujuan dari produsen dan konsumen dapat terpenuhi. Dalam kaitannya dengan pemasaran lulusan SMK, maka tujuan dari pemasaran lulusan SMK berdasarkan uraian tersebut yaitu untuk mengarahkan lulusan SMK ke dunia usaha/dunia industri (DU/DI) sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan DU/DI akan lulusan SMK tersebut, serta untuk menjalin dan mengembangkan hubungan dengan DU/DI untuk jangka yang panjang agar tujuan dari SMK dan DU/DI dapat terpenuhi.

### **3. Manajemen Pemasaran Lulusan SMK**

Berdasarkan Persatuan Pemasaran Amerika dalam Thamrin Abdullah & Francis Tantri (2012: 22), “(manajemen) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan dari penjualan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi”. Menurut Thamrin Abdullah & Francis Tantri (2012: 22) “manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan juga mencakup barang, jasa serta gagasan; berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah

memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat”. Sofjan Assauri (2011: 12) berpendapat bahwa “manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang mencakup penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang bertujuan untuk menimbulkan pertukaran dengan kelompok sasaran guna mencapai tujuan pelanggan dan organisasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, arti dari manajemen pemasaran lulusan SMK yaitu proses yang mencakup penganalisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran lulusan yang bertujuan untuk menimbulkan pertukaran dengan kelompok sasaran guna mencapai tujuan dunia usaha/dunia industri dan SMK dalam jangka panjang

Berdasarkan pemaparan fungsi-fungsi manajemen pada bagian awal, maka fungsi manajemen pemasaran juga terdiri dari: perencanaan (*planning*); pengorganisasian (*organizing*); pelaksanaan/penggerakan (*actuating*); pengendalian/pengawasan (*controlling*). Setelah mengetahui penjelasan dari masing-masing fungsi tersebut pada bagian awal, maka selanjutnya perlu dikaji rincian kegiatan-kegiatan yang perlu dilakukan dalam tiap-tiap fungsi tersebut. Berikut rincian kegiatan dari masing-masing fungsi manajemen pemasaran menurut beberapa ahli.

#### **a. Perencanaan (*planning*)**

Menurut Sofjan Assauri (2011: 303-304) dalam pelaksanaan kegiatan perencanaan pemasaran perlu diikuti beberapa langkah sebagai berikut.

- 1) Analisis hasil prestasi kegiatan pemasaran
- 2) Analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman pemasaran perusahaan
- 3) Penentuan tujuan (objektif) pemasaran
- 4) Penetapan strategi pemasaran
- 5) Penetapan target pemasaran
- 6) Penyusunan rencana pemasaran
- 7) Penyusunan program pemasaran
- 8) Penyusunan anggaran pemasaran

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 64-65) mengelola fungsi pemasaran diawali dengan analisis menyeluruh dari situasi perusahaan. Pemasar harus melakukan analisis SWOT (*SWOT analysis*), di mana ia menilai kekuatan (*strengths* (S)), kelemahan (*weaknesses* (W)), peluang (*opportunities* (O)), dan ancaman (*threats* (T)) perusahaan secara keseluruhan. Selanjutnya dalam melakukan perencanaan pemasaran, perusahaan menentukan apa yang akan dilakukan dengan masing-masing unit bisnis. Perencanaan pemasaran mencakup pengambilan keputusan pada strategi pemasaran yang akan membantu perusahaan mencapai tujuan strategis secara keseluruhan. Rencana pemasaran yang rinci diperlukan untuk masing-masing bisnis, produk atau merek.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka kegiatan yang dilakukan dalam perencanaan pemasaran yaitu: (1) menganalisis hasil prestasi kegiatan pemasaran; (2) melakukan analisis SWOT yakni *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) perusahaan secara keseluruhan; (3) menentukan tujuan pemasaran; (4) menetapkan strategi

pemasaran; (5) menetapkan target pemasaran; (6) menyusun rencana pemasaran; (7) menyusun program pemasaran; dan (8) menyusun anggaran pemasaran.

#### **b. Pengorganisasian (*organizing*)**

Sofjan Assauri (2011: 317) berpendapat bahwa “dengan organisasi pemasaran itu, disusunlah suatu sistem dan prosedur kerja, serta ditetapkan pula aturan dan hubungan tugas, wewenang dan tanggung jawab antara satu dan lainnya”.

Malayu S. P. Hasibuan (2007: 127) menyatakan bahwa proses (langkah-langkah) pengorganisasian terdiri dari:

1. Manajer harus mengetahui tujuan organisasi yang ingin dicapai.
2. Penentuan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengetahui, merumuskan dan menspesifikasikan kegiatan-kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi dan menyusun daftar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan.
3. Pengelompokan kegiatan-kegiatan, artinya manajer harus mengelompokkan kegiatan-kegiatan ke dalam beberapa kelompok atas dasar tujuan yang sama. Kegiatan-kegiatan yang bersamaan dan berkaitan erat disatukan ke dalam satu departemen atau satu bagian.
4. Pendelegasian wewenang, artinya manajer harus menetapkan besarnya wewenang yang akan didelegasikan kepada setiap departemen.
5. Rentang kendali, artinya manajer harus menetapkan jumlah karyawan pada setiap departemen atau bagian.
6. Peranan perorangan, artinya manajer harus menetapkan dengan jelas tugas-tugas setiap individu karyawan, supaya tumpah tindih tugas dihindarkan.
7. Tipe organisasi, artinya manajer harus menetapkan tipe organisasi apa yang akan dipakai.
8. Struktur, artinya manajer harus menetapkan struktur organisasi yang bagaimana yang akan dipergunakan.

Menurut Husnaini Usman (2013: 170) pengorganisasian yaitu:

(a) penentuan sumber daya dan kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi, (b) proses perancangan dan pengembangan suatu organisasi yang akan dapat membawa hal-hal tersebut ke arah tujuan, (c) penugasan tanggung jawab tertentu, (d) pendelegasian wewenang yang

diperlukan kepada individu-individu untuk melaksanakan tugas-tugasnya, (e) pengaturan kerja bersama sumber daya keuangan, fisik, dan manusia dalam organisasi, dan (f) penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya.

Husnaini Usman (2013: 194) menambahkan bahwa struktur organisasi berkenaan dengan proses keputusan dalam mendesain struktur organisasi yang menyangkut: pembagian pekerjaan, departementalisasi, rentang kendali, dan delegasi.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka kegiatan yang dilakukan dalam pengorganisasian yaitu: (1) manajer menyusun sistem dan prosedur kerja; (2) manajer menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan; (3) departementalisasi, yakni manajer mengelompokkan kegiatan-kegiatan ke dalam beberapa kelompok atas dasar tujuan yang sama; (4) pendelegasian wewenang, yakni manajer mendelegasikan wewenang dengan menetapkan besarnya wewenang yang akan didelegasikan kepada setiap departemen; (5) rentang kendali, artinya manajer menetapkan jumlah karyawan pada setiap departemen atau bagian; (6) manajer menetapkan dengan jelas tugas-tugas setiap karyawan; (7) manajer menetapkan tipe organisasi apa yang akan dipakai; dan (8) manajer menetapkan dan menyusun struktur organisasi yang bagaimana yang akan dipergunakan yang sesuai dengan tujuan organisasi dan sumber daya yang dimilikinya.

### **c. Pelaksanaan/penggerakan (*actuating*)**

Sofjan Assauri (2011: 361) mengungkapkan:

berhasil tidaknya pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi atau perusahaan sangat tergantung pada kemampuan pemimpin untuk mengarahkan dan mengendalikan semua kegiatan pemasaran di bidang



pemasaran. Pelaksanaan atau implementasi merupakan cara melaksanakan kegiatan yang telah direncanakan dalam situasi dan kondisi yang ada, dengan memberikan pengarahan kepada tenaga pelaksana.

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 65) “implementasi pemasaran (*marketing implementation*) adalah proses yang mengubah rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran strategis. Perencanaan pemasaran memperlihatkan apa dan mengapa kegiatan pemasaran, sedangkan implementasi memperlihatkan siapa, di mana, kapan dan bagaimana”.

Menurut Didin Kurniadin dan Imam Machali (2013: 288):

fungsi penggerakan dalam manajemen mencakup di dalamnya adalah kepemimpinan, motivasi, komunikasi, dan bentuk-bentuk lain dalam rangka mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu guna mencapai tujuan organisasi. Kepemimpinan berfungsi sebagai pemberi arahan, komando, dan pemberi serta pengambil keputusan organisasi. Motivasi berguna sebagai cara untuk menggerakan agar tujuan organisasi tercapai. Sedangkan, komunikasi berfungsi sebagai alat untuk menjalin hubungan dalam rangka fungsi penggerakan dalam organisasi.

Penggerakan sangat erat kaitanya dengan penggunaan berbagai sumber daya organisasi. Oleh karenanya kemamuan memimpin, memberi motivasi, berkomunikasi, dan menciptakan iklim serta budaya organisasi yang kondusif menjadi kunci penggerakan.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan/penggerakan pemasaran, kegiatan yang dilakukan yaitu: (1) pemimpin mengarahkan dan mengendalikan kegiatan; (2) pemimpin memberikan arahan dan komando kepada karyawan; (3) pemimpin memberi dan mengambil keputusan organisasi; (4) pemimpin memberikan motivasi kepada karyawan dalam menjalankan tugasnya; (5) pemimpin menjalin hubungan yang baik dengan berkomunikasi secara rutin dengan karyawan, dan (6) pemimpin menciptakan iklim serta budaya organisasi

yang kondusif dengan saling menghormati dan menghargai masing-masing individu.

#### **d. Pengendalian/pengawasan (*controlling*)**

Menurut Sofjan Assauri (2011: 363) kegiatan pengendalian pemasaran mencakup:

- 1) kegiatan menilai dan membandingkan hasil pelaksanaan atau prestasi dengan rencana atau ukuran/standar yang ditetapkan,
- 2) mencari sebab terjadinya penyimpangan dan menentukan cara mengatasinya, dan
- 3) memberikan informasi sebagai umpan balik bagi penyusunan rencana pemasaran berikutnya.

Selanjutnya Sofjan Assauri (2011: 366) menjelaskan bahwa pelaksanaan pengendalian pemasaran membutuhkan tiga langkah yang penting, yaitu:

- 1) penentuan standar prestasi yang digunakan
- 2) menilai atau mengukur hasil prestasi dengan membandingkannya dengan standar prestasi yang telah ditetapkan.
- 3) Menggunakan hasil penilaian untuk dasar penganalisisan keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dihadapi pemasaran serta untuk menetapkan keputusan yang akan diambil.

Menurut Philip Kotler & Gary Armstrong (2008: 68):

kendali pemasaran (*marketing control*) melibatkan evaluasi hasil strategi dan rencana pemasaran dan mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa tujuan telah tercapai. Kendali pemasaran melibatkan empat tahap. Pertama, manajemen menetapkan tujuan pemasaran tertentu. Lalu manajemen mengukur kinerja di pasar dan mengevaluasi penyebab berbagai perbedaan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja yang sebenarnya. Akhirnya, manajemen mengambil tindakan korektif untuk menutup kesenjangan antara tujuan dan kinerjanya. Hal ini memerlukan perubahan program tindakan atau bahkan perubahan tujuan.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka kegiatan yang dilakukan dalam pengendalian/pengawasan pemasaran yaitu: (1) menentukan standar prestasi yang digunakan; (2) menilai, mengukur dan mengevaluasi hasil pelaksanaan atau prestasi dengan rencana atau standar prestasi yang telah ditetapkan; (3) mencari dan mengevaluasi sebab terjadinya masalah dan menentukan atau mengambil cara atau tindakan untuk mengatasinya; (4) memberikan umpan balik berupa informasi pada penyusunan rencana pemasaran mendatang.

Berdasarkan uraian manajemen pemasaran tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran lulusan di SMK terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan, dan pengendalian/pengawasan. Adapun kegiatan dalam perencanaan pemasaran lulusan yaitu menganalisis hasil prestasi kegiatan pemasaran; melakukan analisis SWOT perusahaan secara keseluruhan; menentukan tujuan, strategi dan target pemasaran; menyusun rencana, program dan anggaran pemasaran. Kegiatan dalam pengorganisasian kegiatan pemasaran yakni manajer menyusun sistem dan prosedur kerja; menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan; departementalisasi; pendelegasian wewenang; rentang kendali; manajer menetapkan tugas-tugas setiap karyawan; manajer menetapkan tipe organisasi yang akan dipakai; dan manajer menetapkan dan menyusun struktur organisasi yang akan dipergunakan. Selanjutnya dalam pelaksanaan/penggerakan pemasaran, kegiatan yang dilakukan yaitu pemimpin mengarahkan dan mengendalikan kegiatan; pemimpin memberi dan mengambil keputusan organisasi; pemimpin memberikan motivasi kepada karyawan;

pemimpin menjalin hubungan yang baik dengan karyawan, dan pemimpin menciptakan iklim serta budaya organisasi yang kondusif. Terakhir yakni pengendalian/pengawasan pemasaran, kegiatan yang dilakukan yakni menentukan standar prestasi yang digunakan; menilai, mengukur dan mengevaluasi hasil pelaksanaan atau standar prestasi yang telah ditetapkan; mencari dan mengevaluasi sebab terjadinya masalah dan menentukan atau mengambil cara atau tindakan untuk mengatasinya; dan memberikan umpan balik berupa informasi pada penyusunan rencana pemasaran mendatang.

#### **4. Kerjasama SMK dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (DU/DI)**

Dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2007 tentang Standar Pengelolaan Pendidikan oleh Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah disebutkan.

- a. Setiap sekolah/madrasah menjalin kemitraan dengan lembaga lain yang relevan, berkaitan dengan *input*, proses, *output* dan pemanfaatan lulusan.
- b. Kemitraan sekolah/madrasah dilakukan dengan lembaga pemerintah maupun non pemerintah.
- c. Kemitraan SMA/SMK, MA/MAK, atau yang setara dilakukan minimal dengan perguruan tinggi, SMP/MTs, atau yang setara, serta dunia usaha dan dunia industri di lingkungannya.

Menurut Putu Sudira (2012: 24) “kerjasama pihak penyelenggara pendidikan vokasi dengan DU/DI mutlak diperlukan baik berkaitan dengan pengembangan standar-standar kompetensi, pelatihan kompetensi produktif, sertifikasi dan juga rencana penyerapan lulusan. Efektivitas pendidikan vokasi diukur dari jumlah lulusan yang terserap dan bekerja di DU/DI atau berwirausaha”.

Masriam Bukit (2014: 66) juga berpendapat bahwa “pada masa mendatang, tanpa kemitraan dengan industri, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) akan menghasilkan tamatan yang tingkat keterampilannya semakin jauh dari tuntutan lapangan kerja”. Lebih lanjut Masriam bukit (2014: 43) menjelaskan bahwa “dalam pelaksanaan model pendidikan sistem ganda (PSG), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan industri baik pemerintah maupun swasta terlibat dan bertanggung jawab mulai dari tahap perencanaan program, tahap implementasi, sampai tahap penentuan kelulusan peserta didik, serta upaya pemasaran tamatannya”.

Yulianto dan Budi Sutrisno (2014: 23) juga menjelaskan bahwa efektivitas kerjasama antara SMK dengan DU/DI tersebut dilakukan dalam bentuk:

- a. praktek kerja industri (prakerin)
- b. uji kompetensi kejuruan (UKK)
- c. *on the job training* (OJT) guru
- d. bantuan peralatan praktek dan beasiswa dari industri
- e. unit produksi (UP)
- f. *recruitment*/penempatan tamatan, Bursa Kerja Khusus (BKK) sekolah berkewajiban memfasilitasi/mempertemukan pencari kerja (tamatan/alumni) dengan *user* (perusahaan pencari tenaga kerja).

Dari beberapa penjelasan para ahli tentang kerjasama antara SMK dengan dunia usaha/dunia industri (DU/DI) tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kerjasama antara SMK dengan DU/DI mutlak diperlukan, karena kedua pihak akan mendapat manfaat yang menguntungkan bagi lembaganya. Salah satu manfaat yang menguntungkan yang didapat dari adanya kerjasama tersebut baik untuk pihak SMK maupun DU/DI, yaitu pihak SMK dapat melaksanakan pemasaran lulusan kepada DU/DI dengan mudah karena sudah menjalin kerjasama, sehingga dalam prosesnya akan berjalan mudah. Manfaat yang didapat

dari pihak DU/DI yaitu dapat lebih mudah mendapatkan tenaga kerja yang terjamin kualitasnya karena berasal dari SMK yang bermitra dengan DU/DI tersebut yang artinya kompetensi yang dimiliki oleh calon tenaga kerja/lulusan SMK tersebut sudah disesuaikan dengan tuntutan DU/DI yang bersangkutan.

## **5. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan dapat diketahui dari elemen-elemen yang ada dalam kegiatan pemasaran lulusan. Adapun elemen-elemen tersebut menurut para ahli pemasaran disebut dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 26-27) yaitu “perpaduan dari alat atau sarana-sarana yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat dipergunakan untuk mempengaruhi konsumen untuk menjadi tertarik, senang, kemudian membeli dan akhirnya puas akan produk yang dipasarkan”.

Lebih lanjut Indriyo Gitosudarmo (2008: 331) menjelaskan bahwa bauran pemasaran bagi produk yang tidak berujud yang biasa disebut jasa atau *service*, terdiri dari tujuh macam senjata, diantaranya yaitu.

1. Produk (*product*). Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 213) produk yang dipasarkan atau dijual hendaknya yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas. Sebaliknya apabila konsumen tidak merasa puas terhadap produk yang dibelinya maka mereka akan meninggalkan perusahaan.

2. Harga (*price*). Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 267) “pengusaha perlu memikirkan tentang penetapan harga jual produknya secara tepat karena harga yang tidak tepat akan berakibat tidak menarik para pembeli untuk membeli barang tersebut”.
3. Promosi (*promotion*). Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 281) “kegiatan promosi merupakan bentuk komunikasi di bidang pemasaran, yaitu komunikasi antara pengusaha dengan konsumen”.
4. Distribusi(*placement*). Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008: 301) “pendistribusian merupakan suatu upaya untuk membuat produk dapat senantiasa ada di tempat di mana konsumen berada. Produk harus kita distribusikan menjadi sedekat mungkin dengan konsumen”.
5. Perwujudan fisik(*physical appearance*). Perwujudan fisik merupakan bentuk dari pertunjukan pemasar yang ditujukan untuk konsumen agar dapat dengan mudah untuk mengetahui, kemudian senang dan membeli serta nanti membeli lagi.
6. Proses produksi jasa itu(*process*). Produk jasa harus diwujudkan dalam bentuk produksi jasa.
7. Hubungan antarmanusia yakni produsen dengan konsumen(*people*).

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013: 92) bauran pemasaran jasa terdiri dari tujuh hal, yaitu sebagai berikut.

1. Produk (*product*): jenis jasa yang ingin ditawarkan.
2. Harga (*price*): bagaimana strategi penentuan harga
3. Lokasi/tempat (*place*): bagaimana sistem penyampaian yang akan diterapkan.
4. Promosi (*promotion*): bagaimana promosi yang harus dilakukan.

5. Orang/SDM (*people*): tipe kualitas dan kuantitas SDM yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
6. Proses (*process*): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
7. Layanan pelanggan (*customer service*): level layanan/jasa yang akan diberikan kepada konsumen.

Pendapat yang sama juga disampaikan Fandy Tjiptono (2011: 40-42) yang menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari.

- a. Produk(*products*). Produk merupakan bentuk penawaran organisasi jasa yang ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- b. Penetapan harga(*pricing*). Keputusan bauranharga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan.
- c. Promosi(*promotion*). Bauran promosi tradisional meliputi berbagai metode untuk mengkomunikasikan manfaat jasa kepada pelanggan potensial dan aktual.
- d. Distribusi (*place*). Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial.
- e. Orang/sumber daya manusia (*people*). Bagi sebagian besar jasa, orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, karena setiap orang merupakan “*part-time marketer*” yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak langsung pada *output* yang diterima pelanggan.
- f. Bukti fisik (*physical evidence*). Penawaran bukti fisik dari karakteristik jasa menjadi salah satu upaya untuk mengurangi tingkat resiko dalam pemasaran jasa.



- g. Proses (*process*). Proses produksi atau operasi merupakan faktor penting bagi konsumen *high-contact services* yang kerap kali juga berperan sebagai *co-producer* jasa bersangkutan.
- h. Layanan pelanggan (*customer service*). Layanan pelanggan dalam sektor jasa dapat diartikan sebagai kualitas total jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Berdasarkan ketiga pendapat tentang bauran pemasaran jasa di atas, maka dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen yang ada dalam manajemen pemasaran yaitu: produk (*product*); orang/sumber daya manusia (*people*); promosi (*promotion*); harga (*price*); lokasi/tempat (*place*); proses (*process*); dan layanan pelanggan (*customer service*). Ketujuh elemen tersebut dapat menjadi faktor pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan SMK, namun pada pembahasan selanjutnya hanya ada enam elemen yang menjadi faktor pendukung yaitu produk, orang, promosi, harga, lokasi, layanan pelanggan. Proses tidak diikutsertakan karena sukar untuk melihat proses produksi lulusan SMK. Berikut penjelasan masing-masing elemen.

- a. Produk (*product*), adanya produk yaitu lulusan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat mendukung lancarnya pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan, karena apabila produk yang dijual mampu memberikan kepuasan para konsumen, maka konsumen akan melakukan transaksi lagi, dan pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan berjalan dengan lancar.
- b. Orang/sumber daya manusia (*people*), adanya orang/sumber daya manusia dalam hal ini tenaga pelaksana/pengurus dengan jumlah yang mencukupi,

kemampuan yang sesuai dengan bidangnya, serta antar pengurus terjalin kerjasama yang baik dapat memperlancar pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan.

- c. Promosi (*promotion*), dari adanya kegiatan promosi diharapkan para konsumen dapat mengetahui produk yang dimiliki oleh produsen dan dapat tertarik untuk melakukan transaksi, hal ini dapat mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran.
- d. Harga (*price*), adanya penetapan harga yang tepat dalam pemasaran lulusan akan menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dimiliki oleh produsen. Hal ini akan dapat mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan karena transaksi akan terus berlangsung. Harga dalam konteks pemasaran lulusan SMK yaitu jumlah uang dan atau aspek lain yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Harga yang dikeluarkan oleh konsumen dalam pemasaran lulusan SMK terdiri dari harga yang dibayarkan untuk jasa wiraniaga dan untuk jasa lulusan SMK. Harga yang dibayarkan untuk jasa wiraniaga disebut komisi, sedangkan harga yang dibayarkan untuk jasa lulusan SMK disebut upah.
- e. Lokasi/tempat (*place*), adanya lokasi/tempat dan sistem distribusi yang mudah diakses oleh konsumen akan memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi pemasaran yang berujung pada pemuasan konsumen. Sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan terus berjalan.
- f. Layanan pelanggan (*customer service*), adanya layanan yang prima kepada pelanggan akan membuat pelanggan merasa senang yang selanjutnya akan

membuat pelanggan setia untuk membeli produk dan akan terjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen. Sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan berjalan dengan lancar.

Keenam elemen dalam pelaksanaan manajemen pemasaran tersebut juga dapat menjadi faktor penghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan SMK, berikut penjelasan masing-masing elemen.

- a. Produk (*product*), produk yang kurang berkualitas dan tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat menghambat manajemen pemasaran lulusan, karena apabila produk yang dijual tidak mampu memberikan kepuasan para konsumen, maka konsumen tidak akan melakukan transaksi lagi, dan pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan terhambat.
- b. Orang/sumber daya manusia (*people*), jumlah tenaga pelaksana/pengurus tidak mencukupi, kemampuannya tidak sesuai dengan bidangnya, serta antar pengurus tidak terjalin kerjasama yang baik, maka dapat menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan.
- c. Promosi (*promotion*), kurangnya promosi yang menyebabkan produk tidak dikenal oleh konsumen sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran berjalan lambat.
- d. Harga (*price*), harga yang ditetapkan oleh produsen kurang tepat, sehingga konsumen tidak tertarik dan menyebabkan pelaksanaan manajemen pemasaran terhambat.

- e. Lokasi/tempat distribusi (*place*), lokasi/tempat dan sistem distribusi yang digunakan tidak mudah diakses oleh konsumen sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran susah dilaksanakan.
- f. Layanan pelanggan (*customer service*), layanan yang diberikan produsen kepada pelanggan kurang baik yang membuat pelanggan kurang senang dan membuat pelanggan pergi, antar produsen dan konsumen juga tidak terjalin kerjasama yang baik, hal ini dapat menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan.

### **C. Penelusuran lulusan SMK**

#### **1. Pengertian Penelusuran Lulusan SMK**

Menurut Wuradji, dkk (2010: 5):

penelusuran lulusan (*tracer study*) merupakan bagian penting dari aktivitas sebuah lembaga pendidikan. Melalui penelusuran lulusan akan diperoleh berbagai informasi penting yang sangat bermanfaat bagi lembaga pendidikan yang bersangkutan, bagi para lulusan, dan juga lembaga-lembaga lain yang terkait dengan penyelenggaraan pendidikan. *Tracer study* memungkinkan sebuah lembaga pendidikan melacak kondisi lulusan yang dihasilkan dan dari informasi yang diperoleh dapat diambil berbagai kebijakan dan tindakan yang memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembangan lembaga yang bersangkutan.

Menurut Nazir dalam Harto Nuroso, dkk (2008: 127) “*tracer study* (studi penelusuran) adalah studi yang fokus utamanya untuk memperoleh keberadaan atau informasi dari lulusan yang sudah bekerja atau belum kerja”. The ILO Thesaurus yang dikutip oleh Milington dalam Lieli Suharti & Ferrynela Purbo Laksono (2012: 232) memberikan makna terhadap *tracer study* sebagai berikut: “*tracer study is an impact assessment tool where the impact on target groups is traced back to specific elements of a project or programme so that effective and ineffective project components may be identified*”. Penjelasan tersebut menurut

Lieli Suharti & Ferrynela Purbo Laksono (2012: 232) menjelaskan makna *tracer study* sebagai “sebuah metode untuk menelusuri informasi mengenai alumni”.

Berdasarkan pemaparan pengertian penelusuran lulusan, maka dapat ditarik kesimpulannya bahwa penelusuran lulusan yang umumnya disebut *tracer study* merupakan aktivitas pada sebuah lembaga pendidikan yang fokus utamanya untuk memperoleh keberadaan atau informasi lulusan yang sudah bekerja atau belum bekerja, yang nantinya informasi tersebut dapat digunakan untuk kebijakan dan tindakan yang memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembang lembaga pendidikan yang bersangkutan.

Dari pengertian tersebut maka dapat diketahui bahwa penelusuran lulusan SMK merupakan aktivitas pada sekolah menengah kejuruan (SMK) yang fokus utamanya untuk memperoleh keberadaan atau informasi lulusan yang sudah bekerja atau belum bekerja, yang nantinya informasi tersebut dapat digunakan untuk kebijakan dan tindakan yang memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembang SMK yang bersangkutan.

## **2. Tujuan dan Manfaat Penelusuran Lulusan SMK**

Tujuan dari kegiatan penelusuran lulusan menurut Finch dan Crunkilton dalam Thomas Sukardi (2011: 198) yaitu “untuk mengetahui mobilitas alumni, seberapa puas alumni terhadap pekerjaannya, pandangan pemberi kerja terhadap kinerja alumni dan yang lebih penting lagi adalah untuk mengetahui seberapa jauh program pendidikan telah mempersiapkan alumni untuk mengembangkan karier lebih lanjut”. Meyer dalam Thomas Sukardi (2011: 198) “mengklasifikasikan *tracer study* menjadi tiga, yakni untuk memperbaiki pengajaran dan pembelajaran,

membantu alumni mencari kerja, dan mengumpulkan informasi yang penting sehingga dapat untuk memperbaiki program”.

Pusat Penelitian Nasional Pendidikan Kejuruan Amerika Serikat dalam National Council for Accreditation of Teacher Education (NCATE) yang dikutip oleh Thomas Sukardi (2011: 198-199) juga memberikan paparan tentang tujuan *tracer study* sebagai berikut:

- a. menentukan jumlah dan jenis pekerjaan yang dimasuki oleh alumni secara lokal, regional maupun nasional;
- b. mempelajari sejauh mana para alumni telah menerapkan pendidikannya di lapangan;
- c. menemukan sejauh mana mobilitas alumni dalam dunia kerja;
- d. mendapatkan informasi dari alumni tentang kecukupan program pendidikan jika dikaitkan dengan pekerjaannya;
- e. mengetahui dengan pasti mengapa mereka *drop out* sebelum penyelesaian program;
- f. menentukan bagaimana sekolah dapat membantu alumni sehubungan dengan pengembangan profesinya;
- g. menemukan sejauh mana para alumni berkeinginan untuk melanjutkan pendidikannya lebih lanjut; dan
- h. menentukan kesulitan-kesulitan yang dialami alumni.

Dari pendapat para ahli tentang tujuan penelusuran lulusan (*tracer study*) secara umum tersebut, maka dapat digunakan sebagai landasan untuk mengetahui tujuan dari penelusuran lulusan SMK diantaranya yaitu.

- a. Untuk mengetahui kondisi alumni SMK.
- b. Memberikan informasi tentang seberapa puas alumni SMK terhadap pekerjaannya dan sejauh mana para alumni SMK telah menerapkan pendidikannya di lapangan.
- c. Memberikan informasi kepada SMK tentang seberapa jauh program pendidikannya telah mempersiapkan alumni untuk mengembangkan karir lebih lanjut.

- d. Mencari informasi yang dapat digunakan SMK untuk membuat keputusan dalam memperbaiki program pendidikannya agar alumni SMK dapat memasuki dunia kerja dan memperoleh keberhasilan yang tinggi.
- e. Membantu alumni SMK dalam mencari kerja.
- f. Memberikan informasi kepada SMK, sejauh mana para alumni SMK berkeinginan untuk melanjutkan pendidikannya dan mengetahui kesulitan-kesulitan yang dialami alumni SMK dalam mencari kerja.

Manfaat dari penelusuran lulusan menurut Wuradji, dkk (2010: 5) yaitu “diperolehnya informasi tentang relevansi program pendidikan yang diselenggarakan dengan kebutuhan lapangan”. Menurut Harto Nuroso, dkk (2008: 128) “*tracer study* banyak berguna untuk mengetahui dan memperbaiki jaringan komunikasi yang pada akhirnya akan memperbaiki komunikasi. Perbaikan komunikasi sangat berguna bagi lancarnya arus informasi dari satu pihak ke pihak lain secara timbal balik”. Soemantri, dkk (2010: 4); Dhyah Setyorini, dkk (2012: 8); Singgih Purnomo (2013: 4) menyatakan bahwa setidaknya ada tiga manfaat yang bisa diperoleh dari pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan, yaitu.

- 1) Mengetahui *stakeholder satisfaction*, dalam hal ini lulusan, terkait dengan *learning experiences* yang mereka alami, untuk dijadikan alat evaluator kinerja institusi.
- 2) Mendapatkan masukan yang relevan sebagai dasar pijakan pengembangan institusi, terkait dengan kemampuan bersaing, kualitas, dan *working experiences* lulusan yang bisa digunakan untuk menangkap kesempatan dan menanggulangi ancaman ke depan.
- 3) Meningkatkan hubungan lulusan dan almamater, karena apabila dilihat dari pengalaman institusi-institusi pendidikan terkenal, ikatan lulusan dan almamater yang kuat akan banyak membawa banyak manfaat kepada almamater seiring dengan diakuinya kiprah lulusan di masyarakat.

Dari pendapat para ahli tentang manfaat penelusuran lulusan (*tracer study*) secara umum tersebut, maka dapat digunakan sebagai landasan untuk mengetahui manfaat dari penelusuran lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK), manfaat penelusuran lulusan SMK diantaranya yakni.

- a. Meningkatkan hubungan alumni SMK dengan pihak SMK.
- b. Pihak SMK mendapatkan masukan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan sekolah terkait dengan kemampuan bersaing dan kualitas lulusannya, yang dapat digunakan pihak SMK untuk menangkap kesempatan dan menanggulangi ancaman ke depan.
- c. Hasil penelusuran dapat dijadikan SMK sebagai alat evaluator kinerja sekolah.
- d. Pihak SMK memperoleh informasi tentang relevansi program pendidikannya dengan kebutuhan lapangan.
- e. Pihak SMK dapat mengetahui dan memperbaiki jaringan komunikasi, yang nantinya berguna untuk memperlancar arus informasi dari satu pihak ke pihak lain secara timbal balik, baik komunikasi antar SMK dengan para alumninya maupun dengan pengguna alumni.

### **3. Tahap Kegiatan Penelusuran Lulusan SMK**

Dalam Panduan Pelaksanaan “Tracer Study” di Universitas Udayana Bandung (2007: 3-4) tahap pelaksanaan *tracer study* yakni.

- a. Konsep dan pengembangan instrumen:
  - 1) Mendefinisikan tujuan survei.
  - 2) Mendesain survei (menyeleksi lulusan yang akan menjadi responden dan menentukan strategi dalam penelusuran lulusan).
  - 3) Penentuan konsep teknis untuk pelaksanaan survei.
  - 4) Merumuskan items pertanyaan-pertanyaan dan tanggapan-tanggapan.
  - 5) Membuat kuesioner.



- 6) Melakukan *pre-test* kuesioner.
- 7) Mencetak kuesioner dan materi pendukung lainnya.
- b. Pengumpulan data
  - 1) Melakukan pelatihan terhadap tim survei.
  - 2) Mendistribusikan dan mengumpulkan kuesioner.
  - 3) Penjaminan terhadap partisipasi responden yang tinggi.
- c. Analisis data dan pelaporan
  - 1) Mendefinisikan sistem pengkodean (*coding system*) untuk tanggapan-tanggapan dari pertanyaan terbuka.
  - 2) Melakukan pengkodean tanggapan dari pertanyaan terbuka.
  - 3) *Data entry* dan *data editing* (*quality control*).
  - 4) Analisis data.
  - 5) Persiapan laporan hasil survei.
  - 6) Melakukan *workshop* dengan mahasiswa, lulusan, dan pengguna lulusan.

Dalam Manual prosedur *tracer study* Fakultas pertanian UNBRA MALANG (2011: 2-8) prosedur kerja *tracer study* terdiri dari: (1) fakultas menerima surat pemberitahuan untuk pelaksanaan *tracer study* alumni; (2) pimpinan membentuk tim *tracer study*; (3) pimpinan melakukan koordinasi dengan tim *tracer study*; (4) bagian akademik mempersiapkan data daftar alumni (IPK, tahun kelulusan, lama studi); (5) bagian kemahasiswaan menginventarisir alamat alumni sesuai data bagian akademik; (6) tim *tracer study* menentukan calon responden; (7) ketua tim *tracer study* mempersiapkan dan menggandakan kuesioner *tracer study*; (8) enumerator melakukan penggalian informasi secara langsung ke responden; (9) ketua tim *tracer study* melakukan kompilasi data kuesioner; (10) ketua tim *tracer studi* menyusun laporan *tracer studi* dan diserahkan kepada pimpinan; (11) pimpinan melakukan verifikasi laporan, kemudian menyerahkan ke universitas.

Dalam Standar Operasional Prosedur (SOP) Kemahasiswaan Prodi Teknik Informatika Universitas Pasundan Bandung (2014: 5) instruksi kerja tracer studi alumni terdiri dari.

1. Koordinator mahasiswa membuat kuesioner atau mengevaluasi kuesioner yang pernah dibuat sebelumnya.
2. Koordinator mahasiswa melakukan sosialisasi kepada para alumni.
3. Koordinator mahasiswa memberikan kuesioner kepada para alumni melalui email mengenai karir yang sedang dibangun saat ini.
4. Koordinator mahasiswa mengevaluasi jawaban para alumni dan melakukan pendataan.
5. Koordinator mahasiswa menyelenggarakan rapat terkait hasil *tracer study* para alumni.

Berdasarkan pedoman pelaksanaan penelusuran lulusan/alumni yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK terdiri dari tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Adapun rincian kegiatan dalam persiapan pelaksanaan penelusuran lulusan terdiri dari: (1) pimpinan membentuk tim penelusuran lulusan; (2) pimpinan melakukan koordinasi dengan tim penelusuran lulusan, yaitu mengkoordinasi tujuan dan konsep pelaksanaan, merumuskan item pertanyaan dan tanggapan untuk lulusan, menentukan metode dan instrumen yang digunakan; (3) bagian kemahasiswaan mempersiapkan data daftar lulusan; (4) tim penelusuran lulusan mempersiapkan instrumen dan menggandakan instrumen tersebut. Kegiatan dalam pelaksanaan penelusuran lulusan yaitu tim penelusuran lulusan mendistribusikan dan mengumpulkan instrumen kepada lulusan serta melakukan penggalan informasi secara langsung ke responden. Selanjutnya dalam tindak lanjut pelaksanaan penelusuran lulusan yaitu: (1) tim penelusuran lulusan melakukan evaluasi jawaban para lulusan dan

melakukan pendataan; (2) tim penelusuran lulusan melakukan analisis data penelusuran lulusan, (3) tim penelusuran lulusan menyusun laporan hasil penelusuran lulusan dan diserahkan kepada pimpinan; dan (4) pimpinan melakukan verifikasi laporan.

#### **4. Metode Penelusuran Lulusan SMK**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dikutip oleh Andi Prastowo (2014: 17), metode diartikan sebagai “cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki; atau cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan”. Menurut Winarno Surakhmad dalam Andi Prastowo (2014: 17) menjelaskan bahwa “metode merupakan cara utama yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan”. Pendapat lainnya yakni menurut Hadari Nawawi dan Mimi Martini dalam Andi Prastowo (2014: 18), “metode merupakan cara untuk mengungkap kebenaran yang objektif”.

Berdasarkan pengertian metode tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa metode adalah cara yang dipergunakan untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan/pekerjaan agar tercapai tujuan yang dikehendaki. Penelusuran lulusan SMK merupakan salah satu kegiatan yang memerlukan sebuah metode dalam pelaksanaannya, agar dalam pelaksanaannya dapat berjalan mudah dan dapat tercapai tujuan yang dikehendaki oleh pihak SMK, oleh karena itu pihak SMK harus menentukan metode yang akan digunakan untuk kegiatan penelusuran lulusan.

Pada umumnya ada dua metode yang digunakan SMK dalam menelusuri lulusannya, yakni dengan metode manual dan *online*. Metode manual dalam penelusuran lulusan SMK yakni metode yang bersifat manual, dimana lulusan sebagai subjek harus mengisi data penelusuran dari pihak SMK secara manual. Sedangkan metode *online* dalam penelusuran lulusan SMK yakni metode yang bersifat *online*, dimana lulusan sebagai subjek harus mengisi data penelusuran dari pihak SMK secara *online* dengan membutuhkan koneksi internet.

## **5. Instrumen Penelusuran Lulusan SMK**

Zainal Mustafa EQ (2009: 93) menjelaskan bahwa "instrumen yakni alat pengukur yang digunakan peneliti dalam pengumpulan atau pengukuran data primer maupun data sekunder dalam penelitian". Lebih lanjut Zainal Mustafa EQ (2009: 93) juga menjelaskan bahwa "instrumen merupakan segala macam alat bantu yang digunakan peneliti untuk memudahkan dalam pengukuran variabel".

Dari pengertian instrumen tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen merupakan alat pengukur yang digunakan peneliti untuk memudahkan pengumpulan dan pengukuran data. Jadi yang dimaksud dengan instrumen penelusuran lulusan SMK adalah alat pengukur yang digunakan pihak SMK untuk memudahkan pengumpulan data penelusuran lulusan dan pengukuran data tersebut.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan penelusuran lulusan tergantung dari metode yang digunakan. Apabila metode yang digunakan yakni metode manual maka instrumen yang digunakan yaitu:

- a. angket/kuesioner, angket/kuesioner tersebut dapat langsung diserahkan ke lulusan maupun dengan mengirimkan angket/kuesioner tersebut lewat pos/surat elektronik (*email*)
  - b. blangko
  - c. wawancara, wawancara langsung maupun tidak langsung yakni lewat telepon.
- Apabila metode yang digunakan yakni metode *online* maka instrumen yang digunakan yaitu internet dan aplikasi web.

Uraian tersebut berdasarkan pada metode yang digunakan oleh beberapa peneliti yang melaksanakan penelusuran lulusan, para peneliti tersebut yaitu Harto Nuroso, dkk (2008: 129); Thomas Sukardi (2011: 200); Dhyah Setyorini, dkk (2012: 12); Wuradji, dkk (2010: 13); Lieli Suharti & Ferrynela Purbo Laksono (2012: 233) dan Soemantri, dkk (2010: 7). Para peneliti tersebut dalam melaksanakan *tracer study* menggunakan metode manual yakni dengan menggunakan kuesioner/angket yang dikirim langsung atau dikirim lewat pos/lewat surat elektronik (*email*) dan menghubungi alumni lewat telepon.

Selain itu, banyak juga SMK yang telah merancang aplikasi dalam *website* sekolahnya untuk menelusuri lulusannya, dengan memberikan kolom penelusuran lulusan (*tracer study*) untuk diisi alumninya. Banyak SMK yang memanfaatkan *website* sekolahnya dengan memberikan informasi kepada para alumninya bahwa ada kuesioner penelusuran lulusan (*tracer study*) yang dapat diunduh pada *link* yang disediakan dan alumni disarankan untuk mengisi dan nantinya diharapkan alumni untuk mengirim kuesioner tersebut yang sudah diisi ke *email* resmi SMK yang bersangkutan. Selain itu juga banyak mahasiswa dari jurusan sistem

informasi yang merancang aplikasi penelusuran lulusan (*tracer study*) dalam *website* SMK yang dirancang mahasiswa untuk memenuhi salah satu tugas dalam kuliahnya.

## **6. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan dapat diketahui dari elemen-elemen yang ada dalam kegiatan penelusuran lulusan. Adapun elemen-elemen tersebut berdasarkan pedoman pelaksanaan *tracer study* yang dikeluarkan oleh beberapa lembaga pendidikan yang melaksanakan kegiatan studi penelusuran lulusan, seperti pedoman studi pelacakan (*tracer study*) alumni instrumen data untuk *tracer study* kompetensi alumni Universitas Islam Indonesia, panduan pelaksanaan “*tracer study*” di Universitas Udayana, dan manual prosedur dan instruksi kerja *tracer study* jurusan teknik sipil, jurusan sosiologi, jurusan kedokteran Universitas Brawijaya Malang, elemen yang ada diantaranya yaitu lulusan/alumni; sumber daya manusia (SDM), fasilitas; dana; metode dan instrumen.

Berdasarkan pedoman pelaksanaan *tracer study* yang dikeluarkan oleh beberapa lembaga pendidikan yang melaksanakan kegiatan studi penelusuran lulusan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa elemen-elemen yang ada dalam kegiatan penelusuran lulusan yaitu: lulusan/alumni; sumber daya manusia (SDM), fasilitas; dana; metode dan instrumen. Keenam elemen tersebut dapat menjadi faktor pendukung dalam kegiatan penelusuran lulusan SMK, berikut penjelasan masing-masing elemen.

a. Lulusan atau alumni

Lulusan atau alumni merupakan subjek dalam kegiatan penelusuran lulusan, oleh karena itu adanya lulusan yang mau memberikan jawaban/informasi yang dibutuhkan oleh SMK lewat kegiatan penelusuran lulusan merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung kegiatan penelusuran lulusan.

b. Sumber daya manusia (SDM)

Tersedianya tenaga pelaksana yang bertugas menangani kegiatan penelusuran lulusan dari segi jumlah dan kemampuannya sesuai, sehingga dapat mendukung kegiatan penelusuran lulusan, karena lewat tenaga pelaksana kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar.

c. Fasilitas

Tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan penelusuran lulusan.

d. Dana

Tersedianya dana/anggaran yang dibutuhkan untuk memperlancar kegiatan penelusuran lulusan.

e. Metode dan instrumen

Metode dan instrumen penelusuran lulusan yang digunakan sesuai atau mudah digunakan baik oleh pihak SMK maupun oleh para lulusan/alumni, sehingga tujuan dari kegiatan tersebut dapat tercapai.

Keenam elemen dalam kegiatan penelusuran lulusan tersebut juga dapat menjadi faktor penghambat kegiatan penelusuran lulusan SMK, berikut penjelasan masing-masing elemen.

a. Lulusan atau alumni

Masih ada lulusan atau alumni yang tidak mau memberikan jawaban/informasi yang dibutuhkan oleh SMK lewat kegiatan penelusuran lulusan sehingga kegiatan penelusuran lulusan menjadi terhambat.

b. Sumber daya manusia (SDM)

Tenaga pelaksana yang bertugas menangani kegiatan penelusuran lulusan dari segi jumlah dan kemampuannya kurang sesuai, sehingga kegiatan penelusuran lulusan tidak dapat berjalan dengan lancar.

c. Fasilitas

Kurangnya fasilitas yang ada padahal sangat dibutuhkan dalam kegiatan penelusuran lulusan, sehingga kegiatan tersebut akan terhambat.

d. Dana

Kurangnya dana/anggaran yang dibutuhkan, sehingga kegiatan penelusuran lulusan tidak berjalan dengan lancar.

e. Metode dan instrumen

Metode dan instrumen penelusuran lulusan yang digunakan kurang atau tidak sesuai serta susah digunakan baik oleh pihak SMK maupun oleh para lulusan/alumni, sehingga tujuan dari kegiatan tersebut tidak dapat tercapai.



