

## Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja (Studi Kasus di SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Kabupaten Cianjur)

Saepulloh<sup>1</sup>, Deti Rostini<sup>2</sup>, Kakay Karyana<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Nusantara

Email: [saepulloh.alfatih@gmail.com](mailto:saepulloh.alfatih@gmail.com)<sup>1</sup>, [yanky59@gmail.com](mailto:yanky59@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[karyana\\_kakay@gmail.com](mailto:karyana_kakay@gmail.com)<sup>3</sup>

### Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah lulusan SMK belum semuanya memiliki kualitas, kemampuan dan keahlian yang memadai dan terbatasnya informasi kerja, sehingga berpengaruh dalam percepatan penyerapan tenaga kerja. Tujuan umum dari penelitian ini untuk mendeskripsikan manajemen pemasaran lulusan SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Kabupaten Cianjur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Lokasi penelitiannya di SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Cianjur. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi : (1) observasi (2) wawancara dan (3) studi dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah Hasil dari kedua lembaga ini (1) perencanaan ditemukan 5 point yaitu: a) Pihak yang terlibat dalam rencana kurikulum yaitu kepala sekolah, Waka, Kajur, BKK dan Humastri, b) tujuan pemasarannya agar lulusan SMK dapat bekerja di IDUKA, c) langkah rencananya dengan menyiapkan lulusan SMK yang memiliki karakter dan mampu berdaya saing dan pengembangan SDM dengan pelatihan dan teaching factory, d) rancangan kurikulum berdasarkan kurikulum 2013, kurikulum merdeka dan KKNi Level II/III dan e) rancangan strategi pemasarannya dalam bursa kerja 4.0. (2) Implementasi kegiatan pemasaran lulusan terdiri dari: a) kegiatan pengorganisasian dengan membagi tugas dan fungsi dari perencana, b) pelaksanaannya BKK berperan dalam pemasaran dan c) pengkoordinasian dengan IDUKA saat lulusan memasuki Kelas XI. (3) Pengendalian yang terdiri : a) evaluasi keterserapan lulusan SMK dengan aplikasi tracer study yang bisa diakses pada website sekolah, b) lingkungan kerjasama IDUKA yang telah memiliki hukum pemerintah sehingga mudah dalam bekerjasama, c) nilai positif IDUKA berdasarkan pembukaan rekrutmen di sekolah, d) peranan BKK dalam pemasaran lulusan SMK sangat efektif bagi alumninya. (4) Kendalanya dari kedua sekolah tersebut yaitu penyerapan pemasaran lulusan belum sesuai target karena masa covid-19 dan alumni SMK yang kurang berpartisipasi, kurang siapnya mental untuk berdaya saing dan ijin dari orang tua. (5) Solusinya rancangan pendidikan karakter yang sesuai dengan nilai Pancasila dan agama, diberikannya kelas program bertujuan dengan menggali keahlian siswa, komunikasi aktif dengan orang tua dan menjalankan kurikulum merdeka dengan mengubah pemikiran siswa untuk menjadi pengusaha yang mampu membuka lapangan kerja.

**Kata Kunci:** *Manajemen, Pemasaran, Lulusan SMK, Penyerapan Tenaga Kerja.*

### Abstract

The research is motivated by the less than optimal marketing of SMK graduates and the increase in the number of SMK which is not followed by absorption of energy. The study purpose to describe the implementation of marketing management for Vocational High School graduates in accelerating labor absorption related to planning, implementation, control, barriers and solutions. The study uses a qualitative method with a case study approach. This research comes from observation, interviews and documentation studies. The results of these two planning institutions found 5 points are : a) The parties involved in the curriculum plan are the principal, Waka, Kajur, BKK and Humastri, b) the marketing goal is and then SMK graduates can work at IDUKA, c) the plan steps are to prepare SMK graduates who have character and are able to be competitive and HR development design with training and factory training, d) curriculum design based on the 2013 curriculum, independent curriculum and KKNi Level II/III and e) marketing strategy design in the 4.0 job market. The implementation of graduate marketing activities consists of: a) organizing activities by dividing the tasks and functions of planners, b) implementing BKK's role in marketing and c) coordinating with IDUKA when graduates towards to Class XI. Controls which consist of: a) evaluating the absorption of SMK graduates with tracer study study applications that can be accessed on the school website, b) IDUKA collaborative environment which already has government law so that it is easy to cooperate, c) positive IDUKA values based on opening

recruitment in schools, d) The role of BKK in marketing SMK graduates is very effective for alumni. The obstacle from the two schools is that the absorption of graduate marketing has not been on target because of the Covid-19 period and SMK alumni who are less involved, mentally unprepared to be competitive and permission from parents. The solution are to design character education that is in accordance with Pancasila and religious values, providing program classes aimed at exploring students skills, active communication with parents and implementing an independent curriculum by changing students thinking to become entrepreneurs who are able to create jobs.

