

IMPLEMENTASI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN

Putri Novia Widodo

Dra. Djum Djum Noor Benty, M. Pd

Desi Eri Kusumaningrum, S. Pd, M. Pd

e-mail: putrinoviawidodo@gmail.com

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No.5 Malang

Abstract: This research focus is (1) implementation of cooperation field industrial practice; (2) educational services marketing techniques; (3) educational services marketing problems; (4) educational services marketing solutions. This study used qualitative phenomenological method; by multi site design; Researchers as an instrument of this study; Data sources of this study are the principal, vice principal of human resources, tutor, and students ; data were collected through indepth interview, observation, and documentation. The result of this study are (1) implementation of cooperation field industrial practice; (2) educational services marketing techniques; (3) educational services marketing problems; (4) educational services marketing solutions.

Abstrak: Fokus penelitian ini adalah (1) pelaksanaan kerjasama prakerin; (2) teknik pemasaran jasa pendidikan; (3) permasalahan pemasaran jasa pendidikan; (4) solusi permasalahan pemasaran jasa pendidikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis; rancangan studi multi situs; peneliti sebagai instrumen; sumber data meliputi kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian hubungan masyarakat, peserta didik, dan guru pamong; teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian meliputi: (1)

pelaksanaan kerjasama prakerin; (2) teknik pemasaran jasa pendidikan; (3) permasalahan pemasaran jasa pendidikan; (4) solusi permasalahan pemasaran jasa pendidikan

Kata kunci: Implementasi, pemasaran, jasa pendidikan

Kemajuan pendidikan saat ini semakin berkembang pesat. Hal ini ditandai dengan perubahan kurikulum dari tahun ke tahun. Perubahan tersebut merupakan penyempurnaan dari kurikulum yang sebelumnya. Perubahan harus menunjukkan kualitas yang lebih baik. Untuk itu lembaga pendidikan selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat agar animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan semakin meningkat dari tahun ke tahun. Lembaga pendidikan yang banyak diminati oleh masyarakat adalah lembaga pendidikan yang mempunyai daya saing dengan lembaga lain dan mengutamakan kepuasan pelanggan.

Pelanggan adalah orang yang dilayani dalam pemberian jasa atau barang. Pelanggan dapat dinyatakan sebagai pihak yang menerima barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya, memahami, menghayati barang atau jasa dan menggunakan secara langsung atau tidak langsung (Syafaruddin, 2002:36).

Partisipasi kelompok masyarakat dalam pendidikan sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan pendidikan dan pembelajaran. Kelompok masyarakat dalam lingkup pendidikan adalah semua kelompok yang dilibatkan secara aktif dalam membantu dan mendukung penyelenggaraan pendidikan (Maisyaroh, 2004:16). Dari pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa partisipasi kelompok masyarakat dan masyarakat luas terhadap sekolah sangat dibutuhkan sekolah untuk mencapai tujuan pendidikan dan pembelajaran.

Pemasaran dalam bidang komersial dan industri menekankan pada kegiatan mengelola pertukaran sesuatu antara produsen dan konsumen. Pemasaran dalam dunia pendidikan kegiatannya lebih ditekankan pada hubungan antara sekolah dan kliennya (Maisyaroh, 2004:38). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pemasaran dilakukan untuk mencapai tujuan sekolah.

Pemasaran dalam bidang pendidikan sangat diperlukan oleh sekolah untuk memperkenalkan semua hal yang dimiliki oleh sekolah kepada masyarakat.