#### **D. Hubungan Antara Pemasaran dengan Penelusuran Lulusan**

Menurut Tiwan & Anwar Surahmad (2004: 23) “kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan merupakan bagian integral dari proses penyelenggaraan pendidikan di SMK”. Depdikbud dalam Tiwan & Anwar Surahmad (2004: 23) menyatakan bahwa prinsip-prinsip pelaksanaan program pemasaran dan penelusuran sebagai berikut.

- 1) Pemasaran dan penelusuran lulusan, merupakan bagian integral dari proses penyelenggaraan pendidikan yang menjadi tanggung jawab SMK.
- 2) Untuk menjamin kelangsungan kegiatan pemasaran dan penelusuran tamatan secara berkesinambungan dan mencapai sasaran yang diharapkan SMK menyusun petugas khusus untuk menanganinya.
- 3) Dalam menjalankan tugasnya, petugas yang ditunjuk dapat memanfaatkan sumber daya sekolah sesuai dengan keperluan dan kondisi yang ada.
- 4) Data hasil pemasaran dan penelusuran tamatan, merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam menilai kelembagaan SMK.
- 5) Pemasaran dan penelusuran tamatan dilaksanakan secara terkoordinasi dengan kegiatan-kegiatan ujian profesi dan sertifikasi keahlian, unit produksi, kerja sama dengan dunia usaha, dan memanfaatkan majelis sekolah.

Dari pemaparan prinsip-prinsip tersebut maka dapat disimpulkan bahwa antara pemasaran dengan penelusuran lulusan memiliki hubungan yang erat, dimana kedua kegiatan ini merupakan bagian yang integral dalam proses penyelenggaraan pendidikan di SMK, kedua kegiatan ini ditangani oleh petugas yang sama, dan hasil dari kedua kegiatan ini dijadikan salah satu bahan pertimbangan dalam menilai kelembagaan SMK.

Selain itu, dalam prakteknya setelah pihak SMK melaksanakan pemasaran lulusan, maka SMK perlu melakukan penelusuran lulusan, karena dengan penelusuran lulusan, SMK dapat mengetahui keberadaan lulusan. Dari hasil

penelusuran tersebut pihak SMK juga dapat mengetahui hasil kerja pemasaran lulusan, yang nantinya dapat dijadikan bahan untuk menentukan kebijakan pemasaran lulusan mendatang agar segala tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

#### **E. Hasil Penelitian yang Relevan**

Hasil penelitian yang relevan yang pertama adalah hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Tiwan dan Anwar S (2004) dalam jurnal pendidikannya yang berjudul Studi Manajemen Lulusan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMK N) 1 Sedayu. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kegiatan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 1 Sedayu sudah berjalan dengan baik, tetapi masih mengalami kesulitan dalam pendataan lowongan pekerjaan, adapun faktor pendukung dalam kegiatan tersebut antara lain tersedianya tenaga, industri, ikatan alumni dan sarana dan prasarana pendukung, dan faktor penghambat dalam kegiatan tersebut yaitu kurangnya pengetahuan dan kerjasama dalam mengakses informasi dari dunia industri, kurangnya dana, serta kurangnya respon dari lulusan. Adapun sumbangan terhadap penelitian ini adalah memberikan gambaran lebih luas mengenai konsep dan perkembangan manajemen lulusan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK).

Kajian terhadap penelitian yang relevan yang kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Shinta Aryanti (2013) dalam skripsinya yang berjudul Manajemen Bursa Kerja Khusus (BKK) dalam Pemasaran Lulusan (Studi Kasus di SMK Negeri 8 Bandung). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian deskriptif

dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa proses manajemen yang dilakukan BKK SMK N 8 Bandung sudah cukup baik, namun masih perlu ada penyesuaian-penyesuaian demi perbaikan dari fungsi-fungsi manajemen agar proses kerja BKK dapat terlaksana secara optimal. Adapun sumbangan terhadap penelitian ini adalah memberikan gambaran mengenai konsep manajemen BKK dalam pemasaran lulusan SMK, selain itu juga dapat membantu memberikan gambaran tentang metode penelitian yang digunakan untuk meneliti manajemen pemasaran lulusan.

Kajian terhadap penelitian yang relevan yang ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Lieli Suharti dan Ferrynela Purbo Laksono (2012) dalam pekan ilmiah dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana yang berjudul Studi Penelusuran (*Tracer Study*) Terhadap Alumni Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Penelitian tersebut menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa alumni dapat terserap di dunia kerja dengan masa tunggu yang normal yaitu sekitar tiga bulan setelah lulus dan bekerja sesuai dengan bidang studinya, alumni beranggapan bahwa kurikulum yang dikembangkan oleh prodi sudah baik dan kompetensi *hard* dan *soft* yang diperoleh selama belajar di prodi tersebut juga sudah baik, tetapi kedekatan alumni dengan fakultasnya masih rendah. Adapun sumbangan terhadap penelitian ini adalah memberikan gambaran lebih luas mengenai konsep dan perkembangan kegiatan penelusuran lulusan (*tracer study*) pada suatu lembaga pendidikan.

## **F. Kerangka Pikir**

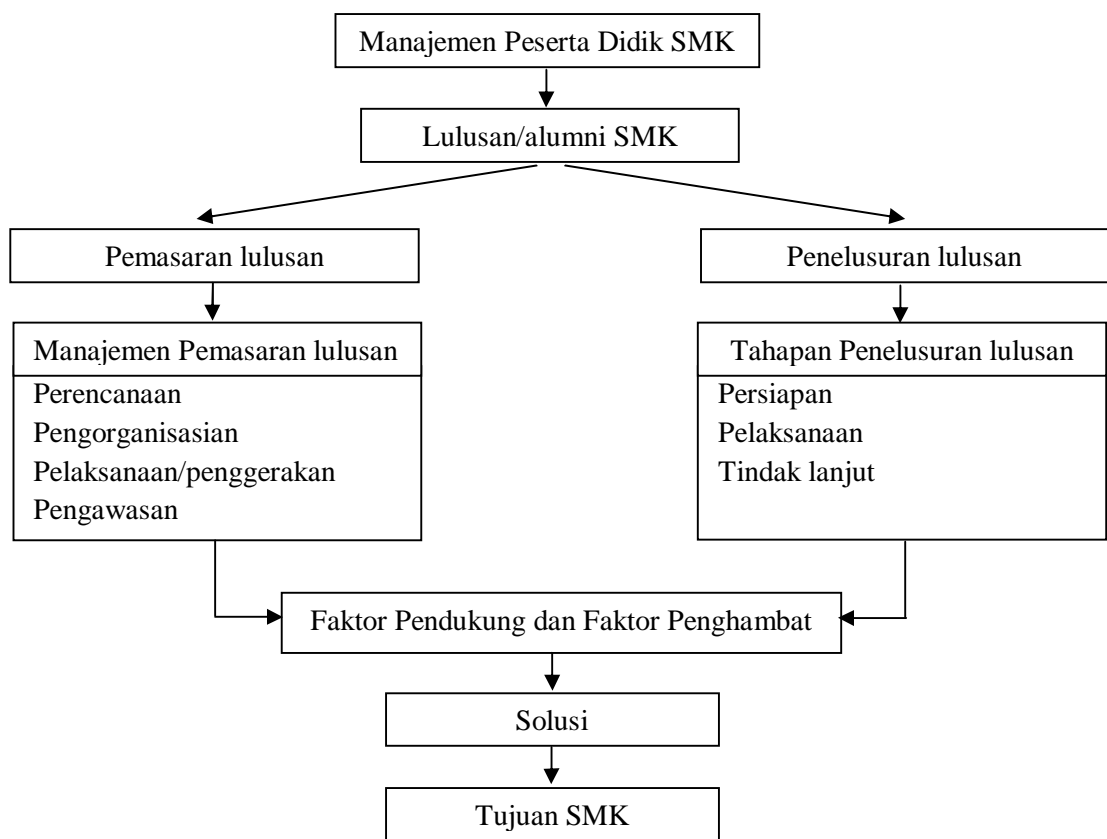
Manajemen peserta didik merupakan hal wajib yang harus dilakukan oleh setiap sekolah, karena peserta didik merupakan subjek dalam proses transformasi ilmu pengetahuan dan keterampilan. Adapun Komponen dari manajemen peserta didik yaitu: analisis kebutuhan peserta didik; rekrutmen peserta didik baru; seleksi peserta didik; orientasi; penempatan peserta didik (pembagian kelas); pembinaan; pengembangan dan pelayanan peserta didik; pencatatan dan pelaporan; kelulusan; dan lulusan/alumni.

Komponen lulusan atau alumni dalam manajemen peserta didik di SMK berbeda dengan di Sekolah Menengah Atas (SMA), karena tujuan dari SMK adalah menyiapkan lulusan untuk bekerja sesuai dengan bidangnya. Agar para lulusan dapat langsung terserap dalam lapangan pekerjaan yang ada di dunia usaha/dunia industri (DU/DI) maka pihak SMK harus membantu para lulusannya yakni dengan cara memasarkan lulusan kepada DU/DI. Tujuan dari pemasaran lulusan SMK yaitu untuk mengarahkan lulusan SMK ke dunia usaha/dunia industri (DU/DI) sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan DU/DI. Kegiatan pemasaran lulusan akan dapat berhasil dengan baik apabila dilaksanakan dengan manajemen yang baik. Oleh karena itu pihak SMK dalam melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan memerlukan manajemen pemasaran lulusan, yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/pengarahan, pengendalian/pengawasan.

Setelah kegiatan pemasaran dilaksanakan, pihak SMK juga harus mengetahui keberadaan para lulusannya yakni dengan cara melaksanakan

kegiatan penelusuran lulusan. Kegiatan penelusuran lulusan merupakan kegiatan yang fokus utamanya untuk memperoleh informasi keberadaan lulusan yang sudah bekerja atau belum bekerja, yang nantinya informasi tersebut dapat dipergunakan untuk menentukan kebijakan dan tindakan yang dapat memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembang SMK yang bersangkutan. Tujuan dari kegiatan penelusuran lulusan yaitu untuk mengetahui keberhasilan pemasaran lulusan ke DU/DI, selain itu juga untuk mengetahui kondisi lulusan setelah berada di dunia kerja. Hasil penelusuran lulusan tersebut juga dapat dijadikan alat evaluator sekolah, karena dari hasil penelusuran dapat diketahui informasi-informasi tentang lulusan dan kebutuhan DU/DI. Tahapan dalam kegiatan penelusuran mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut.

Dari kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan akan ditemukan faktor pendukung dan faktor penghambatnya, karena dalam suatu kegiatan pasti ada faktor yang menjadi pendukung dan ada faktor yang menghambat jalannya kegiatan. Untuk mengatasi hambatan yang muncul, pihak sekolah harus memberikan solusi untuk mengatasi hambatan tersebut agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan baik, agar tujuan dari pendidikan di SMK dapat tercapai.



Gambar 1.  
Kerangka Pikir

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengertian penelitian deskriptif menurut Jamal Ma'mur A (2011: 40) yaitu “penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, dan kejadian yang terjadi saat sekarang”. Suharsimi Arikunto (2000: 309) juga menjelaskan bahwa penelitian deskriptif yaitu “penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan”.

Sugiyono (2007: 12) membedakan pendekatan penelitian menjadi pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, karena data yang diperoleh berupa informasi-informasi dan pendapat mengenai manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta.

Alasan menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang suatu situasi, keadaan/bidang kajian yang menjadi objek penelitian.

#### **B. Setting Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada akhir Bulan Mei 2015 sampai dengan akhir Bulan Juni 2015. Tempat Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 2 Yogyakarta, yang beralamat di Jalan A.M. Sangaji Nomor 47, Kota Yogyakarta,

Daerah Istimewa Yogyakarta. Alasan pemilihan SMK N 2 Yogyakarta sebagai tempat penelitian yaitu berdasarkan observasi awal diketahui bahwa SMK N 2 Yogyakarta setiap tahunnya telah rutin melaksanakan program pemasaran dan penelusuran lulusan. Dengan dilakukannya penelitian di SMK N 2 Yogyakarta maka diharapkan penelitian ini dapat dijadikan model manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK yang lain.

### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah orang/benda/hewan yang sudah dipilih dan dianggap paling tepat dipergunakan sebagai sumber untuk pengumpulan data penelitian. Menurut Andi Prastowo (2012: 195) “subjek penelitian yaitu informan atau narasumber, yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian”. Jadi subjek dalam penelitian ini adalah Ketua Bursa Kerja Khusus (BKK), Wakil Kepala Sekolah Bagian Hubungan Masyarakat (Waka Humas), dan Sekretaris BKK.

### **D. Fokus Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013: 207) dan Andi Prastowo (2012: 133-134) dalam penelitian kualitatif, fokus merupakan batasan masalah, yang berisi pokok masalah yang bersifat umum. Berdasarkan pengertian fokus penelitian tersebut, maka fokus dari penelitian ini adalah: (1) manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan dan pengendalian/ pengawasan; (2) kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut; (3) faktor pendukung dan penghambat dalam



melaksanakan manajemen pemasaran lulusan; dan (4) faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

##### **1. Wawancara**

Wawancara yang dilakukan peneliti ditujukan kepada semua subjek penelitian yakni Ketua BKK, Waka Humas, dan Sekretaris BKK. Wawancara dilakukan melalui percakapan secara langsung dengan semua subjek penelitian. Hal ini mengacu pada pengertian wawancara menurut Zainal Arifin (2012: 233) yaitu “teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan dan tanya jawab, baik langsung maupun tidak langsung dengan responden untuk mencapai tujuan tertentu”.

Wawancara ini digunakan untuk mendapatkan data tentang manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan/pengendalian, serta faktor pendukung dan penghambatnya, serta kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup persiapan, pelaksanaan dan tindak lanjut, serta faktor pendukung dan penghambatnya.

Jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara tidak terstruktur karena peneliti dapat dengan bebas mewawancarai subjek penelitian dengan tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap. Hal ini berdasarkan pengertian Sugiyono (2013: 233) yang menyatakan

bahwa “wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya”. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

## 2. Observasi

Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan dan kegiatan penelusuran lulusan yang berlangsung di SMK N 2 Yogyakarta. Observasi yang dilakukan yakni observasi tidak berperan serta (*non participant observation*) dan observasi tidak terstruktur. Dalam hal ini peneliti hanya mengamati pekerjaan dari subjek penelitian tidak ikut serta dalam pekerjaannya, dan observasi yang dilakukan tidak dipersiapkan secara sistematis.

Hal ini berdasarkan pada pengertian observasi tidak berperan serta (*non participant observation*) menurut Sugiyono (2013: 197) yakni peneliti tidak terlibat dalam pekerjaan yang dilakukan oleh sumber data, peneliti hanya mengamati pekerjaan sumber data. Observasi tidak terstruktur menurut Sugiyono(2013: 197) yakni observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi.

## 3. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan data tentang struktur tim pemasaran dan penelusuran lulusan, dan sistem dan prosedur kerja, data penelusuran lulusan dan data-data lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta. Studi

dokumentasi ini dilakukan dengan cara mencari data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Hal ini mengacu pada pengertian metode dokumentasi berdasarkan Suharsimi Arikunto (2002: 206) menyatakan bahwa “metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya”. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2009: 221) “studi dokumenter (*documentary study*) merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik”.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2007: 102) “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian”. Menurut Suharsimi Arikunto (2002: 136) “instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah”.

Berdasarkan pada pengertian instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan, maka instrumen penelitiannya yaitu pedoman wawancara, pedoman dokumentasi, dan pedoman observasi.

### 1. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pedoman wawancara tidak terstruktur yang hanya memuat garis-garis besar yang akan ditanyakan kepada informan penelitian. Hal ini mengacu pada pendapat Suharsimi Arikunto (2002: 202) yang menyatakan bahwa ada dua pedoman wawancara yaitu:

- a. pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan ditanyakan.
- b. pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *check-list*. Pewawancara tinggal membubuhkan tanda check (✓) pada nomor yang sesuai.

### 2. Pedoman observasi

Pedoman observasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa garis-garis besar kegiatan yang akan diobservasi. Adapun kegiatan yang akan diobservasi yakni pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta. Hal ini mengacu pada pendapat Nana Syaodih S (2009: 221) yang menyatakan bahwa “dalam penelitian kualitatif, pedoman observasi hanya berupa garis-garis besar atau butir-butir umum kegiatan yang akan diobservasi”.

### 3. Pedoman studi dokumentasi

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya. Adapun data

yang ingin dicari melalui dokumentasi yakni data tentang struktur organisasi, sistem kerja, data penelusuran lulusan dan data-data lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta. Hal ini berdasarkan pendapat Trianto (2011: 268) yakni bentuk instrumen dokumentasi terdiri atas dua macam yaitu:

- a. pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya, dan
- b. *check list* yang memuat daftar variabel yang akan dikumpulkan datanya

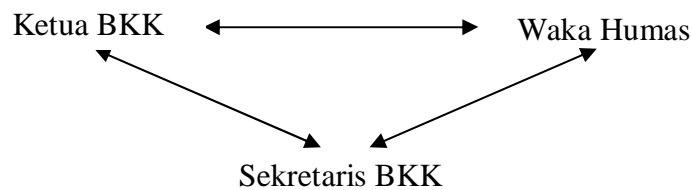
Kisi-kisi instrumen wawancara, observasi, dan studi dokumentasi yakni sebagai berikut.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

<b>Komponen</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber Data</b>	<b>Metode</b>
Manajemen Pemasaran Lulusan	a. Perencanaan b. Pengorganisasian c. Pelaksanaan d. Pengendalian	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Dokumen	Wawancara Studi Dokumentasi Observasi
Kegiatan Penelusuran Lulusan	a. Persiapan b. Pelaksanaan c. Tindak lanjut	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Dokumen	Wawancara Studi Dokumentasi Observasi
Faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan	a. Produk b. Tenaga pelaksana c. Promosi d. Harga e. Tempat/lokasi f. Layanan pelanggan	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Dokumen	Wawancara Studi Dokumentasi
Faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan penelusuran lulusan	a. Lulusan/alumni b. Tenga pelaksana c. Fasilitas d. Dana e. Metode dan Instrumen	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Dokumen	Wawancara Studi Dokumentasi

## G. Keabsahan Data

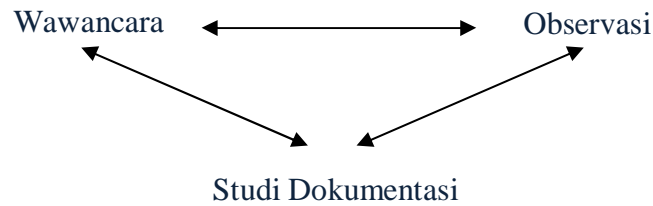
Dalam penelitian ini uji keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dalam hal ini peneliti mengecek data dari berbagai sumber, untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, dengan sumber data utamanya adalah Ketua BKK, sedangkan sumber data pendukungnya adalah Waka Humas dan Sekretaris BKK. Triangulasi sumber dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2.  
Triangulasi Sumber Data

Data dari ketiga sumber data tersebut dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan, yang kemudian dideskripsikan serta dikategorisasikan mana pandangan yang sama, pandangan yang berbeda, dari ketiga sumber tersebut.

Triangulasi teknik dalam hal ini peneliti mengecek data dari berbagai teknik pengumpulan data yang digunakan, untuk mengetahui bagaimana manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Triangulasi teknik dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



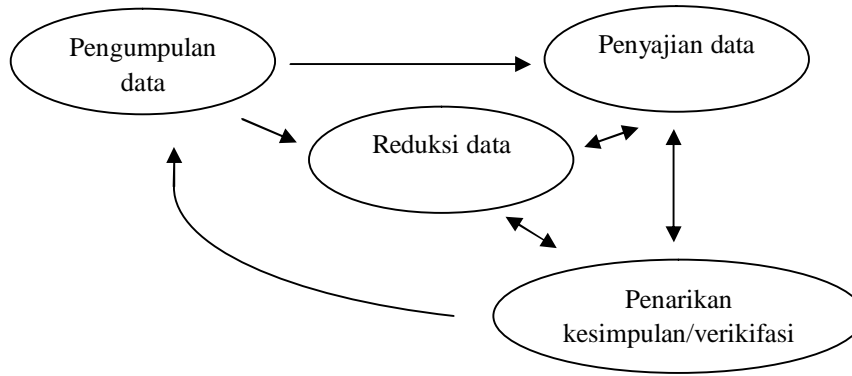
Gambar 3.  
Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Data dari ketiga teknik pengumpulan data tersebut dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan, yang kemudian dideskripsikan serta dikategorisasikan ada atau tidaknya data yang diperoleh dari masing-masing teknik tersebut.

Hal ini mengacu pada pendapat Sugiyono (2013: 273-274) yang mengartikan triangulasi sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber, sedangkan triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

## **H. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik analisis data kualitatif model Milles dan Huberman, yang dikutip oleh Sugiyono (2013: 246-252). Aktifitas analisis data yang akan dilakukan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Analisis data dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.  
Analisis Data

### 1. Reduksi data (*data reduction*)

Dalam penelitian ini data yang direduksi berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Peneliti mereduksi data dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Peneliti mengelompokkan data yang berasal dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi menjadi empat yaitu. (a) Manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan dan pengawasan. (b) Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. (c) Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta. (d) Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

### 2. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data dilakukan dengan cara menguraikan sekaligus membahas hasil penelitian pada masing-masing permasalahan secara objektif. Di dalam



uraian tersebut, peneliti memaparkan hasil wawancara antara Ketua BKK, Waka Humas, dan Sekretaris BKK, serta hasil observasi dan studi dokumentasi yang sebelumnya sudah direduksi oleh peneliti. Setelah data direduksi maka selanjutnya peneliti mendisplay data, penyajian data dilakukan dalam bentuk teks naratif.

### 3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing/verification*)

Setelah data disajikan dalam bentuk teks naratif, maka selanjutnya data kualitatif tersebut ditarik kesimpulannya. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara melihat kembali reduksi data dan penyajian data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis. Hasil penelitian pada masing-masing permasalahan disimpulkan yang meliputi:

- a. Manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan dan pengawasan.
- b. Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yang mencakup persiapan, pelaksanaan dan tindak lanjut.
- c. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi *Setting* Penelitian**

Sebelum peneliti menyajikan data hasil penelitian dan pembahasan, peneliti terlebih dahulu memaparkan deskripsi *setting* penelitian. Deskripsi *setting* penelitian ini ditujukan untuk memaparkan profil dari tempat penelitian yaitu SMK Negeri 2 Yogyakarta. Pemaparan profil tempat penelitian ini ditujukan untuk mengetahui gambaran umum yang ada di tempat penelitian yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun profil SMK N 2 Yogyakarta yang ingin dipaparkan terdiri dari: (1) sejarah SMK N 2 Yogyakarta; (2) visi, misi, dan motto SMK N 2 Yogyakarta; (3) struktur organisasi SMK N 2 Yogyakarta; (4) keadaan siswa, guru, dan karyawan SMK N 2 Yogyakarta; (5) kondisi sarana prasarana SMK N 2 Yogyakarta; (6) Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta; dan (7) gambaran umum kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

#### **1. Sejarah SMK Negeri 2 Yogyakarta**

SMK Negeri 2 Yogyakarta berlokasi di Jalan A.M. Sangaji Nomor 47, Kelurahan Cokrodiningratan, Kecamatan Jetis, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. SMK Negeri 2 Yogyakarta lebih dikenal dengan nama STM Jetis (STM 1 Yogyakarta). SMK ini merupakan salah satu sekolah menengah tertua di Indonesia. SMK N 2 Yogyakarta cukup mempunyai nama di dunia industri maupun pemerintahan, karena banyak lulusannya yang bekerja di bidang industri maupun pemerintahan yang tersebar di Indonesia.

SMK N 2 Yogyakarta memiliki gedung yang anggun dan berwibawa, yang dibangun pada tahun 1919. Pada masa penjajahan Belanda gedung ini dipakai sebagai gedung sekolah PJS (Prince Juliana School). Gedung SMK N 2 Yogyakarta merupakan peninggalan sejarah, maka gedung ini oleh Menteri Kebudayaan dan Pariwisata ditetapkan sebagai cagarbudaya melalui Peraturan Menteri Nomor: PM.25/PW.007/MKP/2007.

SMK N 2 Yogyakarta merupakan Sekolah Teknik Menengah yang pertama di Indonesia. Ijazah pertamanya dikeluarkan pada tahun 1951. Jurusan yang ada pada sekolah ini pada waktu itu adalah Teknik Civil, Teknik Listrik, dan Teknik Mesin. Walaupun sekolah ini baru mengeluarkan ijazah pada tahun 1951, tetapi sebelum itu gedung sekolah tersebut digunakan sebagai Sekolah Teknik pada jaman penjajahan Belanda dan Jepang. Paska kemerdekaan sampai tahun 1980an, gedung sekolah teknik tersebut digunakan sebagai tempat kuliah Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada dan Akademi Teknik Negeri Yogyakarta.

Pada tahun 1929, 1950, dan 1954 dilakukan renovasi dan penambahan ruangan di gedung SMK N 2 Yogyakarta, sehingga luas bangunannya menjadi 16.000 m<sup>2</sup> di atas tanah seluas 5,5 Ha. Pada tahun 1952 Sekolah Teknik Menengah di Jogjakarta dipecah menjadi dua sekolah, yaitu STM Negeri I (Jurusan Bangunan dan Kimia) dan STM Negeri II (Jurusan Listrik dan Mesin), keduanya menempati kompleks Jetis. Pada tahun 1970an, karena semakin banyaknya kebutuhan tenaga teknik menengah yang terampil dengan berbagai kompetensi, di kompleks Jetis terdapat beberapa STM dengan jurusan baru. Sekolah-sekolah baru dengan jurusan yang bervariasi antara lain STM Negeri I

(Jurusan Bangunan dan Kimia), STM Negeri II (Jurusan Listrik dan Mesin), STM Khusus Instruktur (Jurusan Bangunan, Listrik, Diesel dan Mesin), STM Geologi Pertambangan, STM Metalurgi, STM Pertanian, STM Percobaan I, dan STM Percobaan II.

Pada tahun 1975, melalui Keputusan Mendikbud No. 019/O/1975, semua STM di kompleks Jetis digabung menjadi satu dengan nama STM Yogyakarta I. Terhitung mulai 11 April 1980 nama sekolah diubah menjadi STM I Yogyakarta, sesuai keputusan Mendikbud Nomor: 090/O/1979 tertanggal 26 Mei 1979. Perubahan nama sekolah dari STM I Yogyakarta menjadi SMK Negeri 2 Yogyakarta terhitung mulai 7 Maret 1997, melalui Keputusan Mendikbud Nomor 036/O/1997 tanggal 7 Maret 1997. Sampai saat ini SMK Negeri 2 Yogyakarta tetap eksis sebagai sekolah perintis dan melakukan inovasi di berbagai bidang.

## **2. Visi, Misi dan Motto SMK Negeri 2 Yogyakarta**

Setiap organisasi seperti sekolah akan memiliki visi dan misi yang akan menjadi suatu acuan sekolah untuk menyelenggarakan sekolahannya. Berdasarkan dokumentasi SMK N 2 Yogyakarta dapat diketahui visi, misi dan motto SMK N 2 Yogyakarta yakni sebagai berikut.

### **a. Visi SMK Negeri 2 Yogyakarta**

"Menjadi lembaga pendidikan pelatihan kejuruan berkarakter dan berwawasan lingkungan yang menghasilkan tamatan profesional, mampu berwirausaha, beriman dan bertaqwa."

#### **b. Misi SMK Negeri 2 Yogyakarta**

- 1) Melaksanakan Sistem Manajemen Mutu (SMM) berbasis ICT dan berkelanjutan.
- 2) Meningkatkan kualitas tenaga pendidik dan kependidikan yang memenuhi kualifikasi profesional berkarakter budaya lokal.
- 3) Meningkatkan fasilitas dan lingkungan belajar yang nyaman memenuhi standar kualitas dan kuantitas.
- 4) Mengembangkan kurikulum, metodologi pembelajaran dan sistem penilaian berbasis kompetensi yang berkarakter.
- 5) Menyelenggarakan pembelajaran sistem CBT (*Competency-Based Training*) dan PBE (*Production-Based Education*) menggunakan bilingual dengan pendekatan ICT.
- 6) Membangun kemitraan dengan lembaga yang relevan baik dalam maupun luar negeri.
- 7) Menyelenggarakan kegiatan ekstrakurikuler agar peserta didik mampu mengembangkan kecakapan hidup (*life skill*) dan berakhlak mulia.

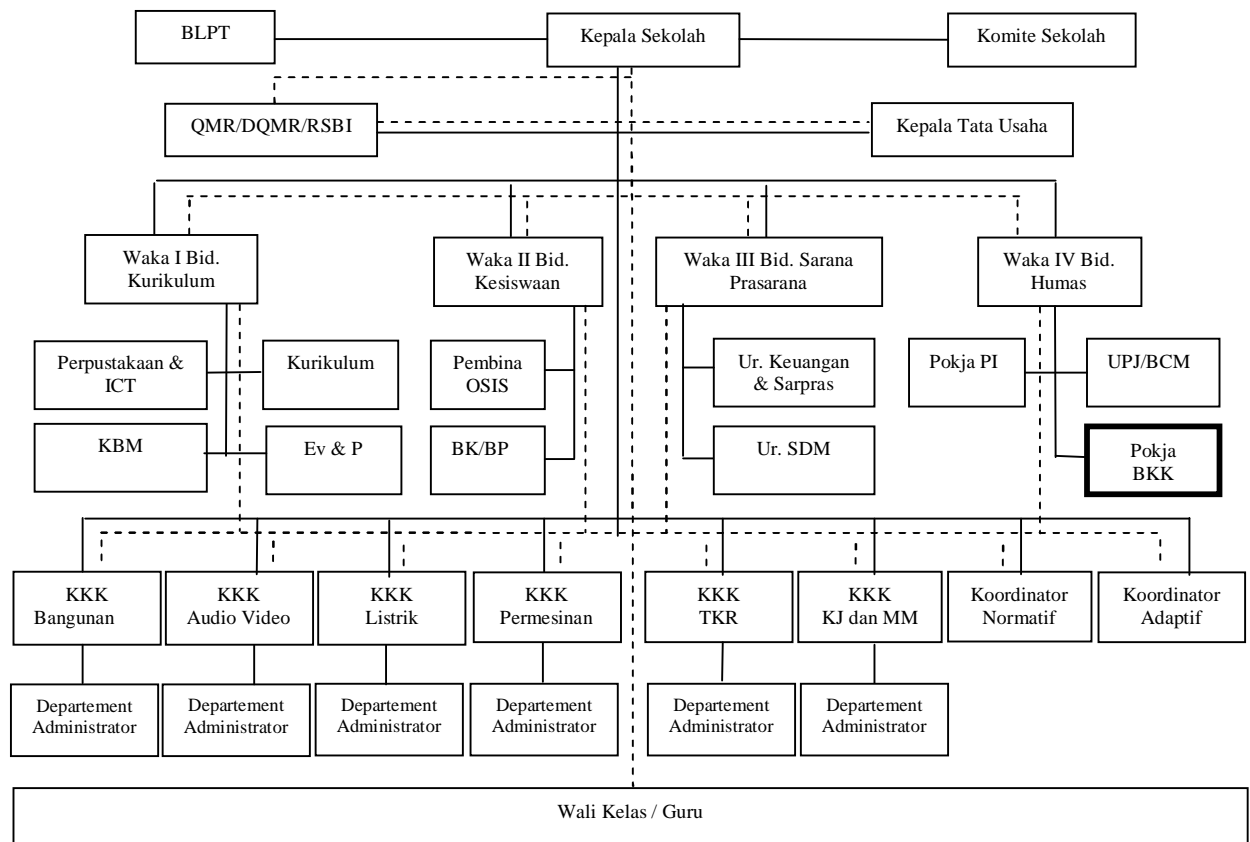
#### **c. Motto SMK Negeri 2 Yogyakarta**

"Pelayanan prima, unggul dalam mutu, tinggi dalam prestasi"

### **3. Struktur Organisasi SMK N 2 Yogyakarta**

Dalam setiap organisasi seperti sekolah akan memiliki struktur organisasi, dimana lewat struktur organisasi ini dapat diketahui pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing individu di bagian-bagian dalam organisasi.

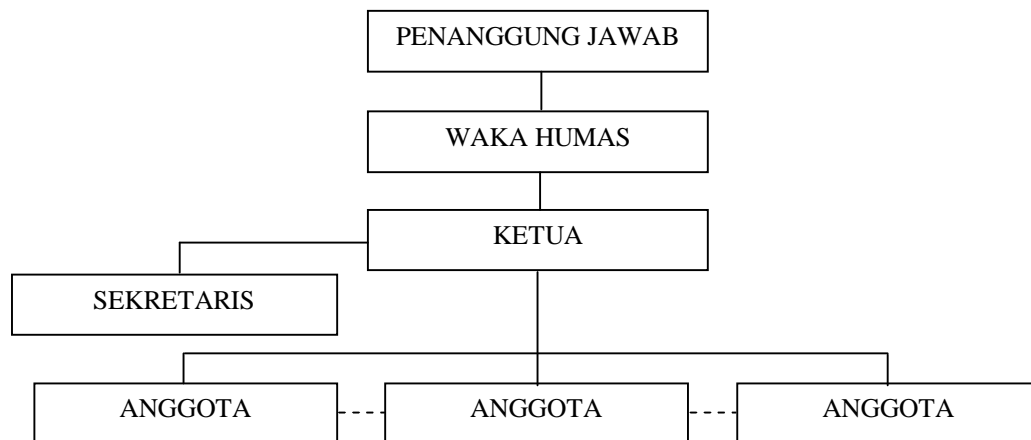
Berdasarkan dokumentasi di SMK N 2 Yogyakarta dapat diketahui struktur organisasi SMK N 2 Yogyakarta adalah sebagai berikut.



Gambar 5.  
Struktur Organisasi SMK N 2 Yogyakarta

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta merupakan lembaga yang berada pada bidang humas (hubungan masyarakat), dimana pada bidang humas dipimpin oleh seorang Wakil Kepala Sekolah yang disebut dengan Waka Bidang Humas. Dalam menjalankan tugasnya BKK bertanggung jawab kepada Waka Bidang Humas. Waka Humas bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah, karena Kepala Sekolah merupakan pimpinan sekaligus penanggung jawab pada setiap bidang dan kegiatan di SMK N 2 Yogyakarta. Jadi secara tidak langsung BKK juga

bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah. Hal tersebut dapat dengan jelas terlihat di struktur organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta, yakni seperti berikut.



Gambar 6.  
Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta

#### 4. Keadaan Siswa, Guru, dan Karyawan

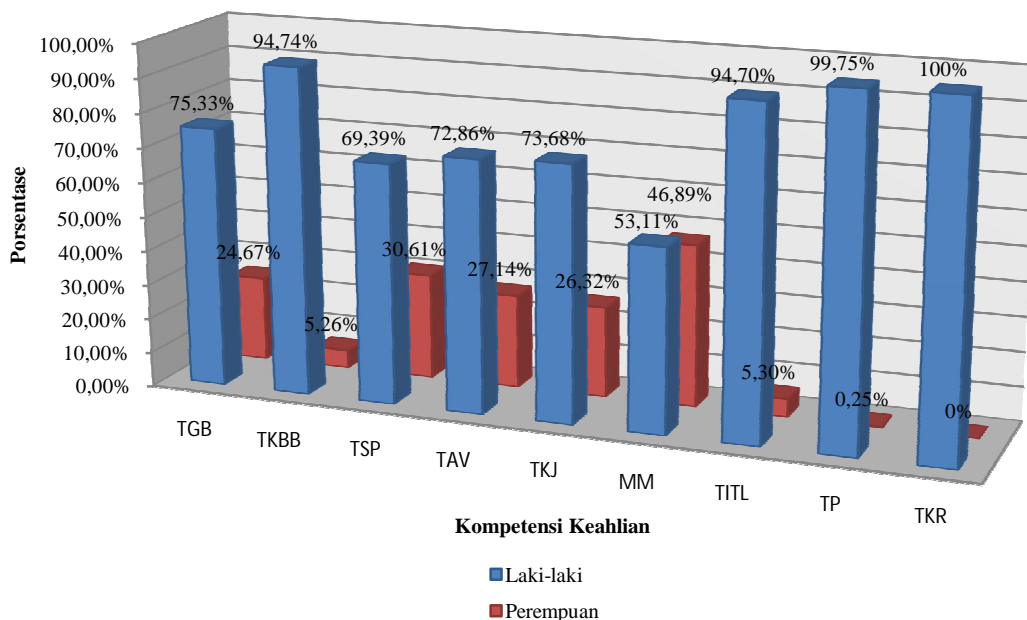
Tabel 2. Jumlah Siswa SMK N 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013

Kompetensi Keahlian	Jumlah Rombel	Siswa Kelas X		Siswa Kelas XII		Siswa Kelas XII		Total Siswa				
		L	P	L	P	L	P	L	%	P	%	Jml
TGB	3	77	31	88	23	61	20	226	75,33	74	24,67	300
TKBB	1	31	3	32	1	27	1	90	94,74	5	5,26	95
TSP	1	23	12	28	8	17	10	68	69,39	30	30,61	98
TAV	2	53	19	42	17	50	18	145	72,86	54	27,14	199
TKJ	2	59	13	48	20	47	22	154	73,68	55	26,32	209
MM	2	34	37	43	26	34	35	111	53,11	98	46,89	209
TITL	4	129	13	124	3	122	5	375	94,70	21	5,30	396
TP	4	141	1	133	-	120	-	394	99,75	1	0,25	395
TKR	4	144	-	139	-	118	-	401	100	-	-	401
<b>Jumlah</b>	<b>23</b>	<b>691</b>	<b>129</b>	<b>677</b>	<b>98</b>	<b>596</b>	<b>111</b>	<b>1964</b>	<b>85,32</b>	<b>338</b>	<b>14,68</b>	<b>2302</b>

Berdasarkan tabel jumlah siswa SMK N 2 Yogyakarta tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah siswa SMK N 2 Yogyakarta kebanyakan berjenis kelamin laki-laki. Dari jumlah keseluruhan siswa kelas X, XI, dan XII, sebanyak 85,32% merupakan laki-laki, dan sisanya yaitu 14,68% merupakan perempuan.

Hal ini dikarenakan sebagian dari kompetensi keahlian yang ada di SMK N 2 Yogyakarta lebih cenderung diperuntukkan bagi laki-laki, seperti Teknik Kendaraan Ringan (TKR), Teknik Pemesinan (TP), Teknik Konstruksi Batu & Beton (TKBB), dan Teknik Instalasi Tenaga Listrik (TITL).

Dapat dilihat pada kompetensi keahlian Teknik Kendaraan Ringan (TKR) semua siswanya berjenis kelamin laki-laki, dan pada Teknik Pemesinan (TP) hanya ada satu perempuan. Pada Teknik Konstruksi Batu & Beton (TKBB) dan Teknik Instalasi Tenaga Listrik (TITL) jumlah perempuannya hanya berkisar pada angka 5,28%. Tetapi ada kompetensi keahlian yang jumlah laki-laki dan perempuannya hampir seimbang, yaitu Multimedia (MM), dapat dilihat bahwa jumlah laki-lakinya sebanyak 53,11% dan jumlah perempuannya sebanyak 46,89%. Pada kompetensi keahlian yang lain, jumlah perempuannya rata-rata sebanyak 27%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 7.  
Jumlah Siswa SMK N 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013



Tabel 3. Jumlah Guru dan Karyawan di SMK N 2 Yogyakarta

No	Uraian	Guru	Porsentase (%)	Karyawan	Porsentase (%)
1	PNS Pemerintah Kota	180	85,71	19	27,14
2	PNS Departemen Agama	2	0,95	-	-
3	Tenaga Bantuan Pemerintah Kota	22	10,48	38	54,29
4	Honor Komite	6	2,86	13	18,57
Jumlah		210	100	70	100

Berdasarkan tabel jumlah guru dan karyawan tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari segi kuantitas guru dan karyawan yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta sudah baik, karena sudah sesuai dengan kebutuhan sekolah. Dari jumlah guru dan karyawan tersebut diketahui bahwa jumlah guru yang menjadi anggota Tim BKK sebanyak 8 (delapan) guru, yakni satu guru menjadi Ketua BKK, dan tujuh sisanya menjadi anggota, dimana kedelapan guru tersebut merupakan PNS Pemerintah Kota. Hanya ada satu karyawan yang menjadi anggota Tim BKK yakni sebagai Sekretaris BKK.

Tabel 4. Jenjang Pendidikan Guru dan Karyawan SMK N 2 Yogyakarta

No	Jenjang Pendidikan	Guru	Porsentase (%)	Karyawan	Porsentase (%)
1	SD	-	-	5	7,14
2	SLTP	-	-	5	7,14
3	SLTA	1	0,47	46	65,71
4	DIPLOMA 1	-	-	3	4,29
5	DIPLOMA 2	-	-	1	1,43
6	SARJANA MUDA / D3	8	3,81	4	5,71
7	SARJANA / S1	184	87,62	6	8,57
8	MAGISTER / S2	16	7,62	-	-
9	DOKTOR / S3	1	0,47	-	-
Jumlah		210	100	70	100

Berdasarkan tabel jenjang pendidikan guru dan karyawan SMK N 2 Yogyakarta tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari segi kualitas guru dan karyawan yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta sudah baik, karena kebanyakan guru di sekolah ini sudah berpendidikan Sarjana (S1) ada juga yang berpendidikan Magister (S2). Kebanyakan karyawan di SMK N 2 Yogyakarta berjenjang pendidikan SLTA. Jenjang pendidikan guru yang menjadi anggota Tim BKK semuanya berjenjang pendidikan Sarjana (S1), yang merupakan lulusan dari berbagai jurusan.

## 5. Kondisi Sarana dan Prasarana SMK Negeri 2 Yogyakarta

Tabel 5. Kondisi Sarana Prasarana SMK Negeri 2 Yogyakarta

No	Jenis Ruang	Jumlah	Luas
1	Ruang Teori	37	1.818,70 m <sup>2</sup>
2	Ruang Gambar	5	1.373 m <sup>2</sup>
3	<i>Self Access Study</i> (SAS)	1	274 m <sup>2</sup>
4	Ruang Laboratorium (Bahasa & IPA)	2	274 m <sup>2</sup>
5	Ruang Praktek Bengkel	15	2.315 m <sup>2</sup>
6	Ruang Laboratorium Komputer (KKPI)	4	288 m <sup>2</sup>
7	Ruang Laboratorium Hardware TI	1	96 m <sup>2</sup>
8	Ruang Laboratorium Software TI	1	96 m <sup>2</sup>
9	Bengkel AHASS	1	112 m <sup>2</sup>
10	Ruang Kepala Sekolah	1	140 m <sup>2</sup>
11	Ruang Kantor	6	298 m <sup>2</sup>
12	Ruang BP	1	84 m <sup>2</sup>
13	Ruang Perpustakaan	3	318 m <sup>2</sup>
14	Ruang Guru	1	102 m <sup>2</sup>
15	Ruang UKS	1	94 m <sup>2</sup>
16	Ruang Ibadah	3	256 m <sup>2</sup>
17	Ruang OSIS	2	256 m <sup>2</sup>
18	Ruang Koperasi	2	76 m <sup>2</sup>
19	Ruang Kantin	8	177 m <sup>2</sup>
20	Kamar Mandi / WC	10	240 m <sup>2</sup>
21	Gudang	1	399 m <sup>2</sup>
22	Ruang Pertemuan / AULA	1	454,5 m <sup>2</sup>
23	Lapangan Olah Raga	1	13.851,25 m <sup>2</sup>
24	Kebun Sekolah	1	2.229 m <sup>2</sup>
25	Tempat Sepeda	2	1.572 m <sup>2</sup>
26	Halaman Sekolah	1	1.972 m <sup>2</sup>

Dari kondisi sarana prasarana tersebut dapat diketahui bahwa di SMK N 2 Yogyakarta belum tersedia ruang BKK. BKK dalam menjalankan tugasnya berkantor di kantor humas.

#### **6. Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta**

Bursa Kerja Khusus atau disingkat BKK adalah media informasi yang disediakan oleh pihak SMK N 2 Yogyakarta yang berisi informasi mengenai lowongan kerja perusahaan yang telah bekerjasama dengan pihak sekolah. Dengan adanya media BKK, diharapkan dapat mempermudah para lulusan yang siap kerja untuk dapat mencari informasi seluas-luasnya agar dapat memperoleh kesempatan kerja yang diimpikan. Lulusan dari SMK 2 Yogyakarta mempunyai kesempatan untuk.

- a. Bekerja di Perusahaan/Industri negeri maupun swasta
- b. Bekerja sebagai Pegawai Negeri, TNI maupun POLRI
- c. Mendirikan Perusahaan sendiri (berwiraswasta)
- d. Melanjutkan ke Perguruan Tinggi.

BKK SMK Negeri 2 Yogyakarta memiliki tugas untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan tingkat internasional, nasional maupun daerah. Rata-rata lulusan yang dapat disalurkan sebesar 90% per tahunnya. Karena kualitas lulusan yang bekerja di perusahaan tidak mengecewakan, maka oleh beberapa perusahaan SMK Negeri 2 Yogyakarta dipercaya untuk melakukan tes calon pegawai di sekolah, baik untuk lulusan SMK Negeri 2 Yogyakarta maupun sekolah lain.

## **7. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan oleh BKK. Tiga tahun terakhir ini BKK SMK N 2 Yogyakarta belum mendapatkan legalitas hukum yang berupa surat izin pendirian BKK dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Disnakertrans) Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena Kepala Sekolah yang menjabat sebelumnya belum mengurus perizinan BKK ke Disnakertrans. Padahal pihak dari Disnakertrans sudah menyarankan kepada ketua BKK untuk segera mengurus perizinan tersebut, karena menurut Disnakertrans BKK SMK N 2 Yogyakarta sudah besar dan baik.