**Keywords:** *Management, Marketing, SMK Graduate, Labor Absorpstion.*

## **PENDAHULUAN**

Ketenagakerjaan merupakan isu penting dalam bisnis dan perekonomian di Indonesia, Roda pembangunan Bangsa Indonesia dilihat dari angkatan kerja, penduduk yang bekerja dan angka pengangguran. Lembaga pendidikan SMK Pendidikan SMK merupakan pendidikan yang disiapkan untuk lulusannya mengisi kebutuhan IDUKA dan sebagai solusi dalam pengangguran di Indonesia dengan lulusannya yang memiliki keahlian dan mampu bersaing secara global. Peningkatan jumlah SMK diikuti dengan peningkatan jumlah siswa yang bersekolah di SMK, namun peningkatan jumlah siswa SMK tidak diikuti dengan peningkatan jumlah lulusan SMK dan mengalami fluktuasi dalam penyerapan tenaga kerja. Kondisi di lapangan dalam Tingkat Pengangguran Terbuka(TPT) (Vocational Education Policy, 2019) SMK merupakan penyumbang pengangguran terbanyak sebesar 8,53% pada tahun 2019 dibanding dengan lulusan dari SD-SMP-SMA-Diploma atau Universitas ditambah dengan saat ini dunia sedang dilanda oleh pandemic covid-19 yang permasalahan tenaga kerja di Indonesia khususnya menjadi semakin kompleks.

Lembaga pendidikan SMK memiliki Peraturan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan R1 Nomor 34 Tahun 2018 tentang Standar Nasional Pendidikan SMK/MAK yang bertujuan dalam meningkatkan kualitas dan daya saing sumber daya manusia dengan cara menyempurnakan kurikulum dan peningkatan kompetensi pada lulusan SMK, tenaga pendidik dan peningkatan kerjasama IDUKA dalam kerjasama untuk mendapatkan sertifikasi lulusan.

Lulusan SMK dan angkatan kerja yang terserap di IDUKA masih belum mencapai target, mengingat jumlah lulusan dari pendidikan vokasi setiap tahun semakin meningkat. Proses percepatan penyerapan tenaga kerja lulusan SMK diperlukan kerjasama SMK dengan dunia industri, dunia usaha dan dunia kerja (IDUKA). Solusi dari permasalahan diatas adalah manajemen pemasaran lulusan untuk mempercepat penyerapan tenaga kerja yang diterapkan oleh SMK, karena faktor yang menjadi penentu keberhasilan SMK adalah manajemen pemasaran yang diterapkan lembaga pendidikan.

Perkembangan SMK di Kabupaten Cianjur dalam pertumbuhan SMK sangat cepat yang diawali pada tahun 2003. Salah satu lembaga SMK Negeri di Kabupaten Cianjur yang mampu membangun kerjasama dengan IDUKA yang menerapkan manajemen pemasaran lulusan adalah SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku yang lulusannya bisa terserap oleh IDUKA secara lokal, nasional ataupun Internasional. Ketua Musyawarah Kerja Kepala Sekolah (MKKS) (2021) lulusan SMK di Kabupaten Cianjur sudah terserap sebanyak 60% bekerja dan sisanya telah melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi dan berwirausaha.

Pemasaran lulusan SMK termasuk kedalam pemasaran jasa Kotler & Amstrong (2008:266) jasa merupakan bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Maka lulusan SMK termasuk produk jasa yang tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi karena hanya bisa dirasakan kemanfaatannya dari aktivitas, pengalaman, proses dan kinerja.

Nilai jasa pada pendidikan merupakan sebuah jasa yang nilainya tidak berwujud bagi pembelinya, cirinya: (a) Intangibility (tidak berwujud) hanya bisa dirasakan yaitu dengan indera pada anggota tubuh, (b) Inseparability (tidak terpisahkan) pada hakikatnya bercirikan perusahaan tidak bisa dipisahkan dari sumber yang menjadi target konsumen, (c)Variability (bervariasi) penyajian jasa dilakukan dengan orang, waktu dan tempay tergantung pada jasa tersebut (d) Perishability (mudah musnah) jasa biasanya tidak bisa disimpan sehingga mudah dalam pemusnahan. Berdasarkan uraian diatas Kedua SMK diatas memiliki cara dalam memproses lulusannya agar bisa diserap sebagai tenaga kerja di IDUKA.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang menggunakan lingkungan alamiah sebagai sumber data, sifat deskriptif analitik, tekanan pada proses bukan hasil, bersifat induktif dan mengutamakan makna. Metode penelitian kualitatif yang digunakan adalah studi kasus (Yanuaris, 2019) peneliti menyelidiki fenomena spesifik secara mendalam yang sesuai di lokasi penelitian dan mengangkat pengalaman informan sampai tidak ada informasi lagi. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Lokasi penelitiannya di SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Kabupaten Cianjur dengan Subjek Penelitian/ informan (Heryana, 2018) Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah, Guru, BKK dan siswa lulusan atau calon siswa lulusan yang bersifat acak atau ditentukan oleh sendiri (*purposeful sampling*). Objek penelitian ini terdiri dari perencanaan, pengimplementasian, pengendalian (evaluasi), hambatan dan solusi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil SMK Negeri 1 Cilaku