Dunia pendidikan seharusnya lebih aktif menjalin *link and match* dengan dunia kerja, karena perkembangan teknologi terjadi dengan pesat di Dunia Usaha dan Dunia Industri (DUDI). Untuk memasuki lapangan kerja, perlu adanya pengetahuan yang bersifat teoritis, tetapi sesuai dengan kondisi di lapangan dan perlu adanya kegiatan-kegiatan yang sifatnya terapan dan adaptif. Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sangat memerlukan keseimbangan dan keserasian antara pengetahuan teori dengan praktik. Sehingga salah satu strategi pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat DUDI adalah dengan melakukan Praktik Kerja Industri (prakerin). Praktik Kerja Industri (prakerin) merupakan bagian dari program pembelajaran yang harus dilaksanakan oleh setiap siswa di dunia kerja sebagai wujud nyata dari pelaksanaan Pendidikan Sistem Ganda (PSG) (Ratnasari & Aksa 2011). Program prakerin disusun bersama antara sekolah dan dunia kerja dalam rangka memenuhi kebutuhan peserta didik dan sebagai kontribusi dunia kerja terhadap pengembangan program pendidikan di SMK. Dengan prakerin, peserta didik dapat menguasai sepenuhnya aspek-aspek kompetensi yang dituntut kurikulum, dan disamping itu mengenal lebih dini dunia kerja.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang mengacu ke fenomenologis. Metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bogdan dan Biklen dalam Ulfatin, 2013:23). Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi multi situs (*multi-sites studies*). Studi multi situs yaitu suatu rancangan penelitian kualitatif yang melibatkan beberapa situs dan subjek penelitian sebagai kasus (Ulfatin, 2013:67).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui: (1) wawancara; (2) observasi; dan (3) studi dokumentasi. Penelitian ini merupakan penelitian studi multi situs ada macam analisis data yang digunakan, yaitu: (1) analisis data situs

tunggal (situs individu) dan (2) analisis data lintas situs. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini digunakan tes: *credibility* (derajat kepercayaan), dan *confirmability* (kepastian). Tahap-tahap yang ditempuh dalam penelitian ini yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap penulisan laporan.

HASIL

Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang

Pelaksanaan kerjasama pemasaran jasa pendidikan meliputi (1) Prosedur pelaksanaan kerjasama praktik kerja industri meliputi (a) Memberikan surat pengantar dan surat permohonan kepada DUDI; (b) Memberikan surat pengajuan jika diterima dan jika tidak sekolah mencari pengganti DUDI; (c) Penandatanganan MoU (kerjasama); (d) Memberikan surat tugas pada guru pembimbing; (e) Pelaksanaan prakerin; (f) *Monitoring* atau pengawasan; (g) Laporan prakerin; (g) Selain prosedur tersebut, terdapat pula prosedur yang lebih singkat yang dilakukan oleh sekolah. Perusahaan yang sudah lama bekerja sama dengan sekolah pada pelaksanaan kerjasama hanya dengan menggunakan via telepon. Perusahaan dan sekolah secara tidak langsung sudah melakukan MoU secara lisan. Hal ini dikarenakan sekolah dan DUDI hanya membicarakan tentang berapa kebutuhan DUDI yang dibutuhkan dan setelah itu bertemu untuk melakukan penandatanganan MoU secara tertulis; (2) Pelaksanaan prakerin melibatkan guru pamong. Fungsi dari guru pamong ini adalah *memonitoring* atau mengawasi peserta didik pada saat prakerin; dan (3) Prakerin dilakukan oleh peserta didik selama 3-4 bulan. Pada akhir pelaksanaan prakerin, peserta didik wajib menyerahkan laporan prakerin.

Teknik pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang adalah brosur, sarana orang, *banner* atau baliho dan *website*.

Permasalahan pemasaran jasa pendidikan di SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang: (1) Pencabutan baliho atau *banner* yang telah terpasang di jalan. Sekolah telah memasang baliho atau *banner* di jalan namun keesokan harinya sudah tidak ada meskipun sekolah sudah ijin; (2) Penolakan kerjasama