Hal tersebut dipertegas oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

“kegiatan pemasaran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK *mbak*, sudah tiga tahun BKK sini itu masih belum resmi *mbak*, karena Kepala Sekolah belum mengurus perizinannya di Disnakertrans, karena Kepala Sekolah yang terdahulu kurang memiliki jalinan yang baik dengan Disnakertrans. Padahal Disnakertrans sudah menyarankan BKK sini untuk mengurus, pihak sana bilang kalau BKK sini itu sudah besar dan sudah baik. Saya berharap Kepala Sekolah yang nanti bisa mengurus perizinan BKK.”

Kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta sudah dilaksanakan sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta. Kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan lewat promosi dan pameran. Perkembangan kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan selalu ada perkembangan yang baik dan semakin meningkat setiap tahunnya.

Kegiatan penelusuran lulusan bertujuan untuk mengetahui keberadaan para lulusannya. Sebagai bentuk tanggungjawab dari sekolah untuk anak didiknya, sekolah ingin mengetahui bagaimana keadaan para lulusannya setelah

lulusan dari sekolahnya, apakah sudah bekerja atau belum bekerja, dan apakah melanjutkan studi atau tidak. Dari data yang didapat melalui penelusuran lulusan tersebut sekolah ingin membantu para lulusan yang belum mendapatkan pekerjaan.

Hal tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni, “kegiatan penelusuran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK *mbak*, penelusuran ini dilakukan untuk mencari tahu apa masih ada lulusan yang belum bekerja, kan sekolah harus bertanggung jawab untuk mencarikan kerja para lulusan *mbak*, jadi nanti kalau ada yang masih belum bekerja, sekolah bisa mencarikan kerja *mbak*.”

## **B. Hasil Penelitian**

Deskripsi hasil penelitian ini merujuk pada permasalahan dan fokus penelitian yang disebutkan pada Bab I yaitu manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan, serta faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan.

Hasil penelitian mengenai manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta diperoleh melalui wawancara langsung dengan Ketua BKK, Waka Humas, dan Sekretaris Humas. Hasil penelitian juga diperoleh melalui observasi pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan, selain itu juga dengan melakukan studi dokumentasi terkait dengan pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan.

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, mereduksi data hasil penelitian, mengorganisasikan data, serta verifikasi data penelitian, pada sub bab ini akan disajikan data hasil penelitian. Penyajian data hasil penelitian terbagi menjadi empat kelompok yaitu: (1) manajemen pemasaran lulusan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan, dan pengawasan; (2) faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan; (3) kegiatan penelusuran lulusan yang mencakup persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut; dan (4) faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan.

### **1. Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan oleh pihak organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien dengan memberdayakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta menerapkan empat fungsi manajemen yakni sebagai berikut.

#### **a. Perencanaan**

Kegiatan awal dalam manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta adalah perencanaan. Kegiatan perencanaan bertujuan untuk mengatur pelaksanaan kegiatan dan sumber daya yang ada, yang diharapkan dapat mencapai hasil maksimal sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Perencanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan setiap awal tahun ajaran baru.

Persiapan yang dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta dalam perencanaan pemasaran lulusan diawali dengan pembentukan Tim/pengurus Bursa Kerja Khusus (BKK). Kegiatan pembentukan Tim BKK tersebut pada tahun ajaran 2015 dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2015, sekolah mengadakan rapat yang dimulai pada pukul 08.00 WIB, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Setelah Tim BKK terbentuk, maka secara internal Tim BKK dan Waka Humas melaksanakan rapat untuk membuat perencanaan program kerja yang berupa rencana aksi kegiatan atau *action plan* yang berlaku selama satu tahun yang mengacu pada petunjuk dari Depnakertrans RI.

Hal tersebut dipertegas oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

“pada awal tahun ajaran baru, sekolah biasanya akan mengadakan rapat *mbak* untuk membahas program kerja yang akan dilaksanakan, disana juga akan dilakukan pembentukan Tim BKK *mbak*, nanti Waka Humas dan Tim BKK membuat rencana program kerja, lalu menyerahkan rencana program kerja tersebut kepada Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan, setelah disetujui program dilaksanakan *mbak*.”

Rencana program kerja tersebut berisi rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan Tim BKK untuk satu tahun ke depan terkait dengan program pemasaran lulusan. Rencana tersebut dibuat berdasarkan hasil analisis prestasi pemasaran lulusan yang sudah pernah diraih oleh BKK sebelumnya dan hasil analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) sekolah secara keseluruhan.

Di dalam rencana tersebut juga ditentukan tujuan yang ingin dicapai, strategi yang digunakan, target pemasarannya, dan waktu serta tempat

pelaksanaan kegiatan. Selain itu, di rencana tersebut juga ditentukan sumber daya yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan, yakni jumlah pengurus yang menjalankan kegiatan tersebut, fasilitas yang diperlukan, media yang digunakan, dan anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan. Setelah program kerja tersebut selesai dibuat kemudian program kerja tersebut diajukan Tim BKK kepada Kepala Sekolah untuk mendapatkan persetujuan. Perencanaan yang telah mendapat persetujuan dari Kepala Sekolah menjadi program kerja yang akan dilaksanakan.

Program-program kerja yang sudah pernah direncanakan dan sudah pernah dilaksanakan BKK terkait dengan kegiatan pemasaran lulusan yakni.

- a. Pendaftaran dan pendataan lulusan.
- b. Pencarian dan pendataan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI.
- c. Memberikan bimbingan kerja kepada lulusan.
- d. Kunjungan industri.
- e. Memasarkan lulusan setiap Bulan Maret.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan pada awal tahun ajaran baru dan berlaku selama satu tahun kedepan. Perencanaan diawali dengan pembentukan Tim BKK, penyusunan rencana aksi kegiatan. Rencana aksi kegiatan mengacu pada analisis hasil pemasaran lulusan dan analisis SWOT yang didalamnya ditentukan tujuan, strategi, target, waktu dan tempat pelaksanaannya. Setelah rencana mendapatkan persetujuan dari Kepala Sekolah, maka program dilaksanakan. Program kerja yang sudah direncanakan dan dijalankan yaitu pendaftaran dan pendataan alumni,



pencarian dan pendataan lowongan kerja, bimbingan kerja, kunjungan industri, dan pemasaran lulusan.

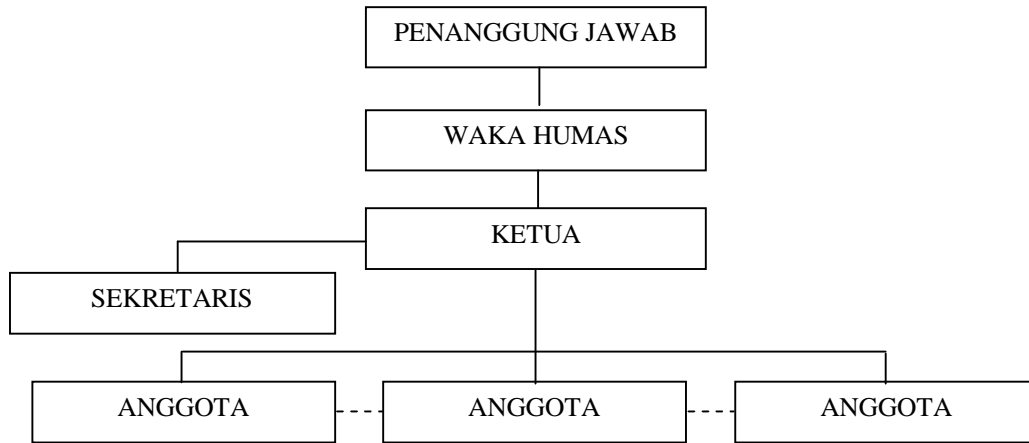
#### **b. Pengorganisasian**

Pengorganisasian merupakan langkah setelah diadakannya perencanaan. Dari kegiatan wawancara yang dilakukan, pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta diawali dengan memilih dan membentuk Tim BKK; membentuk struktur organisasi; membagi kerja dan wewenang anggota Tim BKK sesuai dengan kemampuannya; mengkoordinasikan tugas pada masing-masing anggota Tim BKK; menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan.

Pemilihan dan pembentukan Tim BKK dilakukan setiap dua tahun sekali pada awal tahun ajaran baru dengan mengadakan rapat untuk memusyawarahkan guru yang tepat dijadikan sebagai pengurus BKK. Guru yang tepat yakni guru yang memiliki kemampuan di bidang BKK dan memiliki pengalaman di bidang BKK. Pernyataan tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni, “Tim BKK dibentuk dua tahun sekali *mbak*. Dilakukan pada awal tahun ajaran baru, seolah mengadakan rapat untuk musyawarah memilih guru yang pantas untuk dijadikan anggota BKK *mbak*”.

Pemilihan pengurus BKK yang terdiri atas penanggungjawab, ketua BKK, sekretaris, dan anggota. Penanggungjawab terdiri dari Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat, Ketua BKK berjumlah satu orang yang berasal dari guru, Sekretaris berjumlah satu orang yang berasal dari karyawan di bidang hubungan masyarakat, dan anggota berjumlah tujuh orang

yang berasal dari guru-guru. Struktur organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 8.  
Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta

Meskipun struktur organisasinya sudah dibuat, struktur organisasi BKK tersebut belum dibuat permanen dan ditempel pada dinding ruang bagian humas. Selain sudah membuat struktur organisasi, BKK juga sudah membuat *job* deskripsi masing-masing pengurus. Berikut uraian tugas masing-masing anggota Tim BKK.

- a) Waka 4 (humas) sebagai penanggung jawab kegiatan di bawah Kepala Sekolah, bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan perusahaan dan rekrutmen tamatan.
- b) Ketua BKK sebagai penanggung jawab pelaksanaan rekrutmen tamatan di bawah Waka Humas, bertugas untuk menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N 2 Yogyakarta.
- c) Sekretaris BKK, bertugas untuk mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan, serta menyimpan dan memelihara dokumen yang ada.

d) Anggota BKK, bertugas untuk membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK N 2 Yogyakarta.

Penanggung jawab kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta adalah Kepala Sekolah dibantu oleh Waka Humas serta Ketua BKK. Seluruh kegiatan pemasaran lulusan secara umum Kepala Sekolah tetap menjadi penanggung jawabnya, tetapi sekolah mendelegasikan wewenangnya kepada Waka Humas.

Tugas dari Waka Humas dalam kegiatan BKK yaitu melakukan rapat koordinasi dan monitoring yang dilakukan setiap bulan untuk memperlancar kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta. Pernyataan tersebut secara langsung diungkapkan oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yakni, “dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di humas *mbak*, biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan, lewat pertemuan itu juga bisa dilakukan koordinasi dan monitoring kegiatan di bidang humas *mbak*..”

Kegiatan selanjutnya setelah membagi tugas masing-masing Tim BKK yaitu mengkoordinasikan tugas-tugas tersebut kepada masing-masing Tim BKK. Koordinasi dilakukan oleh pimpinan yakni Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. Koordinasi dilakukan dengan berkomunikasi langsung antara Ketua BKK dengan pengurus BKK. Koordinasi yang dilakukan oleh Kepala Sekolah dan Waka Humas dilakukan lewat pertemuan rutin dengan Tim BKK untuk mengkomunikasikan jalannya tugas BKK.

Setelah memilih dan membentuk Tim BK, membagi tugas dan mengkoordinasikan tugas pada masing-masing Tim, maka kegiatan selanjutnya

yakni menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan yang akan dilaksanakan. Penyusunan daftar sumber daya terkait dengan jumlah pengurus yang dibutuhkan, media yang digunakan, fasilitas yang diperlukan, serta anggaran yang diperlukan. Menyusun daftar kegiatan terkait dengan kegiatan-kegiatan pemasaran lulusan yang akan dilaksanakan untuk satu tahun ke depan yang disertakan dengan rincian tujuan, strategi, target, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan.

Dari data tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta diawali dengan mengadakan rapat untuk memilih guru yang tepat dijadikan sebagai pengurus BKK yang terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota. Setelah Tim terbentuk maka struktur organisasi dibuat yang disertakan pembagian tugas dan wewenang masing-masing anggota Tim. Selanjutnya pimpinan mengkoordinasikan tugas masing-masing Tim BKK dan Tim menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya.

### **c. Pelaksanaan**

Setelah proses perencanaan dan pengorganisasian tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan. Pelaksanaan merupakan tahap yang menentukan karena merupakan bentuk aktualisasi dari perencanaan dan pengorganisasian. Dasar atau acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu hasil rapat internal Tim BKK dengan Waka Humas yang kemudian dijabarkan ke dalam program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah. Se jauh ini, BKK belum membuat sistem dan

prosedur kerja, pelaksanaan kegiatan pemasaran hanya berdasarkan program kerja yang telah dibuat.

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Teknik Survey & Pemetaan, Teknik Ketenagalistrikan, Teknik Mesin, Teknik Otomotif, Teknik Elektronika, dan Teknik Komputer & Informatika dipasarkan oleh BKK ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Berikut daftar perusahaan yang melaksanakan perekrutan dan daftar siswa yang diterima BKK SMK N 2 Yogyakarta tahun 2014.

Tabel 6. Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK SMK N 2 Yogyakarta Tahun 2014

NO.	NAMA PERUSAHAAN	PENDAFTAR	DITERIMA	KETERANGAN
1.	PT Jaya Real Property	117	8	TKBB: 3, TGB: 5
2.	PT Ascet Indonesia	49	17	TGB: 17
3.	PT Showa Indonesia MFG	106	30	TITL: 1, TKR: 20, TP: 9
4.	Pelita	10	10	TGB: 6, TP: 4
5.	AT Indonesia	12	7	TITL: 7
6.	Yamaha Motor Mold	94	5	TKR: 1, TP: 4
7.	PT Aino	12	3	TAV: 3
8.	PT Torabika	79	37	TITL: 13, TP: 24
9.	PT DENSO	20	13	TITL: 3, TKR: 3, TP: 7
10.	PT Gramedia Printing	242	6	TP: 2, TITL: 1, TKR: 3
11.	AIR ASIA	149		Dalam proses
12.	DETIK COM	50		Dalam proses
13.	TELKOM AKSES	79	19	TKJ: 14, TAV: 5
14.	HEXINDO ADI PERKASA	101	14	TKR: 13, TP: 1
15.	PT Sewatama Indonesia	100	17	TKR: 9, TAV: 1, TITL: 7
16.	PT Jaya Real Property	39	8	TGB: 1, TITL: 7
17.	PT Sewatama Indonesia	21	16	TKR: 6, TITL: 5
18.	PT Wijaya Karya Industri & konstruksi	36	8	TKR: 5, TP: 3
19.	PT Sewatama Indonesia	107	25	TKR: 1, TITL: 3
<b>JUMLAH</b>		<b>1423</b>	<b>243</b>	

Kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan dengan beberapa cara atau strategi diantaranya yakni promosi siswa ke DU/DI, mengikuti pameran, mempromosikan siswa lewat kegiatan siswa, mempromosikan siswa lewat para lulusan yang sudah bekerja di DU/DI, melakukan kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan.hal tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yaitu,“kita memasarkan siswa dengan melakukan promosi ke perusahaan, ikut pameran, kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan, dan promosi lewat kegiatan siswa dan website sekolah *mbak*”.

Pada awalnya Tim BKK dalam memasarkan siswa SMK N 2 Yogyakarta dilakukan dengan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama yakni dengan mengunjungi langsung perusahaan-perusahaan untuk mengkomunikasikan tentang siswa yang dimilikinya. Namun kegiatan promosi tersebut sekarang tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan yang datang ke SMK untuk merekrut tenaga kerja. Perusahaan yang datang kebanyakan mengetahui SMK N 2 Yogyakarta dari mulut ke mulut yakni perusahaan lain yang bekerjasama dengan sekolah.

Hal tersebut ditekankan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yang menyatakan bahwa “dulu kita pernah satu kali promosi ke perusahaan-perusahaan, tapi setelah itu tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan-perusahaan yang datang ke SMK, jadi tidak memerlukan promosi lagi. Biasanya perusahaan-perusahaan tersebut mengetahui dari mulut ke mulut.”

Tim BKK dalam memasarkan lulusan selain dengan promosi ke perusahaan langsung, Tim juga mengikuti pameran sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang bertujuan untuk mengenalkan sekolah ke perusahaan-perusahaan. Dalam pameran tersebut, Tim menampilkan informasi sekolah seperti profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswa, keberhasilan alumni-alumni di perusahaan. Dimana informasi tersebut ditampilkan dengan tujuan agar dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan agar mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

Tim BKK dalam memasarkan lulusan juga melakukan promosi siswa lewat kegiatan siswa dan lewat website sekolah. Promosi lewat kegiatan siswa dapat terlihat pada saat ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba Olimpiade Sains Nasional (OSN), pihak humas membuat spanduk dan dipasang di sebelah kanan SMK yang menghadap ke sebelah selatan. Spanduk tersebut memberikan informasi bahwa ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN dan mendoakan agar dapat juara. Spanduk tersebut digunakan pihak humas sebagai media informasi bahwa siswa yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat mengikuti lomba OSN tersebut. Tim juga akan mempromosikan siswanya lewat website sekolah, dengan menampilkan informasi-informasi terkait dengan profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswanya, keberhasilan alumni, dan lain-lain yang dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan untuk mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

Para alumni dari SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi di perusahaan dimana mereka bekerja, promosi dilakukan dengan menampilkan kinerja yang baik sehingga perusahaan-perusahaan tersebut akan merasa yakin dan percaya akan kualitas yang dimiliki oleh para lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga pada tahun selanjutnya akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi. Pernyataan tersebut dipertegas oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yaitu,

“pemasaran siswa yang mau lulus dilakukan setiap Bulan Maret dengan melakukan promosi dan pameran *mbak*, dulu promosi langsung ke perusahaan-perusahaan tetapi sekarang sudah tidak dilaksanakan lagi *mbak*. Alumni juga melakukan promosi di perusahaan yang sudah merekrutnya. Nantinya perusahaan tersebut kan akan merasa yakin dan percaya kualitas yang dimiliki oleh lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta jadi pada tahun selanjutnya mereka akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi *mbak*.”

Setelah kegiatan promosi, maka sekolah akan mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI. Biasanya Tim BKK mendapatkan informasi lowongan pekerjaan langsung dari DU/DI melalui surat permintaan tenaga kerja dan terkadang DU/DI juga mengirimkan brosur lowongan pekerjaan ke sekolah, selain itu sekolah juga mendapatkan informasi lowongan dari SMK di Yogyakarta yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta. Setelah Tim BKK mendapatkan surat permintaan tenaga kerja, maka Tim membuat MOU (kerjasama) yang selanjutnya ditandatangani oleh DU/DI yang bersangkutan. Tahap selanjutnya yakni informasi lowongan tersebut disebar, dengan memasangnya di papan pengumuman. Hal ini dapat terlihat di papan pengumuman di depan ruang humas,



di sana tertempel beberapa informasi mengenai lowongan pekerjaan dari beberapa industri.

Tahap selanjutnya yakni pendaftaran, tes perekrutan tenaga kerja, dan pengiriman tenaga kerja ke DU/DI. Pelaksanaan pendaftaran sampai dengan proses penyaluran lulusan ke DU/DI disesuaikan dengan keadaan. Artinya yakni, apabila penawaran kerja diberikan langsung oleh DU/DI ke SMK N 2 Yogyakarta maka proses pendaftaran sampai pengiriman ke DU/DI dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta. Pihak sekolah menyediakan tempat untuk pendaftaran dan membantu mengadakan tes perekrutan dan pada saat penyerahan tenaga kerja Tim BKK juga ikut serta, tetapi apabila informasi pekerjaan berasal dari SMK lain, maka pendaftaran dilaksanakan di SMK N 2 Yogyakarta tetapi untuk tes sampai penyaluran mengikuti proses dari SMK yang bersangkutan. Peserta tes perekrutan yang diselenggarakan oleh SMK N 2 Yogyakarta tidak hanya dari lulusan SMK N 2 Yogyakarta tetapi juga dari SMK lain di Yogyakarta. Sebelum pelaksanaan tes perekrutan, Tim melakukan bimbingan kerja terlebih dahulu kepada lulusan. Bimbingan kerja dilakukan oleh guru BK/BP dikelas melalui mata pelajaran bimbingan kerja dengan memberikan arahan minat dan bakat siswa dalam dunia kerja. Tes perekrutan biasanya dilakukan melalui tes tertulis, wawancara, dan kesehatan. Setelah lulusan lolos tes, maka lulusan harus menandatangani perjanjian kerja, dan tahap selanjutnya yakni pengantaran dan penempatan tenaga kerja ke DU/DI.

Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan juga terdapat kegiatan penggerakan. Penggerakan ini dimulai dari kepemimpinan Kepala Sekolah yang

membawahi Waka Humas serta Ketua BKK. Proses penggerakan yang dilakukan dalam pelaksanaan ini dilakukan oleh Kepala Sekolah dengan menyampaikan kepada Waka Humas, Waka Humas menyampaikan kepada Ketua BKK, dan Ketua BKK mengarahkan pengurus yang lain. Penggerakan dilakukan dengan mendorong, mengarahkan, mengendalikan, dan memberikan motivasi kepada Tim BKK dalam melaksanakan tugasnya. Pernyataan tersebut dipertegas oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yaitu, “dengan memberikan arahan pada pengurus agar mereka mampu menjalankan tugasnya dengan benar, memberikan dorongan dan motivasi ke mereka supaya mau melaksanakan tugasnya *mbak*”.

Dari data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Teknik Survey & Pemetaan, Teknik Ketenagalistrikan, Teknik Mesin, Teknik Otomotif, Teknik Elektronika, dan Teknik Komputer & Informatika dipasarkan oleh BKK ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Pelaksanaan pemasaran dilakukan dengan promosi siswa ke DU/DI, mengikuti pameran, mempromosikan siswa lewat kegiatan siswa, mempromosikan siswa lewat para lulusan yang sudah bekerja di DU/DI, melakukan kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan. Tahap setelah pemasaran lulusan yakni pendaftaran calon tenaga kerja, tes perekrutan yang dilakukan melalui tes tertulis, wawancara, dan kesehatan, lalu pengantarandan penempatan kerja di DU/DI. Pengarahan/penggerakan pemasaran lulusan dilaksanakan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK.

#### **d. Pengawasan**

Setelah melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, serta pelaksanaan, maka kegiatan selanjutnya dalam manajemen adalah pengawasan. Pengawasan adalah kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan yang sedang atau telah dilakukan sesuai dengan rencana yang sudah ditentukan sebelumnya. Setiap pelaksanaan kegiatan diperlukan suatu pengawasan (*controlling*) agar apa yang menjadi tujuan dapat tercapai sesuai harapan dan rencana yang telah ditetapkan.

Pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas dan Ketua BKK. Pengawasan tersebut lebih kepada kegiatan monitoring yang dilakukan selama kegiatan pemasaran dilakukan. Kepala Sekolah selalu bekerjasama dengan Waka Humas dalam pelaksanaan monitoring terhadap kegiatan pemasaran lulusan, dan Waka Humas selalu bekerjasama dengan Ketua BKK untuk melakukan monitoring terhadap kegiatan pemasaran lulusan. Kegiatan pemasaran lulusan jarang diawasi kerjanya oleh Disnakertrans sebagai instansi yang berwenang di bidang ketenagakerjaan kota setempat, hal ini dikarenakan BKK SMK N 2 Yogyakarta kurang aktif/jarang memberikan laporan hasil kerja BKK, sehingga jarang dilakukan pengawasan kerja.

Sistematika dalam pengawasan manajemen pemasaran lulusan adalah dengan pelaporan langsung yang dilakukan oleh Ketua BKK berupa laporan hasil kerja kegiatan BKK kepada Kepala Sekolah. Proses pengawasan yang dilakukan terkait dengan penentuan pengukuran standar pelaksanaan dan pengawasan terhadap kegiatan pemasaran lulusan ini tidak ada bukti fisik yang dapat

dipaparkan oleh sumber data. Menurut Ketua BKK dalam penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan belum ada pengukuran baku yang dilakukan oleh pihak pelaksana. Pengawasan yang dilakukan terkait perbandingan pelaksanaan kegiatan nyata dengan standar yang ditetapkan terhadap kegiatan pemasaran lulusan belum baku karena standar pelaksanaannya belum ada. Akan tetapi ada pelaporan yang dibuat Ketua BKK yang dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai tanggung jawab kerja dan dinilai Kepala Sekolah. Salah satu laporan yang diberikan Tim BKK kepada Kepala Sekolah yaitu laporan perusahaan yang melaksanakan perekrutan tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta yang disertakan jumlah siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima kerja.

Dalam pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta pengawasan ini dilakukan setiap saat oleh Kepala Sekolah, Waka Humas dan Ketua BKK, sehingga jika terjadi kurang efektifan dalam pelaksanaan kegiatan maka dapat segera diluruskan. Cara yang dilaksanakan adalah dengan mengadakan pertemuan/rapat rutin internal antara Waka Humas dengan Tim BKK pada setiap bulan. Rapat tersebut dilaksanakan untuk membahas kegiatan yang telah dilaksanakan.

Hal tersebut secara langsung diungkapkan oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yaitu, "dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di bidang humas *mbak*, yang dihadiri oleh saya dan teman-teman pengurus yang ada di bidang humas *mbak*, biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan,

disitu juga akan dilakukan monitoring dan koordinasi kegiatan yang ada di bidang humas *mbak*.”

Pernyataan tersebut juga dipertegas oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yaitu, “setiap bulan di bidang humas rutin dilakukan pertemuan *mbak*, untuk melakukan koordinasi dan monitoring untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan yang ada di bidang humas termasuk kegiatan pemasaran lulusan. Pertemuan itu dipimpin oleh Waka Humas *mbak*.”

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pengawasan dalam manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK yang dilakukan selama kegiatan dilaksanakan. Waka Humas dalam melakukan pengawasan dilaksanakan secara rutin setiap bulan melalui pertemuan/rapat rutin internal antara Waka humas dengan anggota humas. Kegiatan pemasaran lulusan jarang diawasi oleh instansi terkait ketenagakerjaan kota setempat, dikarenakan BKK jarang memberikan laporan hasil kerja. Sistematisa pengawasan yang dilakukan yakni dengan pelaporan langsung Ketua BKK kepada Kepala Sekolah dengan memberikan pelaporan hasil kerja kegiatan BKK.

## **2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Pencapaian keberhasilan penyelenggaraan kegiatan dapat dilihat dari aspek manajemen dan fungsi-fungsinya. Seringkali dalam penyelenggaraannya terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dapat berupa kekuatan dan kelebihan, sedangkan faktor pendukung dapat berupa kelemahan

dan kekurangan. Faktor pendukung dapat menambah efektivitas kerja dan pencapaian tujuan, sebaliknya faktor penghambat dapat mengurangi efektivitas kerja dan pencapaian tujuan.

**a. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta teridentifikasi sebagai berikut.

**1) Produk (Lulusan/alumni)**

Lulusan SMK N 2 Yogyakarta merupakan salah satu faktor yang mendukung lancarnya manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, karena lulusan yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus. Hal ini dibuktikan dari banyaknya DU/DI yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta. Salah satu bukti fisik yang menjelaskan bahwa banyak DU/DI yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta yaitu dokumen daftar perusahaan yang melaksanakan perekrutan dan daftar siswa yang diterima BKK SMK N 2 Yogyakarta tahun 2014. Dari dokumen tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 ada 19 perusahaan yang merekrut kerja dari SMK N 2 Yogyakarta, pendaftarannya sebanyak 1423 peserta dan peserta yang diterima oleh perusahaan tersebut yang berasal dari SMK N 2 Yogyakarta sebanyak 243 siswa. Jumlah tersebut masih belum valid, karena dua perusahaan diantaranya yaitu Air Asia dan Detik Com masih dalam proses, jadi belum jelas apakah ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima di perusahaan tersebut apa tidak.

Tidak jarang juga siswa yang baru lulus langsung direkrut oleh DU/DI dimana siswa dulu melakukan prakerin (praktek kerja industri) di DU/DI bersangkutan. Selain itu, lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta juga sangat berantusias dalam merespon informasi lowongan pekerjaan yang disampaikan oleh Tim BKK kepada para lulusan. Sehingga Tim BKK mudah untuk melakukan pemasaran karena lulusan juga memiliki antusias yang tinggi.

## 2) Tenaga Pelaksana

Ketersediaan tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan merupakan potensi dasar pendukung terlaksananya kegiatan tersebut. Tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu Tim BKK SMK N 2 Yogyakarta. Jumlah tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan ini, berdasarkan data struktur organisasi yang ada sudah cukup untuk melaksanakan manajemen pemasaran lulusan. Selain tersedianya tenaga pelaksana, manajemen pemasaran dapat berjalan dengan baik juga karena adanya kerjasama yang baik antar pengurus/tenaga pelaksana.

## 3) Promosi

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi sangat mendukung lancarnya manajemen pemasaran, karena lewat promosi DU/DI akan mengetahui produk (lulusan/alumni) dari SMK N 2 Yogyakarta. Lewat promosi DU/DI juga akan tertarik dan merasa percaya akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.

#### 4) Harga

Dalam pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta untuk siswa maupun DU/DI tidak dipungut harga atau biaya. Pelaksanaan pemasaran lulusan dibiayai oleh pihak sekolah.

Terdapat rumor di SMK N 2 Yogyakarta, bahwa Tim BKK melakukan pungutan kepada lulusan. Tetapi rumor tersebut dibantah oleh Tim BKK, yang menyatakan bahwa tidak ada pungutan apapun bagi lulusan, semua ditanggung oleh pihak sekolah. Terkadang ada uang yang masuk dari DU/DI, uang tersebut merupakan bentuk imbal jasa yang diberikan DU/DI kepada Tim BKK.

Pernyataan tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yaitu:

“ya mendukung *mbak*, karena lulusan dan DU/DI tidak dipatok harga, jadi gratis *mbak*. Tapi ada anggapan bahwa BKK memungut biaya dari lulusan *mbak*, jadi pengurusnya malas bekerja soalnya tidak ada pungutan yang disangkakan oleh pihak-pihak tertentu. DU/DInya juga tidak dikenakan biaya apapun *mbak*, kalau ada uang masuk itu sebagai bentuk ucapan terima kasih yang jumlahnya hanya cukup untuk membeli pulsa pengurus *mbak*.”

#### 5) Tempat/lokasi

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta juga didukung dari faktor sekolah, dimana SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah mempunyai nama besar, sudah memiliki citra yang baik di masyarakat dan di DU/DI. SMK N 2 Yogyakarta sudah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI baik di wilayah Yogyakarta maupun di luar wilayah Yogyakarta, sehingga dapat dijadikan sebagai sasaran untuk memasarkan lulusan. Hal tersebut belum dapat dibuktikan secara



fisik, karena pihak BKK belum membuat data perusahaan yang bekerjasama dengan sekolah.

#### 6) Layanan Pelanggan

Pihak sekolah selalu melayani DU/DI dengan baik, selalu ada penyambutan yang baik apabila ada kunjungan dari DU/DI. Tim BKK selalu memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI sesuai dengan motto SMK N 2 Yogyakarta yaitu pelayanan prima, unggul dalam mutu, tinggi dalam prestasi. Bahkan Tim BKK juga selalu memberikan angket respon pelanggan, dimana angket tersebut digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Semua perusahaan yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta akan diberikan angket tersebut, dan sekolah sangat berharap untuk bisa diisi dan dikembalikan ke sekolah, karena lewat angket tersebut sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan, agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta terdiri dari: (1) kualitas lulusan bagus dan lulusan sangat berantusias dalam merespon informasi lowongan pekerjaan yang ada di sekolah; (2) ada pengurus yang menangani pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan yang jumlahnya mencukupi, dan antar pengurus terjalin kerjasama yang baik; (3) sudah

melaksanakan promosi lulusan ke DU/DI; (4) tidak ada pungutan biaya/harga untuk lulusan dan DU/DI; (5) sekolah sudah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI; (7) Tim BKK selalu memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI.

#### **b. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta teridentifikasi sebagai berikut.

##### **1) Tenaga Pelaksana**

Tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yakni Tim BKK. Tim BKK dibentuk pada awal tahun ajaran baru oleh pihak sekolah. Tenaga pelaksana menjadi salah satu faktor penghambat manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta, karena dari segi kualitas masih kurang bagus, meskipun dari segi kuantitas sudah memenuhi. Tim BKK tersebut terbentuk dari guru-guru SMK N 2 Yogyakarta, sehingga kurang sesuai. Selain itu juga karena waktu yang diberikan oleh guru kurang maksimal karena mereka juga harus mengajar. Kemampuan yang kurang dan pemberian waktu yang kurang maksimal dari tenaga pelaksana dapat menjadikan pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan menjadi kurang maksimal.

Hal tersebut dipertegas oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

”sumber daya manusia (SDM) dari segi kemampuan sama pengetahuannya masih kurang *mbak*, soalnya Tim BKK kan bentukan dari guru-guru bukan dari ahli pemasaran. Guru seperti saya juga harus mengajar *mbak*, jadi waktu yang diberikan untuk kegiatan pemasaran kurang maksimal. BKK juga butuh kegiatan promosi lagi *mbak*, kan sudah jarang melakukan promosi lagi.”

## 2) Promosi

Kegiatan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama dengan sekolah sekarang sudah jarang dilakukan lagi, padahal kegiatan promosi sangat penting peranannya. Sudah tidak adanya kegiatan promosi tersebut menjadi salah satu faktor penghambat, karena produk yang dimiliki jadi kurang dikenal oleh DU/DI meskipun setiap tahun banyak perusahaan yang memberikan informasi lowongan kerja ke SMK N 2 Yogyakarta dan juga masih ada kegiatan pameran.

Pernyataan tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

”sumber daya manusia (SDM) dari segi kemampuan sama pengetahuannya masih kurang *mbak*, soalnya Tim BKK kan bentukan dari guru-guru bukan dari ahli pemasaran. Guru seperti saya juga harus mengajar *mbak*, jadi waktu yang diberikan untuk kegiatan pemasaran kurang maksimal. BKK juga butuh kegiatan promosi lagi *mbak*, kan sudah jarang melakukan promosi lagi.”

## 3) Dana

Sumber dana yang diperoleh oleh BKK SMK N 2 Yogyakarta dalam melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan yaitu bersumber dari anggaran dari sekolah. Jumlah anggaran tersebut tidak terlalu banyak dan dapat dikatakan jumlahnya kecil untuk pelaksanaan pemasaran lulusan, sehingga Tim BKK membutuhkan sumber dana yang lebih. Tim BKK kalau menyelenggarakan pameran menggunakan anggaran yang disediakan oleh pusat.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta terdiri dari: (1) kualitas pengurus masih kurang bagus dan waktu yang diberikan pengurus

dalam pelaksanaan pemasaran lulusan kurang maksimal; (2) kegiatan promosi sudah jarang dilakukan lagi; (3) dana yang disediakan sekolah jumlahnya kecil.

### **3. Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Kegiatan penelusuran lulusan di SMK merupakan kegiatan yang fokus utamanya untuk memperoleh informasi keberadaan lulusan yang sudah bekerja atau belum bekerja, yang nantinya informasi tersebut dapat dipergunakan untuk menentukan kebijakan dan tindakan yang dapat memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembang SMK yang bersangkutan. Tahapan dalam kegiatan penelusuran lulusan terdiri dari tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Dalam menjalankan kegiatan penelusuran lulusan, SMK N 2 Yogyakarta sudah menerapkan ketiga tahapan tersebut, yakni sebagai berikut.

#### **a. Persiapan**

Persiapan yang dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta dalam kegiatan penelusuran lulusan sama seperti persiapan yang dilakukan pada kegiatan pemasaran lulusan, karena kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan merupakan tugas dari Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta. Persiapan yang dilakukan dalam kegiatan penelusuran lulusan diawali dengan pembentukan Tim/panitia Bursa Kerja Khusus (BKK). Kegiatan pembentukan Tim BKK tersebut, pada tahun ajaran 2015 dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2015, sekolah mengadakan rapat yang dimulai pada pukul 08.00 WIB, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta.

Setelah Tim BKK terbentuk, maka secara internal, Tim BKK dan Waka Humas melaksanakan rapat untuk membuat perencanaan program kerja yang berupa rencana aksi kegiatan atau *action plan* yang berlaku selama satu tahun. Rapat tersebut diadakan guna untuk merumuskan item pertanyaan dan tanggapan para lulusan yang nantinya akan dimasukkan dalam instrumen penelusuran lulusan, dan untuk membahas metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan. Setelah program kerja tersebut selesai dibuat kemudian program kerja tersebut diajukan Tim BKK kepada Kepala Sekolah untuk mendapatkan persetujuan. Rencana program kerja yang telah mendapat persetujuan dari Kepala Sekolah menjadi program kerja yang akan dilaksanakan. Setelah Kepala Sekolah menyetujui hasil rapat tersebut, maka Tim BKK mempersiapkan data daftar lulusan dan instrumen yang akan digunakan untuk penelusuran lulusan.

Hal tersebut ditekankan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

“biasanya Tim menentukan pertanyaan yang akan dimasukan ke instrumen penelusuran *mbak*, terus menentukan metode yang tepat untuk digunakan *mbak*. Nanti kalau sudah ditentukan dan sudah mendapat persetujuan dari Waka Humas, terus dilaporkan ke Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan. Nanti kalau sudah disetujui, Tim menyiapkan data daftar lulusan sama menyiapkan instrumen yang mau digunakan *mbak*.”

Kegiatan mempersiapkan instrumen penelusuran lulusan, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2015, pada hari itu Tim BKK sedang mengajukan anggaran kepada bendahara sekolah untuk meluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang terbaru, yaitu aplikasi penelusuran lulusan yang ada di telepon genggam.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa persiapan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dimulai dari pembentukan Tim BKK yang

dilaksanakan pada awal tahun ajaran baru yang dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil kepala sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Setelah Tim BKK terbentuk, Tim membuat program kerja untuk membahas item pertanyaan dan tanggapan dari lulusan yang dibutuhkan oleh sekolah, serta untuk menentukan metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan. Setelah program kerja mendapatkan persetujuan dari Kepala Sekolah, Tim mulai mempersiapkan daftar lulusan yang akan ditelusuri dan mempersiapkan instrumen penelusuran.

#### **b. Pelaksanaan**

Setelah proses persiapan tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan. Dasar atau acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu hasil rapat internal Tim BKK dengan Waka Humas yang kemudian dijabarkan ke dalam program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah. BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja, hanya melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan sesuai dengan program kerja.

Kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan pada tiga bulan sampai dengan enam bulan setelah siswa dinyatakan lulus dari SMK N 2 Yogyakarta. Pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dimulai dari pendataan lulusan yang dilakukan oleh sekretaris BKK, mendistribusikan instrumen penelusuran lulusan kepada para lulusan SMK N 2 Yogyakarta, dan mengumpulkan kembali instrumen tersebut.

Pada awal pelaksanaan penelusuran lulusan, SMK N 2 Yogyakarta menggunakan blangko sebagai instrumen penelusuran lulusan. Prosedur penelusuran lulusan menggunakan blangko dimulai dengan membagikan blangko

kepada lulusan pada saat lulusan akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, setelah blangko tersebut diisi oleh lulusan, maka lulusan harus menyerahkan kembali blangko tersebut ke sekolah untuk dilakukan pendataan.

Sekarang sekolah akan memberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke telepon genggam para lulusan dan akan segera diefektifkan. Sebelumnya sekolah sudah merancang instrumen penelusuran dengan memanfaatkan website sekolah dengan membuat database penelusuran lulusan di website SMK N 2 Yogyakarta, tetapi masih kurang efektif juga.

Hal tersebut dipertegas oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yakni:

”masih ada lulusan yang tidak mau memberikan informasi keberadaannya *mbak*, padahal metode yang digunakan dirasa sudah pas, semisal dulu menggunakan blangko yang diisi saat akan melakukan cap tiga jari, tapi tetap saja tidak diisi dan dikembalikan oleh para lulusan ke SMK *mbak*. Sekarang mulai akan segera diberlakukan aplikasi ke android para lulusan *mbak*, karena perkembangan jaman. Di website sekolah juga sudah disediakan kolom penelusuran lulusan *mbak*, tapi tetap saja masih belum efektif dan akan segera diefektifkan.”

Setelah data penelusuran terkumpul apabila masih ada lulusan yang belum menyerahkan instrumen tersebut, maka pengurus melakukan pencarian informasi keberadaan lulusan melalui telepon dan media sosial. Apabila setelah dihubungi lewat telepon dan media sosial lulusan belum dapat dihubungi maka pengurus menghentikan pencarian informasi tersebut.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta mengacu pada program kerja yang telahh dirumuskan sebelumnya. Penelusuran lulusan dilaksanakan pada tiga bulan sampai enam bulan setelah siswa dinyatakan lulus. Pelaksanaan kegiatan dimulai

dari pendataan lulusan, pendistribusian instrumen penelusuran, dan pengumpulan kembali instrumen penelusuran. SMK N 2 Yogyakarta telah mencoba beberapa instrumen untuk penelusuran lulusan, awalnya menggunakan blangko, lalu database pada website sekolah, dan sekarang akan diberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke telepon genggam para lulusan. Dalam proses pengumpulan instrumen, apabila masih ada lulusan yang belum mengumpulkan instrumen tersebut, pihak BKK akan menghubungi lulusan melalui telepon dan media sosial, dan apabila tidak bisa, pihak BKK akan menghentikan pencarian informasi pada lulusan tersebut.

### **c. Tindak Lanjut**

Setiap melaksanakan program kerja atau kegiatan perlu diadakan tindak lanjut. Tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu pengurus melakukan pendataan untuk dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan. Laporan tersebut terlebih dahulu diserahkan kepada Waka Humas kemudian diserahkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban. Pernyataan tersebut secara langsung diungkapkan oleh Sekretaris BKK (Hasil Wawancara Sekretaris BKK) yakni, ”ya nanti *mbak* kalau sudah terkumpul, saya yang akan mendata, diinput ke komputer dan nanti saya print saya kasih ke Ketua BKK dan Waka Humas *mbak*.”

Laporan hasil penelusuran lulusan yang dilaporkan Tim BKK kepada Kepala Sekolah tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan dengan jumlah siswa



yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitu pun dengan jumlah keseluruhan siswa yang diketahui dan yang tidak diketahui.

Dari data tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa tindak lanjut dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu Tim BKK melakukan pendataan untuk dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan. Setelah laporan tersebut jadi, maka Tim BKK menyerahkannya ke Waka Humas dan kemudian diserahkan kepada Kepala Sekolah.

#### **4. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Dalam penyelenggaraan suatu kegiatan seringkali terdapat faktor pendukung dan faktor penghambat. Faktor pendukung dapat berupa kekuatan dan kelebihan, sedangkan faktor pendukung dapat berupa kelemahan dan kekurangan. Faktor pendukung dapat menambah efektivitas kerja dan pencapaian tujuan, sebaliknya dengan faktor penghambat yang dapat mengurangi efektivitas kerja dan pencapaian tujuan.

##### **a. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor pendukung dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta teridentifikasi sebagai berikut.

##### **1) Lulusan/alumni**

Lulusan merupakan bagian terpenting dalam pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan. Tanggapan dari para lulusan/alumni cukup baik terhadap

kegiatan penelusuran lulusan, karena ada yang mau membagi informasinya. Hal ini dapat dilihat pada data alumni dan penelusuran tamatan SMK N 2 Yogyakarta tahun pelajaran 2012/2013. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut.

- a) Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- b) Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- c) Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah siswa 712, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah anak yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%.

## 2) Tenaga Pelaksana

Ketersediaan tenaga pelaksana kegiatan penelusuran lulusan merupakan potensi dasar pendukung terlaksananya kegiatan tersebut. Tenaga pelaksana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu Tim BKK SMK N 2 Yogyakarta. Jumlah tenaga pelaksana kegiatan penelusuran lulusan ini berdasarkan dari struktur organisasi yang ada sudah cukup untuk melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan. Selain tersedianya tenaga pelaksana, terlaksananya kegiatan penelusuran dapat berjalan juga karena adanya kerjasama yang baik antar pengurus/tenaga pelaksana. Pernyataan tersebut ditekankan oleh Waka Humas (Hasil Wawancara Waka Humas) yakni, “ada kerjasama yang baik antar pengurus

*mbak* dan sudah tersedia dana dari sekolah untuk melaksanakan kegiatan penelusuran *mbak*.”

### 3) Fasilitas

Ketersediaan fasilitas kegiatan penelusuran lulusan merupakan potensi pendukung terlaksananya kegiatan tersebut. Fasilitas kegiatan penelusuran lulusan sudah mencukupi.

### 4) Dana

Ketersediaan dana kegiatan penelusuran lulusan merupakan potensi pendukung lain terlaksananya kegiatan tersebut. Sumber dana kegiatan penelusuran lulusan yakni bersumber dari anggaran sekolah. Jumlah dana yang tersedia sudah mencukupi.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta terdiri dari: (1) lulusan ada yang mau membagi informasinya; (2) sudah ada pengurus yang menangani kegiatan penelusuran lulusan yang jumlahnya mencukupi dan antar pengurus terjalin kerjasama yang baik; (3) tersedia fasilitas yang dibutuhkan; (4) tersedia dana yang mencukupi.