#### 1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja

Kepala Sekolah sebagai manager di sekolah yang memberikan arahan kepada Humastri dan BKK sebagai unit pelaksana kegiatan dalam merencanakan pemasaran lulusan SMK untuk mempercepat penyerapan tenaga kerja. Sebagaimana hasil dari sumber data peneliti di SMKN 1 Cilaku terkait perencanaan manajemen pemasaran lulusan SMK bahwa Manajemen Pemasaran lulusan Sekolah Menengah Kejuruan diperlukan untuk merencanakan tujuan dengan mempersiapkan produk (lulusan SMK), menentukan strategi atau langkah pemasaran, mengembangkan rencana pemasaran yang akan tertuang pada visi dan misi unit pelaksana kegiatan.

Berdasarkan pernyataan dari Kepala Sekolah, Waka, BKK dan siswa lulusan SMK Negeri 1 Cilaku serta peneliti melihat dari studi dokumentasi, hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut :

##### a. Pihak yang terlibat dalam penyusunan rencana pemasaran

Pihak yang terlibat dalam penyusunan rencana pemasaran lulusan SMK diantaranya adalah Kepala sekolah sebagai manager di lembaga pendidikan yang memiliki tanggungjawab atas keberlangsungan pendidikan yang membawa visi dan misi sekolah untuk direalisasikan, Waka bertujuan untuk merencanakan program hubungan industri atau masyarakat agar tepat sasaran yang diantara programnya praktek kerja lapangan, penyesuaian kurikulum dan memfasilitasi kebutuhan kerjasama industri serta pengelolaan informasi sekolah dengan pihak eksternal maupun internal sekolah. Bursa Kerja Khusus (BKK) dan Staff mempunyai matriks program dalam rencana pemasaran lulusan SMK. Ketua program keahlian yang berfungsi sebagai membangun komunikasi dengan siswa untuk mengklasifikasikan minat dan bakatnya.

##### b. Tujuan dari rencana pemasaran

Tujuan merupakan gambaran keinginan yang ingin dicapai dari setiap pemangku kebijakan. Tujuan dari rencana pemasaran lulusan SMK merupakan penjabaran dari visi dan misi SMKN 1 Cilaku yang diantaranya dapat mengabdikan ilmu dan softskill dan penggalian potensi lulusan yang mampu bersaing secara global dan terserapnya lulusan SMK secara menyeluruh pada IDUKA, melanjutkan pada Perguruan Tinggi dan dapat berwirausaha.

##### c. Langkah-langkah rencana pemasaran

Langkah-langkah rencana pemasaran di SMKN 1 Cilaku diantaranya : (1) penyusunan database siswa lulusan SMK yang sedang mencari kerja dan perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja serta penelusuran tamatan siswa lulusan SMKN 1 Cilaku, (2) menjaring informasi pasar tenaga kerja melalui iklan di media massa, internet, kunjungan ke dunia usaha atau industri maupun kerjasama dengan lembaga penyalur tenaga kerja dan Disnakertrans. (3) Membuat lembar informasi dan pemasaran lulusan SMKN 1 Cilaku yang dikirim ke dunia usaha atau industri yang terkait Disnakertrans, (4) Penyaluran calon tenaga kerja lulusan SMKN 1 Cilaku ke dunia usaha dan industri, (5) Melakukan proses tindak lanjut hasil pengiriman dan penempatan tenaga kerja melalui kegiatan penjurusan dan verifikasi, (6) Mengadakan program pelatihan keterampilan tambahan.khusus bagi siswa dan lulusan SMKN 1 Cilaku disesuaikan dengan bidang keahlian yang diperlukan, (7) Mengadakan program bimbingan menghadapi tahapan proses penerimaan siswa dalam suatu pekerjaan (wawancara dan

psikotest) dan (8) Memberikan informasi kepada para alumni ataupun para lulusan SMK lain yang membutuhkan informasi tentang lowongan kerja.

*d. Rencana kurikulum BKK dalam penyelarasan rencana pemasaran*

Rencana kurikulum pada pemasaran lulusan SMK, SMK berkolaborasi dengan industri untuk merancang kurikulum yang bertujuan untuk penyelarasan keahlian siswa lulusan yang akan ditempatkan dengan kebutuhan IDUKA.

*e. Strategi perencanaan pemasaran*

Adapun strategi perencanaan pemasaran lulusan SMK sebagai berikut : (1) memaksimalkan pembelajaran kompetensi siswa dengan model pembelajaran teaching factory di SMKN 1 Cilaku Cianjur dengan respon stakeholder yang semakin kuat hingga menambah transfer pembelajaran dari industri ke sekolah dan proses tersebut dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab dengan harapan target siswa lulusan dapat terealisasi, (2) pendataan calon lulusan pada bulan Februari, (3) mengupayakan lowongan kerja dengan mengirimkan surat dan mendatangi perusahaan yang dimulai pada bulan Januari hingga Desember, (4) promosi sekolah dengan cara melakukan sosialisasi ke SMP atau MTs dan melaksanakan promosi lulusan ke perusahaan.