yang dilakukan oleh DUDI, hal ini dilakukan oleh DUDI karena meminta untuk prakerin di perusahaan selama enam bulan. Namun, kebijakan sekolah hanya melaksanakan prakerin selama 3-4 bulan; (3) DUDI tidak mengerti *jobdesc* peserta didik yang sedang prakerin. Hal ini dikarenakan peserta didik ditugaskan untuk membenarkan genteng perusahaan. Hal ini bukan merupakan tugas dari peserta didik yang melakukan prakerin tersebut. Seharusnya melakukan tugas sesuai bidangnya; (4) DUDI meletakkan peserta didik yang prakerin tidak pada bidangnya. Hal ini terbukti ketika peserta didik melakukan prakerin, peserta didik yang jurusannya produksi grafika diletakkan di persiapan grafika bahkan sebaliknya. Prakerin seharusnya disesuaikan dengan bidang peserta didik; (5) Peserta didik membolos pada saat prakerin berlangsung. Perusahaan selalu menelpon sekolah dan melaporkan peserta didik yang tidak masuk.

Solusi permasalahan pemasaran jasa pendidikan di SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang: (1) Tetap menggunakan kembali teknik tersebut dan akan menambah dengan pemasangan stiker di angkutan umum sehingga kemungkinan untuk dicabut sangat kecil karena pemasangan ijin terlebih dahulu kepada sopir; (2) Mengganti dengan DUDI yang lain yang mau menerima prakerin peserta didik selama 3-4 bulan. Hal ini dilakukan sekolah karena sudah merupakan aturan sekolah pelaksanaan prakerin dilakukan selama 3-4 bulan. Sehingga peserta didik harus mematuhi peraturan tersebut; (3) Mem-*blacklist* DUDI yang tidak mengetahui *jobdesk* peserta didik yang melakukan prakerin. Tugas peserta didik yang melakukan prakerin harus sesuai bidangnya karena tujuan prakerin adalah menerapkan teori yang diperoleh oleh sekolah di perusahaan karena alat di sekolah terbatas; (4) Menarik peserta didik yang diletakkan tidak sesuai pada bidangnya. Kemudian memindahkan ke perusahaan lain yang menerima peserta didik dan diletakkan sesuai pada bidangnya; (5) Memanggil orang tua peserta didik yang membolos. Serta memberikan peringatan dan memberikan motivasi kepada peserta didik untuk tetap masuk pada saat prakerin.

Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Grafika PGRI Karya Nasional Kota Malang

Pelaksanaan Kerjasama Praktik Kerja Industri meliputi (1) Prosedur pelaksanaan kerjasama praktik kerja industri: (a) Menyerahkan MoU dan surat pengantar kepada DUDI; (b) Pengajuan usulan peserta didik kepada DUDI; (c) Pemberian tugas kepada guru yang ditunjuk sebagai guru pembimbing prakerin atau guru pamong; (d) Pelaksanaan prakerin; (e) Monitoring yang dilakukan oleh guru pembimbing atau guru pamong; (f) Peserta didik membuat laporan prakerin; (2) Pelaksanaan kerjasama prakerin di sekolah ini dilakukan selama enam bulan; dan (3) Pelaksanaan prakerin melibatkan guru pembimbing atau guru pamong.

Teknik pemasaran yang dilakukan oleh SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang adalah brosur, sarana orang, pamflet, presentasi dan *website*.

Permasalahan pemasaran jasa pendidikan: (1) Jadwal pelaksanaan teknik pemasaran jasa dengan menggunakan presentasi dimajukan sehingga sekolah tidak dapat melakukan presentasi di sekolah yang dituju; (2) Terdapat peserta didik yang tidak mengikuti prakerin selama enam bulan melainkan empat bulan; (3) Terdapat wali murid yang belum menyelesaikan administrasi sekolah. Karena keterbatasan biaya, wali murid dari peserta didik ada yang belum membayar belum diijinkan mengikuti prakerin jika sudah menyelesaikan administrasi; (4) Terdapat satu orang peserta didik yang dikeluarkan oleh perusahaan karena telah dianggap mencuri perekat perusahaan; (5) Input atau masukan peserta didik yang kurang. Sehingga banyak DUDI yang protes karena tidak mendapatkan tenaga dari sekolah; (6) Peserta didik yang belum terbiasa untuk bekerja di perusahaan. Perusahaan sangat ketat utamanya dalam kedisiplinan kerja.