## **b. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta teridentifikasi sebagai berikut.

### 1) Lulusan/alumni

Tanggapan dari para lulusan/alumni dalam kegiatan penelusuran lulusan merupakan hal yang sangat berharga, namun masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya sehingga susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. Hal ini dapat dilihat pada data alumni dan penelusuran tamatan SMK N 2 Yogyakarta tahun pelajaran 2012/2013. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut.

- a) Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- b) Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- c) Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%, tetapi yang tidak terlacak juga jumlahnya tidak sedikit yaitu 24%.

Upaya yang diambil sekolah untuk mengatasi hambatan ini yakni dengan menghubungi lulusan yang tidak terlacak lewat telepon dan media sosial. Kalau sudah tidak ada cara maka sekolah menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi sudah bekerja. Tim juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya diharapkan tidak ada lulusan yang tidak terlacak.

Hal tersebut secara langsung diungkapkan oleh Ketua BKK (Hasil Wawancara Ketua BKK) yakni:

”lulusan yang tidak terlacak ditelepon/SMS *mbak*, kalau nomornya sudah ganti dihubungi lewat facebook sekolah, kalau tidak berhasil tim menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya berharap akan menjadi 100% terlacak semua *mbak*. Kalau soal pengurus seharusnya ada karyawan yang menangani masalah penelusuran *mbak*, yang mau berkeliling untuk mencari tahu informasi, yakni dengan berkunjung ke DU/DI yang bekerjasama atau dengan mengunjungi rumah para lulusan *mbak*.”

## 2) Tenaga Pelaksana

Tenaga pelaksana juga merupakan salah satu penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan karena tidak ada yang secara khusus menangani, karena Tim berasal dari guru dan wakil kepala sekolah, jadi kurang efisien. Ketua BKK menginginkan ada pengurus yang langsung menangani yang terjun ke lapangan mencari informasi tentang keberadaan lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga data yang dihasilkan akan maksimal dan valid, tidak seperti yang ada sekarang, banyak yang belum diketahui keberadaannya oleh SMK N 2 Yogyakarta.

## 3) Metode dan Instrumen

Metode dan instrumen yang digunakan dalam kegiatan penelusuran lulusan merupakan salah satu hal yang menghambat pelaksanaan kegiatan. Hal ini dikarenakan metode dan instrumen yang digunakan kurang efektif. Dulu menggunakan blangko, tetapi masih saja banyak yang tidak mengembalikan blangko tersebut ke sekolah. Sekarang penelusuran dilakukan berbasis web dan

akan segera diluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim lewat telepon genggam para lulusan.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta terdiri dari: (1) masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya; (2) tidak ada pengurus yang secara khusus menangani penelusuran lulusan; (3) metode dan instrumen yang digunakan kurang efektif. Upaya yang dilakukan oleh Tim BKK dalam mengatasi masalah lulusan yang tidak mau membagi informasinya yakni dengan menghubungi lewat telepon dan media sosial. Apabila tidak berhasil maka Tim BKK menyimpulkan bahwa lulusan tersebut sudah bekerja. Tim juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan hasil penelusuran lulusan agar hasilnya tidak ada lulusan yang tidak terlacak.

### **C. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dideskripsikan seperti tersebut di atas dapat diungkapkan bahwa manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta menerapkan prinsip-prinsip teori manajemen, yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dijalankan melalui tiga tahapan, yakni persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Dari kedua kegiatan tersebut teridentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambatnya. Penerapan prinsip-prinsip manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta adalah sebagai berikut.

## **1. Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan oleh pihak organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien dengan memberdayakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta menerapkan empat fungsi manajemen yakni sebagai berikut.

### **a. Perencanaan**

Suatu kegiatan yang baik tentu diawali dengan suatu perencanaan yang matang dan baik, supaya dalam melaksanakan kegiatan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien. Perencanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan untuk memikirkan dan menentukan secara matang kegiatan atau hal-hal yang akan dilaksanakan pada program pemasaran lulusan untuk satu tahun ke depan, dan untuk menentukan sumber daya yang diperlukan dalam melaksanakan program pemasaran lulusan. Perencanaan diawali dengan menentukan kegiatan yang akan dilaksanakan untuk satu tahun ke depan yakni dengan membuat rencana program kerja yang berupa rencana aksi kegiatan atau *action plan*. Rencana aksi kegiatan tersebut dibuat oleh Waka Humas bersama dengan Tim BKK pada setiap awal tahun ajaran baru. Sebelum rencana aksi tersebut dibuat, sekolah terlebih dahulu mengadakan rapat untuk membentuk Tim BKK yang melibatkan Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan guru-guru SMK N 2 Yogyakarta.

Rencana program kerja tersebut merupakan hasil rapat internal antara Waka Humas dengan Tim BKK yang dibuat untuk jangka waktu satu tahun. Rencana tersebut berisikan rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan Tim BKK terkait dengan program pemasaran lulusan. Rencana tersebut dibuat berdasarkan hasil analisis prestasi pemasaran lulusan yang sudah pernah diraih oleh BKK sebelumnya dan hasil analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) sekolah secara keseluruhan.

Di dalam rencana tersebut juga ditentukan tujuan yang ingin dicapai, strategi yang digunakan, target pemasarannya, dan waktu serta tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, di rencana tersebut juga ditentukan sumber daya yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan, yakni jumlah pengurus yang menjalankan kegiatan tersebut, fasilitas yang diperlukan, media yang digunakan, dan anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan. Dari adanya rencana program kerja ini akan memudahkan pengurus dalam memahami keseluruhan gambaran kegiatan dengan jelas, sehingga memudahkan pengurus dalam pelaksanaan kegiatan.

Program kerja tersebut baru akan dilaksanakan setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Sekolah. Tim BKK akan mengajukan rencana program kerja tersebut terlebih dahulu kepada Kepala Sekolah, setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Sekolah, maka Tim BKK segera melaksanakan sesuai tugasnya dengan rencana yang telah dibuat.

Program kerja yang sudah pernah direncanakan dan sudah pernah dilaksanakan BKK terkait kegiatan pemasaran lulusan diantaranya yakni: (1)



pendaftaran dan pendataan lulusan; (2) pencarian dan pendataan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI; (3) memberikan bimbingan kerja kepada siswa; (4) kunjungan industri; dan (5) memasarkan lulusan setiap Bulan Maret.

Dari data tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dimulai dengan membuat rencana program kerja yang dilakukan setiap awal tahun ajaran baru oleh Tim BKK melalui rapat. Rencana program kerjatersebut berisi rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan untuk satu tahun ke depan, yang dibuat berdasarkan hasil analisis pemasaran dan analsis SWOT, yang di dalamnya juga ditetapkan tujuan, strategi yang digunakan, target pemasarannya, waktu dan tempat pelaksanaan serta sumber daya yang diperlukan.

#### **b. Pengorganisasian**

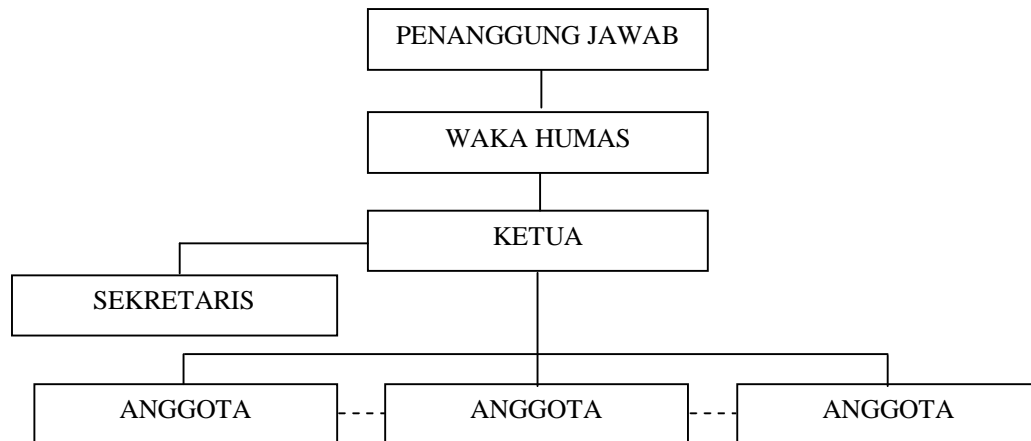
Pengorganisasian merupakan langkah setelah diadakannya perencanaan. Pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan dengan memilih dan membentuk Tim BKK; membentuk struktur organisasi; membagi kerja dan wewenang anggota Tim BKK sesuai dengan kemampuannya; mengkoordinasikan tugas pada masing-masing anggota Tim BKK; menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan. Berikut langkah-langkah pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

### 1) Memilih dan membentuk Tim BKK

SMK N 2 Yogyakarta setiap awal tahun ajaran baru rutin mengadakan rapat untuk membahas rencana program sekolah untuk satu tahun ke depan. Salah satu hal yang dibahas dalam rapat tersebut yakni BKK sekolah. Sebelum BKK menjalankan tugasnya, pihak sekolah memilih pengurus BKK terlebih dahulu. Tim BKK dibentuk sekolah dua tahun sekali yang diawali dengan pemilihan pengurus BKK yang terdiri atas penanggungjawab, ketua BKK, sekretaris, dan anggota. Sekolah akan memusyawarahkan guru yang tepat dijadikan sebagai pengurus BKK. Guru yang tepat yakni guru yang memiliki kemampuan di bidang BKK dan memiliki pengalaman di bidang BKK. Penanggungjawab terdiri dari Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah Bidang Hubungan Masyarakat, Ketua BKK berjumlah satu orang yang berasal dari guru, Sekretaris berjumlah satu orang yang berasal dari karyawan di bidang hubungan masyarakat, dan anggota berjumlah tujuh orang yang berasal dari guru-guru.

### 2) Membentuk struktur organisasi BKK

Struktur organisasi dalam kegiatan pemasaran lulusan perlu dimiliki agar proses pelaksanaan kegiatan berjalan lancar dan tidak terjadi tumpah tindih tugas dan wewenang. Setelah sekolah memilih dan membentuk Tim BKK, maka sekolah membentuk struktur organisasi BKK. Struktur organisasi BKK bisa didapat melalui dokumen yang ada di bidang humas, struktur belum dibuat permanen dan ditempel di dinding ruang bidang humas. Struktur organisasi BKK (Bursa Kerja Khusus) SMK N 2 Yogyakarta dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 9.  
Struktur Organisasi BKK SMK N 2 Yogyakarta

### 3) Membagi kerja dan wewenang anggota Tim BKK

Setelah sekolah membentuk struktur organisasi, maka pihak sekolah membagi tugas dan wewenang pada masing-masing pengurus BKK, hal ini dilakukan guna untuk mencapai tujuan organisasi. Tugas dari masing-masing personil tersebut sebagai berikut.

- a) Kepala sekolah sebagai penanggung jawab kegiatan dalam Bursa Kerja Khusus.
- b) Waka Humas sebagai penanggung jawab kegiatan dibawah Kepala Sekolah, bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan perusahaan dan rekrutmen tamatan.
- c) Ketua BKK sebagai penanggung jawab pelaksanaan rekrutmen tamatan di bawah Waka Humas, bertugas untuk menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N 2 Yogyakarta.
- d) Sekretaris BKK, bertugas untuk mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan dan menyimpan dan memelihara dokumen yang ada.

e) Anggota BKK, bertugas untuk membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK N 2 Yogyakarta.

Penanggung jawab kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta adalah Kepala Sekolah dibantu Waka Humas serta Ketua BKK. Seluruh kegiatan pemasaran lulusan secara umum Kepala Sekolah tetap menjadi penanggung jawab, tetapi Kepala Sekolah mendelegasikan wewenangnya kepada Waka Humas. Salah satu tugas Waka Humas dalam kegiatan BKK yaitu melakukan rapat koordinasi dan monitoring yang dilakukan setiap bulan untuk memperlancar kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.

Dilihat dari struktur organisasi BKK tersebut, tipe organisasi yang digunakan oleh BKK SMK N 2 Yogyakarta bersifat fungsional, karena wewenang Kepala Sekolah untuk mengelola kegiatan pemasaran lulusan dilimpahkan kepada Waka Humas, dan Waka Humas melimpahkannya ke Ketua BKK, dan Ketua BKK yang berhak mengkoordinasikannya dengan anggota BKK. Seperti dikemukakan oleh Sutarto (2006: 201) yang menyatakan bahwa “organisasi fungsional adalah organisasi yang wewenang dari pucuk pimpinan dilimpahkan kepada satuan-satuan organisasi dibawahnya dalam bidang kerja tertentu, pimpinan tiap bidang berhak memerintah kepada semua pelaksana yang ada sepanjang menyangkut bidang kerjanya”.

Struktur pendelagasian wewenang dalam kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta berdasarkan struktur organisasi BKK tersebut berbentuk lini, dimana Kepala Sekolah sebagai pucuk pimpinan dalam mendelegasikan wewenang dilakukan secara vertikal baik dalam hal memberi arahan kepada

staffnya maupun pelaporan hasil dari staff kepada Kepala Sekolah. Seperti dikemukakan oleh Mallayu S. P. Hasibuan (2005: 63) yang menyatakan bahwa “struktur lini adalah pendelagasian wewenang yang dilakukan secara vertikal melalui garis terpendek dari seorang atasan kepada bawahannya. Pelaporan tugas dan tanggung jawab juga melalui garis vertikal terpendek”.

#### 4) Mengkoordinasikan tugas pada masing-masing anggota Tim BKK

Koordinasi diperlukan dalam hal mengkomunikasikan hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan, hal tersebut perlu dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman atau *miscommunication*. Koordinasi dilakukan oleh pimpinan yakni Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. Koordinasi dilakukan dengan berkomunikasi langsung antara Ketua BKK dengan pengurus BKK. Koordinasi yang dilakukan oleh Kepala Sekolah dan Waka Humas dilakukan lewat pertemuan rutin dengan Tim BKK untuk mengkomunikasikan jalannya tugas BKK.

#### 5) Menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan yang akan dilaksanakan

Tindak lanjut dari persetujuan rencana program kerja pada tahap perencanaan yaitu menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan dalam program pemasaran lulusan. Daftar sumber daya yang diperlukan terkait dengan jumlah pengurus yang dibutuhkan, media yang digunakan, fasilitas yang diperlukan, serta anggaran yang diperlukan. Daftar kegiatan terkait dengan kegiatan-kegiatan pemasaran lulusan yang akan dilaksanakan untuk satu tahun ke depan yang disertakan dengan rincian tujuan, strategi, target, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan.

Dari data tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta diawali dengan mengadakan rapat untuk memilih guru yang tepat dijadikan sebagai pengurus BKK yang terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota. Setelah Tim terbentuk maka struktur organisasi dibuat yang disertakan pembagian tugas dan wewenang masing-masing anggota Tim. Selanjutnya pimpinan mengkoordinasikan tugas pada masing-masing Tim BKK dan Tim menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan nantinya.

### **c. Pelaksanaan/Penggerakan**

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan untuk mengimplementasikan rencana program kerja menjadi tindakan nyata agar tujuan dari pemasaran lulusan dapat tercapai yakni dengan memasarkan lulusan ke dunia kerja. Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta mengacu pada program kerja yang telah dibuat oleh Tim BKK dan yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah.

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Teknik Survey & Pemetaan, Teknik Ketenagalistrikan, Teknik Mesin, Teknik Otomotif, Teknik Elektronika, dan Teknik Komputer & Informatika dipasarkan oleh BKK ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Misalnya untuk program studi Teknik Bangunan dipasarkan ke perusahaan properti, Teknik Ketenagalistrikan dipasarkan ke AT Indonesia, Teknik Mesin dipasarkan ke PT Denso, Teknik Otomotif dipasarkan ke Yamaha

Motor, Teknik Komputer & Informatika dipasarkan ke Telkom. Kegiatan pemasaran dilaksanakan dengan beberapa cara atau strategi diantaranya yakni promosi siswa ke DU/DI, mengikuti pameran, mempromosikan siswa lewat kegiatan siswa, mempromosikan siswa lewat para lulusan yang sudah bekerja di DU/DI, melakukan kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan. Berikut penjelasan beberapa cara atau strategi yang digunakan Tim BKK dalam memasarkan lulusannya.

#### 1) Promosi siswa ke DU/DI

Pada awalnya Tim BKK dalam memasarkan siswa SMK N 2 Yogyakarta dilakukan dengan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama yakni dengan mengunjungi langsung perusahaan-perusahaan untuk mengkomunikasikan tentang siswa yang dimilikinya. Namun kegiatan promosi tersebut tidak bertahan lama, karena sekarang sudah tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan yang datang ke SMK untuk merekrut tenaga kerja. Perusahaan yang datang tersebut kebanyakan mengetahui SMK N 2 Yogyakarta dari mulut ke mulut yakni perusahaan lain yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta.

#### 2) Mengikuti pameran

Tim BKK dalam memasarkan lulusan selain dengan promosi ke perusahaan langsung, Tim juga mengikuti pameran sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang bertujuan untuk mengenalkan sekolah ke perusahaan-perusahaan. Dalam pameran tersebut, Tim akan menampilkan informasi sekolah seperti profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswa, keberhasilan alumni-

alumni di perusahaan. Dimana informasi tersebut ditampilkan dengan tujuan agar dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan agar mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

### 3) Promosi siswa lewat kegiatan siswa dan website sekolah

Tim BKK dalam memasarkan lulusan juga melakukan promosi siswa lewat kegiatan siswa dan lewat website sekolah. Promosi lewat kegiatan siswa biasanya dilakukan dengan memasang spanduk apabila ada siswa yang sedang mengikuti lomba, Tim akan memasang spanduk disekitar sekolah dengan tujuan agar DU/DI dan masyarakat mengetahui akan kualitas siswa yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta. Tim juga akan mempromosikan siswanya lewat website sekolah, dengan menampilkan informasi-informasi terkait dengan profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswanya, keberhasilan alumni, dan lain-lain yang dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan untuk mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

### 4) Promosi siswa lewat alumni

Para alumni dari SMK N 2 Yogyakarta juga diberikan tugas oleh sekolah untuk melakukan promosi sekolah di perusahaan dimana mereka bekerja. Promosi ini dilakukan dengan menampilkan kinerja yang baik. Dari hal tersebut diharapkan perusahaan dimana alumni berada dapat merasa yakin dan percaya akan kualitas yang dimiliki oleh siswa SMK N 2 Yogyakarta, sehingga pada tahun selanjutnya akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi.



Strategi promosi terpenting yang dilakukan SMK N 2 Yogyakarta dalam pengamatan peneliti adalah kelihaian pihak Tim BKK dalam melakukan pendekatan pada DU/DI dengan cara memberikan angket respon pelanggan. Dimana angket tersebut digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Lewat angket tersebut, sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan, agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari sekolah. Dikarenakan adanya layanan yang baik tersebut, banyak DU/DI yang menjalin kerjasama dan selalu memberikan informasi pekerjaan ke sekolah, sehingga setiap tahun jumlah DU/DI yang merekrut lulusan SMK N 2 Yogyakarta bertambah.

Tahap selanjutnya setelah memasarkan lulusan ke perusahaan yaitu sekolah setelah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI baik melalui surat permintaan tenaga kerja maupun melalui brosur lowongan kerja, dan tahap selanjutnya yaitu Tim BKK membuat MOU (kerjasama) yang selanjutnya ditandatangani oleh DU/DI yang bersangkutan. Tahap selanjutnya yakni informasi lowongan tersebut disebarkan dengan memasangnya di papan pengumuman.

Tahap selanjutnya yakni pendaftaran, tes perekrutan tenaga kerja, dan pengiriman tenaga kerja ke DU/DI. Pelaksanaan pendaftaran sampai dengan proses penyaluran lulusan ke DU/DI disesuaikan dengan keadaan. Artinya yakni, apabila penawaran kerja diberikan langsung oleh DU/DI ke SMK N 2 Yogyakarta maka proses pendaftaran sampai pengiriman ke DU/DI dilakukan oleh SMK N 2

Yogyakarta. Pihak sekolah menyediakan tempat untuk pendaftaran dan membantu mengadakan tes perekrutan dan pada saat penyerahan tenaga kerja Tim BKK juga ikut serta. Tetapi apabila informasi pekerjaan dari DU/DI berasal dari SMK lain, maka pendaftaran dilaksanakan di SMK N 2 Yogyakarta tetapi untuk tes sampai penyaluran mengikuti proses dari SMK yang bersangkutan. Peserta tes perekrutan yang diselenggarakan oleh SMK N 2 Yogyakarta tidak hanya dari lulusan SMK N 2 Yogyakarta tetapi juga dari SMK lain di Yogyakarta. Sebelum pelaksanaan tes perekrutan, Tim melakukan bimbingan kerja terlebih dahulu kepada lulusan. Bimbingan kerja dilakukan oleh guru BK/BP dikelas melalui mata pelajaran bimbingan kerja, dengan memberikan arahan minat dan bakat siswa dalam dunia kerja. Tes perekrutan biasanya dilakukan melalui tes tertulis, wawancara, dan kesehatan. Setelah lulusan lolos tes, maka lulusan harus menandatangani perjanjian kerja, dan tahap selanjutnya yakni pengantaran dan penempatan tenaga kerja ke DU/DI.

Dalam pelaksanaan juga terdapat kegiatan penggerakan, penggerakan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan oleh pimpinan yakni Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK dengan mendorong, mengarahkan, mengendalikan, dan memberikan motivasi kepada Tim BKK dalam melaksanakan tugasnya. Langkah praktisnya yaitu Kepala Sekolah menyampaikan kepada Waka Humas, Waka Humas menyampaikan kepada Ketua BKK, kemudian Ketua BKK memberikan arahan dan komando kepada pengurus yang lain supaya mau bekerjasama dan menjalankan program kerja bagiannya masing-masing yang telah ditentukan. Penggerakan tersebut dilakukan selama kegiatan pemasaran lulusan

berlangsung. Selain itu, Kepala Sekolah dan Waka Humas juga setiap bulan rutin melakukan pertemuan dengan Tim BKK guna untuk mengkomunikasikan jalannya kegiatan pemasaran lulusan.

Dari data tersebut di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan oleh Bursa Kerja Khusus (BKK) sekolah pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Survey & Pemetaan, Ketenagalistrikan, Mesin, Otomotif, Elektronika, dan Komputer & Informatika dipasarkan oleh BKK ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Kegiatan pemasaran dilaksanakan dengan beberapa cara atau strategi diantaranya yakni promosi siswa ke DU/DI, mengikuti pameran, promosi siswa lewat kegiatan siswa dan website sekolah, promosi siswa lewat alumni yang sudah bekerja, melakukan kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan. tahap setelah memasarkan lulusanyaknipendaftaran calon tenaga kerja, tes perekrutan tenaga kerja, dan pengiriman tenaga kerja ke perusahaan. Penggerakan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh pimpinan dalam hal ini yakni Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK dengan cara memberikan dorongan, arahan, kendali, dan motivasi kepadaTim BKK dalam menjalankan tugasnya.

#### **d. Pengawasan**

Setelah melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, serta pengarahan/ penggerakan, maka kegiatan selanjutnya dalam manajemen adalah pengawasan. Pengawasan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan untuk

memastikan bahwa kegiatan pemasaran lulusan yang sedang atau telah dilakukan sesuai dengan rencana yang sudah ditentukan sebelumnya.

Pengawasan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh pimpinan yakni Kepala Sekolah, Waka Humas dan Ketua BKK. Pengawasan yang dilakukan Kepala Sekolah dan Waka Humas lebih bersifat sentral, karena yang diawasi adalah semua pengurus. Adapun pengawasan yang dilakukan oleh Ketua BKK lebih terfokus pada bawahannya. Pengawasan tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa anggota di bawahnya melakukan pekerjaan sesuai dengan rencana (program kerja), dan jika terdapat penyimpangan maka dapat dilakukan tindakan perbaikan.

Pengawasan pemasaran lulusan lebih kepada kegiatan monitoring yang dilakukan selama kegiatan pemasaran berlangsung. Kepala Sekolah selalu bekerjasama dengan Waka Humas dalam pelaksanaan monitoring terhadap kegiatan pemasaran lulusan. Pengawasan dilakukan mulai dari perencanaan kegiatan pemasaran lulusan sampai dengan berakhirnya kegiatan pemasaran lulusan.

Sistematika dalam pengawasan pemasaran lulusan yakni dengan pelaporan langsung yang dilakukan oleh Ketua BKK berupa laporan hasil kerja kegiatan BKK. Proses pengawasan yang dilakukan terkait dengan penentuan pengukuran standar pelaksanaan dan pengawasan terhadap kegiatan pemasaran lulusan ini tidak ada bukti fisik yang dapat dipaparkan oleh sumber data, karena penentuan pengukuran pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan belum ada pengukuran baku yang dilakukan oleh pihak pelaksana. Akan tetapi ada pelaporan yang dibuat

Ketua BKK yang dilaporkan kepada kepala sekolah sebagai tanggung jawab kerja dan dinilai kepala sekolah dari keruntutan yang ada dalam pelaporan.

Dalam kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta pengawasan ini dilakukan setiap saat oleh Kepala Sekolah, Waka Humas dan Ketua BKK, sehingga jika terjadi kurang efektifan dalam pelaksanaan kegiatan maka dapat segera diluruskan. Cara yang dilaksanakan adalah dengan mengadakan pertemuan/rapat rutin internal antara Waka Humas dengan Tim BKK pada setiap bulan. Rapat tersebut dilaksanakan untuk membahas program kegiatan yang telah dilaksanakan.

Dari pemaparan kegiatan pengawasan pemasaran lulusan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengawasan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. Sistematisa pengawasan dilakukan dengan pelaporan langsung Ketua BKK kepada Kepala Sekolah melalui laporan hasil kerja BKK sebagai bentuk tanggung jawab kerja. Selain itu setiap bulan juga diadakan pertemuan rutin guna untuk membahas pelaksanaan kegiatan bagaimana realisasinya, dan untuk mengevaluasi sebab terjadinya masalah jika terjadi masalah dan menentukan cara untuk mengatasinya.

## **2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pengurus, akan tetapi dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta tentunya ada hal-hal yang mendukung dan ada hal-hal yang menghambat jalannya kegiatan

tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan gambaran sebagai berikut.

**a. Faktor Pendukung Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor pendukung dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yakni sebagai berikut.

**1) Produk (Lulusan/alumni)**

Adanya produk yaitu lulusan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat mendukung lancarnya pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan, karena apabila produk yang dijual mampu memberikan kepuasan para konsumen, maka konsumen akan melakukan transaksi lagi, dan pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan berjalan dengan lancar. Produk yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus, sehingga dapat mendukung lancarnya pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan. Kualitas yang bagus itulah yang menyebabkan banyak DU/DI yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta. Selain karena kualitas yang bagus, lulusan SMK N 2 Yogyakarta juga memiliki antusias yang tinggi apabila ada informasi lowongan pekerjaan di sekolah. Hal ini membuat pengurus bersemangat untuk mencari lowongan pekerjaan sebanyak-banyaknya.

**2) Tenaga Pelaksana**

Adanya orang/sumber daya manusia dalam hal ini tenaga pelaksana/pengurus dengan jumlah yang mencukupi, kemampuan yang sesuai dengan bidangnya, serta antar pengurus terjalin kerjasama yang baik dapat

memperlancar pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan. SMK N 2 Yogyakarta tersedia tenaga pelaksana yang jumlahnya mencukupi untuk melaksanakan manajemen pemasaran lulusan. Selain itu, di antara pengurus/tenaga pelaksana terjalin kerjasama yang baik, sehingga pelaksanaan manajemen dapat berjalan dengan baik.

### 3) Promosi

Adanya kegiatan promosi diharapkan para konsumen dapat mengetahui produk yang dimiliki oleh produsen dan dapat tertarik untuk melakukan transaksi, hal ini dapat mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran. SMK N 2 Yogyakarta dalam pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan melalui kegiatan promosi. Kegiatan promosi sangat mendukung lancarnya kegiatan pemasaran, karena lewat promosi DU/DI dapat mengetahui produk (lulusan/alumni) dari SMK N 2 Yogyakarta. Lewat promosi DU/DI akan tertarik dan merasa percaya akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.

### 4) Harga

Adanya penetapan harga yang tepat dalam pemasaran lulusan akan menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dimiliki oleh produsen. Hal ini akan dapat mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan karena transaksi akan terus berlangsung. Dalam pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta untuk siswa maupun DU/DI tidak dipungut harga atau biaya. Pelaksanaan pemasaran lulusan dibiayai oleh pihak sekolah.

Terdapat rumor di SMK N 2 Yogyakarta, bahwa Tim BKK melakukan pungutan kepada lulusan. Tetapi rumor tersebut dibantah oleh Tim BKK, yang

menyatakan bahwa tidak ada pungutan apapun bagi lulusan, semua ditanggung oleh pihak sekolah. Terkadang ada uang yang masuk dari DU/DI, tetapi uang tersebut merupakan bentuk imbal jasa yang diberikan DU/DI kepada Tim BKK.

#### 5) Tempat/lokasi

Adanya lokasi/tempat dan sistem distribusi yang mudah diakses oleh konsumen akan memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi pemasaran yang berujung pada kepuasan konsumen. Sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan terus berjalan. SMK N 2 Yogyakarta yang sudah memiliki nama besar, dan sudah memiliki citra yang baik di masyarakat dan di DU/DI sering mengadakan tes perekrutan tenaga kerja untuk DU/DI. Tes perekrutan tersebut biasanya atas permintaan dari DU/DI yang bekerjasama dengan sekolah. Peserta dari tes tersebut tidak hanya dari para lulusan SMK N 2 Yogyakarta, tetapi juga dari lulusan sekolah lain. Hal ini membuktikan bahwa SMK N 2 Yogyakarta memiliki sistem distribusi yang mudah diakses oleh DU/DI, sehingga mereka selalu mempercayai SMK N 2 Yogyakarta untuk menyelenggarakan tes perekrutan kerja.

#### 6) Layanan Pelanggan

Adanya layanan yang prima kepada pelanggan akan membuat pelanggan merasa senang yang selanjutnya akan membuat pelanggan setia untuk membeli produk dan akan terjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen. Sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan akan berjalan dengan lancar. SMK N 2 Yogyakarta selalu melayani DU/DI dengan baik, selalu ada penyambutan yang baik apabila ada kunjungan dari DU/DI. Tim BKK selalu



memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI sesuai dengan motto SMK N 2 Yogyakarta yaitu pelayanan prima, unggul dalam mutu, tinggi dalam prestasi.

Bahkan Tim BKK juga selalu memberikan angket respon pelanggan kepada DU/DI, dimana angket tersebut digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Lewat angket tersebut, sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan, dan agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta. Dikarenakan dari adanya layanan yang baik tersebut, banyak DU/DI yang menjalin kerjasama dan selalu memberikan informasi pekerjaan ke SMK N 2 Yogyakarta. Sehingga setiap tahun jumlah DU/DI yang merekrut lulusan SMK N 2 Yogyakarta bertambah.

#### **b. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor penghambat dalam pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu sebagai berikut.

##### **1) Tenaga Pelaksana**

Jumlah tenaga pelaksana/pengurus tidak mencukupi, kemampuannya tidak sesuai dengan bidangnya, serta antar pengurus tidak terjalin kerjasama yang baik, maka dapat menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan. Dari segi kualitas tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta masih kurang bagus, meskipun dari segi kuantitas sudah memenuhi. Tim BKK

tersebut terbentuk dari guru-guru SMK N 2 Yogyakarta, sehingga kurang sesuai dengan bidangnya yaitu pemasaran. Selain itu juga karena waktu yang diberikan oleh guru kurang maksimal karena mereka juga harus mengajar. Kemampuan yang kurang dan pemberian waktu yang kurang maksimal dari tenaga pelaksana dapat menjadikan pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan menjadi kurang maksimal.

## 2) Promosi

Kurangnya promosi yang menyebabkan produk tidak dikenal oleh konsumen sehingga pelaksanaan manajemen pemasaran berjalan lambat. Kegiatan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta dalam pelaksanaan pemasaran lulusan sekarang sudah jarang dilakukan lagi, padahal kegiatan promosi sangat penting peranannya dalam kegiatan pemasaran lulusan. Sudah tidak adanya kegiatan promosi tersebut menjadi salah satu faktor penghambat, karena produk yang dimiliki jadi kurang dikenal oleh DU/DI meskipun setiap tahun banyak perusahaan yang memberikan informasi lowongan kerja ke SMK N 2 Yogyakarta dan juga masih ada kegiatan pameran.

## 3) Dana

Faktor penghambat selanjutnya dalam manajemen pemasaran lulusan yaitu dana. Sumber dana yang diperoleh oleh BKK SMK N 2 Yogyakarta dalam melaksanakan manajemen pemasaran lulusan yaitu bersumber dari anggaran dari sekolah. Jumlah anggaran tersebut tidak terlalu banyak dan dapat dikatakan jumlahnya kecil untuk kegiatan pemasaran lulusan, sehingga Tim BKK membutuhkan sumber dana yang lebih.

### **3. Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Kegiatan penelusuran lulusan di SMK merupakan kegiatan yang fokus utamanya untuk memperoleh informasi keberadaan lulusan yang sudah bekerja atau belum bekerja, yang nantinya informasi tersebut dapat dipergunakan untuk menentukan kebijakan dan tindakan yang dapat memberikan manfaat bagi para lulusan dan bagi pengembang SMK yang bersangkutan. Tahapan dalam kegiatan penelusuran lulusan terdiri dari tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. Dalam menjalankan kegiatan penelusuran lulusan, SMK N 2 Yogyakarta menerapkan ketiga tahapan tersebut, yakni sebagai berikut.

#### **a. Persiapan**

Persiapan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan untuk memikirkan dan menentukan secara matang kegiatan/hal-hal yang akan dilaksanakan pada program penelusuran lulusan untuk satu tahun ke depan, dan untuk menentukan sumber yang diperlukan dalam program penelusuran lulusan. Persiapan yang dilakukan SMK N 2 Yogyakarta dalam kegiatan penelusuran lulusan dimulai dari Kepala Sekolah sebagai pimpinan sekolah setiap awal tahun ajaran baru mengadakan rapat untuk membentuk Tim BKK. Selanjutnya yaitu setelah Tim BKK terbentuk, Tim BKK dan Waka Humas mengadakan rapat untuk membuat program kerja, dimana dalam pembuatan program kerja tersebut guna untuk merumuskan item pertanyaan dan tanggapan para lulusan yang nantinya akan dimasukkan ke dalam instrumen penelusuran lulusan, dan untuk membahas metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan. Setelah program kerja tersebut selesai dibuat kemudian program kerja tersebut diajukan Tim BKK kepada Kepala

Sekolah untuk mendapatkan persetujuan. Setelah mendapatkan persetujuan dari Kepala Sekolah, maka Tim BKK mempersiapkan data daftar lulusan dan instrumen yang akan digunakan untuk penelusuran lulusan.

#### **b. Pelaksanaan**

Pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan agar sekolah dapat mengetahui informasi keberadaan para lulusannya apakah sudah bekerja, belum bekerja, atau melanjutkan, serta membantu mencari pekerjaan kepada lulusan yang belum bekerja. Pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dimulai dari pendataan lulusan yang dilakukan oleh Sekretaris BKK. Selanjutnya yaitu mendistribusikan instrumen penelusuran lulusan kepada para lulusan SMK N 2 Yogyakarta dan mengumpulkan kembali instrumen tersebut. Pada awal pelaksanaan penelusuran lulusan, SMK N 2 Yogyakarta menggunakan blangko sebagai instrumen penelusuran lulusan. Prosedur penelusuran lulusan menggunakan blangko dimulai dengan membagikan blangko kepada lulusan pada saat lulusan akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, setelah blangko tersebut diisi oleh lulusan, maka lulusan harus menyerahkan kembali blangko tersebut ke sekolah untuk dilakukan pendataan.

Sekarang SMK N 2 Yogyakarta merancang instrumen penelusuran lulusan dengan memanfaatkan website sekolah dengan membuat database penelusuran lulusan di website SMK N 2 Yogyakarta, tetapi masih kurang efektif juga. Sehingga pihak sekolah mulai sekarang akan memberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke telepon genggam para lulusan dan akan

segera diefektifkan. Prosedur penelusuran lulusan menggunakan web maupun aplikasi telepon genggam tersebut prosedurnya hampir sama, yaitu mengirim ke lulusan, dan lulusan harus menyerahkan jawabannya ke pihak sekolah, hanya perbedaannya disini yaitu terletak di metode yang digunakan.

Selanjutnya yaitu pengurus melakukan penggalan informasi kepada para lulusan yang belum mengumpulkan instrumen. Pengurus akan melakukan pencarian informasi keberadaan lulusan melalui telepon dan media sosial apabila masih ada lulusan yang belum mengumpulkan instrumen tersebut. Pengurus akan menghentikan pencariannya apabila setelah dihubungi lewat telepon dan media sosial tetap tidak bisa.

### **c. Tindak Lanjut**

Tindak lanjut kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan untuk mendata informasi keberadaan para lulusan baik yang sudah bekerja, belum bekerja, dan yang melanjutkan agar dapat dijadikan bahan evaluasi sekolah. Tindak lanjut dari kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dimulai setelah selesai melakukan penelusuran, pengurus melakukan pendataan untuk selanjutnya disusun laporan hasil penelusuran lulusan dan diserahkan kepada Waka Humas dan Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan.

## **4. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pengurus, akan tetapi dalam melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta tentunya ada

hal-hal yang mendukung dan ada hal-hal yang menghambat jalannya kegiatan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, penulis mendapatkan gambaran sebagai berikut.

**a. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor pendukung dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

**1) Lulusan/alumni**

Lulusan atau alumni merupakan subjek dalam kegiatan penelusuran lulusan, oleh karena itu adanya lulusan yang mau memberikan jawaban/informasi yang dibutuhkan oleh SMK lewat kegiatan penelusuran lulusan merupakan salah satu faktor yang dapat mendukung kegiatan penelusuran lulusan. Tanggapan dari para lulusan/alumni SMK N 2 Yogyakarta sudah cukup baik terhadap kegiatan penelusuran lulusan, yang dapat dilihat dari dokumen hasil penelusuran lulusan, banyak lulusan yang memberikan respon/jawaban.

**2) Tenaga Pelaksana**

Tersedianya tenaga pelaksana yang bertugas menangani kegiatan penelusuran lulusan dari segi jumlah dan kemampuannya sudah sesuai, sehingga dapat mendukung kegiatan penelusuran lulusan, karena lewat tenaga pelaksana kegiatan tersebut dapat berjalan dengan lancar. Di SMK N 2 Yogyakarta tersedia tenaga pelaksana yang jumlahnya mencukupi untuk melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan. Selain itu juga karena adanya kerjasama yang baik antar pengurus/tenaga pelaksana, sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik.

### 3) Fasilitas

Tersedianya fasilitas yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan penelusuran lulusan. Di SMK N 2 Yogyakarta sudah tersedia fasilitas yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan.

### 4) Dana

Tersedianya dana/anggaran yang dibutuhkan untuk memperlancar kegiatan penelusuran lulusan. SMK N 2 Yogyakarta telah menyediakan dana untuk kegiatan penelusuran lulusan dan jumlahnya sudah mencukupi, sehingga kegiatan penelusuran lulusan dapat berjalan dengan lancar.

## **b. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta**

Faktor penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

### 1) Lulusan/alumni

Masih ada lulusan atau alumni yang tidak mau memberikan jawaban/informasi yang dibutuhkan oleh SMK lewat kegiatan penelusuran lulusan sehingga kegiatan penelusuran lulusan menjadi terhambat. Masih ada lulusan SMK N 2 Yogyakarta yang tidak mau membagi informasinya sehingga susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. Hal ini dapat dilihat dari dokumen hasil penelusuran lulusan, masih ada lulusan yang belum memberikan respon/jawaban.

Upaya yang dilakukan oleh sekolah untuk mengatasi hambatan ini yakni dengan menghubungi lulusan yang tidak terlacak lewat telepon dan media sosial. Kalau sudah tidak ada cara maka pengurus menyimpulkan bahwa anak yang tidak

memberikan informasi tersebut sudah bekerja. Pengurus juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya diharapkan tidak ada lulusan yang tidak terlacak.

## 2) Tenaga Pelaksana

Tenaga pelaksana yang bertugas menangani kegiatan penelusuran lulusan dari segi jumlah dan kemampuannya kurang sesuai, sehingga kegiatan penelusuran lulusan tidak dapat berjalan dengan lancar. Di SMK N 2 Yogyakarta tidak ada pengurus yang secara khusus menangani kegiatan penelusuran lulusan, karena tim berasal dari guru dan wakil kepala sekolah, jadi kurang efisien. Hal ini mengakibatkan data penelusuran lulusan yang dihasilkan kurang maksimal dan kurang valid.

## 3) Metode dan Instrumen

Metode dan instrumen penelusuran lulusan yang digunakan kurang atau tidak sesuai serta susah digunakan baik oleh pihak SMK maupun oleh para lulusan/alumni, sehingga tujuan dari kegiatan tersebut tidak dapat tercapai. Metode dan instrumen yang digunakan SMK N 2 Yogyakarta dalam menelusuri lulusannya masih kurang efektif. Dulu menggunakan blangko penelusuran tetapi banyak lulusan yang tidak mengembalikan blangko tersebut ke SMK, dan sekarang penelusuran lulusan berbasis web dan akan segera diluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim lewat telepon genggam para lulusan. Diharapkan dari aplikasi yang dikirim ke telepon genggam para lulusan akan efektif, karena anak-anak sekarang lebih senang untuk membuka telepon genggam dari pada komputer.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta melaksanakan fungsi manajemen yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan/penggerakan, dan pengawasan. (a) Perencanaan dilakukan setiap awal tahun ajaran baru melalui rapat yang dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah dan Guru-guru, dengan membentuk Tim BKK, menyusun rencana kegiatan-kegiatan terkait pemasaran lulusan untuk satu tahun ke depan dan menentukan sumber daya yang diperlukan. (b) Pengorganisasian dilaksanakan dengan memusyawarahkan guru yang tepat dijadikan pengurus BKK selanjutnya membuat struktur organisasi dan membagi kerja serta wewenang masing-masing pengurus dan mengkoordinasikannya, serta menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan. (c) Pemasaran dilaksanakan oleh BKK pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus baik dari program studi Teknik Bangunan, Survey & Pemetaan, Ketenagalistrikan, Mesin, Otomotif, Elektronika, dan Komputer & Informatika dipasarkan ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka. Misalnya untuk program studi Teknik Otomotif dipasarkan ke Yamaha Motor. Pemasaran dilaksanakan dengan promosi siswa ke DU/DI; mengikuti pameran; promosi siswa lewat kegiatan siswa, website sekolah, lewat alumni; kunjungan industri; dan menjalin kerjasama dengan perusahaan. Penggerakan

dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK selama pemasaran lulusan berlangsung dengan memberikan dorongan, arahan, dan motivasi kepada Tim BKK. (d) Pengawasan dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan untuk mengukur dan mengevaluasi hasil pelaksanaan pemasaran dan mengambil tindakan untuk mengatasi masalah yang muncul.

2. Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta terdiri dari tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tindak lanjut. (a) Persiapan dilakukan pada tiap awal tahun ajaran baru melalui rapat yang dihadiri oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Guru-guru, dengan membentuk Tim BKK, menyusun rencana program kerja dengan merumuskan item pertanyaan dan metode serta instrumen yang akan digunakan, selanjutnya menyiapkan data daftar lulusan dan instrumen. (b) Penelusuran dilaksanakan pada 3 sampai 6 bulan setelah kelulusan dengan menyebarkan aplikasi penelusuran lulusan ke telepon genggam para lulusan dan mengumpulkan kembali. Pengurusan menghubungi lulusan yang belum mengumpulkan instrumen melalui telepon dan media sosial. (c) Tindak lanjut dilaksanakan setelah instrumen penelusuran terkumpul dengan mendata hasil penelusuran di komputer dan dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan dan diserahkan kepada pimpinan.
3. Faktor pendukung manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta meliputi. (a) Kualitas lulusan bagus dan mereka berantusias tinggi dalam merespon info lowongan kerja. (b) Ada tenaga pelaksana yang cukup dan ada kerjasama yang baik. (c) Ada promosi lulusan ke DU/DI. (d) Tidak ada

- pungutan biaya. (e) Sekolah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI. (f) Tim memberikan pelayanan prima kepada DU/DI. Faktor penghambatnya meliputi. (a) Kualitas tenaga pelaksana kurang bagus dan waktu yang diberikan kurang. (b) Promosi jarang dilakukan. (c) Dana kecil.
4. Faktor pendukung kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta meliputi. (a) Lulusan mau membagi informasinya. (b) Ada tenaga pelaksana yang cukup dan ada kerjasama yang baik. (c) Tersedia fasilitas. (d) Tersedia dana. Faktor penghambatnya meliputi. (a) Masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya. (b) Tidak ada tenaga pelaksana yang secara khusus menangani penelusuran. (c) Metode dan instrumen kurang efektif.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, terdapat beberapa saran yang diajukan, yakni sebagai berikut.