**2. Implementasi Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja di SMK Negeri 1 Cilaku**

Implementasi pemasaran berkaitan dengan perubahan strategi dan rencana pemasaran lulusan SMK dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja terhadap kegiatan atau tindakan yang diproyeksikan pada aktivitas sehari-hari. Proyeksi implementasi terdiri dari : (1) pengorganisasian SMKN 1 Cilaku yang melaksanakan kegiatannya berdasarkan aturan UU dan peraturan pemerintah lainnya yang dibuatkan Surat Keputusan Kepala Sekolah sehingga tugas, fungsi dan tanggungjawab dari setiap elemen bisa dapat berjalan, (2) pelaksanaan kegiatan yang tercantum pada matriks program kerja dari humas sebagai penanggungjawab dari perencanaan program pemasaran dan BKK sebagai pelaksana program kerja, (3) koordinasi kegiatan yang terus dilaksanakan oleh humas dan BKK terhadap lingkungan internal dan eksternal sekolah.

**B. SMK Negeri 2 Cilaku**

**1. Perencanaan Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja di SMK Negeri 2 Cilaku**

Pihak yang terlibat dalam penyusunan pemasaran lulusan SMK dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja adalah seluruh komponen warga sekolah dan stakeholder, antara lain Kepala Sekolah BKK sebagai unit pelaksana, Kepala Jurusan, Wakil Kepala Humas Tri. Tujuan dari rencana pemasaran agar lulusannya dapat diterima oleh masyarakat dan industri yang memiliki karakter berakhlak mulia, produktif, disiplin dan memiliki etos kerja yang tinggi dengan penguatan aspek softskills, hardskills dan budaya kerja. Langkah-langkah rencana pemasarannya dengan cara : menyiapkan siswa yang kompeten di bidang keahliannya masing-masing dan membuat sistem untuk mempromosikan keahlian individu dan mencari perusahaan yang membutuhkan melalui hubungan kerjasama yang erat antara SMK dengan industri agar bisa melakukan perjanjian kerja untuk penyaluran lulusan serta pemetaan minat dan bakat, melakukan praktek kerja lapangan, melakukan seminar setelah praktek, melakukan pembekalan siswa yang sesuai dengan kompetensi.

SMKN 2 Cilaku memiliki perencanaan kurikulum dengan meningkatkan pembelajaran yang aktif, inovatif dan dinamis bersama industri di bidang pertanian dengan cara inovasi kolaboratif yang mentransformasi pendidikan kejuruan pertanian menjadi ketahanan pangan skala global berdasarkan link and match antara pendidikan kejuruan dengan DUDIKA dan pendidikan tinggi dan diharapkan mampu mengembangkan pendidikan kejuruan menjadi pendukung kearifan atau keunggulan lokal pada sektor pembangunan ekonomi pertanian secara berkelanjutan.

Strategi perencanaannya dengan penyusunan memorandum atau kesepakatan dengan IDUKA sehingga terjalin hubungan kerjasama yang baik antara sekolah dan dikomunikasikan dengan Humas sebagai yang menjembatani dengan BKK. Ketersediaan industri, kompetensi siswa dengan model pembelajaran teaching factory di SMKN 2 Cilaku Cianjur dengan respon stakeholder semakin kuat hingga menambah transfer pembelajaran dari industri ke sekolah dan proses tersebut dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab dengan harapan target siswa lulusan dapat terealisasi

## 2. *Implementasi Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja Kerja di SMK Negeri 2 Cilaku*

Konsep dan bentuk dan lingkungan BKK pemasaran lulusan SMKN 2 Cilaku Cianjur dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja dilaksanakan dengan konsep yang telah diatur dalam instruksi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dalam petunjuk teknik pembentukan pusat pengembangan karir siswa SMK tahun 2020 dan BKK adalah salah satu staff dibawah humas yang merupakan mitra dari Disnakertrans dalam hal perekrutan tenaga kerja alumni dan membantu lulusan dalam pelatihan kerja dengan berkegiatan mengembangkan kompetensi kerja, produktivitas, disiplin, sikap, etos kerja pada tingkat keterampilan dan keahlian tertentu sesuai dengan jenjang dan kualifikasi jabatan atau pekerjaan.

BKK SMKN 2 Cilaku Cianjur menjalin kerjasama untuk melakukan open class industri rekrutmen dengan industri dan memfasilitasi lulusan dalam pelaksanaan rekrutmen termasuk dengan membangun kerjasama dengan instansi terkait dalam mempermudah pelayanan administrasi pendukung bagi lulusan seperti membantu dalam pelatihan kerja (pembuatan CV, test psikotest, panduan wawancara), SKCK, kartu kuning dan atau pembuatan KTP masal. Tujuan semuanya mempermudah lulusan agar bisa bekerja di DUDIKA, melanjutkan di perguruan tinggi atau berwirausaha.