Solusi permasalahan pemasaran jasa pendidikan: (1) Menindaklanjuti presentasi yang telah dibatalkan dengan diganti oleh penyebaran brosur yang di sekolah; (2) Menasihati peserta didik yang membolos karena disengaja dan memberikan toleransi kepada peserta didik yang sakit dengan tindak lanjut menggunakan surat keterangan sakit sehingga peserta didik masih dapat lulus; (3) Memberikan keringanan dengan memperbolehkan wali murid untuk menyelesaikan administrasi dengan mengangsur. Hal ini merupakan langkah yang tepat untuk diambil bagi sekolah maupun peserta didik; (4) Peserta didik yang

telah dikeluarkan dipindahkan ke perusahaan yang lain. Pindahan ini dilakukan agar peserta didik dapat terus melakukan prakerin karena prakerin di SMK merupakan wajib; (5) Sekolah berencana untuk memasarkan sekolah ke desa-desa utaman keluarga tidak mampu. Kemudian yang rumahnya jauh atau berada di desa terpencil berencana untuk membangun asrama peserta didik. (6) Memberikan motivasi kepada peserta didik tentang dunia kerja. Pembekalan sebelum prakerin harus lebih ditekankan kembali utamanya “kedisiplinan” peserta didik agar permasalahan yang dulu terjadi oleh angkatan di atasnya tidak terjadi selanjutnya.

Tabel Analisis Lintas Situs Implementasi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang

Situs Aspek	SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang	SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang	Temuan Akhir
Pelaksanaan Kerjasama Praktik Kerja Industri	<ul style="list-style-type: none"> • Penyerahan surat pengantar dan surat permohonan kepada DUDI. • Penyerahan surat pengajuan kepada DUDI • Penandatanganan MoU • Pemberian surat tugas kepada guru pembimbing • Pelaksanaan Prakerin • Monitoring • Penyerahan laporan prakerin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penyerahan MoU dan Surat pengantar. • Pengajuan usulan peserta didik • Pemberian tugas pada guru pembimbing atau guru pamong • Pelaksanaan prakerin • Monitoring • Penyerahan laporan prakerin. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat persamaan di kedua situs yaitu sama-sama menyerahkan surat pengantar, surat pengajuan, MoU, pemberian tugas kepada guru pembimbing, adanya monitoring dan pelaporan akhir prakerin.
Teknik Pemasaran Jasa Pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana orang • brosur • baliho/banner • <i>website</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana orang • brosur • pamflet • presentasi • <i>website</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat persamaan yaitu sarana orang, brosur, dan <i>website</i>
Permasalahan	<ul style="list-style-type: none"> • Penolakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Jadwal 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat

<p>Pemasaran Jasa Pendidikan</p>	<p>kerjasama oleh DUDI</p> <ul style="list-style-type: none"> • DUDI kurang mengerti Jobdesk peserta didik prakerin • Salah penjurusan pada penempatan pelaksanaan prakerin • Peserta didik membolos pada saat prakerin. 	<p>pelaksanaan presentasi atau pelaksanaan teknik pemasaran jasa pendidikan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang tua peserta didik belum menyelesaikan administrasi • Pengeluaran peserta didik pada pelaksanaan prakerin oleh DUDI • Peserta didik tidak mengikuti prakerin sejumlah waktu yang ditentukan dan ada yang membolos. • Kurangnya input atau masukan peserta didik • Terdapat peserta didik yang tidak nyaman diperusahaan. 	<p>kesamaan yaitu permasalahan yang terjadi pada peserta didik yang tidak masuk atau membolos pada saat prakerin.</p>
<p>Solusi Permasalahan Pemasaran Jasa Pendidikan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengganti dengan DUDI yang lain • Mem-blacklist DUDI tersebut dan membuat jurnal harian • Mem-blacklist DUDI tersebut dan membuat jurnal harian • Menarik peserta didik yang prakerin tidak sesuai bidangnya dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Menindaklanjuti dengan menyebarkan brosur ke sekolah tersebut • Memberikan keringanan untuk mengangsur administrasi peserta didik • Mengganti tempat prakerin 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kesamaan yaitu sama-sama menasihati peserta didik yang tidak masuk prakerin dan menindak lanjut untu memanggil orang tua.