1. Alangkah baiknya apabila Tim BKK membuat sistem dan prosedur kerja BKK, agar dalam melaksanakan kegiatan dapat berjalan sistematis dan apabila ada masalah dapat cepat terpecahkan dengan melihat prosedur kerjanya.
2. Agar Kepala Sekolah dapat mengukur hasil pelaksanaan kerja BKK, Tim BKK perlu membuat standar pelaksanaan kegiatan BKK. Tim juga dapat mengevaluasi kegiatan lewat standar pelaksanaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. L. Hartani. (2011). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Andi Prastowo. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- . (2014). *Memahami Metode-metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Badan Penjaminan Mutu Universitas Udayana Bandung. (2007). *Buku Panduan pelaksanaan “tracer study” di Universitas Udayana*. Bandung: UNUD Bandung.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Dhyah Setyorini, dkk. (2012). Kajian Relevansi Kemampuan Penguasaan Bahasa Asing dan Teknologi Informasi Lulusan Program Studi Akuntansi FE UNY Tahun 2004-2011 Dengan Kebutuhan User. *Laporan Penelitian Tracer Study*. FE UNY.
- Didin Kurniadin & Imam Machali. (2013). *Manajemen Pendidikan: Konsep & Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. (2014). *Petunjuk Teknis Bantuan Pemasaran Tamatan SMK (Job Matching)*.
- Engkoswara & Aan Komariah. (2010). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Fakultas Pertanian. (2011). *Manual Prosedur Tracer Study*. Malang: Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Harto Nuroso, dkk. (2008). Studi Penelusuran Alumni Jurusan Pendidikan Fisika IKIP PGRI Semarang untuk Menyempurnakan Kurikulum Berdasarkan Kebutuhan di Lapangan (Pasar Kerja). *Jurnal Media Penelitian Pendidikan*. Nomor 2. Hlm. 125-140.
- Husaini Usman. (2012). *Kepemimpinan Pendidikan Kejuruan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Indriyo Gitosudarmo. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Jamal Ma'mur A. (2011). *Tuntunan Lengkap Metodologi Praktis Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Diva Press.
- Keputusan Bersama Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah Depdikbud RI dan Dirjen Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja RI Nomor: 009/C/KEP/U/1994 dan Nomor: KEP.02/BP/1994 tentang Pembentukan Bursa Kerja di Satuan Pendidikan Menengah dan Pemanduan Penyelenggaraan Bursa Kerja.*
- Lieli Suharti & Ferrynela Purbo Laksono. (2012). Studi Penelusuran (Tracer Study) Terhadap Alumni Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. *Pekan Ilmiah Dosen FEB-UKSW*. Hlm 231-248.
- Mallayu S. P. Hasibuan. (2005). *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Marno & Triyo Supriyatno. (2008). *Manajemen dan Kepemimpinan Pendidikan Islam*. Bandung: Refika Aditama.
- Masriam Bukit. (2014). *Strategi dan Inovasi Pendidikan Kejuruan: Dari Kompetensi ke Kompetisi*. Bandung: Alfabeta.
- Mohammad Ali. (2009). *Pendidikan untuk Pembangunan Nasional*. Bandung: Imperial Bhakti Utama.
- Mulyono. (2009). *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Nana Syaodih Sukmadinata. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nanang Fattah. (2013). *Landasan Manajemen Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 19 Tahun 2007 Tentang Standar Pengelolaan Pendidikan Oleh Satuan Pendidikan Dasar dan Menengah.*
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 Tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan.*
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Program Studi Teknik Informatika. (2014). *Standar Operasional Prosedur Kemahasiswaan*. Bandung: Program Studi Teknik Informatika Universitas Pasundan.

- Putu Sudira. (2012). *Filosofi dan Teori Pendidikan Vokasi dan Kejuruan*. Yogyakarta: UNY Press.
- R. Setyo Raharjo. (2009). Kualitas Layanan Bursa Kerja Khusus dan Persepsi Alumni SMK Se Kabupaten Kendal Jawa Tengah. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, No.1. Hlm. 25-36.
- Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Republika. (2013). *Pengangguran Didominasi Lulusan SMA dan Sarjana*. Di akses dari <http://www.republika.co.id/berita/nasional/jawa-tengah-diy-nasional/13/02/10/mhzi8m-pengangguran-didominasi-lulusan-sma-dan-sarjana> pada tanggal 16 Januari 2015.
- S. Shoimatul Ula. (2013). *Buku Pintar Teori: Teori Manajemen Pendidikan Efektif*. Yogyakarta: Berlian.
- Singgih Purnomo. (2013). Peningkatan Relevansi Lulusan STMIK Duta Bangsa Surakarta Melalui Tracer Studi. *Laporan Penelitian*. STMIK Duta Bangsa Surakarta.
- Shinta Aryanti. (2013). Manajemen Bursa Kerja Khusus (BKK) dalam Pemasaran Lulusan (Studi Kasus di SMK Negeri 8 Bandung). *Skripsi*. FIP UPI.
- Soemantri, dkk. (2010). Kajian Relevansi Lulusan Jurusan Pendidikan Geografi UNY Tahun 2005–2009. *Laporan Penelitian Tracer Study*. FISE UNY.
- Sofjan Assauri. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Solopos. (2012). *Ribuan Penganggur Kebanyakan Lulusan SMK*. Di akses dari <http://m.solopos.com/2012/10/08/disnaker-diy-ribuan-penganggur-kebanyakan-lulusan-smk-337012> pada tanggal 20 Maret 2015.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2000). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutarto. (2006). *Dasar-dasar Organisasi*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- Thamrin Abdullah & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Thomas Sukardi. (2011). Studi Penelusuran Lulusan S1 Kependidikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Teknologi Dan Kejuruan*. Nomor 2. Hlm 196-202.
- Tim Dosen AP UNY. (2011). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Tim Dosen AP UPI. (2013). *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tiwan dan Anwar Surahmad. (2004). Studi Manajemen Lulusan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMK N) 1 Sedayu. *Jurnal Kajian Pendidikan Kejuruan Teknik Mesin*. Nomor 1. Hlm. 20-28.
- Trianto. (2011). *Pengantar Penelitian Pendidikan bagi Pengembang Profesi Pendidikan dan Tenaga Kependidikan*. Jakarta: Kencana.
- Uhar Suharsaputra. (2013). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*.
- Veithzal Rivai & Sylviana Murni. (2012). *Educational Management: Analisis Teori dan Praktik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wuradji, dkk. (2010). Studi Penelusuran Lulusan Program Studi Manajemen Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta. *Laporan Penelitian*. Pascasarjana UNY.
- Yulianto dan Budi Sutrisno. (2014). Pengelolaan Kerjasama Sekolah dengan Dunia Usaha/Dunia Industri (Studi Situs SMK Negeri 2 Kendal). *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosia*. No. 1. Hlm: 19-37.
- Zainal Arifin. (2012). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Zainal Mustafa EQ. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

## **LAMPIRAN**



**LAMPIRAN 1 – 7. KISI-KISI INSTRUMEN  
DAN PEDOMAN PENELITIAN**

### Lampiran 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian Manajemen Pemasaran Lulusan SMK

Komponen	Indikator	Sumber Data	Metode
Perencanaan	a. Menganalisis hasil prestasi pemasaran b. Melakukan analisis SWOT perusahaan secara keseluruhan c. Menentukan tujuan pemasaran d. Menetapkan strategi pemasaran e. Menetapkan target pemasaran f. Menyusun rencana pemasaran g. Menyusun program pemasaran h. Menyusun anggaran pemasaran	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK	Wawancara Observasi
Pengorganisasian	a. Menyusun sistem dan prosedur kerja b. Menyusun daftar sumber daya dan daftar kegiatan c. Departementalisasi d. Pendelegasian wewenang e. Rentang kendali f. Menetapkan tugas setiap karyawan g. Menetapkan tipe organisasi dan struktur organisasi	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan 5) Alur kegiatan pemasaran lulusan 6) Struktur organisasi pemasaran lulusan	Wawancara Observasi Studi Dokumentasi
Pelaksanaan	a. Pemimpin mengarahkan dan mengendalikan kegiatan b. Pemimpin memberikan komando, motivasi kepada karyawan c. pemimpin menjalin hubungan yang baik dan menciptakan iklim serta budaya organisasi yang kondusif	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK	Wawancara Observasi
Pengendalian	a. Menentukan standar prestasi yang digunakan b. Menilai, mengukur dan mengevaluasi hasil pelaksanaan/prestasi dengan rencana yang/standar prestasi yang telah ditetapkan c. Mencari dan mengevaluasi sebab terjadinya masalah dan menentukan/mengambil cara/tindakan untuk mengatasinya d. memberikan umpan balik berupa informasi pada penyusunan rencana pemasaran mendatang	1) Ketua BKK 2) Sekretaris BKK 3) Waka Humas	Wawancara Observasi
Faktor pendukung dan faktor penghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan	a. Produk b. Tenaga pelaksana c. Promosi d. Harga e. Tempat/lokasi f. Layanan pelanggan	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Data lulusan yang dipasarkan 5) Data perusahaan yang bekerjasama	Wawancara Studi Dokumentasi

## Lampiran 2. Kisi-kisi Instrumen Penelitian Kegiatan Penelusuran Lulusan

Komponen	Indikator	Sumber Data	Metode
Persiapan	a. Pimpinan membentuk tim penelusuran lulusan b. Pimpinan melakukan koordinasi dengan tim penelusuran lulusan, yaitu mengkoordinasi tujuan dan konsep pelaksanaan, merumuskan item pertanyaan dan tanggapan untuk lulusan, menentukan metode dan instrumen yang digunakan c. Bagian kemahasiswaan mempersiapkan data daftar lulusan d. Tim penelusuran lulusan mempersiapkan instrumen dan mengandakan instrumen	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Struktur tim <i>tracer study</i> 5) Data lulusan 6) Metode dan instrumen yang digunakan 7) Prosedur kerja dan alur kerja penelusuran lulusan	Wawancara Observasi Studi Dokumentasi
Pelaksanaan	a. Tim penelusuran lulusan mendistribusikan dan mengumpulkan instrumen kepada lulusan b. Tim penelusuran lulusan melakukan penggalan informasi secara langsung ke responden.	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK	Wawancara Observasi
Tindak lanjut	a. Tim penelusuran lulusan melakukan evaluasi jawaban para lulusan dan melakukan pendataan b. Tim penelusuran lulusan melakukan analisis data penelusuran lulusan c. Tim penelusuran lulusan menyusun laporan hasil penelusuran lulusan dan diserahkan kepada pimpinan d. Pimpinan melakukan verifikasi laporan.	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Data hasil penelusuran lulusan	Wawancara Observasi Studi Dokumentasi
Faktor pendukung dan faktor penghambat kegiatan penelusuran lulusan	a. Lulusan/ alumni b. Tenaga pelaksana c. Fasilitas d. Dana e. Metode dan Instrumen	1) Ketua BKK 2) Waka Humas 3) Sekretaris BKK 4) Data hasil penelusuran lulusan	Wawancara Observasi Studi Dokumentasi

### Lampiran 3. Pedoman Wawancara Ketua BKK

#### **PEDOMAN WAWANCARA KETUA BKK SMK N 2 YOGYAKARTA** Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Hari, Tanggal :

Waktu :

Narasumber :

<b>PERTANYAAN</b>	<b>HASIL</b>
<b>A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan Di SMK N 2 Yogyakarta</b>	
1. Bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
2. Sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan di SMK N 2 Yogyakarta?	
3. Bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun?	
<b>B. Perencanaan Pemasaran Lulusan</b>	
4. Sebelum melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan?	
5. Bagaimana proses perencanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
6. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan perencanaan tersebut?	
7. Kapan kegiatan perencanaan pemasaran lulusan dilaksanakan?	
<b>C. Pengorganisasian Pemasaran Lulusan</b>	
8. Bagaimana proses pembentukan Tim BKK di SMK N 2 Yogyakarta?	
9. Tim BKK terdiri dari siapa saja?	
10. Apakah sudah ada struktur organisasi pemasaran lulusan?	
11. Apakah sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurus?	
12. Apakah ada koordinasi tugas pada masing-masing pengurus?	
<b>D. Pelaksanaan Pemasaran Lulusan</b>	
13. Apa yang menjadi dasar dalam melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan?	
14. Kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan?	
15. Seperti apa sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	

16. Apakah semua siswa di SMK N 2 Yogyakarta dipasarkan ke perusahaan?	
17. Siswa SMK N 2 Yogyakarta biasanya dipasarkan kemana?	
18. Bagaimana cara BKK memasarkan siswa ke perusahaan?	
19. Biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan kerja dari DU/DI langsung atau bagaimana?	
20. Apa kegiatan selanjutnya setelah sekolah mendapatkan informasi lowongan kerja?	
21. Apakah Kepala Sekolah menggerakkan pengurus BKK dalam menjalankan kegiatan pemasaran lulusan?	
22. Bagaimana cara Kepala Sekolah menggerakkan pengurus BKK?	
<b>E. Pengawasan Pemasaran Lulusan</b>	
23. Apakah Kepala Sekolah mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
24. Bagaimana cara Kepala Sekolah mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
25. Apakah BKK sudah membuat standar pelaksanaan kerja?	
26. Bagaimana bentuk pengawasan yang dilakukan oleh Waka Humas?	
<b>F. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan</b>	
27. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat/lokasi, dan layanan pelanggan)	
28. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat, dan layanan pelanggan)	
<b>G. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.</b>	
29. Bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
30. Sejak kapan kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan?	
31. Bagaimana perkembangan kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun?	
<b>H. Persiapan Penelusuran Lulusan</b>	
32. Apakah persiapan kegiatan penelusuran lulusan sama dengan perencanaan kegiatan pemasaran lulusan?	
33. Sebelum melaksanakan penelusuran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan?	

<b>I. Pelaksanaan Penelusuran Lulusan</b>	
34. Apa yang menjadi dasar dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan?	
35. Kapan kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan?	
36. Seperti apa sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
37. Bagaimana proses pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan?	
38. Instrumen apa yang digunakan sekolah untuk menelusuri lulusan?	
39. Bagaimana kalau masih ada lulusan yang tidak mau mengembalikan instrumen?	
<b>J. Tindak Lanjut Penelusuran Lulusan</b>	
40. Setelah melaksanakan penelusuran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan?	
<b>K. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penelusuran Lulusan</b>	
41. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	
42. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	
43. Bagaimana cara bapak untuk mengatasi hambatan tersebut?	

#### Lampiran 4. Pedoman Wawancara Waka Humas

##### **PEDOMAN WAWANCARA WAKA HUMAS SMK N 2 YOGYAKARTA** Penelitian Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Hari, Tanggal :

Waktu :

Narasumber :

<b>PERTANYAAN</b>	<b>HASIL</b>
<b>A. Gambaran umum mengenai kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta</b>	
1. Menurut bapak, bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
2. Sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan?	
3. Bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun?	
<b>B. Perencanaan Pemasaran Lulusan</b>	
4. Bagaimana proses perencanaan kegiatan pemasaran lulusan?	
5. Kapan kegiatan tersebut dilaksanakan?	
6. Siapa saja yang terlibat dalam kegiatan perencanaan pemasaran lulusan?	
7. Biasanya hal-hal apa saja yang dibahas dalam perencanaan pemasaran lulusan?	
<b>C. Pengorganisasian Pemasaran Lulusan</b>	
8. Apakah bapak ikut serta dalam pembentukan Tim BKK?	
9. Pemilihan pengurus BKK biasanya sesuai dengan apa?	
10. Apa tugas bapak dalam kegiatan pemasaran lulusan?	
<b>D. Pelaksanaan Pemasaran Lulusan</b>	
11. Kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan?	
12. Biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari mana?	
13. Apa kegiatan selanjutnya setelah sekolah mendapatkan informasi lowongan kerja?	
14. Biasanya tes perekrutan dilaksanakan di mana?	

15. Apakah Kepala Sekolah selalu mengarahkan pengurus BKK dalam menjalankan kegiatan pemasaran lulusan?	
16. Apakah bapak menggerakkan pengurus BKK dalam menjalankan tugasnya?	
17. Bagaimana cara menggerakkan pengurus BKK?	
<b>E. Pengawasan Pemasaran Lulusan</b>	
18. Apakah Kepala Sekolah selalu mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
19. Bagaimana cara bapak untuk mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
<b>F. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan</b>	
20. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat, dan layanan pelanggan)	
21. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat, dan layanan pelanggan)	
<b>G. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.</b>	
22. Menurut bapak, bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
<b>H. Persiapan Penelusuran Lulusan</b>	
23. Apa saja persiapan yang dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan?	
<b>I. Pelaksanaan Penelusuran Lulusan</b>	
24. Sejauh ini bagaimana pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
25. Bagaimana cara bapak untuk menangani lulusan yang tidak mau memberikan informasi keberadaannya?	
<b>J. Tindak Lanjut Penelusuran Lulusan</b>	
26. Hal-hal apa saja yang dilakukan bapak setelah kegiatan penelusuran lulusan selesai dilaksanakan?	



<b>K. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penelusuran Lulusan</b>	
27. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	
28. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	
29. Bagaimana cara bapak untuk mengatasi hambatan tersebut?	

## Lampiran 5. Pedoman Wawancara Sekretaris BKK

### **PEDOMAN WAWANCARA SEKRETARIS BKK SMK N 2 YOGYAKARTA** Penelitian Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Hari, Tanggal :

Waktu :

Narasumber :

<b>PERTANYAAN</b>	<b>HASIL</b>
<b>A. Gambaran umum mengenai kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta</b>	
1. Menurut bapak, bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
2. Sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan?	
3. Bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun?	
<b>B. Perencanaan Pemasaran Lulusan</b>	
4. Sebelum melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan?	
5. Hal-hal apa saja yang dibahas dalam perencanaan kegiatan pemasaran lulusan?	
<b>C. Pengorganisasian Pemasaran Lulusan</b>	
6. Apakah bapak sudah membuat struktur organisasi BKK?	
7. Apakah sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurus?	
<b>D. Pelaksanaan Pemasaran Lulusan</b>	
8. Biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari perusahaan atau bagaimana?	
9. Tindak lanjut dari informasi lowongan kerja tersebut bagaimana pak?	
10. Apakah Kepala Sekolah selalu menggerakkan kegiatan pemasaran lulusan?	
11. Apakah Waka Humas selalu menggerakkan kegiatan pemasaran lulusan mulai dari kegiatan awal sampai akhir kegiatan?	
12. Bagaimana cara Kepala Sekolah dan Waka Humas menggerakkan pengurus BKK?	
<b>E. Pengawasan Pemasaran Lulusan</b>	

13. Apakah Kepala Sekolah selalu mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
14. Apakah Waka Humas selalu mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?	
<b>F. Faktor Pendukung dan Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan</b>	
15. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat, dan layanan pelanggan)	
16. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (produk, tenaga pelaksana, promosi, harga, tempat, dan layanan pelanggan)	
<b>G. Gambaran umum mengenai kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta.</b>	
17. Menurut bapak, bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?	
18. Bagaimana perkembangan kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun?	
<b>H. Persiapan Penelusuran Lulusan</b>	
19. Sebelum melaksanakan kegiatan penelusuran, hal-hal apa saja yang dilakukan?	
20. Biasanya apa saja yang dibahas dalam persiapan kegiatan penelusuran lulusan?	
<b>I. Pelaksanaan Penelusuran Lulusan</b>	
21. Apakah ada sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan?	
22. Apakah sekolah sudah mempunyai data penelusuran lulusan?	
23. Bagaimana cara sekolah untuk melakukan penelusuran lulusan?	
<b>J. Tindak Lanjut Penelusuran Lulusan</b>	
24. Setelah melaksanakan penelusuran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan?	
<b>K. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Penelusuran Lulusan</b>	
25. Faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	
26. Faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta? (lulusan/alumni, tenaga pelaksana, fasilitas, dana, metode dan instrumen)	

## Lampiran 6. Pedoman Observasi

### PEDOMAN OBSERVASI

#### Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

1. Sasaran observasi: manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan SMK N 2 Yogyakarta
2. Tahap-tahap observasi
  - a. Mengamati dan memilih aspek yang ada kaitannya dengan pertanyaan penelitian
  - b. Mengamati semua aspek yang ada sehingga mendapatkan gambaran mengenai pelaksanaan manajemen pemasaran dan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta
3. Aspek yang diobservasi

Hari :

Tanggal :

Pukul :

Tempat :

Komponen	Hal yang diamati	Ada	Tidak	Keterangan
Manajemen Pemasaran Lulusan	Rapat perencanaan pemasaran lulusan			
	Pelaksanaan Manajemen pemasaran lulusan			
Penelusuran Lulusan	Rapat pembentukan tim penelusuran lulusan			
	Kegiatan penelusuran lulusan			

## Lampiran 7. Pedoman Studi Dokumentasi

### PEDOMAN STUDI DOKUMENTASI

Manajemen Pemasaran Dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Hari, Tanggal :

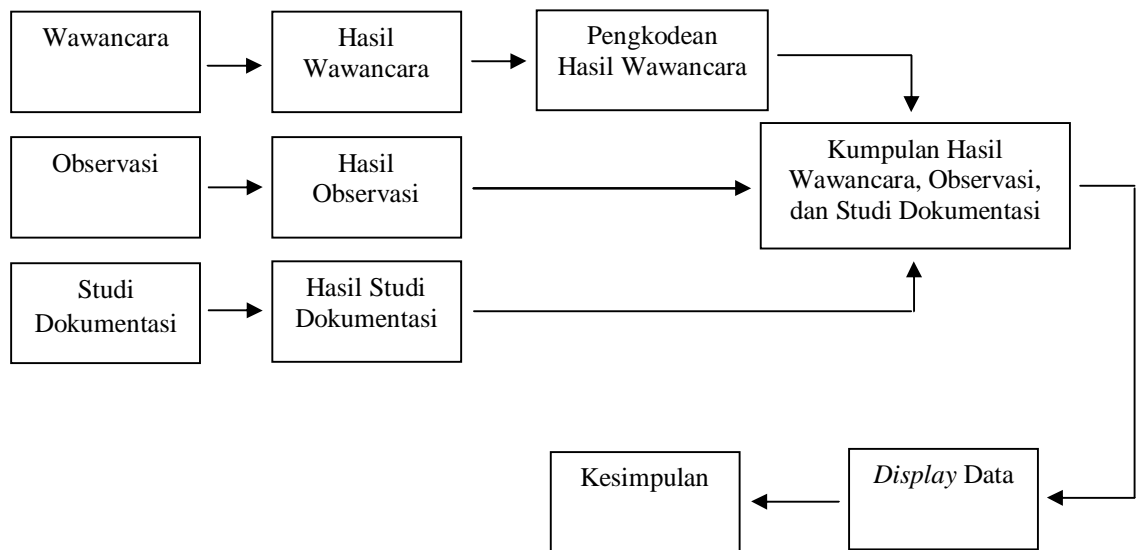
Pukul :

Tempat :

No.	Data yang dibutuhkan	Keberadaan		Keadaan		Uraian
		Ada	Tidak	Baik	Tidak	
1.	Sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan					
2.	Alur kegiatan pemasaran lulusan					
3.	Struktur tim pemasaran lulusan					
4.	Struktur tim penelusuran lulusan					
5.	Prosedur kerja penelusuran lulusan					
6.	Alur kegiatan penelusuran lulusan					
7.	Data hasil penelusuran lulusan					
8.	Data lulusan yang dipasarkan SMK N 2 Yogyakarta					
9.	Data perusahaan yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta					

## **LAMPIRAN 8. ANALISIS DATA**

### Skema Analisis Data



**TRANSKRIP HASIL WAWANCARA KETUA BKK  
MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN  
DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Hari, Tanggal : Rabu, 10 Juni 2015  
Waktu : 08.15 WIB s.d selesai  
Narasumber : Eko Wartoyo, S.Pd.T

Keterangan:

HW : Peneliti  
KB : Eko Wartoyo, S.Pd.T (Ketua BKK)

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan**

HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

KB : kegiatan pemasaran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK *mbak*, sudah tiga tahun BKK sini itu masih belum resmi *mbak*, karena Kepala Sekolah belum mengurus perizinannya di Disnakertrans, karena Kepala Sekolah yang terdahulu kurang memiliki jalinan yang baik dengan Disnakertrans. Padahal Disnakertrans sudah menyarankan BKK sini untuk mengurus, pihak sana bilang kalau BKK sini itu sudah besar dan sudah baik. Saya berharap Kepala Sekolah yang nanti bisa mengurus perizinan BKK.

HW : sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan di sekolah ini pak?

KB : sudah dari dulu *mbak* sudah lama

HW : bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun pak?

KB : perkembangannya sangat baik, sudah banyak perusahaan-perusahaan yang menjalin kerjasama dengan sekolah *mbak*.

**B. Manajemen Pemasaran Lulusan**

**1. Perencanaan**

HW : sebelum melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan pak?



KB : pertama membentuk Tim BKK, terus membuat rencana program kerja, kalau sudah diajukan ke Kepala Sekolah *mbak*.

HW : kapan ketiga kegiatan tersebut dilaksanakan pak?

KB : pada awal tahun ajaran baru *mbak*.

HW : bagaimana proses perencanaannya pak?

KB : pada awal tahun ajaran baru, sekolah biasanya akan mengadakan rapat *mbak* untuk membahas program kerja yang akan dilaksanakan, disana juga akan dilakukan pembentukan Tim BKK *mbak*, nanti Waka Humas dan Tim BKK membuat rencana program kerja, lalu menyerahkan rencana program kerja tersebut kepada Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan, setelah disetujui program dilaksanakan *mbak*.

HW : Siapa saja yang ikut serta dalam rapat tersebut pak?

KB : Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru *mbak*.

HW : dasar/acuan dalam pembuatan rencana program kerja itu apa pak?

KB : rencana program kerja dibuat mengacu pada petunjuk dari disnakertrans *mbak*.

HW : rencana program tersebut isinya apa saja pak?

KB : isinya rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan BKK satu tahun ke depan *mbak*.

HW : dasar dalam membuat rencana kegiatan tersebut apa pak?

KB : dasar rencana kegiatan hasil prestasi yang sudah pernah diraih oleh Tim BKK pada tahun-tahun sebelumnya *mbak*, kan bisa dijadikan referensi untuk menentukan strategi pemasaran. Melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di sekolah juga *mbak*.

HW : biasanya dalam rencana kegiatan tersebut dilengkapi dengan apa pak?

KB : dilengkapi dengan tujuan, strategi yang digunakan, target yang diinginkan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sumber daya yang diperlukan dari tiap-tiap kegiatan yang direncanakan *mbak*.

HW : sumber daya yang diperlukan misalnya apa saja pak?

KB : jumlah pengurus, fasilitas, media, sama anggaran *mbak*.

HW : sejauh ini, program-program apa saja pak yang dirancang dan sudah dilaksanakan oleh BKK terkait dengan kegiatan pemasaran lulusan?

KB : program yang sudah dilaksanakan banyak *mbak*, kita melakukan pendaftaran dan pendataan lulusan, kita juga mencari dan mendata info lowongan, melakukan

bimbingan kerja ke siswa, melakukan kunjungan industri, dan kita melakukan pemasaran lulusan setiap bulan maret *mbak*.

## **2. Pengorganisasian**

HW : bagaimana proses pembentukan Tim BKK disini pak?

KB : Tim BKK dibentuk dua tahun sekali *mbak*. Dilakukan pada awal tahun ajaran baru, seolah mengadakan rapat untuk musyawarah memilih guru yang pantas untuk dijadikan anggota BKK *mbak*.

HW : Tim BKK terdiri dari siapa saja pak?

KB : Tim terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota *mbak*.

HW : setelah memilih dan membentuk Tim, kegiatan selanjutnya apa pak?

KB : kita membuat struktur organisasi *mbak*, terus membagi tugas masing-masing anggota BKK *mbak*.

HW : apakah sudah ada struktur organisasi BKK pak? dan apakah sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurus pak?

KB : sudah ada strukturnya *mbak* dan sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurusnya.

HW : biasanya kalau sudah membagi tugas, apakah ada kegiatan koordinasi pak?

KB : ya ada *mbak*, koordinasi tugas ke masing-masing anggota Tim biasanya dilakukan Kepala Sekolah dan Waka Humas *mbak*.

HW : kalau sudah dilakukan koordinasi, langkah selanjutnya apa pak?

KB : kita menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan yang mau dilaksanakan *mbak*.

## **3. Pelaksanaan**

HW : apa yang menjadi dasar dalam melaksanakan kegiatan pemasaran lulusan pak?

KB : program kerja yang dibuat di awal itu *mbak* yang sudah disetujui oleh Kepala Sekolah.

HW : apakah ada sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan pak?

KB : sejauh ini kami belum membuat sistem dan prosedur kerja *mbak*, kami cuma melaksanakan sesuai dengan program kerja.

HW : apakah semua siswa di SMK N 2 Yogyakarta dipasarkan ke perusahaan pak?

KB : ya semua siswa kelas dua belas yang mau lulus dipasarkan kita ke perusahaan *mbak*.

HW : siswa tersebut biasanya dipasarkan kemana pak?

KB : dipasarkan ke perusahaan-peusahaan yang relevan dengan program studi mereka *mbak*.

HW : kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pak?

KB : kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan setiap bulan maret *mbak*.

HW : bagaimana cara BKK memasarkan siswa ke perusahaan pak?

KB : kita memasarkan siswa dengan melakukan promosi ke perusahaan, ikut pameran, kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan, dan promosi lewat kegiatan siswa dan website sekolah *mbak*.

HW : kapan kegiatan promosi ke perusahaan dilaksanakan pak?

KB : dulu kita pernah satu kali promosi ke perusahaan-perusahaan, tapi setelah itu tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan-perusahaan yang datang ke SMK, jadi tidak memerlukan promosi lagi. Biasanya perusahaan-perusahaan tersebut mengetahui dari mulut ke mulut.

HW : kegiatan pameran kapan dilaksanakan pak?

KB : biasanya kalau pemerintah daerah menyelenggarakan pameran untuk sekolah kita ikut *mbak* biasanya diselenggarakan di Jogja Expo Center (JEC)

HW : hal-hal apa saja yang dipamerkan dalam kegiatan pameran pak?

KB : biasanya di kegiatan promosi/pameran hal-hal yang dipamerkan itu menyangkut profil sekolah, jurusan yang dimiliki, alumni-alumninya seperti apa, prestasi yang dimiliki oleh sekolah, seperti tu *mbak*.

HW : apa tujuan dari kegiatan pameran tersebut pak?

KB : buat cari lowongan kerja *mbak*, biar DU/DI bisa tahu lulusan sekolah sini, biar mereka merekrut tenaga kerja dari sekolah sini *mbak*.

HW : bagaimana cara mempromosikan siswa lewat kegiatan siswa dan website sekolah pak?

KB : kita pasang spanduk kegiatan siswa seperti lomba siswa di sekitar sekolah *mbak*, di website kita menginformasikan hal-hal atau kegiatan siswa agar perusahaan mengetahuinya.

HW : biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan kerja dari DU/DI langsung atau bagaimana pak?

KB : iya langsung dari DU/DI *mbak*, tapi kadang juga ada yang dari SMK yang lain.

HW : kegiatan selanjutnya setelah sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan tersebut apa pak?

- KB : informasi lowongan itu dipasang di papan pengumuman yang ada di depan ruang humas *mbak*, biar nanti kalau ada lulusan yang berminat bisa langsung mendaftar di bidang humas, kalau sudah mendaftar tinggal nunggu jadwal tes perekrutannya, dan kalau lolos tes, kami mengirim tenaga kerja ke DU/DI yang bersangkutan *mbak*.
- HW : sebelum lulusan mengikuti tes, biasanya tim memberikan bimbingan kerja tidak pak?
- KB : ya kami berikan bimbingan kerja *mbak*, bimbingan diberikan oleh guru BP/BK di kelas lewat mata pelajaran bimbingan kerja, nanti siswa akan diarahkan bakat dan minatnya di dunia kerja.
- HW : biasanya tes perekrutan dilaksanakan dimana pak?
- KB : di sini, di sekolah, biasanya kan DU/DI meminta bantuan sekolah untuk mengadakan tes perekrutan di sini *mbak*. Tapi kalau lowongan kerjanya dari SMK lain, proses pendaftaran sampai pengiriman ya disesuaikan dengan aturan SMK yang bersangkutan *mbak*.
- HW : biasanya tesnya apa saja pak?
- KB : ada tes tertulis, wawancara sama tes kesehatan *mbak*.
- HW : apakah lulusan dari sekolah lain boleh mendaftar dan mengikuti tes perekrutan disini pak?
- KB : ya boleh *mbak*, dari dulu juga sudah banyak lulusan SMK di Yogyakarta lainnya yang mendaftar dan mengikuti tes disini.
- HW : apakah Kepala Sekolah selalu menggerakkan pengurus BKK dalam menjalankan kegiatan pemasaran lulusan pak?
- KB : ya selalu *mbak*, tapi Kepala Sekolah mengerakanya lewat Waka Humas, nanti Waka Humas yang menggerakkan pengurus yang ada di bidang humas, salah satunya ya BKK *mbak*.
- HW : bagaimana cara menggerakkan pengurus BKK pak?
- KB : dengan memberikan arahan, dorongan, dan memberi motivasi kepada pengurus BKK agar mau menjalankan tugas *mbak*.

#### **4. Pengawasan**

- HW : siapa saja yang mengawasi pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?
- KB : Kepala Sekolah dan Waka Humas *mbak*.
- HW : bagaimana cara Kepala Sekolah mengawasi kegiatan pemasaran lulusan pak?

- KB : Kepala Sekolah mengawasi lewat Waka Humas, nanti Waka Humas yang mengawasi kerja pengurus yang ada di bidang humas. Nanti kalau BKK selesai mengadakan kegiatan, biasanya Kepala Sekolah minta laporannya, untuk dilihat dan dinilai *mbak*.
- HW : kalau pengawasan yang dilakukan oleh Waka Humas itu seperti apa pak?
- KB : setiap bulan di bidang humas rutin dilakukan pertemuan *mbak*, untuk melakukan koordinasi dan monitoring untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan yang ada di bidang humas termasuk kegiatan pemasaran lulusan. Pertemuan itu dipimpin oleh Waka Humas *mbak*.
- HW : apakah BKK sudah membuat standar pelaksanaan kerja pak?
- KB : sejauh ini belum membuat standar pelaksanaan *mbak*.
- HW : apakah sejauh ini BKK hanya melaporkan hasil kerjanya ke Kepala Sekolah dan Waka Humas pak, tidak ke pihak lain yang berkepentingan seperti Disnakertrans?
- KB : seharusnya kita tiap bulan membuat laporan hasil kerja ke Disnakertrans *mbak*, tapi kita jarang melakukannya, jadi pihak dari sana juga jarang mengawasi.

### **C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

#### **1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

- HW : faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?
- KB : kualitas lulusan sini bagus *mbak*, lulusan juga dibekali pengetahuan yang mumpuni bahkan sudah seperti lulusan Diploma 3 *mbak*, sudah ada kegiatan promosi, jumlah tenaga pelaksananya juga sudah mencukupi.
- HW : kalau soal SMK N 2 Yogyakarta bagaimana pak? Apakah mendukung?
- KB : ya mendukung *mbak*, SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah memiliki nama besar, memiliki citra yang baik di masyarakat dan sudah dikenal oleh banyak DU/DI *mbak*. Sekolah sini juga sudah menjalin kerjasama dengan banyak DU/DI *mbak*.
- HW : kalau soal harga bagaimana pak? Apakah mendukung?
- KB : ya mendukung *mbak*, karena lulusan dan DU/DI tidak dipatok harga, jadi gratis *mbak*. Tapi ada anggapan bahwa BKK memungut biaya dari lulusan *mbak*, jadi pengurusnya malas bekerja soalnya tidak ada pungutan yang disangkakan oleh

pihak-pihak tertentu. DU/DInya juga tidak dikenakan biaya apapun *mbak*, kalau ada uang masuk itu sebagai bentuk ucapan terima kasih yang jumlahnya hanya cukup untuk membeli pulsa pengurus *mbak*.

HW : bagaimana pak dengan respon lulusan apabila ada lowongan kerja?

KB : para lulusan sangat berantusias *mbak* kalau ada informasi lowongan pekerjaan, mereka cepat tanya ke petugas humas, dan kalau mereka tertarik mereka langsung mendaftar.

HW : kalau soal pelayanan kepada DU/DI bagaimana pak?

KB : kalau ada kunjungan dari DU/DI, Tim BKK selalu melayani dengan baik *mbak*, kita selalu melakukan penyambutan. Bahkan kita juga memberikan angket respon pelanggan yang digunakan untuk mengetahui kekurangan layanan sekolah terhadap lulusan yang sudah direkrut oleh DU/DI *mbak*.

## **2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?

KB : sumber daya manusia (SDM) dari segi kemampuan sama pengetahuannya masih kurang *mbak*, soalnya Tim BKK kan bentukan dari guru-guru bukan dari ahli pemasaran. Guru seperti saya juga harus mengajar *mbak*, jadi waktu yang diberikan untuk kegiatan pemasaran kurang maksimal. BKK juga butuh kegiatan promosi lagi *mbak*, kan sudah jarang melakukan promosi lagi.

HW : bagaimana dengan dana pak, apakah sudah cukup untuk menjalankan manajemen pemasaran?

KB : belum *mbak*, dana dari sekolah jumlahnya kecil, kita aja kalau menyelenggarakan pameran, menggunakan anggaran dari pusat *mbak*.

## **D. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

KB : kegiatan penelusuran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK *mbak*, penelusuran ini dilakukan untuk mencari tahu apa masih ada lulusan yang belum bekerja, kan sekolah harus bertanggung jawab untuk mencarikan kerja para lulusan *mbak*, jadi nanti kalau ada yang masih belum bekerja, sekolah bisa mencarikan kerja *mbak*.

- HW : sejak kapan kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan pak?
- KB : sama seperti kegiatan pemasaran sudah dari dulu *mbak*.
- HW : bagaimana perkembangan kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun pak?
- KB : perkembangannya baik *mbak*.

## **E. Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Persiapan**

- HW : apakah persiapan kegiatan penelusuran lulusan sama dengan perencanaan kegiatan pemasaran pak?
- KB : ya sama *mbak*, kan kegiatan pemasaran sama penelusuran lulusan itu tugasnya BKK *mbak*.
- HW : jadi, waktu Tim membuat rencana program kerja, hal-hal apa saja yang dibahas untuk pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?
- KB : biasanya Tim menentukan pertanyaan yang akan dimasukan ke instrumen penelusuran *mbak*, terus menentukan metode yang tepat untuk digunakan *mbak*. Nanti kalau sudah ditentukan dan sudah mendapat persetujuan dari Waka Humas, terus dilaporkan ke Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan. Nanti kalau sudah disetujui, Tim menyiapkan data daftar lulusan sama menyiapkan instrumen yang mau digunakan *mbak*.

### **2. Pelaksanaan**

- HW : apa yang menjadi dasar dalam melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan pak?
- KB : program kerja yang dibuat di awal tadi *mbak* yang sudah disetujui oleh Kepala Sekolah.
- HW : apakah ada sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan pak?
- KB : sejauh ini kami belum membuat sistem dan prosedur kerjanya *mbak*, kami cuma melaksanakan sesuai dengan program kerjanya.
- HW : kapan kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan pak?
- KB : kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan 3 sampai 6 bulan setelah siswa dinyatakan lulus *mbak*.
- HW : bagaimana proses pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?

- KB : kegiatan penelusuran lulusan dimulai dari mendata lulusan yang dilakukan oleh sekretaris BKK *mbak*, terus kita menyebarkan instrumen ke para lulusan, menunggu instrumen dari lulusan untuk dikumpulkan ke sekretaris BKK, nanti oleh sekretaris BKK diinput ke komputer untuk dibuat laporan hasil penelusuran lulusan *mbak*.
- HW : instrumen apa yang digunakan sekolah untuk menelusuri lulusan pak?
- KB : dulu kita menggunakan blangko *mbak*, tapi sekarang tim membuat database penelusuran lulusan di Website sekolah.
- HW : bagaimana pak kalau masih ada lulusan yang tidak mau mengembalikan instrumen?
- KB : kita hubungi lewat telepon *mbak*, di SMS, tapi kan kebanyakan siswa sudah ganti nomornya, jadi kita susah untuk menghubungi.

### **3. Tindak Lanjut**

- HW : setelah melaksanakan penelusuran lulusan, lalu kegiatan apa lagi yang dilakukan pak?
- KB : sekretaris BKK menginput data hasil penelusuran lulusan ke komputer *mbak*, untuk melihat jumlah lulusan yang sudah bekerja, belum bekerja, berwiraswasta, melanjutkan kuliah sama yang tidak terlacak *mbak*.

## **F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan**

- HW : faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?
- KB : ada lulusan mau membagi *mbak*, tapi ada juga yang tidak mau, dan jumlah pengurusnya sudah cukup untuk melaksanakan kegiatan penelusuran ini *mbak*.
- HW : bagaimana dengan fasilitasnya pak?
- KB : fasilitas yang dibutuhkan sudah ada dan sudah mencukupi *mbak*.
- HW : kalau soal dana bagaimana pak?
- KB : sudah tersedia dana dan jumlahnya cukup *mbak*.



## 2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan

HW : faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?

KB : masih banyak lulusan yang tidak mau membagi informasinya *mbak*, jadi kita susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. Dan tidak ada pengurus yang secara langsung menangani kegiatan penelusuran lulusan ini *mbak*, soalnya kan tim berasal dari guru dan wakil kepala sekolah jadi kurang efisien *mbak*.

HW : bagaimana dengan metode dan instrumen yang digunakan selama ini pak?

KB : penelusuran lulusan disini dilaksanakan lewat website, dulu awalnya menggunakan blangko penelusuran *mbak*, tapi banyak siswa yang tidak mengembalikan blangko tersebut, jadi tim membuat database penelusuran lulusan di Website sekolah dengan tujuan biar para lulusan mudah memberikan informasinya *mbak*.

HW : bagaimana cara bapak untuk mengatasi hambatan tersebut?

KB : lulusan yang tidak terlacak ditelepon/SMS *mbak*, kalau nomornya sudah ganti dihubungi lewat facebook sekolah, kalau tidak berhasil tim menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya berharap akan menjadi 100% terlacak semua *mbak*. Kalau soal pengurus seharusnya ada karyawan yang menangani masalah penelusuran *mbak*, yang mau berkeliling untuk mencari tahu informasi, yakni dengan berkunjung ke DU/DI yang bekerjasama atau dengan mengunjungi rumah para lulusan *mbak*.

**TRANSKRIP HASIL WAWANCARA WAKA HUMAS  
MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN  
DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Hari, Tanggal : Senin, 29 Juni 201  
Pukul : 10.00 WIB s.d selesai  
Narasumber : Sudiyono, S.Pd

Keterangan:

HW : Peneliti  
WK : Sudiyono, S.Pd (Waka Humas)

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan**

HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

WK : kegiatan pemasaran disini dilaksanakan BKK *mbak*, kegiatannya dilakukan lewat promosi sama pameran *mbak*.

HW : sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pak?

WK : sejak didirikannya sekolah ini *mbak*.

HW : bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun pak?

WK : perkembangannya semakin meningkat *mbak*.

**B. Manajemen Pemasaran Lulusan**

**1. Perencanaan**

HW : bagaimana proses perencanaan kegiatan pemasaran lulusan pak?

WK : prosesnya dimulai dari pembentukan tim BKK *mbak*, nanti Tim dan saya melakukan pertemuan untuk membahas rencana program kerja *mbak*.

HW : kapan kedua kegiatan tersebut dilaksanakan pak?

WK : setiap awal tahun ajaran baru *mbak*, biasanya sekolah mengadakan rapat untuk membahas perencanaan kegiatan pada setiap bidang yang ada di sekolah, di rapat tersebut juga untuk membentuk Tim BKK *mbak*.

HW : rapat tersebut dihadiri oleh siapa saja pak?

WK : dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru *mbak*.

- HW : apakah bapak ikut serta dalam pembuatan rencana program kerja? Biasanya hal apa saja yang dibahas dalam membuat rencana program kerja tersebut pak?
- WK : ikut *mbak*, yang dibahas rencana kegiatan yang akan dilaksanakan dengan membicarakan tentang prestasi yang sudah pernah diraih, terus membicarakan kekuatan, kelemahan, peluang sama ancaman yang ada, sama menentukan tujuan, strategi, target dan sumber daya yang diperlukan *mbak*.
- HW : setelah rencana tersebut jadi, langkah selanjutnya apa pak?
- WK : saya periksa *mbak*, terus nanti diserahkan ke Kepala Sekolah untuk dimintakan persetujuan *mbak*.
- HW : apa saja program-program kerja yang direncanakan dan sudah pernah dilakukan berkaitan dengan pemasaran lulusan?
- WK : banyak *mbak* program yang dilaksanakan, seperti kunjungan industri, bimbingan kerja, pencarian lowongan kerja, memasarkan lulusan.

## **2. Pengorganisasian**

- HW : apakah bapak ikut serta dalam pembentukan tim BKK? pemilihan pengurus BKK itu biasanya sesuai dengan apa pak?
- WK : ikut serta *mbak*, kan BKK bagian dari bidang humas *mbak*. sesuai sama kemampuan yang dimiliki oleh guru, kalau guru tersebut memiliki kemampuan di bidang BKK nanti akan dijadikan pengurus BKK *mbak*.
- HW : dalam struktur organisasi BKK, bapak berperan sebagai siapa dan apa saja tugas bapak?
- WK : saya sebagai penanggungjawab di bawah Kepala Sekolah *mbak*. Salah satu tugas saya melakukan koordinasi dan monitoring kegiatan BKK *mbak*.
- HW : bagaimana cara bapak melakukan koordinasi dan monitoring kegiatan BKK?
- WK : dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di humas *mbak*, biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan, lewat pertemuan itu juga bisa dilakukan koordinasi dan monitoring kegiatan di bidang humas *mbak*.

## **3. Pelaksanaan**

- HW : kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pak?
- WK : pemasaran siswa yang mau lulus dilakukan setiap Bulan Maret dengan melakukan promosi dan pameran *mbak*, dulu promosi langsung ke perusahaan-perusahaan tetapi sekarang sudah tidak dilaksanakan lagi *mbak*. Alumni juga

melakukan promosi di perusahaan yang sudah merekrutnya. Nantinya perusahaan tersebut kan akan merasa yakin dan percaya kualitas yang dimiliki oleh lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta jadi pada tahun selanjutnya mereka akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi *mbak*.