SMKN 2 Cilaku Cianjur telah melaksanakan pembelajaran siswa didapat sebagai bekal yang akan diaplikasikan dalam bekerja, masuk perguruan tinggi ataupun berwirausaha. Salah satu berbekal prakerin (praktek kerja industri) merupakan kegiatan pendidikan, pelatihan dan pembelajaran bagi siswa SMK yang dilakukan di dunia usaha atau dunia industri yang berkaitan dengan kompetensi siswa sesuai bidang yang dikerjakannya. Siswa dibekali ilmu pengetahuan dasar supaya meminimalisir kendala saat penerapannya dalam bekerja.

Sistem informasi yang dibangun sekolah sebagai organisasi harus memiliki seluruh database lulusan dan setiap lulusan harus diwajibkan menginformasikan posisi dan keberadaannya termasuk perubahan yang terjadi dari lulusan setiap tahunnya dan harus update.

SMKN 2 Cilaku Cianjur telah bekerjasama dengan perusahaan yang berada di lingkungan Kabupaten Cianjur (lokal) dan beberapa kabupaten kota yang dekat dengan Cianjur maupun ruang lingkungannya Internasional, karena kondisi pandemi maka kerjasama Internasional seperti dengan Jepang dan Korea terhambat. Cara lainnya ada industri datang ke SMKN 2 Cilaku untuk menjalin kerjasama dan setelah itu BKK memberikan pengumuman pelaksanaan penyaluran tenaga dan SMKN 2 Cilaku mempromosikan lulusan berkualitas pada IDUKA.

## 3. *Pengendalian (Evaluasi) Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja Kerja di SMK Negeri 2 Cilaku*

Sekolah melakukan penelusuran dengan dibuatnya google form yang berisikan data yang harus dijawab oleh alumni yang tujuannya adalah mengetahui kondisi alumni SMK, memberikan informasi tentang seberapa puas alumni SMK terhadap pekerjaannya dan sejauh mana para alumni SMK telah menerapkan pendidikannya di lapangan, memberikan informasi kepada SMK tentang seberapa jauh program pendidikannya telah mempersiapkan alumni untuk mengembangkan karir lebih lanjut, 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, membantu alumni dalam mencari tenaga kerja dan memberikan informasi kepada SMK sejauh mana para alumni SMK berkeinginan untuk melanjutkan pendidikannya dan mengetahui kesulitan-kesulitan yang dialami alumni SMK dalam mencari kerja.

Peran DUDIKA sebagai penerima lulusan SMK memberikan kesempatan kepada siswa untuk melaksanakan praktik kerja industri (prakerin), pemagangan guru, evaluasinya menggunakan pelaksanaan uji kompetensi, pemberian sertifikasi dan rekrutmen lulusan SMKN. Kerjasama dengan pola kemitraan tentunya memiliki manfaat untuk kedua belah pihak DUDIKA ataupun sekolah. Maka pembuatan nota kesepakatan program harus dibuat sebagai bukti kedua belah pihak memaknainya sebagai hak dan kewajiban dalam bermitra. Nilai positif tersebut dapat dirasakan oleh sekolah yang status kemitraannya diperpanjang dan perusahaan ikut membantu proses perencanaan, pelaksanaan ataupun evaluasi program tersebut salah satunya dengan teaching factory. Guru diberikan pelatihan agar bisa disebar kepada siswa ataupun perusahaan bisa secara langsung memberikan pembelajaran kepada siswa.

BKK sebagai unit pelaksana pelayanan informasi ketenagakerjaan kepada alumni dan pencari kerja, membina dan mengembangkan hubungan kerjasama dengan lembaga pemerintah atau swasta dalam

pengadaan informasi ketenagakerjaan, melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan rekrutmen dan seleksi calon pekerja. BKK menggandeng perusahaan demi mewujudkan merdeka belajar sebagai SMK menjadi SMKN 2 Ciluku Pusat Keunggulan.

Seluruh tamatan Kelas XII yang berada di seluruh nusantara. Perusahaan terdekat belum semua bermitra dengan SMK dan perusahaan menerima hanya program-program keahlian yang kadang tidak ada di SMKN 2 Ciluku. Menurut Waka berpendapat bahwa perusahaan yang telah memiliki hubungan baik dengan sekolah lulusan bisa memanfaatkan kesempatan yang diberikan oleh humas dan BKK. Namun adanya informasi yang belum terbangun dengan baik atau bahkan mental lulusan terutama lulusan baru yang masih memiliki akan beristirahat dari penatnya belajar selama 3 tahun dan permasalahan ini tidak berlaku untuk semua siswa lulusan dan ditemukan pada beberapa siswa lulusan yang masih memiliki pola berpikir.