	<p>dipindahkan di perusahaan yang lain</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan surat panggilan orang tua peserta didik yang membolos dan menasihati jika masih dapat ditolerir. 	<p>peserta didik yang dikeluarkan di perusahaan yang lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meluluskan prakerin karena sakit, dan peserta didik menindaklanjuti dengan menggunakan surat keterangan sakit. Serta yang membolos memberikan surat panggilan orang tua peserta didik yang membolos dan menasihati jika masih dapat ditolerir. • Memberikan surat panggilan orang tua peserta didik yang membolos dan menasihati jika masih dapat ditolerir. 	
--	--	--	--

PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kerjasama Praktik Kerja Industri di SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang

Keterlibatan secara aktif antara pihak sekolah dan pihak industri tersebut sangat menentukan keberhasilan program prakerin (Wena, 1996:35). Hal ini sudah dibuktikan oleh kedua sekolah Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang yang telah bekerjasama dengan baik dengan DUDI. Hal ini terbukti kerjasama yang terjalin secara terus menerus dan memberikan keuntungan bagi keduanya. Wena (1996:5) Pendidikan kejuruan adalah pendidikan yang bertujuan membekali peserta didik dengan seperangkat

pengetahuan (kognitif), sikap (afektif), ketrampilan (psikomotorik). SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang telah memberikan materi secara kognitif yakni pengetahuan umum dan bidang tertentu terkait jurusan yang telah dipilih oleh peserta didik. Selain itu juga membentuk sikap dalam bersosialisasi atau berinteraksi dengan orang lain. Kemudian yang terpenting peserta didik disini dibekali ketrampilan untuk meningkatkan ketrampilan sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja yang penuh dengan persaingan ketat.

Teknik Pemasaran Jasa Pendidikan

Ada sembilan teknik pemasaran sekolah: (a) orang, (b) prospektus, brosur, dan pamflet (c) materi tertulis lainnya, (d) media, (e) periklanan, (f) pertemuan terbuka dan kegiatan lain, (g) video promosi, (h) promosi kelompok, dan (i) teknik komunikasi lainnya. Sembilan teknik tersebut merupakan teknik yang efektif dalam memasarkan jasa pendidikan di sekolah (Davis dan Ellison dalam Benty, 2001:12). Kedua sekolah menggunakan beberapa teknik tersebut. SMK grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang menggunakan teknik sarana orang, brosur, *banner*, video promosi, dan media internet berupa *website*. Sedangkan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang menggunakan media presentasi, brosur, *banner*, kemudian sarana orang. Jadi kedua sekolah sama-sama menggunakan sarana orang, brosur dan *banner*.

Permasalahan Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Suparjono (1999:257) “tujuan prakerin adalah kemampuan yang telah didapatkan peserta didik dari proses pembelajaran di sekolah diterapkan atau diimplementasikan secara nyata di DUDI sehingga tumbuh etos kerja atau pengalaman kerja. Dalam mencapai tujuan tersebut sekolah mengalami hambatan atau kendala dalam mencapai tujuan tersebut. Permasalahan keduanya adalah sama-sama peserta didik yang membolos pada saat pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan yakni prakerin. Prakerin ini merupakan teknik pemasaran jasa pendidikan, karena dengan prakerin sekolah dapat memasarkan apa yang menjadi “nilai jual” sekolah terhadap masyarakat luas khususnya DUDI.