HW : biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari mana pak?

WK : langsung dari DU/DI yang sudah bekerjasama *mbak*, mereka kalau membutuhkan tenaga kerja langsung mengirim surat permintaan tenaga kerja *mbak*, kadang mereka mengunjungi sekolah juga untuk memberikan informasi lowongan kerja, kadang info lowongan juga dari SMK lain *mbak*.

HW : kegiatan selanjutnya setelah sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan tersebut apa pak?

WK : sebelum dipasang di papan pengumuman, kalau yang megirim surat permintaan tenaga kerja belum bekerjasama dengan kita, kita nanti buat MOU dan nanti kita kasih untuk dimintakan tanda tangan ke DU/DI yang bersangkutan *mbak*.

HW : biasanya tes perekrutan dilaksanakan dimana pak?

WK : sekolah menyediakan fasilitas untuk tes perekrutan *mbak*, biasanya DU/DI meminta bantuan ke sekolah untuk mau menyelenggarakan tes tersebut di sekolah *mbak*.

HW : apakah Kepala Sekolah selalu menggerakan pengurus BKK dalam menjalankan kegiatan pemasaran lulusan pak?

WK : ya selalu *mbak*, Kepala Sekolah selalu menggerakan melalui saya, nanti saya yang akan menggerakan pengurus BKK secara langsung *mbak*.

HW : bagaimana cara menggerakan pengurus BKK pak?

WK : dengan memberikan arahan pada pengurus agar mereka mampu menjalankan tugasnya dengan benar, memberikan dorongan dan motivasi ke mereka supaya mau melaksanakan tugasnya *mbak*.

#### **4. Pengawasan**

HW : apakah kepala sekolah selalu mengawasi kegiatan pemasaran lulusan pak?

WK : ya selalu *mbak*, Kepala Sekolah selalu memonitor kegiatan pemasaran dari awal sampai akhir *mbak*. Kepala Sekolah mengawasi lewat saya, nanti saya bekerjasama dengan Ketua BKK untuk mengawasi pengurus lainnya *mbak*.

HW : bagaimana cara bapak untuk mengawasi kegiatan pemasaran lulusan?

WK : dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di bidang humas *mbak*, yang dihadiri oleh saya dan teman-teman pengurus yang ada di bidang humas *mbak*, biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan, disitu juga akan dilakukan monitoring dan koordinasi kegiatan yang ada di bidang humas *mbak*.

### **C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

#### **1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?

WK : kualitas lulusan sekolah ini bagus *mbak*, banyak industri yang percaya kualitas lulusan sini, untuk tahun ini saja sudah ada  $\pm$  130 anak yang direkrut oleh PT. Telkom *mbak*.

HW : bagaimana dengan tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan pak?

WK : ada kerjasama yang baik antar pengurus *mbak*, jadi kegiatannya bisa berjalan dengan lancar.

HW : bagaimana dengan kegiatan promosi dalam kegiatan pemasaran pak, apakah sejauh ini sudah mendukung?

WK : sangat mendukung *mbak*, karena lewat promosi, industri akan percaya.

HW : kalau soal biaya bagaimana pak?

WK : siswa dan industri tidak dipungut biaya *mbak*, jadi gratis.

#### **2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?

WK : tidak gampang dalam meyakinkan industri *mbak*.

### **D. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

WK : kegiatan penelusuran dan pemasaran sama-sama dilaksanakan oleh BKK *mbak*, penelusuran ini dilakukan untuk mencari tahu seberapa banyak lulusan sini yang belum bekerja, biar kami bisa menyalurkan kerja *mbak*.

## **E. Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Persiapan**

HW : apa saja persiapan yang dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan pak?

WK : sama seperti persiapan dalam kegiatan pemasaran, soalnya kan tugas BKK *mbak*, hanya waktu merencanakan program kerja, kita akan membahas apa saja pertanyaan yang nanti akan masuk ke instrumen penelusuran, terus juga menentukan metode dan instrumen yang pas untuk digunakan *mbak*.

### **2. Pelaksanaan**

HW : sejauh ini bagaimana pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta pak?

WK : masih ada lulusan yang tidak mau memberikan informasi keberadaannya *mbak*, padahal metode yang digunakan dirasa sudah pas, semisal dulu menggunakan blangko yang diisi saat akan melakukan cap tiga jari, tapi tetap saja tidak diisi dan dikembalikan oleh para lulusan ke SMK *mbak*. Sekarang mulai akan segera diberlakukan aplikasi ke android para lulusan *mbak*, karena perkembangan jaman. Di website sekolah juga sudah disediakan kolom penelusuran lulusan *mbak*, tapi tetap saja masih belum efektif dan akan segera diefektifkan.

HW : bagaimana cara bapak untuk menangani lulusan yang tidak mau memberikan informasi keberadaannya?

WK : dihubungi lewat handphone ditelepon/di SMS *mbak*.

### **3. Tindak Lanjut**

HW : setelah penelusuran lulusan selesai dilaksanakan, Sekretaris BKK akan membuat laporan hasil penelusuran lulusan, apakah bapak memeriksa laporan tersebut?

WK : ya saya periksa *mbak* dan saya tanda tangani, kan nanti diberikan ke Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban *mbak*.

## **F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?

WK : ada kerjasama yang baik antar pengurus *mbak* dan sudah tersedia dana dari sekolah untuk melaksanakan kegiatan penelusuran *mbak*.

### **2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang menghambat pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan pak?

WK : ya seperti yang saya katakan tadi *mbak*, kalau masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya, jadi susah untuk mengetahui keberadaan lulusan *mbak*.

HW : bagaimana cara bapak untuk mengatasi hambatan tersebut?

WK : dihubungi lewat telepon *mbak*, tapi kebanyakan anak kan nomor Hpnya sudah ganti, jadi kalau sudah tidak ada cara ya kami menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi berarti anak tersebut sudah mandiri dalam arti sudah bekerja *mbak*.

**TRANSKRIP HASIL WAWANCARA SEKRETARIS BKK  
MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN  
DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Hari, Tanggal : Jumat, 26 Juni 2015  
Pukul : 10.00 WIB s.d selesai  
Narasumber : Suharjo

Keterangan:

HW : Peneliti  
SB : Suharjo (Sekretaris BKK)

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan**

HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?

SB : kegiatan pemasaran lulusan dijalankan oleh BKK *mbak*, tapi BKK sini belum mendapatkan ijin dari Disnakertrans *mbak*.

HW : sejak kapan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pak?

SB : sejak SMK ini didirikan *mbak*.

HW : bagaimana perkembangan kegiatan pemasaran lulusan dari tahun ke tahun pak?

SB : selalu ada perkembangan yang baik *mbak*.

**B. Manajemen Pemasaran Lulusan**

**1. Perencanaan**

HW : sebelum melaksanakan kegiatan pemasaran, hal-hal apa saja yang dilakukan pak?

SB : tim BKK melakukan rapat perencanaan kegiatan, saya juga ikut dalam rapat tersebut *mbak*.

HW : biasanya apa saja yang dibahas dalam rapat tersebut pak?

SB : membahas rencana kegiatan yang mau dilaksanakan pada satu tahun ke depan, kami melihat hasil prestasi yang pernah diraih *mbak*, melihat segala kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki, sama menentukan tujuan, strategi, target pemasarannya, dan sumber daya yang diperlukan *mbak*.



- HW : dalam membuat rencana kerja, apa yang menjadi dasar/acuan pak?
- SB : acuannya ya petunjuk dari Disnakertrans *mbak*.
- HW : apakah bapak mendata lulusan yang mendaftar tes perekrutan dan mendata lowongan pekerjaan yang datang ke sekolah?
- SB : ya saya data lulusan yang mendaftar, saya juga mendata lowongan kerja yang datang ke sekolah *mbak*.

## **2. Pengorganisasian**

- HW : apakah bapak sudah membuat struktur organisasi BKK? apakah sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurus pak?
- SB : sudah ada *mbak*, sudah ada uraian tugas masing-masing pengurusnya juga *mbak*.
- HW : biasanya sumber daya apa saja yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran lulusan pak?
- SB : sumber daya manusia yakni pengurus, fasilitas yang diperlukan, media yang akan digunakan, dan anggaran yang diperlukan *mbak*.

## **3. Pelaksanaan**

- HW : biasanya sekolah mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari perusahaan langsung pak?
- SB : kebanyakan langsung dari DU/DI *mbak*, tapi juga kita kan bekerjasama dengan SMK lain jadi kadang juga dari SMK lain di Jogja.
- HW : nanti informasi lowongan kerja tersebut dipasang di papan pengumuman pak?
- SB : ya kalau ada langsung saya pasang di papan depan ruang humas *mbak*, biar banyak yang lihat.
- HW : apakah Kepala Sekolah selalu menggerakkan kegiatan pemasaran lulusan mulai dari kegiatan awal sampai akhir kegiatan?
- SB : tidak, hanya Waka Humas yang menggerakkan pengurus dalam kegiatan pemasaran lulusan ini *mbak*.
- HW : jadi Waka Humas selalu mengarahkan pak?
- SB : ya selalu *mbak*.

## **4. Pengawasan**

- HW : apakah Kepala Sekolah selalu mengawasi kegiatan pemasaran lulusan pak?

SB : tidak, Waka Humas yang mengawasi semua kegiatan yang ada di BKK *mbak*.  
 HW : jadi Waka Humas selalu mengawasi pak?  
 SB : ya selalu *mbak*.  
 HW : apakah pihak Disnakertrans melakukan pengawasan kegiatan BKK sini pak?  
 SB : pihak Disnakertrans jarang melakukan pengawasan *mbak*, soalnya BKK jarang membuat laporan hasil kerja ke sana *mbak*.

### **C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

#### **1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan pak?  
 SB : kualitas lulusan bagus *mbak*, sebelum lulus saja banyak siswa yang ditarik oleh DU/DI yang dulu buat siswa tersebut prakerin *mbak*.  
 HW : bagaimana dengan kegiatan promosi pak, apakah sudah mendukung?  
 SB : ya sudah mendukung *mbak*, kan lewat promosi perusahaan-perusahaan jadi tahu *mbak*.  
 HW : bagaimana pak, apakah siswa dan perusahaan dikenakan biaya dalam kegiatan pemasaran?  
 SB : tidak sama sekali *mbak*, semua gratis untuk siswa dan perusahaan.  
 HW : kalau soal pelayanan bagaimana pak?  
 SB : kami selalu memberikan pelayanan yang prima *mbak* kepada perusahaan biar selalu terjalin hubungan yang harmonis *mbak*.

#### **2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

HW : bagaimana pak dengan tenaga pelaksana manajemen pemasaran lulusan?  
 SB : kemampuan yang dimiliki oleh pengurus belum sesuai dengan kebutuhan *mbak*.  
 HW : kalau soal anggaran yang diberikan oleh sekolah bagaimana pak?  
 SB : anggaran yang diberikan belum sesuai dengan kebutuhan kegiatan pemasaran *mbak*.

#### **D. Gambaran Umum Kejiata Penelusuran Lulusan**

- HW : menurut bapak, bagaimana kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta?
- SB : penelusuran lulusan dilaksanakan setiap tahun *mbak*, untuk melihat seberapa banyak lulusan sini yang sudah bekerja, belum bekerja sama yang kuliah *mbak*.
- HW : bagaimana perkembangan kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun pak?
- SB : setiap tahun selalu ada perkembangan yang baik *mbak*.

#### **E. Kegiatan Penelusuran Lulusan**

##### **1. Persiapan**

- HW : sebelum melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan, hal-hal apa saja yang dilakukan pak?
- SB : Tim BKK melakukan rapat perencanaan kegiatan, saya juga ikut dalam rapat tersebut *mbak*.
- HW : biasanya apa saja yang dibahas dalam rapat tersebut pak?
- SB : biasanya menentukan instrumen dan metode yang mau digunakan *mbak*.

##### **2. Pelaksanaan**

- HW : apakah ada sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan pak?
- SB : kami belum membuatnya *mbak*, berjalan sesuai dengan program saja *mbak*.
- HW : apakah sekolah sudah mempunyai data penelusuran lulusan pak?
- SB : sudah ada *mbak*.
- HW : bagaimana cara SMK N 2 Yogyakarta melakukan penelusuran lulusan pak?
- SB : setelah kelulusan *mbak*, siswa diberikan instrumen penelusuran lulusan *mbak*.

##### **3. Tindak Lanjut**

- HW : setelah penelusuran lulusan selesai dilaksanakan, apakah Tim BKK melakukan evaluasi jawaban para lulusan dan melakukan pendataan pak?
- SB : ya nanti *mbak* kalau sudah terkumpul, saya yang akan mendata, diinput ke komputer dan nanti saya print saya kasih ke Ketua BKK dan Waka Humas *mbak*.

## **F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : faktor apa saja yang mendukung lancarnya kegiatan penelusuran lulusan ini pak?

SB : sudah ada pengurusnya dan sudah sesuai dengan kebutuhan *mbak*, dan sekolah juga sudah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan BKK *mbak*.

### **2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

HW : apakah ada kendala dalam melakukan penelusuran lulusan pak?

SB : kadang-kadang masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya *mbak*, metode dan instrumen yang digunakan masih belum efektif *mbak*.

**KUMPULAN HASIL WAWANCARA**  
**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK N 2 YOGYAKARTA**

Lokasi : SMK Negeri 2 Yogyakarta  
 Informan : Eko Wartoyo, S.Pd.T (Ketua BKK) : KB  
                   Sudiyono (Waka Humas) : WK  
                   Suharjo (Sekretaris BKK) : SB

Keterangan : Pl : Pelaksana  
                   Pln : Pelaksanaan  
                   W : Waktu  
                   Tl : Tindak Lanjut

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan (A)**

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	kegiatan pemasaran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK <i>mbak</i> , sudah tiga tahun BKK sini itu masih belum resmi <i>mbak</i> , karena Kepala Sekolah belum mengurus perizinannya di Disnakertrans, karena Kepala Sekolah yang terdahulu kurang memiliki jalinan yang baik dengan Disnakertrans. Padahal Disnakertrans sudah menyarankan BKK sini untuk mengurus, pihak sana bilang kalau BKK sini itu sudah besar dan sudah baik. Saya berharap Kepala Sekolah yang nanti bisa mengurus perizinan BKK.	Pl	a. Pelaksana kegiatan pemasaran lulusan adalah Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta. BKK SMK N 2 Yogyakarta belum resmi karena belum mendapatkan ijin pendirian BKK dari Disnakertrans Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena Kepala Sekolah SMK N 2 Yogyakarta yang menjabat sebelumnya belum mengurus perizinan BKK ke Disnakertrans. Padahal pihak dari Disnakertrans sudah menyarankan kepada Ketua BKK untuk mengurus perizinan tersebut karena menurut Disnakertrans BKK SMK N 2 Yogyakarta sudah besar dan baik. Ketua BKK berharap kepada Kepala Sekolah yang menjabat nanti akan bisa mengurus perizinan BKK. b. Pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan lewat kegiatan promosi dan pameran. c. Waktu pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta. d. Tindak lanjut kegiatan pemasaran lulusan pada setiap tahunnya selalu ada perkembangan yang baik dan semakin meningkat.
	sudah dari dulu <i>mbak</i> sudah lama.	W	
	perkembangannya sangat baik, sudah banyak perusahaan-perusahaan yang menjalin kerjasama dengan sekolah <i>mbak</i> .	Tl	
WK	kegiatan pemasaran disini dilaksanakan BKK <i>mbak</i> , kegiatannya dilakukan lewat promosi sama pameran <i>mbak</i> .	Pl	
	sejak didirikannya sekolah ini <i>mbak</i> .	W	
	perkembangannya semakin meningkat <i>mbak</i> .	Tl	
SB	kegiatan pemasaran lulusan dijalankan oleh BKK <i>mbak</i> , tapi BKK sini belum mendapatkan ijin dari Disnakertrans <i>mbak</i> .	Pl	
	sejak SMK ini didirikan <i>mbak</i> .	W	
	selalu ada perkembangan yang baik <i>mbak</i> .	Tl	

## B. Manajemen Pemasaran Lulusan (B)

### 1. Perencanaan (B. 1)

Keterangan : P : Proses  
W : Waktu

Pl : Pelaksana  
I : Isi

D : Dasar/acuan  
Pr : Program

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	pertama membentuk Tim BKK, terus membuat rencana program kerja, kalau sudah diajukan ke Kepala Sekolah <i>mbak</i> .	P	a. Proses dalam perencanaan kegiatan pemasaran lulusan yakni. 1) Pembentukan Tim/pengurus BKK yang dilakukan lewat rapat sekolah 2) Tim BKK dan Waka Humas melaksanakan rapat untuk membuat perencanaan program kerja. 3) Tim BKK mengajukan rencana tersebut ke Kepala Sekolah untuk mendapatkan persetujuan. 4) Setelah rencana disetujui oleh Kepala Sekolah, maka program dilaksanakan. b. Perencanaan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pada setiap awal tahun ajaran baru. c. Pelaksana perencanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. d. Dasar/acuan dalam membuat rencana program kerja yakni petunjuk dari Disnakertrans dan dasar dalam membuat rencana kegiatan yaitu hasil prestasi yang sudah pernah diraih oleh BKK pada tahun-tahun sebelumnya dan hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. e. Isi dari rencana kegiatan yakni: 1) Rencana kegiatan-kegiatan untuk satu tahun ke depan 2) tujuan, strategi, target, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan
	pada awal tahun ajaran baru <i>mbak</i> .	W	
	pada awal tahun ajaran baru, sekolah biasanya akan mengadakan rapat <i>mbak</i> untuk membahas program kerja yang akan dilaksanakan, disana juga akan dilakukan pembentukan Tim BKK <i>mbak</i> , nanti Waka Humas dan Tim BKK membuat rencana program kerja, lalu menyerahkan rencana program kerja tersebut kepada Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan, setelah disetujui program dilaksanakan <i>mbak</i> .	P	
	Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru <i>mbak</i> .	Pl	
	rencana program kerja dibuat mengacu pada petunjuk dari Disnakertrans <i>mbak</i> .	D	
	isinya rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan BKK satu tahun ke depan <i>mbak</i> .	I	
	dasar rencana kegiatan hasil prestasi yang sudah pernah diraih oleh Tim BKK pada tahun-tahun sebelumnya <i>mbak</i> , kan bisa dijadikan referensi untuk menentukan strategi pemasaran. Melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di sekolah juga <i>mbak</i> .	D	
	dilengkapi dengan tujuan, strategi yang digunakan, target yang diinginkan, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sumber daya yang diperlukan dari tiap-tiap kegiatan yang direncanakan <i>mbak</i> .	I	
	sumber daya yang diperlukan seperti jumlah pengurus, fasilitas, media, sama anggaran <i>mbak</i> .	I	
	program yang sudah dilaksanakan banyak <i>mbak</i> , kita melakukan pendaftaran dan pendataan lulusan, kita juga mencari dan mendata info lowongan, melakukan bimbingan	Pr	

	kerja ke siswa, melakukan kunjungan industri, dan kita melakukan pemasaran lulusan setiap bulan maret <i>mbak</i> .		<p>3) sumber daya yang diperlukan dalam melaksanakan kegiatan seperti jumlah pengurus, fasilitas, media, dan anggaran.</p> <p>f. Program kerja yang berkaitan dengan pemasaran lulusan, yang sudah dilaksanakan yakni pendaftaran dan pendataan lulusan, mencari dan mendata info lowongan, bimbingan kerja, kunjungan industri, dan melakukan pemasaran lulusan setiap bulan maret.</p>
WK	prosesnya dimulai dari pembentukan tim BKK <i>mbak</i> , nanti Tim dan saya melakukan pertemuan untuk membahas rencana program kerja <i>mbak</i> .	P	
	setiap awal tahun ajaran baru <i>mbak</i> , biasanya sekolah mengadakan rapat untuk membahas perencanaan kegiatan pada setiap bidang yang ada di sekolah, di rapat tersebut juga untuk membentuk Tim BKK <i>mbak</i> .	W	
		P	
	dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru <i>mbak</i> .	Pl	
	ikut <i>mbak</i> , yang dibahas rencana kegiatan yang akan dilaksanakan dengan membicarakan tentang prestasi yang sudah pernah diraih, terus membicarakan kekuatan, kelemahan, peluang sama ancaman yang ada, sama menentukan tujuan, strategi, target dan sumber daya yang diperlukan <i>mbak</i> .	I	
	saya periksa <i>mbak</i> , terus nanti diserahkan ke Kepala Sekolah untuk dimintakan persetujuan <i>mbak</i> .	P	
	banyak <i>mbak</i> program yang dilaksanakan, seperti kunjungan industri, bimbingan kerja, pencarian lowongan kerja, memasarkan lulusan.	Pr	
SB	tim BKK melakukan rapat perencanaan kegiatan, saya juga ikut dalam rapat tersebut <i>mbak</i> .	P	
	membahas rencana kegiatan yang mau dilaksanakan pada satu tahun ke depan, kami melihat hasil prestasi yang pernah diraih <i>mbak</i> , melihat segala kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki, sama menentukan tujuan, strategi, target pemasarannya, dan sumber daya yang diperlukan <i>mbak</i> .	I	
	acuanannya ya petunjuk dari Disnakertrans <i>mbak</i> .	D	
	ya saya data lulusan yang mendaftar, saya juga mendata lowongan kerja yang datang ke sekolah <i>mbak</i> .	Pr	

## 2. Pengorganisasian (B. 2)

Keterangan : So : Struktur organisasi  
P : Proses

Sd : Sumber daya  
Pt : Pembentukan tim

Ko : Koordinasi

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	Tim BKK dibentuk dua tahun sekali <i>mbak</i> . Dilakukan pada awal tahun ajaran baru, sekolah mengadakan rapat untuk musyawarah memilih guru yang pantas untuk dijadikan anggota BKK <i>mbak</i> .	Pt	a. Proses pengorganisasian terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memilih dan membentuk Tim BKK</li> <li>2) Membuat struktur organisasi</li> <li>3) Membagi tugas masing-masing anggota Tim</li> <li>4) Koordinasi</li> <li>5) Menyusun daftar sumber daya dan menyusun daftar kegiatan</li> </ol> b. Pembentukan Tim BKK setiap dua tahun sekali pada awal tahun ajaran baru melalui musyawarah. Tim terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota. Pembentukan tim BKK berdasarkan kemampuan yang dimilikinya, kalau memiliki kemampuan di bidang BKK maka akan dijadikan pengurus BKK.
	Tim terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota <i>mbak</i> .	Pt	
	kita membuat struktur organisasi <i>mbak</i> , terus membagi tugas masing-masing anggota BKK <i>mbak</i> .	P	
	sudah ada strukturnya <i>mbak</i> dan sudah ada pembagian tugas masing-masing pengurusnya.	So	
	ya ada <i>mbak</i> , koordinasi tugas ke masing-masing anggota Tim biasanya dilakukan Kepala Sekolah dan Waka Humas <i>mbak</i> .	Ko	
	kita menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan yang mau dilaksanakan <i>mbak</i> .	P	
WK	ikut serta <i>mbak</i> , kan BKK bagian dari bidang humas <i>mbak</i> . sesuai sama kemampuan yang dimiliki oleh guru, kalau guru tersebut memiliki kemampuan di bidang BKK nanti akan dijadikan pengurus BKK <i>mbak</i> .	Pt	c. Struktur organisasi BKK sudah ada dan sudah disertakan pembagian tugas masing-masing anggota. d. Sumber daya yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran yaitu pengurus, fasilitas, media, dan anggaran. e. Koordinasi dan monitoring kegiatan pemasaran dilakukan oleh Kepala Sekolah dan Waka Humas yang dilakukan secara rutin lewat pertemuan setiap bulan untuk membahas pelaksanaan kegiatan.
	saya sebagai penanggungjawab di bawah Kepala Sekolah <i>mbak</i> . Salah satu tugas saya melakukan koordinasi dan monitoring kegiatan BKK <i>mbak</i> .	Ko	
	dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di humas <i>mbak</i> , biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan, lewat pertemuan itu juga bisa dilakukan koordinasi dan monitoring kegiatan di bidang humas <i>mbak</i> .	Ko	
SB	sudah ada <i>mbak</i> , sudah ada uraian tugas masing-masing pengurusnya juga <i>mbak</i> .	So	
	pengurus, fasilitas yang diperlukan, media yang akan digunakan, dan anggaran yang diperlukan <i>mbak</i> .	Sd	



### 3. Pelaksanaan (B. 3)

Keterangan	: D	: Dasar/acuan	Tp	: Tes perekrutan	Bi	: Bimbingan Kerja
	Si	: Sistem dan Prosedur Kerja	Ptp	: Peserta tes perekrutan	Sj	: Subjek Pemasaran
	W	: Waktu	Pg	: Penggerakan	Oj	: Objek Pemasaran
	Ilo	: Informasi lowongan kerja	Tj	: Tujuan Promosi	St	: Strategi Pemasaran
	P	: Proses	Mu	: MOU		

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	program kerja yang dibuat di awal itu <i>mbak</i> yang sudah disetujui oleh Kepala Sekolah.	D	a. Dasar/acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu program kerja yang telah dibuat Tim BKK dan telah disetujui oleh Kepala Sekolah.
	sejauh ini kami belum membuat sistem dan prosedur kerja <i>mbak</i> , kami cuma melaksanakan sesuai dengan program kerja.	Si	b. Sistem dan prosedur kerja kegiatan pemasaran lulusan belum dibuat.
	ya semua siswa kelas dua belas yang mau lulus dipasarkan kita ke perusahaan <i>mbak</i> .	Sj	c. Subjek pemasaran adalah semua siswa kelas dua belas yang mau lulus
	dipasarkan ke perusahaan-peusahaan yang relevan dengan program studi mereka <i>mbak</i> .	Oj	d. Objek pemasaran adalah perusahaan-perusahaan yang relevan dengan program studi di sekolah.
	kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan setiap bulan maret <i>mbak</i> .	W	e. Waktu pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yakni pada bulan maret,
	kita memasarkan siswa dengan melakukan promosi ke perusahaan, ikut pameran, kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan, dan promosi lewat kegiatan siswa dan website sekolah <i>mbak</i> .	St	f. Strategia atau cara memasarkan lulusan dengan:
	dulu kita pernah satu kali promosi ke perusahaan-perusahaan, tapi setelah itu tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan-perusahaan yang datang ke SMK, jadi tidak memerlukan promosi lagi. Biasanya perusahaan-perusahaan tersebut mengetahui dari mulut ke mulut.	St	1) Promosi ke perusahaan. Pada awalnya promosi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung perusahaan-perusahaan. Tetapi setelah itu tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan yang datang ke SMK untuk merekrut tenaga kerja dari para lulusannya. Perusahaan yang datang tersebut kebanyakan mengetahui SMK N 2 Yogyakarta dari perusahaan lain yang memiliki tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.
	biasanya kalau pemerintah daerah menyelenggarakan pameran untuk sekolah kita ikut <i>mbak</i> biasanya diselenggarakan di Jogja Expo Center (JEC).	St	2) Mengikuti pameran yang diselenggarakan pemerintah daerah, dengan memamerkan profil sekolah, jurusan yang dimiliki,
	biasanya di kegiatan promosi/pameran hal-hal yang dipamerkan itu menyangkut profil sekolah, jurusan yang dimiliki, alumni-alumninya seperti apa, prestasi yang dimiliki oleh sekolah, seperti tu <i>mbak</i> .	St	
	tujuan promosi ya buat cari lowongan kerja <i>mbak</i> , biar DU/DI bisa tahu lulusan sekolah sini, biar mereka merekrut tenaga kerja dari sekolah sini <i>mbak</i>	Tj	

	kita pasang spanduk kegiatan siswa seperti lomba siswa di sekitar sekolah <i>mbak</i> , di website kita menginformasikan hal-hal atau kegiatan siswa agar perusahaan mengetahuinya.	St	<p>alumni-alumninya seperti apa, prestasi yang dimiliki oleh sekolah.</p> <p>3) Promosi lewat kegiatan siswa dengan memasang spanduk kegiatan siswa di sekitar sekolah</p> <p>4) Promosi lewat website sekolah dengan menginformasikan hal-hal atau kegiatan siswa.</p> <p>5) Para alumni dari SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi di perusahaan dimana mereka bekerja, promosi dilakukan dengan menampilkan kinerja yang baik sehingga perusahaan-perusahaan tersebut akan merasa yakin dan percaya akan kualitas yang dimiliki oleh para lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga pada tahun selanjutnya kan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi. SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi lewat acaran pameran, lewat kegiatan Lomba Kegiatan Siswa (LKS). Selain itu juga membuka website SMK N 2 Yogyakarta.</p> <p>g. Tujuan promosi untuk mencari lowongan pekerjaan dari DU/DI.</p> <p>h. Informasi lowongan pekerjaan datang dari DU/DI langsung dan dari SMK lain di Yogyakarta. Informasi tersebut kemudian dipasang di papan pengumuman.</p> <p>i. Proses setelah memasarkan lulusan yaitu lulusan mendaftar di bidang humas, Tim membimbing pendaftar, tes perekrutan, dan kalau lolos tes, lulusan menandatangani perjanjian kerja, dan Tim BKK mengirim lulusan yang bersangkutan ke DU/DI.</p> <p>j. Tes perekrutan biasanya diadakan di sekolah apabila informasi lowongan kerja berasal dari DU/DI secara langsung, apabila informasi lowongan datang dari SMK lain, maka tes disesuaikan. Tes dilaksanakan dengan tes tertulis, wawancara, dan tes kesehatan.</p> <p>k. Peserta tes perekrutan tidak hanya dari SMK N 2 Yogyakarta</p>
	iya langsung dari DU/DI <i>mbak</i> , tapi kadang juga ada yang dari SMK yang lain.	Ilo	
	informasi lowongan itu dipasang di papan pengumuman yang ada di depan ruang humas <i>mbak</i> , biar nanti kalau ada lulusan yang berminat bisa langsung mendaftar di bidang humas, kalau sudah mendaftar tinggal nunggu jadwal tes perekrutannya, dan kalau lolos tes, kami mengirim tenaga kerja ke DU/DI yang bersangkutan <i>mbak</i> .	Ilo	
	ya kami berikan bimbingan kerja <i>mbak</i> , bimbingan diberikan oleh guru BP/BK di kelas lewat mata pelajaran bimbingan kerja, nanti siswa akan diarahkan bakat dan minatnya di dunia kerja.	P	
	di sini, di sekolah, biasanya kan DU/DI meminta bantuan sekolah untuk mengadakan tes perekrutan di sini <i>mbak</i> . Tapi kalau lowongan kerjanya dari SMK lain, proses pendaftaran sampai pengiriman ya disesuaikan dengan aturan SMK yang bersangkutan <i>mbak</i> . /	Bi	
	ada tes tertulis, wawancara sama tes kesehatan <i>mbak</i> .	Tp	
	ya boleh <i>mbak</i> , dari dulu juga sudah banyak lulusan SMK di Yogyakarta lainnya yang mendaftar dan mengikuti tes disini.	P	
	ya selalu <i>mbak</i> , tapi Kepala Sekolah mengerakannya lewat Waka Humas, nanti Waka Humas yang mengarahkan pengurus yang ada di bidang humas, salah satunya ya BKK <i>mbak</i> .	Tp	
	dengan memberikan arahan, dorongan, dan memberi motivasi kepada pengurus BKK agar mau menjalankan tugas <i>mbak</i> .	Pt	
WK	pemasaran siswa yang mau lulus dilakukan setiap Bulan Maret dengan melakukan promosi dan pameran <i>mbak</i> , dulu promosi langsung ke perusahaan-perusahaan tetapi sekarang sudah tidak dilaksanakan lagi <i>mbak</i> . Alumni juga melakukan promosi di perusahaan yang sudah merekrutnya. Nantinya perusahaan tersebut kan akan merasa	Pg	
		Pg	
		W	
		St	

	yakin dan percaya kualitas yang dimiliki oleh lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta jadi pada tahun selanjutnya mereka akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi <i>mbak</i> .		tetapi juga dari SMK di Yogyakarta lainnya.
	langsung dari DU/DI yang sudah bekerjasama <i>mbak</i> , mereka kalau membutuhkan tenaga kerja langsung mengirim surat permintaan tenaga kerja <i>mbak</i> , kadang mereka mengunjungi sekolah juga untuk memberikan informasi lowongan kerja, kadang info lowongan juga dari SMK lain <i>mbak</i> .	Ilo	l. MOU kerjasama sekolah dengan DU/DI ditandatangani kalau DU/DI baru pertama kali merekrut tenaga kerja dari sekolah.
	sebelum dipasang di papan pengumuman, kalau yang megirim surat permintaan tenaga kerja belum bekerjasama dengan kita, kita nanti buat MOU dan nanti kita kasih untuk dimintakan tanda tangan ke DU/DI yang bersangkutan <i>mbak</i> .	Mu	m. Bimbingan kerja kepada siswa diberikan oleh guru BP/BK lewat mata pelajaran bimbingan kerja dengan diarahkan bakat dan minat siswa di dunia kerja.
	sekolah menyediakan fasilitas untuk tes perekrutan <i>mbak</i> , biasanya DU/DI meminta bantuan ke sekolah untuk mau menyelenggarakan tes tersebut di sekolah <i>mbak</i> .	Tp	n. Penggerakan dilakukan oleh Kepala Sekolah dengan menyampaikan kepada Waka Humas, Waka Humas menyampaikan kepada Ketua BKK, dan Ketua BKK menggerakan pengurus yang lain. penggerakan dilakukan dengan memberikan arahan, dorongan, dan motivasi kepada Tim BKK.
	ya selalu <i>mbak</i> , Kepala Sekolah selalu menggerakan melalui saya, nanti saya yang akan menggerakan pengurus BKK secara langsung <i>mbak</i> .	Pg	
	dengan memberikan arahan pada pengurus agar mereka mampu menjalankan tugasnya dengan benar, memberikan dorongan dan motivasi ke mereka supaya mau melaksanakan tugasnya <i>mbak</i> .	Pg	
SB	kebanyakan langsung dari DU/DI <i>mbak</i> , tapi juga kita kan bekerjasama dengan SMK lain jadi kadang juga dari SMK lain di Jogja.	Ilo	
	ya kalau ada langsung saya pasang di papan depan ruang humas <i>mbak</i> , biar banyak yang lihat.	Ilo	
	tidak, hanya Waka Humas yang menggerakan pengurus dalam kegiatan pemasaran lulusan ini <i>mbak</i> .	Pg	
	ya selalu <i>mbak</i> .	Pg	

#### 4. Pengawasan (B. 4)

Keterangan : Pw : Pengawasan Mo : Monitoring P : Proses  
 St : Standar pelaksanaan Pwk : Pengawasan yang dilakukan oleh Waka Pwd : Pengawasan yang dilakukan oleh  
 W : Waktu Humas Disnakertras

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	Kepala Sekolah dan Waka Humas <i>mbak</i> .	Pw	a. Pengawasan terhadap kegiatan pemasaran lulusan dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. b. Standar pelaksanaan kegiatan pemasaran belum dibuat. c. Waktu pengawasan dilaksanakan rutin setiap bulan. d. Monitoring dilakukan sebagai kegiatan pengawasan, yang dilakukan selama kegiatan pemasaran dilakukan. Kepala Sekolah selalu bekerjasama dengan Waka Humas dalam pelaksanaan monitoring kegiatan pemasaran, dan Waka Humas selalu bekerjasama dengan Ketua BKK untuk melakukan monitoring terhadap jalannya kegiatan pemasaran. e. Proses dalam pengawasan kegiatan pemasaran lulusan adalah dengan pelaporan langsung yang dilakukan oleh Ketua BKK berupa laporan hasil kerja kegiatan BKK. f. Pengawasan yang dilakukan Waka Humas dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan/rapat rutin internal antara Waka Humas dengan pengurus yang ada di bidang humas pada setiap bulan. Rapat tersebut dilaksanakan untuk membahas program kegiatan yang telah dilaksanakan. g. Pengawasan yang dilakukan Disnakertrans jarang dilakukan, karena BKK jarang memberikan laporan hasil kerja ke sana.
	Kepala Sekolah mengawasi lewat Waka Humas, nanti Waka Humas yang mengawasi kerja pengurus yang ada di bidang humas. Nanti kalau BKK selesai mengadakan kegiatan, biasanya Kepala Sekolah minta laporannya, untuk dilihat dan dinilai <i>mbak</i> .	Pw	
	setiap bulan di bidang humas rutin dilakukan pertemuan <i>mbak</i> , untuk melakukan koordinasi dan monitoring untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan yang ada di bidang humas termasuk kegiatan pemasaran lulusan. Pertemuan itu dipimpin oleh Waka Humas <i>mbak</i> .	Pwk	
	sejauh ini belum membuat standar pelaksanaan <i>mbak</i> .	St	
	seharusnya kita tiap bulan membuat laporan hasil kerja ke Disnakertrans <i>mbak</i> , tapi kita jarang melakukannya, jadi pihak dari sana juga jarang mengawasi.	Pwd	
WK	ya selalu <i>mbak</i> , Kepala Sekolah selalu memonitor kegiatan pemasaran dari awal sampai akhir <i>mbak</i> . Kepala Sekolah mengawasi lewat saya, nanti saya bekerjasama dengan Ketua BKK untuk mengawasi pengurus lainnya <i>mbak</i> .	Mo	
	dengan mengadakan pertemuan rutin setiap bulan di bidang humas <i>mbak</i> , yang dihadiri oleh saya dan teman-teman pengurus yang ada di bidang humas <i>mbak</i> , biasanya untuk membahas pelaksanaan kegiatan, disitu juga akan dilakukan monitoring dan koordinasi kegiatan yang ada di bidang humas <i>mbak</i> .	Pwk	
		W	
SB	tidak, Waka Humas yang mengawasi semua kegiatan yang ada di BKK <i>mbak</i> .	Pwk	
	ya selalu <i>mbak</i>	Pwk	
	pihak Disnakertrans jarang melakukan pengawasan <i>mbak</i> , soalnya BKK jarang membuat laporan hasil kerja ke sana <i>mbak</i> .	Pwd	

### C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan C)

#### 1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan (C. 1)

Keterangan : L : Lulusan T : Tempat  
Po : Promosi H : Harga  
Pg : Pengurus P : Proses

Py : Pelayanan

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	kualitas lulusan sini bagus <i>mbak</i> , lulusan juga dibekali pengetahuan yang mumpuni bahkan sudah seperti lulusan Diploma 3 <i>mbak</i> , sudah ada kegiatan promosi, jumlah tenaga pelaksananya juga sudah mencukupi	L	a. Lulusan yang dimiliki SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus. Lulusan sudah dibekali pengetahuan yang mumpuni bahkan sudah seperti lulusan Diploma 3. Banyak industri yang percaya akan kualitas lulusan SMK N 2 Yogyakarta. Tidak jarang juga siswa yang baru lulus langsung direkrut oleh DU/DI dimana siswa dulu melakukan prakerin (praktek kerja industri) di DU/DI bersangkutan. Lulusan sangat berantusias dalam merespon informasi lowongan pekerjaan yang disampaikan oleh Tim BKK kepada para lulusan. b. Pengurus kegiatan pemasaran sudah ada dan jumlahnya sudah cukup. Antar pengurus terjalin kerjasama yang baik. c. Promosi sudah ada, adanya promosi sangat mendukung kegiatan pemasaran, karena lewat promosi DU/DI akan mengetahui produk yang dimiliki sekolah dan DU/DI akan tertarik dan merasa percaya akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta. d. Tidak ada biaya atau harga yang dikenakan sekolah untuk lulusan atau DU/DI. Terdapat rumor di SMK N 2 Yogyakarta, bahwa Tim BKK melakukan pungutan kepada lulusan. Tetapi rumor tersebut dibantah oleh Tim BKK, yang menyatakan bahwa tidak ada pungutan apapun bagi lulusan, semua ditanggung oleh pihak sekolah. DU/DI tidak dikenakan biaya, kadang ada uang masuk dari DU/DI itu sebagai bentuk imbal jasa.
	ya mendukung <i>mbak</i> , SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah memiliki nama besar, memiliki citra yang baik di masyarakat dan sudah dikenal oleh banyak DU/DI <i>mbak</i> . Sekolah sini juga sudah menjalin kerjasama dengan banyak DU/DI <i>mbak</i> .	Po	
		Pg	
	ya mendukung <i>mbak</i> , SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah memiliki nama besar, memiliki citra yang baik di masyarakat dan sudah dikenal oleh banyak DU/DI <i>mbak</i> . Sekolah sini juga sudah menjalin kerjasama dengan banyak DU/DI <i>mbak</i> .	T	
	ya mendukung <i>mbak</i> , karena lulusan dan DU/DI tidak dipatok harga, jadi gratis <i>mbak</i> . Tapi ada anggapan bahwa BKK memungut biaya dari lulusan <i>mbak</i> , jadi pengurusnya malas bekerja soalnya tidak ada pungutan yang disangkakan oleh pihak-pihak tertentu. DU/DInya juga tidak dikenakan biaya apapun <i>mbak</i> , kalau ada uang masuk itu sebagai bentuk ucapan terima kasih yang jumlahnya hanya cukup untuk membeli pulsa pengurus <i>mbak</i> .	H	
	para lulusan sangat berantusias <i>mbak</i> kalau ada informasi lowongan pekerjaan, mereka cepat tanya ke petugas humas, dan kalau mereka tertarik mereka langsung mendaftar.	L	
WK	kalau ada kunjungan dari DU/DI, Tim BKK selalu melayani dengan baik <i>mbak</i> , kita selalu melakukan penyambutan. Bahkan kita juga memberikan angket respon pelanggan yang digunakan untuk mengetahui kekurangan layanan sekolah terhadap lulusan yang sudah direkrut oleh DU/DI <i>mbak</i> .	Py	
	kualitas lulusan sekolah ini bagus <i>mbak</i> , banyak industri yang percaya kualitas lulusan sini, untuk tahun ini saja sudah ada $\pm$ 130 anak yang direkrut oleh PT. Telkom <i>mbak</i> .	L	
	ada kerjasama yang baik antar pengurus <i>mbak</i> , jadi kegiatannya bisa berjalan dengan lancar.	Pg	

	sangat mendukung <i>mbak</i> , karena lewat promosi, industri akan percaya.	Po	e. SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah mempunyai nama besar dan sudah memiliki citra yang baik di masyarakat dan di DU/DI. SMK N 2 Yogyakarta sudah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI.  f. Pelayanan yang diberikan pihak sekolah kepada DU/DI sudah baik baik, selalu ada penyambutan yang baik apabila ada kunjungan dari DU/DI. Tim selalu memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI. Tim BKK juga telah membuat angket respon pelanggan yang digunakan untuk mengetahui kekurangan layanan sekolah terhadap lulusan yang sudah direkrut oleh DU/DI.
	siswa dan industri tidak dipungut biaya <i>mbak</i> , jadi gratis.	H	
SB	kualitas lulusan bagus <i>mbak</i> , sebelum lulus saja banyak siswa yang ditarik oleh DU/DI yang dulu buat siswa tersebut prakerin <i>mbak</i> .	L	
	ya sudah mendukung <i>mbak</i> , kan lewat promosi perusahaan-perusahaan jadi tahu <i>mbak</i> .	Po	
	tidak sama sekali <i>mbak</i> , semua gratis untuk siswa dan perusahaan.	H	
	kami selalu memberikan pelayanan yang prima <i>mbak</i> kepada perusahaan biar selalu terjalin hubungan yang harmonis <i>mbak</i> .	Py	

## 2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan (C. 2)

Keterangan : Pg : Pengurus Ag : Anggaran  
Po : Promosi

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	sumber daya manusia (SDM) dari segi kemampuan sama pengetahuannya masih kurang <i>mbak</i> , soalnya Tim BKK kan bentukan dari guru-guru bukan dari ahli pemasaran. Guru seperti saya juga harus mengajar <i>mbak</i> , jadi waktu yang diberikan untuk kegiatan pemasaran kurang maksimal. BKK juga butuh kegiatan promosi lagi <i>mbak</i> , kan sudah jarang melakukan promosi lagi.	Pg	a. Pengurus BKK masih kurang bagus kualitasnya, meskipun jumlahnya sudah memenuhi. Tim BKK terbentuk dari guru-guru SMK N 2 Yogyakarta, sehingga kurang sesuai dengan bidangnya yaitu pemasaran. Waktu yang diberikan oleh guru kurang maksimal karena mereka juga harus mengajar. b. Kegiatan promosi sudah jarang dilakukan. c. Jumlah anggaran yang disediakan oleh sekolah tidak terlalu banyak dan dapat dikatakan kecil jumlahnya sehingga Tim BKK membutuhkan sumber dana yang lebih. Tim BKK dalam menyelenggarakan pameran menggunakan anggaran yang disediakan oleh pusat.
	belum <i>mbak</i> , dana dari sekolah jumlahnya kecil, kita aja kalau menyelenggarakan pameran, menggunakan anggaran dari pusat <i>mbak</i> .	Po	
		Ag	
WK	tidak gampang dalam meyakinkan industri <i>mbak</i> .	Pg	
SB	kemampuan yang dimiliki oleh pengurus belum sesuai dengan kebutuhan <i>mbak</i> .	Pg	
	anggaran yang diberikan belum sesuai dengan kebutuhan kegiatan pemasaran <i>mbak</i> .	Ag	