#### 4. *Hambatan Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja Kerja di SMK Negeri 2 Ciluku*

Persaingan antar sekolah, ketersediaan lapangan kerja, terhambatnya komunikasi, karakter siswa, kurangnya peduli alumni untuk memberikan informasi. Kesulitan BKK pada pemasaran lulusan SMKN 2 Ciluku dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja adalah cara berkomunikasi dengan lulusan SMK yang siswanya memiliki karakter yang berbeda, siswa memiliki minat dan bakat yang belum terasah dan saat ini peluang kerja yang terbatas dikarenakan Covid-19 yang masih ada, terkendala pada ijin prakerin dan kesepakatan orang tua serta akomodasi karena siswa tidak semuanya memiliki akses yang cukup untuk meraih kesempatan.

Kesulitan lulusan SMKN dalam pemasaran lulusan sebagai pencari kerja atau yang melaksanakan keputusan sebagai lulusan dari SMK dalam realitanya ketatnya persaingan dalam mencari kerja, kurangnya pengalaman dalam bekerja, beradaptasi dengan lingkungan masyarakat jika sudah mendapatkan pekerjaan, penyesuaian literasi dari program keahlian dan kesempatan kerja, menangani keuangan dan permasalahan diri dan adanya kecemasan dengan diri pribadi saat orang lain telah mendapatkan pekerjaan atau telah menemukan minat dan bakatnya.

Solusi pemasaran lulusan SMKN 2 Ciluku dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja adalah sebagai berikut pembuatan Class Programme, sekolah membuat kelompok berdasarkan keahlian lain yang diluar dari program keahlian yang dimiliki oleh SMKN 2 Ciluku Cianjur dan diberikan kurikulum tambahan agar semua siswa mendapatkan keahliannya serta bekerja sama dengan orang tua dan luar negeri serta mengoptimalkan humas, solusi lainnya yang dilakukan adalah siswa lulusan dibekali dengan pembelajaran/ pendidikan karakter yang berakhlak mulia, produktif, disiplin dan memiliki etos kerja yang tinggi dengan penguatan aspek softskills, hardskills dan budaya kerja. Pembelajaran berbasis riil dunia kerja dalam implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan bidang keahliannya. pendidikan dan latihan oleh guru yang kompeten dibidangnya dan mendatangkan guru tamu atau pakar ahli sesuai dengan bidang keahliannya untuk meningkatkan kompetensi. Melaksanakan kerjasama dan penyesuaian kurikulum yang berkualitas dengan DUDIKA yang relevan selama minimal satu semester. Sertifikasi lulusan dilakukan dengan standard kebutuhan kerja.

## **PEMBAHASAN**

### 1. *Perencanaan Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*

Kedua SMK, pihak yang terlibat dalam penyusunan rencana pemasaran lulusan sekolah menengah kejuruan dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja disusun oleh humas yang diangkat dan diberikan Surat Keputusan atau Surat Tugas oleh Kepala Sekolah sebagai penanggungjawab yang dilaksanakan oleh BKK dan staff BKK. Humas secara langsung berkomunikasi dan mengarahkan kepada Kepala Jurusan setiap program keahlian dan siswa serta IDUKA. Pihak yang terlibat diatas merupakan memiliki kekuatan hukum dalam pelaksanaannya yang berdasarkan perjanjian kerjasama Mendikbud dan Menaker No.076/U/ 1993 No. Kep.215/MEN/1993 mengenai pembentukan BKK yang ada di SMK yang diperkuat juga pada Dirjen Pendidikan Dasar dan Menengah dengan Dirjen Binapenta No.009/KEP/U/1994 dan No. KEP.02/bp/1994 dalam pembentukan BKK. Menurut Musfar (2020) sumber daya manusia merupakan semua pelaku yang memainkan peran dalam penyajian jasa sehingga akan mempengaruhi pada persepsi penerima (siswa lulusan atau perusahaan yang bermitra). Elemen dari person adalah kepala sekolah, tenaga pendidik dan kependidikan dan siswa

## 2. *Implementasi Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*

BKK memiliki tujuan pada implementasi kegiatan pemasaran lulusan SMK dengan mewujudkan keterserapan lulusan SMK ke IDUKA sesuai dengan kompetensi yang dimiliki secara profesional, produktif, mandiri, berbudi pekerti luhur yang mampu bersaing di pasar global sehingga BKK mampu menyalurkan dan menempatkan lulusan SMK ke IDUKA serta meningkatkan kerjasama dengan pengguna lulusan. BKK terdiri dari ketua, bendahara, sekretaris dan staff BKK yang setiap jabatannya memiliki tugas dan fungsi. Pembelajaran tidak hanya dilaksanakan pada tingkat siswa secara teori tetapi menyelenggarakan pembelajaran atau pendidikan karakter yang berakhlak mulia, produktif, disiplin dan memiliki etos kerja yang tinggi dengan menguatkan pada softskills, hardskills dan budaya kerja. Penguatan pembelajaran dan latihan oleh guru yang kompeten pada bidangnya dengan mendatangkan guru tamu atau pakar ahli serta pelaksanaan kerjasama dan penyesuaian kurikulum yang berkualitas dengan IDUKA yang relevan selama minimal satu semester