Solusi Permasalahan Pemasaran Jasa Pendidikan

Menurut Wena (1996:35) “keterlibatan secara aktif antara pihak sekolah dan pihak industri tersebut sangat menentukan keberhasilan program prakerin”. Keberadaan DUDI bagi pendidikan di SMK merupakan hal penting. Terkait dengan perannya dalam PSG, selain sebagai aktivis DUDI juga berperan sebagai *edukator*. Sehingga, apabila ada permasalahan antara keduanya harus diselesaikan secara adil dan bijaksana. Hal ini menghindari adanya perpecahan antara DUDI dengan sekolah. Karena kedua permasalahan kedua sekolah yakni SMK Grafika PGRI Pakis Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang sama solusi yang diambil oleh kedua sekolah jug sama yakni dengan memperingati jika masih dapat ditoleransi dan memanggil orang tua jika sudah melebihi batas yang ditentukan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kerjasama praktik kerja industry di SMK Grafika PGRI Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional sama. Pertama yang dilakukan pada pelaksanaan kerjasama prakerin dengan DUDI di SMK Grafika PGRI Kabupaten Malang adalah memberikan surat pengantar dan surat permohonan kepada DUDI kemudian memberikan surat pengajuan jika diterima dan jika tidak sekolah mencari pengganti DUDI, dilanjutkan penandatanganan MoU (kerjasama). Setelah *deal* memberikan surat tugas pada guru pembimbing. Kemudian pelaksanaan prakerin mulai dilakukan. Pada pertengahan prakerin dilakukan monitoring dan peserta didik pada setiap prakerin menulis kegiatan harian ke dalam jurnal harian yang diberi stempel perusahaan. Kemudian terakhir prakerin dilakukan pengumpulan laporan prakerin.

Fungsi CCTV sebagai instrumen pengawasan kinerja guru, CCTV tersebut dapat memberi manfaat dan peranan dalam peningkatan kinerja guru, evaluasi kinerja guru saat mengajar, keefektifan pemantauan terhadap seluruh aktivitas di sekolah oleh kepala sekolah, pengawasan keamanan sekolah, dan manfaat yang lain seperti peningkatan kedisiplinan peserta didik, mempermudah manajemen piket guru, mempermudah menelusuri kasus kehilangan, dan mempermudah guru dalam menemukan kelas saat terjadi perpindahan kelas.

Teknik pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh kedua sekolah sama. Teknik pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SMK Grafika PGRI Kabupaten Malang adalah dengan menggunakan brosur, *website*, baliho dan sarana orang. Sedangkan teknik pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang adalah dengan menggunakan brosur, *website*, pamflet, sarana orang, dan presentasi. Jadi, persamaan dari kedua sekolah tersebut adalah sama-sama menggunakan teknik pemasaran brosur, *website*, dan sarana orang.

Permasalahan pemasaran jasa pendidikan di SMK Grafika PGRI dan SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang tidak sama. Persamaan dari kedua sekolah tersebut adalah terdapat peserta didik yang membolos. SMK Grafika Karya Nasional Kota Malang juga mengalami salah penjurusan, namun bagi sekolah tidak menjadi masalah.

Solusi Permasalahan yang dilakukan oleh SMK Grafika PGRI Kabupaten Malang dan SMK Grafika Karya Nasional mengenai permasalahan yang sama diantara kedua sekolah yaitu peserta didik yang membolos pada saat prakerin solusi yang diambil oleh kedua sekolah tersebut adalah dengan memberikan surat panggilan orang tua peserta didik yang membolos dan menasihati jika masih dapat ditolerir. Sedangkan solusi dari permasalahan lainnya juga berbeda karena permasalahan juga berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Benty, D.D.N. 2011. Teknik-Teknik Pemasaran Sekolah yang Efektif. *Berkala Manajemen Pendidikan*. 14(1): 11-22.
- Maisyaroh. 2004. *Hubungan Masyarakat*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Suparjono, E. 1999. *Seri Pendidikan Nasional Petunjuk Pelaksanaan Pendidikan Nasional*. Jakarta: CV Eko Jaya.
- Syafaruddin. 2002. *Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia.
- Ulfatin, N. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan: Teori dan Aplikasinya*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wena, M. 1996. *Pendidikan Sistem Ganda*. Bandung: Tarsito.