#### D. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan (D)

Keterangan : Pln : Pelaksanaan W : Waktu  
 Tu : Tujuan Tl : Tindak Lanjut

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	kegiatan penelusuran lulusan di sekolah ini dilaksanakan oleh BKK mbak, penelusuran ini dilakukan untuk mencari tahu apa masih ada lulusan yang belum bekerja, kan sekolah harus bertanggung jawab untuk mencari kerja para lulusan mbak, jadi nanti kalau ada yang masih belum bekerja, sekolah bisa mencari kerja mbak. sama seperti kegiatan pemasaran sudah dari dulu mbak. perkembangannya baik mbak.	Pln	Pelaksana kegiatan penelusuran lulusan yaitu BKK SMK N 2 Yogyakarta. Tujuan dari kegiatan tersebut yaitu : untuk mengetahui keberadaan para lulusan setelah lulus dari sekolah, apakah sudah bekerja atau belum bekerja atau bahkan kuliah. sekolah ingin membantu para lulusan yang belum mendapatkan pekerjaan. Waktu pelaksanaan kegiatan penelusuran sudah sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta. Tindak lanjut dari kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun selalu ada perkembangan yang baik.
		Tu	
		W	
		Tl	
WK	kegiatan penelusuran dan pemasaran sama-sama dilaksanakan oleh BKK mbak, penelusuran ini dilakukan untuk mencari tahu seberapa banyak lulusan sini yang belum bekerja, biar kami bisa menyalurkan kerja mbak.	Pln	
		Tu	
SB	penelusuran lulusan dilaksanakan setiap tahun mbak, untuk melihat seberapa banyak lulusan sini yang sudah bekerja, belum bekerja sama yang kuliah mbak. setiap tahun selalu ada perkembangan yang baik mbak.	Pln	
		Tu	
		Tl	

### E. Kegiatan Penelusuran Lulusan (E)

#### 1. Persiapan (E. 1)

Keterangan : Pln : Pelaksanaan P : Proses  
K : Kegiatan

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	ya sama <i>mbak</i> , kan kegiatan pemasaran sama penelusuran lulusan itu tugasnya BKK <i>mbak</i> .	Pln	a. Pelaksanaan persiapan kegiatan penelusuran lulusan sama dengan persiapan pada kegiatan pemasaran lulusan karena merupakan tugas dari BKK SMK N 2 Yogyakarta. b. Kegiatan yang dilakukan dalam membuat rencana program kerja yaitu merumuskan item pertanyaan dan tanggapan para lulusan yang nantinya akan dimasukkan dalam instrumen penelusuran lulusan, dan membahas metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan. c. Proses persiapan kegiatan penelusuran lulusan yaitu. 1) pembentukan Tim BKK 2) Tim BKK membuat rencana program kerja 3) Mengajukan rencana program kerja kepada Kepala Sekolah. 4) Setelah disetujui Tim BKK mempersiapkan data daftar lulusan dan instrumen yang akan digunakan untuk penelusuran lulusan.
	biasanya Tim menentukan pertanyaan yang akan dimasukan ke instrumen penelusuran <i>mbak</i> , terus menentukan metode yang tepat untuk digunakan <i>mbak</i> . Nanti kalau sudah ditentukan dan sudah mendapat persetujuan dari Waka Humas, terus dilaporkan ke Kepala Sekolah untuk meminta persetujuan. Nanti kalau sudah disetujui, Tim menyiapkan data daftar lulusan sama menyiapkan instrumen yang mau digunakan <i>mbak</i> .	K	
		P	
WK	sama seperti persiapan dalam kegiatan pemasaran, soalnya kan tugas BKK <i>mbak</i> , hanya waktu merencanakan program kerja, kita akan membahas apa saja pertanyaan yang nanti akan masuk ke instrumen penelusuran, terus juga menentukan metode dan instrumen yang pas untuk digunakan <i>mbak</i> .	Pln	
		K	
SB	Tim BKK melakukan rapat perencanaan kegiatan, saya juga ikut dalam rapat tersebut <i>mbak</i> .	P	
	biasanya menentukan instrumen dan metode yang mau digunakan <i>mbak</i> .	K	



## 2. Pelaksanaan (E. 2)

Keterangan : D : Dasar/acuan P : Proses Fp : Faktor penghambat  
 Si : Sistem dan Prosedur kerja I : Instrumen penelusuran Dp : Data penelusuran lulusan  
 W : Waktu U : Upaya

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	program kerja yang dibuat di awal tadi <i>mbak</i> yang sudah disetujui oleh Kepala Sekolah.	D	a. Dasar/acuan pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yaitu program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah. b. Sistem dan prosedur kerja kegiatan penelusuran lulusan belum dibuat, BKK hanya melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan sesuai dengan program kerja. c. Waktu pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yaitu pada tiga sampai dengan enam bulan setelah siswa dinyatakan lulus. d. Proses pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yakni dimulai dari pendataan lulusan yang dilakukan oleh Sekretaris BKK, lalu mendistribusikan instrumen penelusuran lulusan kepada para lulusan, lalu mengumpulkan kembali instrumen tersebut. e. Instrumen penelusuran lulusan yang digunakan pada awalnya yaitu menggunakan blangko penelusuran lulusan. Blangko diisi pada saat lulusan akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, setelah blangko tersebut diisi oleh lulusan, maka lulusan harus menyerahkan kembali blangko tersebut ke sekolah. Sekarang sekolah akan memberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke android para lulusan dan akan segera diefektifkan. Sebelumnya sekolah sudah merancang instrumen penelusuran dengan memanfaatkan website sekolah dengan membuat database penelusuran lulusan di website SMK N 2 Yogyakarta, tetapi masih kurang efektif juga.
	sejauh ini kami belum membuat sistem dan prosedur kerjanya <i>mbak</i> , kami cuma melaksanakan sesuai dengan program kerjanya.	Si	
	kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan 3 sampai 6 bulan setelah siswa dinyatakan lulus <i>mbak</i> .	W	
	kegiatan penelusuran lulusan dimulai dari mendata lulusan yang dilakukan oleh sekretaris BKK <i>mbak</i> , terus kita menyebarkan instrumen ke para lulusan, menunggu instrumen dari lulusan untuk dikumpulkan ke sekretaris BKK, nanti oleh sekretaris BKK diinput ke komputer untuk dibuat laporan hasil penelusuran lulusan <i>mbak</i>	P	
	dulu kita menggunakan blangko <i>mbak</i> , tapi sekarang tim membuat database penelusuran lulusan di Website sekolah.	I	
	kita hubungi lewat telepon <i>mbak</i> , di SMS, tapi kan kebanyakan siswa sudah ganti nomornya, jadi kita susah untuk menghubungi.	U	
WK	masih ada lulusan yang tidak mau memberikan informasi keberadaannya <i>mbak</i> , padahal metode yang digunakan dirasa sudah pas, semisal dulu menggunakan blangko yang diisi saat akan melakukan cap tiga jari, tapi tetap saja tidak diisi dan dikembalikan oleh para lulusan ke SMK <i>mbak</i> . Sekarang mulai akan segera diberlakukan aplikasi ke android para lulusan <i>mbak</i> , karena perkembangan jaman. Di website sekolah juga sudah disediakan kolom penelusuran lulusan <i>mbak</i> , tapi tetap saja masih belum efektif dan akan segera diefektifkan.	I	
		Fp	
	dihubungi lewat handphone ditelepon/di SMS <i>mbak</i> .	U	
SB	kami belum membuatnya <i>mbak</i> , berjalan sesuai dengan program saja <i>mbak</i> .	Si	
	sudah ada <i>mbak</i> .	Dp	
	setelah kelulusan <i>mbak</i> , siswa diberikan instrumen penelusuran lulusan <i>mbak</i> .	W	

		P	<p>f. Faktor penghambat kegiatan penelusuran lulusan yaitu masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya, metode dan instrumen yang digunakan belum efektif.</p> <p>g. Upaya yang dilakukan oleh sekolah apabila masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya yaitu dengan menghubungi lewat handphone.</p> <p>h. Data penelusuran lulusan sudah ada.</p>
--	--	---	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### 3. Tindak Lanjut (E. 3)

Keterangan : P : Proses

Lp : Laporan penelusuran lulusan

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	sekretaris BKK menginput data hasil penelusuran lulusan ke komputer <i>mbak</i> , untuk melihat jumlah lulusan yang sudah bekerja, belum bekerja, berwiraswasta, melanjutkan kuliah sama yang tidak terlacak <i>mbak</i> .	P	<p>a. Proses tindak lanjut kegiatan penelusuran lulusan yaitu pengurus melakukan pendataan untuk dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan, yang berisi jumlah lulusan yang sudah bekerja, belum bekerja, berwiraswasta, melanjutkan kuliah dan yang tidak terlacak.</p> <p>b. Laporan penelusuran lulusan terlebih dahulu diserahkan kepada Waka Humas kemudian diserahkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban.</p>
WK	ya saya periksa <i>mbak</i> dan saya tanda tangani, kan nanti diberikan ke Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban <i>mbak</i> .	Lp	
SB	ya nanti <i>mbak</i> kalau sudah terkumpul, saya yang akan mendata, diinput ke komputer dan nanti saya print saya kasih ke Ketua BKK dan Waka Humas <i>mbak</i> .	P	

## F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan (F)

### 1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan (F. 1)

Keterangan : L : Lulusan D : Dana  
Pg : Pengurus F : Fasilitas

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	ada lulusan mau membagi <i>mbak</i> , tapi ada juga yang tidak mau, dan jumlah pengurusnya sudah cukup untuk melaksanakan kegiatan penelusuran ini <i>mbak</i> .	L	a. Ada lulusan yang mau membagi informasi keberadaannya. b. Ada pengurus kegiatan penelusuran lulusan, dan jumlahnya sudah cukup, dan sudah terjalin kerjasama yang baik antar pengurus. c. tersedia fasilitas yang dibutuhkan dan jumlahnya mencukupi. d. tersedia dana dari sekolah dan jumlahnya mencukupi.
	fasilitas yang dibutuhkan sudah ada dan sudah mencukupi <i>mbak</i> .	Pg	
	sudah tersedia dana dan jumlahnya cukup <i>mbak</i> .	F	
		D	
WK	ada kerjasama yang baik antar pengurus <i>mbak</i> dan sudah tersedia dana dari sekolah untuk melaksanakan kegiatan penelusuran <i>mbak</i> .	Pg	
		D	
SB	sudah ada pengurusnya dan sudah sesuai dengan kebutuhan <i>mbak</i> , dan sekolah juga sudah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan BKK <i>mbak</i> .	Pg	
		F	

## 2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan (F. 2)

Keterangan : L : Lulusan MI : Metode dan Instrumen  
Pg : Pengurus U : Upaya

Informan	Hasil Wawancara	Kode	Kesimpulan
KB	masih banyak lulusan yang tidak mau membagi informasinya <i>mbak</i> , jadi kita susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. Dan tidak ada pengurus yang secara langsung menangani kegiatan penelusuran lulusan ini <i>mbak</i> , soalnya kan tim berasal dari guru dan wakil kepala sekolah jadi kurang efisien <i>mbak</i> .	L	a. Masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya sehingga sekolah susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. b. Tidak ada pengurus yang secara langsung menangani, karena Tim BKK berasal dari guru dan wakil kepala sekolah, jadi kurang efisien. Ketua BKK menginginkan ada pengurus yang langsung menangani penelusuran lulusan, yang mau terjun ke lapangan mencari informasi tentang keberadaan lulusan. c. Metode dan instrumen yang pertama digunakan dalam penelusuran lulusan yaitu blangko, tetapi masih kurang efektif karena banyak siswa yang tidak mengembalikan blangko tersebut ke sekolah, sehingga Tim membuat database penelusuran lulusan di website sekolah. d. Upaya yang diambil sekolah untuk mengatasi hambatan yaitu dengan menghubungi lulusan yang tidak terlacak lewat telepon, handphone dan facebook. Kalau sudah tidak ada cara maka sekolah menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi sudah bekerja. Tim juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya diharapkan tidak ada lulusan yang tidak terlacak.
	penelusuran lulusan disini dilaksanakan lewat website, dulu awalnya menggunakan blangko penelusuran <i>mbak</i> , tapi banyak siswa yang tidak mengembalikan blangko tersebut, jadi tim membuat database penelusuran lulusan di Website sekolah dengan tujuan biar para lulusan mudah memberikan informasinya <i>mbak</i> .	Pg	
	lulusan yang tidak terlacak ditelepon/SMS <i>mbak</i> , kalau nomornya sudah ganti dihubungi lewat facebook sekolah, kalau tidak berhasil tim menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya berharap akan menjadi 100% terlacak semua <i>mbak</i> . Kalau soal pengurus seharusnya ada karyawan yang menangani masalah penelusuran <i>mbak</i> , yang mau berkeliling untuk mencari tahu informasi, yakni dengan berkunjung ke DU/DI yang bekerjasama atau dengan mengunjungi rumah para lulusan <i>mbak</i> .	MI	
WK	ya seperti yang saya katakan tadi <i>mbak</i> , kalau masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya, jadi susah untuk mengetahui keberadaan lulusan <i>mbak</i> .	U	
	dihubungi lewat telepon <i>mbak</i> , tapi kebanyakan anak kan nomor Hpnya sudah ganti, jadi kalau sudah tidak ada cara ya kami menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi berarti anak tersebut sudah mandiri dalam arti sudah bekerja <i>mbak</i> .	L	
SB	kadang-kadang masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya <i>mbak</i> , metode dan instrumen yang digunakan masih belum efektif <i>mbak</i> .	U	

**HASIL OBSERVASI**  
**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Hari : Senin dan Rabu  
 Tanggal : 29 Juni 2015 dan 1 Juli 2015  
 Pukul : 08.00 WIB s.d selesai  
 Tempat : SMK N 2 Yogyakarta

Komponen	Hal yang diamati	Ada	Tidak	Keterangan
Manajemen Pemasaran Lulusan	Rapat perencanaan kegiatan pemasaran lulusan	✓		Pada tanggal 1 Juli 2015 sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Rapat tersebut untuk membahas program kerja di sekolah. Salah satu hal yang dilakukan dalam rapat tersebut yaitu membentuk Tim BKK dan pembagian tugas masing-masing anggota tim.
	Pelaksanaan manajemen pemasaran lulusan	✓		Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan SMK N 2 Yogyakarta adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya kegiatan siswa, yang tujuannya agar masyarakat mengetahui kualitas dari siswa-siswa SMK N 2 Yogyakarta. Hal ini terlihat pada saat ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN, pihak humas membuat spanduk dan dipasang di sebelah kanan SMK yang menghadap ke sebelah selatan. Spanduk tersebut memberikan informasi bahwa ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN dan mendoakan agar dapat juara. Spanduk tersebut digunakan pihak humas sebagai media informasi bahwa siswa yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat mengikuti lomba OSN tersebut.
				terlihat di papan pengumuman bidang humas terdapat beberapa informasi lowongan pekerjaan dari beberapa industri.
Penelusuran Lulusan	Rapat pembentukan tim penelusuran lulusan	✓		Pada tanggal 1 Juli 2015 sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Rapat tersebut untuk membahas program kerja di sekolah. Salah satu hal yang dilakukan dalam rapat tersebut yaitu membentuk Tim BKK dan pembagian tugas masing-masing anggota tim.
	Kegiatan penelusuran lulusan	✓		Pada tanggal 29 Juni 2015 Tim BKK sedang mengajukan anggaran kepada bendahara sekolah untuk meluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang terbaru, yaitu aplikasi penelusuran lulusan yang ada di android. Nanti aplikasi tersebut akan dikirimkan ke android para lulusan SMK N 2 Yogyakarta.

**HASIL STUDI DOKUMENTASI**  
**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN**  
**DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

Hari, Tanggal : Senin, 22 Juni 2015  
Pukul : 08.00 WIB s.d selesai  
Tempat : Bidang Humas SMK N 2 Yogyakarta

No.	Data yang dibutuhkan	Keberadaan		Keadaan		Uraian
		Ada	Tidak	Baik	Tidak	
1.	Sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan		✓			Pihak BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan
2.	Alur kegiatan pemasaran lulusan		✓			Pihak BKK belum membuat alur kegiatan pemasaran lulusan
3.	Struktur tim pemasaran lulusan	✓		✓		<p>Berupa dokumen Struktur Organisasi BKK, dan dokumen Uraian Tugas BKK. Struktur organisasi belum dibuat permanen dan ditempel pada dinding. Dari kedua dokumen tersebut dapat diketahui bahwa Struktur organisasi BKK terdiri dari penanggung jawab yaitu Kepala Sekolah, di bawahnya yaitu Wakil Kepala Sekolah Bagian Humas, di bawahnya ada Ketua BKK, yang dibantu Sekretaris BKK, dan di bawah Ketua yaitu anggota.</p> <p>Berikut uraian tugas masing-masing anggota BKK.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Waka 4 (humas) : bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan Perusahaan dan Rekrutmen tamatan.</li> <li>2. Ketua : bertanggung jawab kepada Waka 4 tentang pelaksanaan rekrutmen tamatan. Menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N 2 Yogyakarta.</li> <li>3. Sekretaris : mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan, serta menyimpan dan memelihara dokumen yang ada.</li> <li>4. Anggota : membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK N 2 Yogyakarta.</li> </ol>
	Struktur tim penelusuran lulusan	✓		✓		
5.	Prosedur kerja penelusuran lulusan		✓			Pihak BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan
6.	Alur kegiatan penelusuran lulusan		✓			Pihak BKK belum membuat alur kegiatan penelusuran lulusan

7.	Data hasil penelusuran lulusan	✓		✓		<p>Berupa dokumen Data Alumni &amp; Penelusuran Lulusan Tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013. Data penelusuran ini akan dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban BKK. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan jumlah siswa yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitupun dengan jumlah keseluruhan siswa yang diketahui dan yang tidak diketahui. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)</li> <li>b. Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)</li> <li>c. Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)</li> </ul> <p>Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%, tetapi yang tidak terlacak juga jumlahnya tidak sedikit yaitu 24%.</p>
8.	Data lulusan yang dipasarkan BKK SMK N 2 Yogyakarta	✓		✓		<p>Berupa dokumen Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun 2014. Dari dokumen tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 ada 19 perusahaan yang merekrut kerja dari SMK N 2 Yogyakarta, pendaftarannya sebanyak 1423 peserta dan peserta yang diterima oleh perusahaan tersebut yang berasal dari SMK N 2 Yogyakarta sebanyak 243 siswa. Jumlah tersebut masih belum valid, karena dua perusahaan diantaranya yaitu Air Asia dan Detik Com masih dalam proses, jadi belum jelas apakah ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima di perusahaan tersebut apa tidak.</p>
9.	Data perusahaan yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta		✓			Pihak BKK belum membuat data perusahaan yang bekerjasama dengan sekolah
10.	Angket respon pelanggan	✓		✓		Berupa dokumen Umpan Balik dari Perusahaan. Angket umpan balik tersebut

						digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Semua perusahaan yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta akan diberikan angket tersebut, dan sekolah sangat berharap untuk bisa diisi dan dikembalikan ke sekolah. Karena lewat angket tersebut, sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan. Agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.
11.	Instruksi kerja pelaksanaan tes tenaga kerja	✓		✓		Berupa dokumen Instruksi kerja Pelaksanaan Tes Tenaga Kerja. Instruksi ini dibuat oleh sekolah untuk peserta tes perekrutan tenaga kerja, agar mereka dapat mempersiapkan diri sebelum dan saat pelaksanaan tes tersebut. Instruksi tersebut dibuat sebagai bentuk perhatian sekolah kepada peserta tes, agar nantinya dapat lancar mengikuti tes dan dapat lolos tes.



**KUMPULAN HASIL WAWANCARA, OBSERVASI, DAN STUDI DOKUMENTASI  
MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN  
DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan**

**Wawancara :**

- a. Pelaksana kegiatan pemasaran lulusan adalah Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta. BKK SMK N 2 Yogyakarta belum resmi karena belum mendapatkan izin pendirian BKK dari Disnakertrans Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena Kepala Sekolah SMK N 2 Yogyakarta yang menjabat sebelumnya belum mengurus perizinan BKK ke Disnakertrans. Padahal pihak dari Disnakertrans sudah menyarankan kepada Ketua BKK untuk mengurus perizinan tersebut karena menurut Disnakertrans BKK SMK N 2 Yogyakarta sudah besar dan baik. Ketua BKK berharap kepada Kepala Sekolah yang menjabat nanti akan bisa mengurus perizinan BKK.
- b. Pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan lewat kegiatan promosi dan pameran.
- c. Waktu pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Tindak lanjut kegiatan pemasaran lulusan pada setiap tahunnya selalu ada perkembangan yang baik dan semakin meningkat.

**B. Manajemen Pemasaran Lulusan**

**1. Perencanaan**

**Wawancara :**

- a. Proses dalam perencanaan kegiatan pemasaran lulusan yakni.
  - 1) Pembentukan Tim/pengurus BKK yang dilakukan lewat rapat sekolah
  - 2) Tim BKK dan Waka Humas melaksanakan rapat untuk membuat perencanaan program kerja.
  - 3) Tim BKK mengajukan rencana tersebut ke Kepala Sekolah untuk mendapatkan persetujuan.
  - 4) Setelah rencana disetujui oleh Kepala Sekolah, maka program dilaksanakan.
- b. Perencanaan kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan pada setiap awal tahun ajaran baru.
- c. Pelaksana perencanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Dasar/acuan dalam membuat rencana program kerja yakni petunjuk dari Disnakertrans.
- e. Isi dalam perencanaan program kerja tersebut antara lain:
  - 1) membahas hasil prestasi yang sudah pernah diraih oleh BKK pada tahun-tahun sebelumnya;
  - 2) melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada;
  - 3) menentukan tujuan, strategi, target dan anggaran yang dibutuhkan dari tiap-tiap program yang direncanakan.
- f. Program kerja yang berkaitan dengan pemasaran lulusan, yang sudah dilaksanakan yakni pendaftaran dan pendataan lulusan, mencari dan mendata info lowongan, bimbingan kerja, kunjungan industri, dan melakukan pemasaran lulusan setiap bulan maret.

**Observasi :**

Pada tanggal 1 Juli 2015 sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Rapat tersebut untuk membahas program kerja di sekolah. Salah satu hal yang dilakukan dalam rapat tersebut yaitu membentuk Tim BKK dan pembagian tugas masing-masing anggota tim.

## **2. Pengorganisasian**

### **Wawancara :**

- a. Proses pengorganisasian terdiri dari:
  - 1) Memilih dan membentuk Tim BKK
  - 2) Membuat struktur organisasi
  - 3) Membagi tugas masing-masing anggota Tim
  - 4) Koordinasi
  - 5) Menyusun daftar sumber daya dan menyusun daftar kegiatan
- b. Pembentukan Tim BKK setiap dua tahun sekali pada awal tahun ajaran baru melalui musyawarah. Tim terdiri dari penanggungjawab, ketua, sekretaris, dan anggota. Pembentukan tim BKK berdasarkan kemampuan yang dimilikinya, kalau memiliki kemampuan di bidang BKK maka akan dijadikan pengurus BKK.
- c. Struktur organisasi BKK sudah ada dan sudah disertakan pembagian tugas masing-masing anggota.
- d. Sumber daya yang diperlukan dalam kegiatan pemasaran yaitu pengurus, fasilitas, media, dan anggaran.
- a. Koordinasi dan monitoring kegiatan pemasaran dilakukan oleh Kepala Sekolah dan Waka Humas yang dilakukan secara rutin lewat pertemuan setiap bulan untuk membahas pelaksanaan kegiatan.

### **Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Struktur Organisasi BKK, dan dokumen Uraian Tugas BKK. Struktur organisasi BKK belum dibuat permanen dan ditempel pada dinding. Dari kedua dokumen tersebut dapat diketahui bahwa Struktur organisasi BKK terdiri dari penanggung jawab yaitu Kepala Sekolah, di bawahnya yaitu Wakil Kepala Sekolah Bagian Humas, di bawahnya ada Ketua BKK, yang dibantu Sekretaris BKK (Suharjo), dan di bawah Ketua yaitu anggota.

Berikut uraian tugas masing-masing anggota Tim BKK.

- a. Waka 4 (humas) : bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan Perusahaan dan Rekrutmen tamatan.
- b. Ketua : bertanggung jawab kepada Waka 4 tentang pelaksanaan rekrutmen tamatan. Menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N Yogyakarta.
- c. Sekretaris : mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan, serta menyimpan dan memelihara dokumen yang ada.
- d. Anggota : membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK N 2 Yogyakarta.

## **3. Pelaksanaan**

### **Wawancara :**

- a. Dasar/acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu program kerja yang telah dibuat Tim BKK dan telah disetujui oleh Kepala Sekolah.
- b. Sistem dan prosedur kerja kegiatan pemasaran lulusan belum dibuat.
- c. Subjek pemasaran adalah semua siswa kelas dua belas yang mau lulus
- d. Objek pemasaran adalah perusahaan-perusahaan yang relevan dengan program studi di sekolah.
- e. Waktu pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yakni pada bulan maret,
- f. Strategi atau cara memasarkan lulusan dengan:
  - 1) Promosi ke perusahaan. Pada awalnya promosi dilakukan dengan cara mengunjungi langsung perusahaan-perusahaan. Tetapi setelah itu tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan yang datang ke SMK untuk merekrut tenaga kerja dari para lulusannya.

- Perusahaan yang datang tersebut kebanyakan mengetahui SMK N 2 Yogyakarta dari perusahaan lain yang memiliki tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.
- 2) Mengikuti pameran yang diselenggarakan pemerintah daerah, dengan memamerkan profil sekolah, jurusan yang dimiliki, alumni-alumninya seperti apa, prestasi yang dimiliki oleh sekolah.
  - 3) Promosi lewat kegiatan siswa dengan memasang spanduk kegiatan siswa di sekitar sekolah
  - 4) Promosi lewat website sekolah dengan menginformasikan hal-hal atau kegiatan siswa.
  - 5) Para alumni dari SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi di perusahaan dimana mereka bekerja, promosi dilakukan dengan menampilkan kinerja yang baik sehingga perusahaan-perusahaan tersebut akan merasa yakin dan percaya akan kualitas yang dimiliki oleh para lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga pada tahun selanjutnya kan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi. SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi lewat acara pameran, lewat kegiatan Lomba Kegiatan Siswa (LKS). Selain itu juga membuka website SMK N 2 Yogyakarta.
- g. Tujuan promosi untuk mencari lowongan pekerjaan dari DU/DI.
  - h. Informasi lowongan pekerjaan datang dari DU/DI langsung dan dari SMK lain di Yogyakarta. Informasi tersebut kemudian dipasang di papan pengumuman.
  - i. Proses setelah memasarkan lulusan yaitu lulusan mendaftar di bidang humas, Tim membimbing pendaftar, tes perekrutan, dan kalau lolos tes, lulusan menandatangani perjanjian kerja, dan Tim BKK mengirim lulusan yang bersangkutan ke DU/DI.
  - j. Tes perekrutan biasanya diadakan di sekolah apabila informasi lowongan kerja berasal dari DU/DI secara langsung, apabila informasi lowongan datang dari SMK lain, maka tes disesuaikan. Tes dilaksanakan dengan tes tertulis, wawancara, dan tes kesehatan.
  - k. Peserta tes perekrutan tidak hanya dari SMK N 2 Yogyakarta tetapi juga dari SMK di Yogyakarta lainnya.
  - l. MOU kerjasama sekolah dengan DU/DI ditandatangani kalau DU/DI baru pertama kali merekrut tenaga kerja dari sekolah.
  - m. Bimbingan kerja kepada siswa diberikan oleh guru BP/BK lewat mata pelajaran bimbingan kerja dengan diarahkan bakat dan minat siswa di dunia kerja.
  - n. Penggerakan dilakukan oleh Kepala Sekolah dengan menyampaikan kepada Waka Humas, Waka Humas menyampaikan kepada Ketua BKK, dan Ketua BKK menggerakan pengurus yang lain. penggerakan dilakukan dengan memberikan arahan, dorongan, dan motivasi kepada Tim BKK.
- Observasi :**
- Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan SMK N 2 Yogyakarta adalah memberikan informasi kepada masyarakat tentang adanya kegiatan siswa, yang tujuannya agar masyarakat mengetahui kualitas dari siswa-siswa SMK N 2 Yogyakarta. Hal ini terlihat pada saat ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN, pihak humas membuat spanduk dan dipasang di sebelah kanan SMK yang menghadap ke sebelah selatan. Spanduk tersebut memberikan informasi bahwa ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN dan mendoakan agar dapat juara. Spanduk tersebut digunakan pihak humas sebagai media informasi bahwa siswa yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat mengikuti lomba OSN tersebut.
- Observasi :**
- terlihat di papan pengumuman bidang humas tertempel beberapa informasi lowongan pekerjaan dari beberapa industri.
- Studi dokumentasi :**
- Pihak BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja pemasaran lulusan
- Pihak BKK belum membuat alur kegiatan pemasaran lulusan

#### **4. Pengawasan**

##### **Wawancara :**

- a. Pengawasan terhadap kegiatan pemasaran lulusan dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK.
- b. Standar pelaksanaan kegiatan pemasaran belum dibuat.
- c. Waktu pengawasan dilaksanakan rutin setiap bulan.
- d. Monitoring dilakukan sebagai kegiatan pengawasan, yang dilakukan selama kegiatan pemasaran dilakukan. Kepala Sekolah selalu bekerjasama dengan Waka Humas dalam pelaksanaan monitoring kegiatan pemasaran, dan Waka Humas selalu bekerjasama dengan Ketua BKK untuk melakukan monitoring terhadap jalannya kegiatan pemasaran.
- e. Proses dalam pengawasan kegiatan pemasaran lulusan adalah dengan pelaporan langsung yang dilakukan oleh Ketua BKK berupa laporan hasil kerja kegiatan BKK.
- f. Pengawasan yang dilakukan Waka Humas dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan/rapat rutin internal antara Waka Humas dengan pengurus yang ada di bidang humas pada setiap bulan. Rapat tersebut dilaksanakan untuk membahas program kegiatan yang telah dilaksanakan.
- g. Pengawasan yang dilakukan Disnakertrans jarang dilakukan, karena BKK jarang memberikan laporan hasil kerja ke sana.

##### **Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun 2014. Data ini akan dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban BKK. Dari dokumen tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 ada 19 perusahaan yang merekrut kerja dari SMK N 2 Yogyakarta, pendaftarannya sebanyak 1423 peserta dan peserta yang diterima oleh perusahaan tersebut yang berasal dari SMK N 2 Yogyakarta sebanyak 243 siswa. Jumlah tersebut masih belum valid, karena dua perusahaan diantaranya yaitu Air Asia dan Detik Com masih dalam proses, jadi belum jelas apakah ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima di perusahaan tersebut apa tidak.

#### **C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

##### **1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

##### **Wawancara :**

- a. Lulusan yang dimiliki SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus. Lulusan sudah dibekali pengetahuan yang mumpuni bahkan sudah seperti lulusan Diploma 3. Banyak industri yang percaya akan kualitas lulusan SMK N 2 Yogyakarta. Tidak jarang juga siswa yang baru lulus langsung direkrut oleh DU/DI dimana siswa dulu melakukan prakerin (praktek kerja industri) di DU/DI bersangkutan. Lulusan sangat berantusias dalam merespon informasi lowongan pekerjaan yang disampaikan oleh Tim BKK kepada para lulusan.
- b. Pengurus kegiatan pemasaran sudah ada dan jumlahnya sudah cukup. Antar pengurus terjalin kerjasama yang baik.
- c. Promosi sudah ada, adanya promosi sangat mendukung kegiatan pemasaran, karena lewat promosi DU/DI akan mengetahui produk yang dimiliki sekolah dan DU/DI akan tertarik dan merasa percaya akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Tidak ada biaya atau harga yang dikenakan sekolah untuk lulusan atau DU/DI. Terdapat rumor di SMK N 2 Yogyakarta, bahwa Tim BKK melakukan pungutan kepada lulusan. Tetapi rumor tersebut dibantah oleh Tim BKK, yang menyatakan bahwa tidak ada pungutan apapun bagi lulusan, semua ditanggung oleh pihak sekolah. DU/DI tidak dikenakan biaya, kadang ada uang masuk dari DU/DI itu sebagai bentuk imbal jasa.

- e. SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah mempunyai nama besar dan sudah memiliki citra yang baik di masyarakat dan di DU/DI. SMK N 2 Yogyakarta sudah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI.
- f. Proses kegiatan pemasaran tidak rumit karena dilaksanakan di SMK N 2 Yogyakarta, dan pihak BKK selalu memberikan informasi tentang jadwal ketiga kegiatan tersebut, jadi peserta tidak akan kebingungan.
- g. Pelayanan yang diberikan pihak sekolah kepada DU/DI sudah baik baik, selalu ada penyambutan yang baik apabila ada kunjungan dari DU/DI. Tim selalu memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI. Tim BKK juga telah membuat angket respon pelanggan yang digunakan untuk mengetahui kekurangan layanan sekolah terhadap lulusan yang sudah direkrut oleh DU/DI.

**Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Instruksi kerja Pelaksanaan Tes Tenaga Kerja. Instruksi ini dibuat oleh sekolah untuk peserta tes perekrutan tenaga kerja, agar mereka dapat mempersiapkan diri sebelum dan saat pelaksanaan tes tersebut. Instruksi tersebut dibuat sebagai bentuk perhatian sekolah kepada peserta tes, agar nantinya dapat lancar mengikuti tes dan dapat lolos tes.

**Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun 2014. Dari dokumen tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 ada 19 perusahaan yang merekrut kerja dari SMK N 2 Yogyakarta, pendaftarannya sebanyak 1423 peserta dan peserta yang diterima oleh perusahaan tersebut yang berasal dari SMK N 2 Yogyakarta sebanyak 243 siswa. Jumlah tersebut masih belum valid, karena dua perusahaan diantaranya yaitu Air Asia dan Detik Com masih dalam proses, jadi belum jelas apakah ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima di perusahaan tersebut apa tidak.

**Studi dokumentasi :**

Pihak BKK belum membuat data perusahaan yang bekerjasama dengan sekolah

**Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Umpan Balik dari Perusahaan. Angket umpan balik tersebut digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Semua perusahaan yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta akan diberikan angket tersebut, dan sekolah sangat berharap untuk bisa diisi dan dikembalikan ke sekolah. Karena lewat angket tersebut, sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan. Agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.

## **2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

**Wawancara :**

- a. Pengurus BKK masih kurang bagus kualitasnya, meskipun jumlahnya sudah memenuhi. Tim BKK terbentuk dari guru-guru SMK N 2 Yogyakarta, sehingga kurang sesuai dengan bidangnya yaitu pemasaran. Waktu yang diberikan oleh guru kurang maksimal karena mereka juga harus mengajar.
- b. Kegiatan promosi sudah jarang dilakukan.
- c. Jumlah anggaran yang disediakan oleh sekolah tidak terlalu banyak dan dapat dikatakan kecil jumlahnya sehingga Tim BKK membutuhkan sumber dana yang lebih. Tim BKK dalam menyelenggarakan pameran menggunakan anggaran yang disediakan oleh pusat.

#### **D. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan**

##### **Wawancara :**

- a. Pelaksana kegiatan penelusuran lulusan yaitu BKK SMK N 2 Yogyakarta.
- b. Tujuan dari kegiatan tersebut yaitu :
  - 1) untuk mengetahui keberadaan para lulusan setelah lulus dari sekolah, apakah sudah bekerja atau belum bekerja atau bahkan kuliah.
  - 2) sekolah ingin membantu para lulusan yang belum mendapatkan pekerjaan.
- c. Waktu pelaksanaan kegiatan penelusuran sudah sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Tindak lanjut dari kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun selalu ada perkembangan yang baik.

#### **E. Kegiatan Penelusuran Lulusan**

##### **1. Persiapan**

##### **Wawancara :**

- a. Pelaksanaan persiapan kegiatan penelusuran lulusan sama dengan persiapan pada kegiatan pemasaran lulusan karena merupakan tugas dari BKK SMK N 2 Yogyakarta.
- b. Kegiatan yang dilakukan dalam membuat rencana program kerja yaitu merumuskan item pertanyaan dan tanggapan para lulusan yang nantinya akan dimasukkan dalam instrumen penelusuran lulusan, dan membahas metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan.
- c. Proses persiapan kegiatan penelusuran lulusan yaitu.
  - 1) pembentukan Tim BKK
  - 2) Tim BKK membuat rencana program kerja
  - 3) Mengajukan rencana program kerja kepada Kepala Sekolah.
  - 4) Setelah disetujui Tim BKK mempersiapkan data daftar lulusan dan instrumen yang akan digunakan untuk penelusuran lulusan.

##### **Obsevasi :**

Pada tanggal 1 Juli 2015 sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Rapat tersebut untuk membahas program kerja di sekolah. Salah satu hal yang dilakukan dalam rapat tersebut yaitu membentuk Tim BKK dan pembagian tugas masing-masing anggota tim.

##### **Observasi :**

Pada tanggal 29 Juni 2015 Tim BKK sedang mengajukan anggaran kepada bendahara sekolah untuk meluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang terbaru, yaitu aplikasi penelusuran lulusan yang ada di android. Nanti aplikasi tersebut akan dikirimkan ke android para lulusan SMK N 2 Yogyakarta.

##### **2. Pelaksanaan**

##### **Wawancara :**

- a. Dasar/acuan pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yaitu program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah.
- b. Sistem dan prosedur kerja kegiatan penelusuran lulusan belum dibuat, BKK hanya melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan sesuai dengan program kerja.
- c. Waktu pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yaitu pada tiga sampai dengan enam bulan setelah siswa dinyatakan lulus.
- d. Proses pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yakni dimulai dari pendataan lulusan yang dilakukan oleh Sekretaris BKK, lalu mendistribusikan instrumen penelusuran lulusan kepada para lulusan, lalu mengumpulkan kembali instrumen tersebut.

- e. Instrumen penelusuran lulusan yang digunakan pada awalnya yaitu menggunakan blangko penelusuran lulusan. Blangko diisi pada saat lulusan akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, setelah blangko tersebut diisi oleh lulusan, maka lulusan harus menyerahkan kembali blangko tersebut ke sekolah. Sekarang sekolah akan memberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke android para lulusan dan akan segera diefektifkan. Sebelumnya sekolah sudah merancang instrumen penelusuran dengan memanfaatkan website sekolah dengan membuat database penelusuran lulusan di website SMK N 2 Yogyakarta, tetapi masih kurang efektif juga.
- f. Faktor penghambat kegiatan penelusuran lulusan yaitu masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya, metode dan instrumen yang digunakan belum efektif.
- g. Upaya yang dilakukan oleh sekolah apabila masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasi keberadaannya yaitu dengan menghubungi lewat handphone.
- h. Data penelusuran lulusan sudah ada.

**Studi dokumentasi :**

Pihak BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja penelusuran lulusan.

Pihak BKK belum membuat alur kegiatan penelusuran lulusan

### **3. Tindak Lanjut**

**Wawancara :**

- a. Proses tindak lanjut kegiatan penelusuran lulusan yaitu pengurus melakukan pendataan untuk dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan, yang berisi jumlah lulusan yang sudah bekerja, belum bekerja, berwiraswasta, melanjutkan kuliah dan yang tidak terlacak.
- b. Laporan penelusuran lulusan terlebih dahulu diserahkan kepada Waka Humas kemudian diserahkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban.

**Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Data Alumni & Penelusuran Lulusan Tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013. Data penelusuran ini akan dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban BKK. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan jumlah siswa yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitupun dengan jumlah keseluruhan siswa yang diketahui dan yang tidak diketahui.

### **F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

#### **1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan**

**Wawancara :**

- a. Ada lulusan yang mau membagi informasi keberadaannya.
- b. Ada pengurus kegiatan penelusuran lulusan, dan jumlahnya sudah cukup, dan sudah terjalin kerjasama yang baik antar pengurus.
- c. tersedia fasilitas yang dibutuhkan dan jumlahnya mencukupi.
- d. tersedia dana dari sekolah dan jumlahnya mencukupi.

**Studi dokumentasi:**

Berupa dokumen Data Alumni & Penelusuran Lulusan Tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013. Data penelusuran ini akan dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban BKK. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan jumlah siswa yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitupun dengan jumlah keseluruhan siswa



yang diketahui dan yang tidak diketahui. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut

- a. Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- b. Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- c. Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%, tetapi yang tidak terlacak juga jumlahnya tidak sedikit yaitu 24%.

## **2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **Wawancara :**

- a. Masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya sehingga sekolah susah untuk mengetahui keberadaan lulusan.
- b. Tidak ada pengurus yang secara langsung menangani, karena Tim BKK berasal dari guru dan wakil kepala sekolah, jadi kurang efisien. Ketua BKK menginginkan ada pengurus yang langsung menangani penelusuran lulusan, yang mau terjun ke lapangan mencari informasi tentang keberadaan lulusan.
- c. Metode dan instrumen yang pertama digunakan dalam penelusuran lulusan yaitu blangko, tetapi masih kurang efektif karena banyak siswa yang tidak mengembalikan blangko tersebut ke sekolah, sehingga Tim membuat database penelusuran lulusan di website sekolah.
- d. Upaya yang diambil sekolah untuk mengatasi hambatan yaitu dengan menghubungi lulusan yang tidak terlacak lewat telepon, handphone dan facebook. Kalau sudah tidak ada cara maka sekolah menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi sudah bekerja. Tim juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya diharapkan tidak ada lulusan yang tidak terlacak.

### **Studi dokumentasi :**

Berupa dokumen Data Alumni & Penelusuran Lulusan Tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013. Data penelusuran ini akan dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban BKK. Data tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan jumlah siswa yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitupun dengan jumlah keseluruhan siswa yang diketahui dan yang tidak diketahui. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut

- a. Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- b. Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- c. Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%, tetapi yang tidak terlacak juga jumlahnya tidak sedikit yaitu 24%.



**DISPLAY DATA**  
**MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN**  
**DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA**

**A. Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Lulusan**

Kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan oleh Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK N 2 Yogyakarta. Sejauh ini BKK SMK N 2 Yogyakarta belum resmi karena belum mendapatkan ijin pendirian BKK dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Disnakertrans) Kota Yogyakarta. Hal ini disebabkan karena Kepala Sekolah SMK N 2 Yogyakarta yang menjabat sebelumnya belum mengurus perizinan BKK ke Disnakertrans. Padahal pihak dari Disnakertrans sudah menyarankan kepada Ketua BKK untuk mengurus perizinan tersebut karena menurut Disnakertrans BKK SMK N 2 Yogyakarta sudah besar dan baik. Ketua BKK berharap kepada Kepala Sekolah yang menjabat nanti akan bisa mengurus perizinan BKK.

Kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta sudah dilaksanakan sejak berdirinya SMK N 2 Yogyakarta. Setiap tahun kegiatan pemasaran lulusan selalu ada perkembangan yang baik dan semakin meningkat. Kegiatan pemasaran lulusan dilaksanakan lewat kegiatan promosi dan pameran.

**B. Manajemen Pemasaran Lulusan**

**1. Perencanaan**

Perencanaan kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan setiap awal tahun ajaran baru. Persiapan yang dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta dalam perencanaan pemasaran lulusan diawali dengan pembentukan Tim/pengurus BKK. Kegiatan pembentukan Tim BKK tersebut, pada tahun ajaran 2015 dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2015, sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta. Setelah Tim BKK terbentuk, maka secara internal, Tim BKK dan Waka Humas melaksanakan rapat untuk membuat perencanaan program kerja. Rencana program kerja tersebut berisi rencana kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan Tim BKK untuk satu tahun ke depan terkait dengan program pemasaran lulusan. Rencana tersebut dibuat berdasarkan hasil analisis prestasi pemasaran lulusan yang sudah pernah diraih oleh BKK sebelumnya dan hasil analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) sekolah secara keseluruhan. Di dalam rencana tersebut juga ditentukan tujuan yang ingin dicapai, strategi yang digunakan, target pemasarannya, dan waktu serta tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, di rencana tersebut juga ditentukan sumber daya yang diperlukan dalam menjalankan kegiatan, yakni jumlah pengurus yang menjalankan kegiatan tersebut, fasilitas yang diperlukan, media yang digunakan, dan anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan. Setelah program kerja tersebut jadi, maka Tim akan mengajukan rencana tersebut ke Kepala Sekolah untuk mendapatkan persetujuan. Setelah mendapatkan persetujuan maka program dilaksanakan. Program kerja yang sudah pernah direncanakan dan sudah pernah dilaksanakan BKK terkait dengan kegiatan pemasaran lulusan yakni: (1) pendaftaran dan pendataan lulusan; (2) pencarian dan pendataan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI; (3) memberikan bimbingan kerja kepada lulusan; (4) kunjungan industry; dan (5) memasarkan lulusan setiap bulan maret.

**2. Pengorganisasian**

Pengorganisasian pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta diawali dengan memilih dan membentuk Tim BKK; membentuk struktur organisasi; membagi kerja dan wewenang anggota Tim BKK sesuai dengan kemampuannya; mengkoordinasikan tugas pada masing-masing anggota

Tim BKK; menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan daftar kegiatan yang akan dilaksanakan. Pemilihan dan pembentukan Tim BKK dilakukan setiap dua tahun sekali pada awal tahun ajaran baru dengan mengadakan rapat untuk memusyawarahkan guru yang tepat dijadikan sebagai pengurus BKK. Guru yang tepat yakni guru yang memiliki kemampuan di bidang BKK dan memiliki pengalaman di bidang BKK. Pemilihan pengurus BKK yang terdiri atas penanggungjawab, ketua BKK, sekretaris, dan anggota. Meskipun struktur organisasinya sudah dibuat, struktur organisasi BKK tersebut belum dibuat permanen dan ditempel pada dinding ruang bagian humas. Selain sudah membuat struktur organisasi, BKK juga sudah membuat job deskripsi kerja masing-masing pengurus. Berikut uraian tugas masing-masing anggota Tim BKK.