## 3. *Pengendalian Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*

Keterserapan pemasaran lulusan sekolah menengah kejuruan dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja dimulai dari rencana ditetapkan agar proses pengorganisasian dan pelaksanaannya berjalan dengan baik, hampir dari setiap tahapan kegiatan dievaluasi proses hubungan kerjasama dengan industri pada setiap program keahlian, evaluasi pertemuan dengan Kepala Jurusan dalam penempatan siswa-siswi prakerin, evaluasi koordinasi dengan panitia dalam penempatan siswa prakerin, evaluasi koordinasi dengan panitia tentang guru monitoring, evaluasi proses negosiasi dengan IDUKA dan pemerintah sebagai mitra dalam penempatan siswa prakerin, evaluasi pada kurikulum, evaluasi pelatihan dan evaluasi tamatan. Evaluasi kerjasama dengan Disnakertrans, evaluasi database yang sudah masuk dari alumni setiap angkatan, evaluasi pembuatan laporan kegiatan dari setiap pelaksanaan program kerja. Sejalan dengan marketing control (Kotler dan Armstrong, 2008:68) kegiatan evaluasi hasil strategi dengan perencanaan dalam mengambil tindakan koreksi yang dipastikan tujuan lembaga telah tercapai dan manajemen akan mengambil langkah pada program tindakan atau perubahan tujuan untuk menutup kesenjangan antara rencana dan hasil.

## 4. *Hambatan Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*

Komunikasi yang belum terjalin dengan baik antara sekolah dan IDUKA ditandai dengan kerjasama yang masih hanya sebatas prakerin dan belum melaksanakan perekrutan secara masif, belum tercapainya pengembangan karir siswa yang lulusannya dapat terserap pada program keahlian yang didapatkan, masih ada IDUKA yang belum mau bekerjasama dengan sekolah yang sejatinya sudah ada regulasi antara pemerintah dalam pengupayaan link and match perusahaan dengan sekolah. Penyerapan tenaga kerja yang belum maksimal juga dipengaruhi oleh belum seimbangnya antara permintaan kerja dan hasil lulusan yang tidak hanya satu sekolah melainkan dari seluruh sekolah yang ada di Kabupaten Cianjur ataupun secara nasional. Maka persaingan yang banyak, serta kemampuan yang dimiliki pada setiap siswa yang menjadi tolak ukur penerimaan siswa.

## 5. *Solusi Manajemen Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*

Alternatif solusi dalam pemasaran lulusan SMK dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja dengan cara: (1) Menyelenggarakan pembelajaran atau pendidikan karakter yang berakhlak mulia, produktif, disiplin dan memiliki etos kerja yang tinggi dengan penguatan aspek softskills, hardskills dan budaya kerja, (2) Menyelenggarakan kegiatan pembelajaran yang berbasis riil dunia kerja dalam implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi sesuai dengan bidang keahliannya, (3) Menyelenggarakan pembelajaran atau pendidikan dan latihan oleh guru yang kompeten dibidangnya dan mendatangkan guru tamu atau pakar ahli sesuai dengan bidang keahliannya untuk meningkatkan kompetensi. (4) Menyelenggarakan kerjasama dan penyesuaian kurikulum yang berkualitas dengan DUDIKA yang relevan selama minimal satu semester. (5) Sertifikasi lulusan dilakukan dengan standard kebutuhan kerja. (6) Menyelenggarakan pembelajaran atau pendidikan berbasis updating skill dan teknologi. (7) Menerapkan riset terapan dalam pembelajaran untuk mendukung teaching factory melalui pembelajaran untuk mengembangkan kecerdasan emosional-spiritual, social-ekologis, intelektual, kinestetis, ekonomika, teknologi, seni-budaya dan kecerdasan belajar sebagai pusat pengembangan kecerdasan yang bersifat kontekstual dan memberi pengalaman belajar yang utuh, (8) Meningkatkan

keterserapan lulusan oleh dunia kerja melalui konsep link and match industry (rekrutmen terbuka dilakukan di sekolah oleh BKK), (9) Meningkatkan kerjasama melalui jalinan industri pembina.

## SIMPULAN

Manajemen pemasaran lulusan SMK dalam mempercepat penyerapan tenaga kerja (SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Cianjur) terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi, hambatan dan solusi.