- e) Waka 4 (humas) : bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan Perusahaan dan Rekrutmen tamatan.
- f) Ketua : bertanggung jawab kepada Waka 4 tentang pelaksanaan rekrutmen tamatan. Menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N Yogyakarta.
- g) Sekretaris : mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan, serta menyimpan dan memelihara dokumen yang ada.
- h) Anggota : membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK N 2 Yogyakarta.

Kegiatan selanjutnya setelah membagi tugas masing-masing Tim BKK yaitu mengkoordinasikan tugas-tugas tersebut kepada masing-masing Tim BKK. Koordinasi dilakukan oleh pimpinan yakni Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. Koordinasi dilakukan dengan berkomunikasi langsung antara Ketua BKK dengan pengurus BKK. Koordinasi yang dilakukan oleh Kepala Sekolah dan Waka Humas dilakukan lewat pertemuan rutin dengan Tim BKK untuk mengkomunikasikan jalannya tugas BKK.

Setelah memilih dan membentuk Tim BKK, membagi tugas dan mengkoordinasikan tugas pada masing-masing Tim, maka kegiatan selanjutnya yakni menyusun daftar sumber daya yang diperlukan dan menyusun daftar kegiatan yang akan dilaksanakan. Penyusunan daftar sumber daya terkait dengan jumlah pengurus yang dibutuhkan, media yang digunakan, fasilitas yang diperlukan, serta anggaran yang diperlukan. Menyusun daftar kegiatan terkait dengan kegiatan-kegiatan pemasaran lulusan yang akan dilaksanakan untuk satu tahun ke depan yang disertakan dengan rincian tujuan, strategi, target, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan..

### **3. Pelaksanaan**

Dasar atau acuan pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan yaitu dari hasil rapat internal Tim BKK dengan Waka Humas yang kemudian dijabarkan ke dalam program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah. Sejauh ini BKK belum membuat sistem dan prosedur kerja, pelaksanaan kegiatan pemasaran hanya berdasarkan program kerja yang telah dibuat.

Pelaksanaan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan pada setiap Bulan Maret. Semua siswa yang menjelang lulus dipasarkan oleh BKK ke perusahaan yang relevan dengan program studi mereka.

Kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan dengan beberapa cara atau strategi diantaranya yakni promosi siswa ke DU/DI, mengikuti pameran, mempromosikan siswa lewat kegiatan siswa, mempromosikan siswa lewat para lulusan yang sudah bekerja di DU/DI, melakukan kunjungan industri, menjalin kerjasama dengan perusahaan.

Pada awalnya Tim BKK dalam memasarkan siswa SMK N 2 Yogyakarta dilakukan dengan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama yakni dengan mengunjungi langsung perusahaan-perusahaan untuk mengkomunikasikan tentang siswa yang dimilikinya. Namun kegiatan promosi tersebut sekarang tidak dilakukan lagi karena setiap tahunnya ada saja perusahaan yang datang ke

SMK untuk merekrut tenaga kerja. Perusahaan yang datang kebanyakan mengetahui SMK N 2 Yogyakarta dari mulut ke mulut yakni perusahaan lain yang bekerjasama dengan sekolah.

Tim BKK dalam memasarkan lulusan selain dengan promosi ke perusahaan langsung, Tim juga mengikuti pameran sekolah yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah yang bertujuan untuk mengenalkan sekolah ke perusahaan-perusahaan. Dalam pameran tersebut, Tim menampilkan informasi sekolah seperti profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswa, keberhasilan alumni-alumni di perusahaan. Dimana informasi tersebut ditampilkan dengan tujuan agar dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan agar mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

Tim BKK dalam memasarkan lulusan juga melakukan promosi siswa lewat kegiatan siswa dan lewat website sekolah. Promosi lewat kegiatan siswa dapat terlihat pada saat ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba Olimpiade Sains Nasional (OSN), pihak humas membuat spanduk dan dipasang di sebelah kanan SMK yang menghadap ke sebelah selatan. Spanduk tersebut memberikan informasi bahwa ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang sedang mengikuti lomba OSN dan mendoakan agar dapat juara. Spanduk tersebut digunakan pihak humas sebagai media informasi bahwa siswa yang dimiliki oleh SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus sehingga dapat mengikuti lomba OSN tersebut. Tim juga akan mempromosikan siswanya lewat website sekolah, dengan menampilkan informasi-informasi terkait dengan profil sekolah, jurusan yang dimiliki, prestasi siswanya, keberhasilan alumni, dan lain-lain yang dapat menarik perhatian perusahaan-perusahaan untuk mau menjalin kerjasama dan mau merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta.

Para alumni dari SMK N 2 Yogyakarta juga melakukan promosi di perusahaan dimana mereka bekerja, promosi dilakukan dengan menampilkan kinerja yang baik sehingga perusahaan-perusahaan tersebut akan merasa yakin dan percaya akan kualitas yang dimiliki oleh para lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga pada tahun selanjutnya akan merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta lagi.

Setelah kegiatan promosi, maka sekolah akan mendapatkan informasi lowongan pekerjaan dari DU/DI. Biasanya Tim BKK mendapatkan informasi lowongan pekerjaan langsung dari DU/DI melalui surat permintaan tenaga kerja dan terkadang DU/DI juga mengirimkan brosur lowongan pekerjaan ke sekolah, selain itu sekolah juga mendapatkan informasi lowongan dari SMK di Yogyakarta yang bekerjasama dengan SMK N 2 Yogyakarta. Setelah Tim BKK mendapatkan surat permintaan tenaga kerja, maka Tim membuat MOU (kerjasama) yang selanjutnya ditandatangani oleh DU/DI yang bersangkutan. Tahap selanjutnya yakni informasi lowongan tersebut disebarkan, dengan memasangnya di papan pengumuman. Hal ini dapat terlihat di papan pengumuman di depan ruang humas, di sana terdapat beberapa informasi mengenai lowongan pekerjaan dari beberapa industri.

Tahap selanjutnya yakni pendaftaran, tes perekrutan tenaga kerja, dan pengiriman tenaga kerja ke DU/DI. Pelaksanaan pendaftaran sampai dengan proses penyaluran lulusan ke DU/DI disesuaikan dengan keadaan. Artinya yakni, apabila penawaran kerja diberikan langsung oleh DU/DI ke SMK N 2 Yogyakarta maka proses pendaftaran sampai pengiriman ke DU/DI dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta. Pihak sekolah menyediakan tempat untuk pendaftaran dan membantu mengadakan tes perekrutan dan pada saat penyerahan tenaga kerja Tim BKK juga ikut serta, tetapi apabila informasi pekerjaan berasal dari SMK lain, maka pendaftaran dilaksanakan di SMK N 2 Yogyakarta tetapi untuk tes sampai penyaluran mengikuti proses dari SMK yang bersangkutan. Peserta tes perekrutan yang diselenggarakan oleh SMK N 2 Yogyakarta tidak hanya dari lulusan SMK N 2 Yogyakarta tetapi juga dari SMK lain di Yogyakarta. Sebelum pelaksanaan tes perekrutan, Tim melakukan bimbingan kerja terlebih dahulu kepada lulusan. Bimbingan kerja dilakukan oleh guru BK/BP di kelas melalui mata pelajaran bimbingan kerja dengan memberikan

arahan minat dan bakat siswa dalam dunia kerja. Tes perekrutan biasanya dilakukan melalui tes tertulis, wawancara, dan kesehatan. Setelah lulusan lolos tes, maka lulusan harus menandatangani perjanjian kerja, dan tahap selanjutnya yakni pengantaran dan penempatan tenaga kerja ke DU/DI. Dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran lulusan juga terdapat kegiatan penggerakan. Penggerakan ini dimulai dari kepemimpinan Kepala Sekolah yang membawahi Waka Humas serta Ketua BKK. Proses penggerakan yang dilakukan dalam pelaksanaan ini dilakukan oleh Kepala Sekolah dengan menyampaikan kepada Waka Humas, Waka Humas menyampaikan kepada Ketua BKK, dan Ketua BKK mengarahkan pengurus yang lain. Penggerakan dilakukan dengan mendorong, mengarahkan, mengendalikan, dan memberikan motivasi kepada Tim BKK dalam melaksanakan tugasnya.

#### **4. Pengawasan**

Pengawasan terhadap kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilakukan oleh Kepala Sekolah, Waka Humas, dan Ketua BKK. Pengawasan tersebut lebih kepada kegiatan monitoring yang dilakukan selama kegiatan pemasaran dilakukan. Kepala Sekolah selalu bekerjasama dengan Waka Humas dalam pelaksanaan monitoring kegiatan pemasaran, dan Waka Humas selalu bekerjasama dengan Ketua BKK untuk melakukan monitoring terhadap jalannya kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran lulusan jarang diawasi kerjanya oleh Disnakertrans sebagai instansi yang berwenang di bidang ketenagakerjaan kota setempat, hal ini dikarenakan BKK SMK N 2 Yogyakarta kurang aktif/jarang memberikan laporan hasil kerja BKK, sehingga jarang dilakukan pengawasan kerja. Sistematis dalam pengawasan kegiatan pemasaran lulusan adalah dengan pelaporan langsung yang dilakukan oleh Ketua BKK berupa laporan hasil kerja kegiatan BKK. Pengawasan yang dilakukan terkait perbandingan pelaksanaan kegiatan nyata dengan standar yang ditetapkan terhadap kegiatan pemasaran lulusan belum baku karena standar pelaksanaannya belum ada. Akan tetapi ada pelaporan yang dibuat Ketua BKK yang dilaporkan kepada Kepala Sekolah sebagai tanggung jawab kerja dan dinilai. Salah satu laporan yang diberikan Tim BKK kepada Kepala Sekolah yaitu laporan perusahaan yang melaksanakan perekrutan tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta yang disertakan jumlah siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima kerja.

Pengawasan yang dilakukan Waka Humas dilaksanakan dengan mengadakan pertemuan/rapat rutin internal antara Waka Humas dengan pengurus yang ada di bidang humas pada setiap bulan. Rapat tersebut dilaksanakan untuk membahas program kegiatan yang telah dilaksanakan.

### **C. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

#### **1. Faktor Pendukung Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

Faktor pendukung dalam manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

- a. Produk (lulusan/alumni) : lulusan yang dimiliki SMK N 2 Yogyakarta memiliki kualitas yang bagus. Hal ini dibuktikan dari banyaknya DU/DI yang merekrut tenaga kerjanya dari SMK N 2 Yogyakarta. Salah satu bukti fisik yang memberitahukan bahwa kualitas lulusan SMK N 2 Yogyakarta bagus yaitu dokumen daftar perusahaan yang melaksanakan perekrutan dan daftar siswa yang diterima BKK SMK N 2 Yogyakarta tahun 2014. Dari dokumen tersebut dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 ada 19 perusahaan yang merekrut kerja dari SMK N 2 Yogyakarta, pendaftarannya sebanyak 1423 peserta dan peserta yang diterima oleh perusahaan tersebut yang berasal dari SMK N 2 Yogyakarta sebanyak 243 siswa. Jumlah tersebut masih belum valid, karena dua perusahaan diantaranya yaitu Air Asia dan Detik Com masih dalam proses, jadi belum jelas apakah ada siswa SMK N 2 Yogyakarta yang diterima di perusahaan tersebut apa tidak.

Tidak jarang juga siswa yang baru lulus langsung direkrut oleh DU/DI dimana siswa dulu melakukan prakerin (praktek kerja industri) di DU/DI bersangkutan. Selain itu, lulusan dari

SMK N 2 Yogyakarta juga sangat berantusias dalam merespon informasi lowongan pekerjaan yang disampaikan oleh Tim BKK kepada para lulusan. Sehingga Tim mudah untuk melakukan pemasaran karena lulusan juga memiliki antusias yang tinggi.

- b. Tenaga pelaksana : sudah ada tenaga pelaksananya dan jumlahnya sudah cukup. Selain itu antar tenaga pelaksana juga terjalin kerjasama yang baik.
- c. Promosi : sudah ada kegiatan promosi, adanya promosi sangat mendukung kegiatan pemasaran, karena lewat promosi DU/DI akan mengetahui produk yang dimiliki sekolah. Lewat promosi DU/DI juga akan tertarik dan merasa percaya akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.
- d. Harga : dalam kegiatan pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta baik siswa maupun DU/DI tidak dipungut harga atau biaya. Terdapat rumor bahwa di SMK N 2 Yogyakarta, bahwa Tim BKK melakukan pungutan kepada lulusan. Tetapi rumor tersebut dibantah oleh Tim BKK, yang menyatakan bahwa tidak ada pungutan apapun bagi lulusan, semua ditanggung oleh pihak sekolah. Bahkan DU/DI juga tidak dikenakan biaya, kadang ada uang masuk dari DU/DI itu sebagai bentuk imbal jasa.
- e. Tempat/lokasi : SMK N 2 Yogyakarta dari dulu sudah mempunyai nama besar, sudah memiliki citra yang baik di masyarakat dan di DU/DI. SMK N 2 Yogyakarta sudah banyak menjalin kerjasama dengan DU/DI baik di wilayah Yogyakarta maupun di luar wilayah Yogyakarta, sehingga dapat dijadikan sebagai sasaran untuk memasarkan lulusan. Hal tersebut belum dapat dibuktikan secara fisik, karena pihak BKK belum membuat data perusahaan yang bekerjasama dengan sekolah.
- f. Layanan pelanggan : pihak sekolah selalu melayani DU/DI dengan baik, selalu ada penyambutan yang baik apabila ada kunjungan dari DU/DI. Tim selalu memberikan pelayanan yang prima kepada DU/DI. Bahkan Tim BKK juga selalu memberikan angket respon pelanggan, dimana angket tersebut digunakan oleh sekolah untuk mengetahui kepribadian dan kompetensi lulusan yang sudah direkrut oleh perusahaan yang bersangkutan. Semua perusahaan yang merekrut tenaga kerja dari SMK N 2 Yogyakarta akan diberikan angket tersebut, dan sekolah sangat berharap untuk bisa diisi dan dikembalikan ke sekolah. Karena lewat angket tersebut, sekolah dapat mengetahui bagaimana para lulusannya setelah terjun di lapangan. Agar sekolah dapat selalu memperbaiki kualitas siswanya. Disamping itu juga sebagai bentuk layanan kepada perusahaan, sekolah ingin perusahaan puas akan produk dari SMK N 2 Yogyakarta.

## **2. Faktor Penghambat Pelaksanaan Manajemen Pemasaran Lulusan**

Faktor penghambat manajemen pemasaran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

- a. Tenaga pelaksana : dilihat dari segi kualitas pengurus BKK masih kurang bagus, meskipun dari segi kuantitas sudah memenuhi. Tim BKK terbentuk dari guru-guru SMK N 2 Yogyakarta, sehingga kurang sesuai dengan bidangnya yaitu pemasaran. Selain itu juga karena waktu yang diberikan oleh guru kurang maksimal karena mereka juga harus mengajar.
- b. Promosi : kegiatan promosi langsung ke DU/DI yang bekerjasama dengan sekolah sekarang sudah jarang dilakukan, padahal kegiatan promosi sangat penting peranannya.
- c. Harga : jumlah anggaran yang disediakan oleh sekolah tidak terlalu banyak dan dapat dikatakan kecil jumlahnya sehingga Tim BKK membutuhkan sumber dana yang lebih. Bahkan Tim BKK dalam menyelenggarakan pameran menggunakan anggaran yang disediakan oleh pusat.

## **D. Gambaran Umum Kegiatan Penelusuran Lulusan**

Kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta dilaksanakan oleh BKK SMK N 2 Yogyakarta. Kegiatan penelusuran lulusan sudah dilaksanakan sejak berdirinya SMK N 2

Yogyakarta. Kegiatan penelusuran lulusan ini bertujuan untuk mengetahui keberadaan para lulusan. Sebagai bentuk tanggung jawab sekolah untuk anak didiknya, sekolah ingin mengetahui bagaimana keadaan para lulusannya setelah lulus dari sekolah, apakah sudah bekerja atau belum bekerja atau bahkan kuliah. Dari data yang didapat melalui penelusuran tersebut, sekolah ingin membantu para lulusan yang belum mendapatkan pekerjaan. Perkembangan kegiatan penelusuran lulusan dari tahun ke tahun semakin baik.

## **E. Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Persiapan**

Persiapan yang dilakukan oleh SMK N 2 Yogyakarta dalam kegiatan penelusuran lulusan sama seperti persiapan yang dilakukan pada kegiatan pemasaran, karena kegiatan pemasaran dan penelusuran lulusan merupakan tugas dari BKK SMK N 2 Yogyakarta. Persiapan yang dilakukan diawali dengan pembentukan Tim BKK, membuat rencana program kerja dan mengajukan rencana kepada Kepala Sekolah. Kegiatan pembentukan Tim BKK tersebut, pada tahun ajaran 2015 dilaksanakan pada tanggal 1 Juli 2015, sekolah mengadakan rapat mulai dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, rapat tersebut dihadiri oleh Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, dan seluruh guru SMK N 2 Yogyakarta.

Saat membuat rencana program kerja, Tim dan Waka Humas merumuskan item pertanyaan dan tanggapan para lulusan yang nantinya akan dimasukkan dalam instrumen penelusuran lulusan, dan untuk membahas metode dan instrumen yang tepat untuk digunakan. Setelah program kerja disetujui, maka Tim BKK mempersiapkan data daftar lulusan dan instrumen yang akan digunakan untuk penelusuran lulusan.

Kegiatan mempersiapkan instrumen penelusuran lulusan, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2015, pada hari itu Tim BKK sedang mengajukan anggaran kepada bendahara sekolah untuk meluncurkan aplikasi penelusuran lulusan yang terbaru, yaitu aplikasi penelusuran lulusan yang ada di android.

### **2. Pelaksanaan**

Dasar atau acuan pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan yaitu program kerja yang telah disetujui oleh Kepala Sekolah. BKK sejauh ini belum membuat sistem dan prosedur kerja, hanya melaksanakan kegiatan penelusuran lulusan sesuai dengan program kerja.

Kegiatan penelusuran lulusan dilaksanakan pada tiga sampai dengan enam bulan setelah siswa dinyatakan lulus dari SMK N 2 Yogyakarta.

Pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan dimulai dari pendataan lulusan yang dilakukan oleh Sekretaris BKK, lalu mendistribusikan instrumen penelusuran lulusan kepada para lulusan, lalu mengumpulkan kembali instrumen tersebut.

Pada awal pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan menggunakan blangko penelusuran lulusan. Prosedur penelusuran lulusan menggunakan blangko dimulai dengan membagikan blangko kepada lulusan pada saat lulusan akan melakukan cap tiga jari untuk ijazah di sekolah, setelah blangko tersebut diisi oleh lulusan, maka lulusan harus menyerahkan kembali blangko tersebut ke sekolah untuk dilakukan pendataan. Setiap selesai melakukan penelusuran lulusan, Tim selalu membuat data penelusuran lulusan.

Sekarang sekolah akan memberlakukan aplikasi penelusuran lulusan yang akan dikirim ke android para lulusan dan akan segera diefektifkan. Sebelumnya sekolah sudah merancang instrumen penelusuran dengan memanfaatkan website sekolah dengan membuat database penelusuran lulusan di website SMK N 2 Yogyakarta, tetapi masih kurang efektif juga.

Setelah data penelusuran terkumpul apabila masih ada lulusan yang belum menyerahkan instrumen tersebut, maka pengurus melakukan pencarian informasi keberadaan lulusan melalui telepon dan



media sosial. Apabila setelah dihubungi lewat telepon dan media sosial lulusan belum dapat dihubungi maka pengurus menghentikan pencarian informasi tersebut.

### **3. Tindak Lanjut**

Tindak lanjut dari pelaksanaan kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta yaitu pengurus melakukan pendataan untuk dijadikan laporan hasil penelusuran lulusan. Laporan tersebut terlebih dahulu diserahkan kepada Waka Humas kemudian diserahkan kepada Kepala Sekolah sebagai bentuk pertanggung jawaban. Laporan hasil penelusuran lulusan yang dilaporkan Tim BKK kepada Kepala Sekolah tersebut disajikan dalam bentuk tabel yang terdiri dari jumlah tamatan per jurusan, jumlah siswa yang dikelompokkan per jenis kelamin yang sudah bekerja, berwiraswasta, dan kuliah, serta disertakan jumlah siswa yang tidak terlacak. Pada tiap-tiap kelompok akan dijumlah dan diporsentasikan. Begitu pun dengan jumlah keseluruhan siswa yang diketahui dan yang tidak diketahui.

## **F. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

### **1. Faktor Pendukung Kegiatan Penelusuran Lulusan**

Faktor pendukung dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

- a. Lulusan : tanggapan dari lulusan cukup baik terhadap kegiatan penelusuran lulusan, karena ada yang mau membagi informasinya. Hal ini dapat dilihat pada data alumni dan penelusuran tamatan SMK N 2 Yogyakarta tahun pelajaran 2012/2013. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut

- d) Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- e) Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- f) Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%.

- b. Tenaga pelaksana : ada tenaga pelaksana kegiatan penelusuran lulusan, dan jumlah tenaga pelaksana sudah cukup, dan juga karena adanya kerjasama yang baik antar pengurus.
- c. Fasilitas : tersedia fasilitas yang dibutuhkan dan jumlahnya mencukupi.
- d. Dana : tersedia dana dari sekolah dan jumlahnya mencukupi.

### **2. Faktor Penghambat Kegiatan Penelusuran Lulusan**

Faktor penghambat dalam kegiatan penelusuran lulusan di SMK N 2 Yogyakarta antara lain.

- a. Lulusan/alumni : masih ada lulusan yang tidak mau membagi informasinya sehingga sekolah susah untuk mengetahui keberadaan lulusan. Hal ini dapat dilihat pada data alumni dan penelusuran tamatan SMK N 2 Yogyakarta tahun pelajaran 2012/2013. Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah tamatan pada tahun 2012/2013 sebanyak 712 siswa, dengan rincian sebagai berikut

- d) Bekerja sebanyak 338 siswa (54%)
- e) Kuliah sebanyak 153 siswa (21%)
- f) Tidak terlacak sebanyak 171 siswa (24%)

Dari rincian tersebut, dapat diketahui bahwa dari jumlah 712 siswa, yang terlacak sebanyak 541 siswa dan yang tidak terlacak sebanyak 171 siswa. Jumlah siswa yang memberikan respon cukup baik karena kalau diporsentasikan menunjukkan angka 76%, tetapi yang tidak terlacak juga jumlahnya tidak sedikit yaitu 24%.

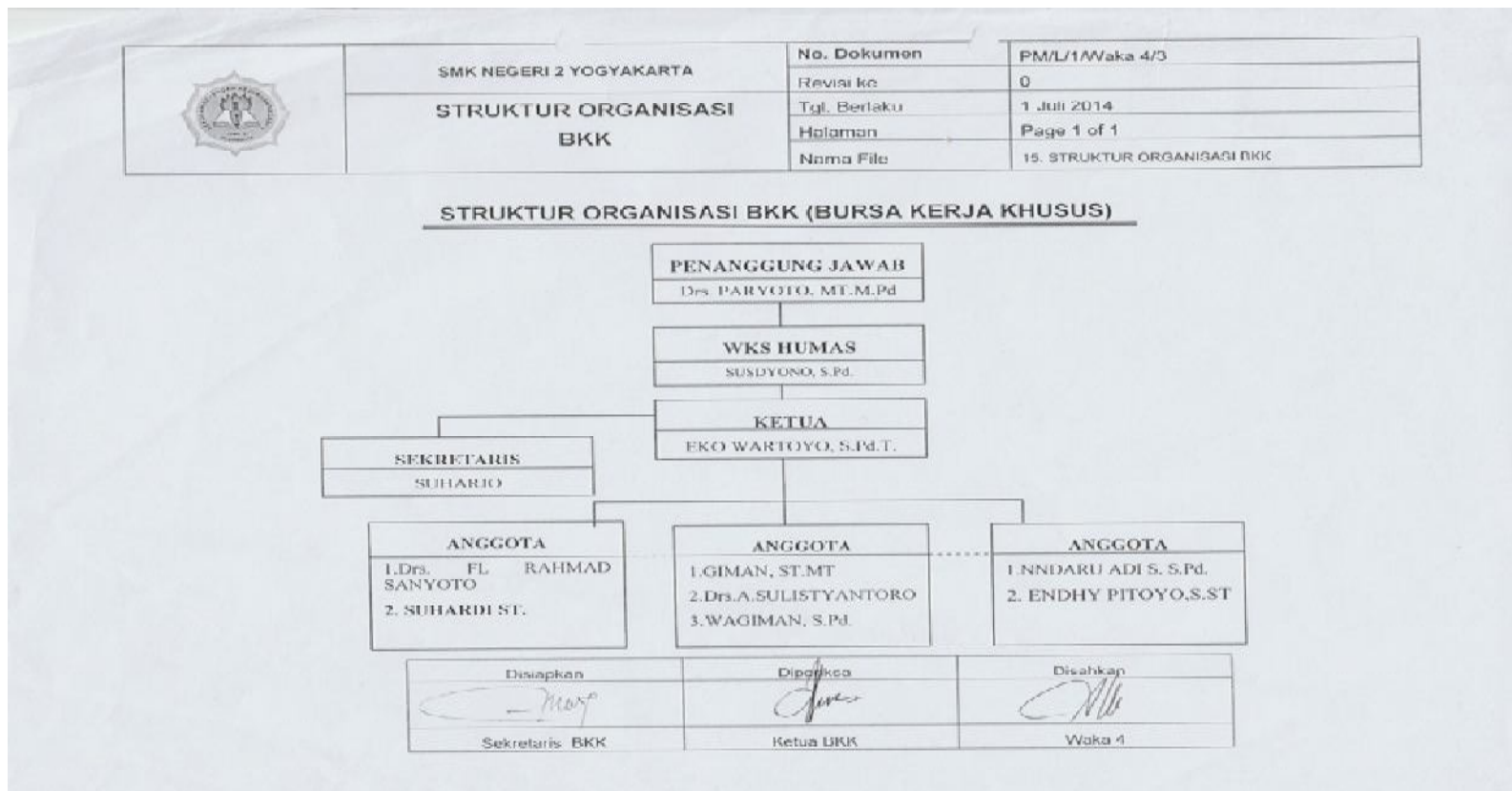
Upaya yang diambil sekolah untuk mengatasi hambatan yaitu dengan menghubungi lulusan yang tidak terlacak lewat telepon, handphone dan facebook. Kalau sudah tidak ada cara maka

sekolah menyimpulkan bahwa anak yang tidak memberikan informasi sudah bekerja. Tim juga akan menggabungkan hasil penyaluran kerja dengan penelusuran lulusan yang nantinya diharapkan tidak ada lulusan yang tidak terlacak.


- b. Tenaga pelaksana : tidak ada yang secara langsung menangani, karena Tim BKK berasal dari guru dan wakil kepala sekolah, jadi kurang efisien. Ketua BKK menginginkan ada pengurus yang langsung menangani penelusuran lulusan, yang mau terjun ke lapangan mencari informasi tentang keberadaan lulusan dari SMK N 2 Yogyakarta, sehingga data yang dihasilkan akan maksimal dan valid.
- c. Metode dan Instrumen : metode dan instrumen yang digunakan kurang efektif. Metode dan instrumen yang pertama digunakan dalam penelusuran lulusan yaitu blangko, tetapi masih kurang efektif karena banyak siswa yang tidak mengembalikan blangko tersebut ke sekolah, sehingga Tim membuat database penelusuran lulusan di website sekolah.



## **LAMPIRAN 9. DOKUMENTASI**



Struktur Organisasi BKK (Bursa Kerja Khusus) SMK Negeri 2 Yogyakarta

	SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA	No. Dokumen	PM/L/2/Waka 4/3
		Revisi ke	0
	URAIAN TUGAS BKK	Tgl. Berlaku	17 September 2007
		Halaman	Page 1 of 1
		Nama File	18. URAIAN TUGAS BKK

### URAIAN TUGAS BKK

#### 1. WAKA 4

Bertanggung jawab kepada Kepala Sekolah atas terwujudnya kerjasama dengan Perusahaan dan Rekrutmen tamatan

#### 2. KETUA

Bertanggung jawab kepada Waka 4 tentang pelaksanaan rekrutmen tamatan.

2.1. Menjalin hubungan dengan DU/DI untuk mendapatkan umpan balik proses pendidikan di SMK N 2 Yogyakarta.


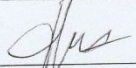
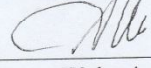
#### 3. SEKRETARIS

3.1. Mempersiapkan perangkat administrasi yang diperlukan.

3.1 Menyimpan dan memelihara dokumen yang ada

#### 4. ANGGOTA

4.1 Membantu pelaksanaan rekrutmen tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta.

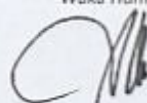
Disiapkan	Diperiksa	Disahkan
		
Staf BKK	Ketua BKK	Waka 4

Uraian Tugas BKK

**DAFTAR PERUSAHAAN YANG MELAKSANAKAN  
PEREKRUTAN DAN DAFTAR SISWA YANG DITERIMA  
BKK SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA TAHUN 2014**

NO.	NAMA PERUSAHAAN	PENDAFTAR	DITERIMA	KETERANGAN
1	PT Jaya Real Property (KE-1)	117	8	TKBB : 3 TGB : 5
2	PT Ascet Indonesia	49	17	TGB : 17
3	PT Showa Indonesia MFG 2014	106	30	TITL : 1 TKR : 20 TP : 9
4	Pelita	10	10	TGB : 6 TP : 4
5	AT Indonesia	12	7	TITL : 7
6	Yamaha Motor Mold	94	5	TKR : 1 TP : 4
7	PT Aino	12	3	TAV : 3
8	PT Torabika	79	37	TITL : 13 TP : 24
9	PT DENSO	20	13	TITL : 3 TKR : 3 TP : 7
10	PT GRAMEDIA PRINTING	242	6	TP = 2 TITL = 1 TKR = 3
11	AIR ASIA	149		Dalam Proses
12	DETIK COM	50		Dalam Proses
13	TELKOM AKSES	79	19	TKJ : 14 TAV : 5
14	HEXINDO ADI PERKASA	101	14	TKR = 13 TP = 1
15	PT SEWATAMA INDONESIA (ke-1)	100	17	TKR : 9 TAV : 1 TITL : 7
16	PT Jaya Real Property (KE-2)	39	8	TGB : 1, TITL : 7
17	PT SEWATAMA INDONESIA (ke-2)	21	16	TKR = 6 TITL = 5
18	PT WIJAYA KARYA INDUSTRI&KONTRUKSI	36	8	TKR : 5 TP : 3
19	PT SEWATAMA INDONESIA (ke-3)	107	25	TKR : 1 TITL : 3
	<b>JUMLAH</b>	<b>1423</b>	<b>243</b>	


Yogyakarta, 31 Desember 2014  
Waka Humas



SUDIYONO, S.Pd.  
NIP 19600910 198203 1 013

Daftar Perusahaan yang Melaksanakan Perekrutan dan Daftar Siswa yang Diterima BKK  
SMK N 2 Yogyakarta Tahun 2014



	SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA	No. Dokumen	IK/821/WAKA 4/4
		Revisi ke	1
	INSTRUKSI KERJA PELAKSANAAN TES TENAGA KERJA	Tgl. Berlaku	1 Juli 2012
		Halaman	Page 1 of 1
		Nama File	23. IK PELAKSANAAN TES TENAGA KERJA

## INSTRUKSI KERJA PELAKSANAAN TES TENAGA KERJA

### 1. TUJUAN

Prosedur ini dilaksanakan untuk mengetahui, mengukur kemampuan dari masing-masing anak baik dari segi kualitas dan kuantitas agar kelak menjadi tenaga kerja yang professional.

### 2. INSTRUKSI KERJA

#### A. PERSIAPAN SEBELUM TES

1. Pastikan anda tahu waktu tes seleksi anda
2. Persiapkan anda tahu lokasi tempat tes seleksi anda
3. Persiapan berkas yang diperlukan sebelum datang ke tempat tes
4. Persiapkan baju yang sopan ( hem putih celana hitam bersepatu )
5. istirahat cukup untuk persiapan menghadapi tes seleksi

#### B. PELAKSANAAN PSIKOTES


1. Bepenampilan dan berpakaian yang rapi
2. Pastikan anda datang di tempat tes seleksi maksimal 15 menit sebelum waktu pelaksanaan
3. Dengarkan dengan seksama perintah/instruksi dari pimpinan
4. Percayalah pada kemampuan diri sendiri
5. Jangan terpengaruh dengan jawaban teman di sebelah anda

#### C. PELAKSANAAN WAWANCARA

1. Berpenampilan dan berpakaian yang rapi
2. Pastikan anda datang di tempat tes seleksi maksimal 15 menit sebelum waktu pelaksanaan tes seleksi
3. Setelah mendapat panggilan
  - o Pastikan penampilan anda sudah rapi
  - o Ucapkan salam (selamat pagi/siang/sore)
  - o Jangan duduk dulu sebelum dipersilahkan duduk
4. Jawab pertanyaan dengan tegas, jelas dan dengan bahasa formal (bukan bahasa gaul)
5. Tunjukan antusiasme dan ketertarikan pada jabatan dan posisi yang ditawarkan
6. Anggap psikolog sebagai teman yang akan bekerja sama di tempat kerja
7. Setelah selesai wawancara, ucapkan salam dan terimakasih sebelum meninggalkan tempat kerja.

Instruksi Kerja Pelaksanaan Tes Tenaga Kerja

Lanjutan....

	SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA		No. Dokumen	IK/821/WAKA 4/4
	<b>INSTRUKSI KERJA</b> PELAKSANAAN TES TENAGA KERJA		Revisi ke	1
			Tgl. Berlaku	1 Juli 2012
			Halaman	Page 2 of 1
			Nama File	23. IK PELAKSANAAN TES TENAGA KERJA

#### D. PELAKSAAN MEDIKAL CEK UP (MCU)

1. Istirahat yang cukup (jangan begadang) untuk menghadap MCU
2. 24 jam sebelum pelaksanaan MCU sebaiknya : jangan minum obat-obatan, jangan merokok, jangan minum minuman energi, perbanyak minum air putih.
3. Puasa makan (jangan makan) kurang lebih 10 jam sebelum pelaksanaan MCU dan makan setelah pelaksanaan MCU selesai
4. Hadapi MCU dengan hati tenang dan rileks

Disiapkan	Diperiksa	Disahkan
		
Staf Administrasi	Koordinator BKK	Waka 4

## UMPAN BALIK DARI PERUSAHAAN

## Data Perusahaan

1. Nama Perusahaan : .....
2. Alamat Perusahaan : .....
3. Bidang Pekerjaan : .....

No	Uraian	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
<b>I. Kepribadian Siswa</b>					
1.	Saya merasa senang dengan kehadiran siswa SMK Negeri 2 Yogyakarta di perusahaan kami				
2.	Siswa hadir tepat waktu dan apabila pulang sesuai jam yang telah ditentukan perusahaan				
3.	Cara berpakaian siswa rapi dan tertib				
4.	Setiap bekerja siswa menggunakan pakaian kerja				
5.	Siswa patuh terhadap tata tertib yang diterapkan di perusahaan				
6.	Siswa rajin masuk tiap hari				
7.	Dalam penyampaian bahasa sopan, santun dan baik				
8.	Setiap kali datang siswa selalu mengucapkan salam dan bersalaman				
9.	Siswa rajin membantu apabila ada karyawan yang membutuhkannya				
10.	Apabila ada kesalahan karena perbuatannya siswa selalu minta maaf				
11.	Siswa mudah menyesuaikan diri dalam lingkungan karyawan perusahaan				
12.	Dalam bergaul siswa tidak membedakan karyawan, dan siswa terlihat pandai bergaul				
13.	Siswa sangat mengormati orang yang lebih tua				
14.	Siswa selalu menjaga kebersihan tempat kerja dan lingkungannya				
15.	Dalam bekerja didalam maupun diluar perusahaan siswa tidak merokok				

Umpan Balik Perusahaan



Lanjutan....

No	Uraian	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
<b>II. Kompetensi Siswa</b>					
1.	Perusahaan tempat Praktek Kerja Industri/bekerja sudah sesuai dengan Program Keahlian siswa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Peralatan dan sarana di Perusahaan sudah memadai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Sebelum bekerja siswa mempersiapkan peralatan dengan seksama dan apabila sudah selesai mengembalikan peralatan dengan rapi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Sebelum bekerja siswa selalu membuat perencanaan/desain gambar kerja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Siswa bekerja sesuai urutan langkah kerja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Siswa bekerja dengan tekun dan efisien waktu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Siswa bekerja sesuai dengan job yang diberikan oleh perusahaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Siswa mau bertanya apabila ada job yang diberikan belum dipahami	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Siswa bekerja dengan teliti setiap diberi pekerjaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	Hasil produk yang diperoleh memenuhi standart yang ditentukan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Siswa bekerja dengan cepat dan tranpil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.	Setiap pekerjaan diselesaikan tepat waktu sesuai dengan instruksi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.	Siswa cermat, dan teliti menyiapkan peralatan kerja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14.	Siswa selalu mematuhi keselamatan kerja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15.	Setiap selesai bekerja siswa merapikan kembali peralatan sesuai tempatnya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Lanjutan...

**Pendapat dan Saran**  
Untuk SMK Negeri 2 Yogyakarta

.....

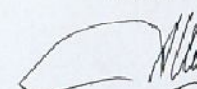
Tandatangan

.....

**DATA ALUMNI & PENELUSURAN TAMATAN  
SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA  
TAHUN PELAJARAN 2012/2013**

NO	JURUSAN	JUMLAH TAMATAN	BEKERJA			WIRASWASTA			KULIAH			% PER	TIDAK DIKETAHUI	%
			L	P	%	L	P	%	L	P	%			
1	<b>TAV</b>	56	25	5	54	0	0	-	8	7	27	80	11	20
2	<b>TGB</b>	95	42	6	51	0	0	-	16	11	28	79	20	21
3	<b>TKJ</b>	67	26	5	46	0	0	-	11	10	31	78	15	22
4	<b>MM</b>	65	14	4	28	0	0	-	23	9	49	77	15	23
5	<b>TKBB</b>	30	11	0	37	0	0	-	2	0	7	43	17	57
6	<b>TKR</b>	122	82	0	67	0	0	-	13	0	11	78	27	22
7	<b>TITL</b>	120	62	1	53	0	0	-	27	0	23	75	30	25
8	<b>TP</b>	122	82	0	67	0	0	-	11	0	9	76	29	24
9	<b>TSP</b>	35	20	3	66	0	0	-	3	2	14	80	7	20
<b>JUMLAH</b>		712	364	24	54	0	0	-	114	39	21	76	171	24
<b>JUMLAH TAMATAN</b>						<b>712</b>								
<b>JUMLAH % KESELURUHAN</b>						<b>76%</b>								

Mengetahui,  
Waka 4



**SUDIYONO, S.Pd.**  
NIP 19600910 198203 1 013

Data Alumni & Penelusuran Tamatan SMK Negeri 2 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2012/2013

## **Lampiran 10. Surat Ijin dan Keterangan Penelitian**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

Alamat : Karangmalang, Yogyakarta 55281  
Telp. (0274) 586168 Hunting, Fax. (0274) 540611; Dekan Telp. (0274) 520094  
Telp. (0274) 586168 Psw. (221, 223, 224, 295, 344, 345, 366, 368, 369, 401, 402, 403, 417)



Certificate No. QSC 00687

No. : 3556 /UN34.11/PL/2015  
Lamp. : 1 (satu) Bendel Proposal  
Hal : Permohonan izin Penelitian

27 Mei 2015

Yth. Walikota Yogyakarta  
Cq. Ka. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta  
Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta Kode Pos 55165  
Telp (0274) 555241 Fax. (0274) 555241  
Yogyakarta

Diberitahukan dengan hormat, bahwa untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik yang ditetapkan oleh Jurusan Administrasi Pendidikan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, mahasiswa berikut ini diwajibkan melaksanakan penelitian:

Nama : Hayin Linda Sabekti  
NIM : 11101244024  
Prodi/Jurusan : Manajemen Pendidikan/AP  
Alamat : Jalan Raya Karangcengis Rt 02 Rw 01 Karangcengis, Bukateja, Purbalingga, Jawa Tengah

Sehubungan dengan hal itu, perkenankanlah kami memintakan izin mahasiswa tersebut melaksanakan kegiatan penelitian dengan ketentuan sebagai berikut:

Tujuan : Memperoleh data penelitian tugas akhir skripsi  
Lokasi : SMK Negeri 2 Yogyakarta  
Subyek : Kepala Sekolah, Waka Humas, Staff Humas  
Obyek : Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan SMK  
Waktu : Mei-Juli 2015  
Judul : Manajemen Pemasaran dan Penelusuran Lulusan di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami mengucapkan terima kasih.



Tembusan Yth:  
1. Rektor ( sebagai laporan)  
2. Wakil Dekan I FIP  
3. Ketua Jurusan AP FIP  
4. Kabag TU  
5. Kasubbag Pendidikan FIP  
6. Mahasiswa yang bersangkutan  
Universitas Negeri Yogyakarta

Surat Permohonan Izin Penelitian





PEMERINTAHAN KOTA YOGYAKARTA

DINAS PERIZINAN

Jl. Kenari No. 56 Yogyakarta 55165 Telepon 514448, 515865, 515866, 562682

Fax (0274) 555241

E-MAIL : perizinan@jogjakota.go.id

HOTLINE SMS : 081227625000 HOT LINE EMAIL : upik@jogjakota.go.id

WEBSITE : www.perizinan.jogjakota.go.id

SURAT IZIN

NOMOR : 070/2070

3611/34

Membaca Surat : Dari Dekan Fak. Ilmu Pendidikan - UNY  
Nomor : 3556/UN34.11/PL/2015 Tanggal : 27 Mei 2015

Mengingat : 1. Peraturan Gubernur Daerah istimewa Yogyakarta Nomor : 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.  
2. Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 10 Tahun 2008 tentang Pembentukan, Susunan, Kedudukan dan Tugas Pokok Dinas Daerah;  
3. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemberian Izin Penelitian, Praktek Kerja Lapangan dan Kuliah Kerja Nyata di Wilayah Kota Yogyakarta;  
4. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 85 Tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dinas Perizinan Kota Yogyakarta;  
5. Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 20 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta;

Dijinkan Kepada : Nama : HAYIN LINDA SABEKTI  
No. Mhs/ NIM : 11101244024  
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ilmu Pendidikan - UNY  
Alamat : Kampus Karangmalang Yogyakarta  
Penanggungjawab : Dra. Setya Raharja, M.Pd  
Keperluan : Melakukan Penelitian dengan judul Proposal : MANAJEMEN PEMASARAN DAN PENELUSURAN LULUSAN DI SMK NEGERI 2 YOGYAKARTA

Lokasi/Responden : Kota Yogyakarta  
Waktu : 28 Mei 2015 s/d 28 Agustus 2015  
Lampiran : Proposal dan Daftar Pertanyaan  
Dengan Ketentuan : 1. Wajib Memberikan Laporan hasil Penelitian berupa CD kepada Walikota Yogyakarta (Cq. Dinas Perizinan Kota Yogyakarta)  
2. Wajib Menjaga Tata tertib dan menaati ketentuan-ketentuan yang berlaku setempat  
3. Izin ini tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintahan dan hanya diperlukan untuk keperluan ilmiah  
4. Surat izin ini sewaktu-waktu dapat dibatalkan apabila tidak dipenuhinya ketentuan-ketentuan tersebut diatas

Kemudian diharap para Pejabat Pemerintahan setempat dapat memberikan bantuan seperlunya

Tanda Tangan  
Pemegang Izin

HAYIN LINDA SABEKTI



Dikeluarkan di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 29-5-2015  
An. Kepala Dinas Perizinan  
Sekretaris

Drs. HARDONO  
NIP. 195804101985031013

Tembusan Kepada :

- Yth 1. Walikota Yogyakarta (sebagai laporan)  
2. Ka. Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta  
3. Kepala SMK Negeri 2 Yogyakarta  
4. Dekan Fak. Ilmu Pendidikan - UNY

Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA  
DINAS PENDIDIKAN

**SMK NEGERI 2**

JL. AM. Sangaji 47 Telp. (0274) 513490 Fax. (0274) 512639,  
E-mail : [info@smk2-yk.sch.id](mailto:info@smk2-yk.sch.id) Website: [www.smk2-yk.sch.id](http://www.smk2-yk.sch.id)  
YOGYAKARTA 55233

Hal : Rekomendasi Observasi/Penelitian

Kepada Yth.

EKO WARTOYO, SPd ( Koor. BKK dan PENELUSURAN TAMATAN)

SUHARJO, (Sekretaris BKK)

di SMK Negeri 2 Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan pengajuan permohonan observasi/penelitian ke SMK 2 Yogyakarta dengan data :

N a m a : HAYIN LINDA SABEKTI

Pekerjaan : Mahasiswi

Instansi : UNY

Alamat Instansi : Yogyakarta

Judul Obsevasi/Penelitian : MANEJEMEN PEMASARAN DAN  
PENELUSURAN LULUSAN SMKN2 YOGYAKARTA

maka dimohon kepada Bapak/Ibu untuk membantu yang bersangkutan sesuai dengan surat ijin/surat permohonan terlampir.

Atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Yogyakarta, 8 Juni 2015

Waka Humas

Sudyono, SPd.

NIP 19600910 198203 1 013



SEGORO AMARTO  
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJU NE NGAYOGYAKARTA  
KEMANDIRIAN – KEDISIPLINAN – KEPEDULIAN – KEBERSAMAAN



Surat Rekomendasi