- a. Perencanaan Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja (SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Cianjur) dituangkan dalam kegiatan perencanaan pada lembaga unit pelaksana BKK didalamnya memuat sejumlah rencana yaitu : perencanaan program kerja hubungan industri dalam program keahlian, merencanakan negosiasi dengan DU/DI dan pemerintah sebagai mitra untuk siswa yang prakerin, merencanakan kerjasama (sinkronisasi kurikulum, pelatihan dan penempatan tamatan), merencanakan pemetaan DU/DI, merencanakan pembentukan pembina sekolah untuk BKK, merencanakan program penelusuran tamatan, merencanakan program ikatan alumni, merencanakan program informasi yang dapat diakses oleh siswa dengan membuat mading atau menyerbarkannya melalui Whatsapp Group, merencanakan pembuatan laporan kegiatan dan merencanakan monitoring dan evaluasi.
- b. Implementasi Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja (SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Cianjur) mencakup kegiatan dari perencanaan yang membuat dan pemilahan tugas pokok dan fungsi dari masing-masing pengurus internal sekolah yang hamper setiap guru pendidik memiliki tambahan tugas tidak hanya sebagai guru. Seperti Kepala Sekolah sebagai pembina, BKK sebagai unit pelaksana, Humas Tri sebagai ujung tombak perencana sekaligus menjalin interaksi antara Kepala Sekolah dengan Guru atau sebaliknya, Guru sebagai implementasi kurikulum pembelajaran. Fasilitas sarana prasarana yang terus diperbaharui dari pendanaan bantuan Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD), Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN), Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS), Biaya Operasional Pendidikan Daerah (BOPD) dan Komite. Proses pelaksanaan terdapat beberapa tahapan yaitu : melaksanakan program dengan hubungan industri (mengadakan pertemuan dengan pihak internal sekolah, koordinasi internal maupun eksternal), melaksanakan negosiasi dengan DU/DI yang telah bekerjasama dan pemerintah, kerjasama dalam pembentukan kurikulum yang disinkronkan dengan perusahaan, pelatihan dari perusahaan atau pakar ahli untuk guru dan siswa, penempatan tamatan lulusan yang diambil dari prakerin dan magang, kerjasama dengan pemerintah dengan membantu lulusan membuat KTP, SKCK, Kartu Kuning dan membuka job fair yang ada di sekolah, melaksanakan penelusuran data alumni, melaksanakan pembuatan pelaporan kegiatan, menjalin silaturahmi dengan setiap angkatan ikatan alumni, melaksanakan pembuatan web yang memudahkan akses alumni untuk mencari pekerjaan melalui informasi tersebut.
- c. Pengendalian/ Evaluasi Pemasaran Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan dalam Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja (SMKN 1 Cilaku dan SMKN 2 Cilaku Cianjur), program perencanaan dan pelaksanaan berjalan dan dievaluasi oleh internal maupun eksternal yang bertujuan untuk mengoreksi perencanaan mana yang efektif dan efisien sehingga program pemasaran lulusan SMKN dapat berjalan lagi sesuai rencana agar target keterserapan lulusan bisa berjalan dengan baik. Penyampaian evaluasi dilaksanakan pada setiap setelah kegiatan dan pelaporan berkala digunakan agar mengetahui rencana mana yang terkendala sehingga program bisa baik kembali atau sesuai aturan pelaksanaan yang berlaku.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, F.(2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman & Sanusi. (2015). Manjemen Strategis Pemasaran. Bandung : CV Pustaka Seria.
- Adiatama. (2020).Pengantar Manajemen : Teori dan Aplikasi. Malang: AE Publishing.
- Ambarwati, dkk. (2022). Impact of Service Quallity and Trust on Patient Satisfaction at Blambangan Hospital Banunyangi. 10(2), 11-17.
- Ambarwati. 2022. Metode Penelitian Kualitatif. AlQalam Media Lestari.
- Anonimous. (2021). Perilaku Kepemimpinan Partisipatif Pengembangan Kepuasan Kerja Dosen di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam.. Penerbit Lakeisha. Klaten : Jawa Tengah.



- Ary, D., Jacobs, & Sorensen. (2010). Introduction to Reseach in Education. USA: Wadsworth.
- Ary, dkk. (2009). Introduction to Research in Education. Cengage Learning.
- Assauri, Sofjan. (2011). Manajemen Pemasaran. Jakarta : Rajawali Pers.
- Bellante, Don & Mark. (1983). Ekonomi Ketenagakerjaan Terjemahan oleh Wimandjaja K. Liotohe& M. Yasin (1990). Jakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Caswita (2021). Manajemen Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Sleman. CV : Budi Utama
- Creswell, J.W. (2010). Reseach Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed. Yogyakarta: PT. Pustaka Belajar.
- Darma, D, dkk. (2020). Ekonomika Gizi : Dimensi Baru di Indonesia. Yayasan Kita Menulis.
- Dimiyati & Mudjiono. (2015). Belajar dan Pembelajaran. Jakarta : Rineka Cipta.
- Djamarah, Syaiful Bahri. (2015). Psikologi Belajar. Jakarta : Rineka Cipta
- Ezmir. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data. Cet. 4. Jakarta : Rajawali Pers.
- Fajar, Utomo (2009). Arahan Pembangunan Sekolah Menengah Kejuruan Bisnis dan Manajemen Berbasis Sektor Perdagangan di Kabupaten Tulungagung. Laporan Penelitian.
- Fandy,Tjiptono. (2011). Sevice Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta : Andi.
- Fauzi, dkk. (2021). Effect od Covid-19 on Building Construction Projects: Impact and Response Mechanisms. Jurnal : IOP Conference Series : Earth and Environtmental Science. Jilid 682: 012049. Penerbit : IOP Publishing.
- Fitrah dan Luthfiyah 2017. Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas& Studi Kasus. CV. Jejak : Sukabumi
- Fitrah, M., &Luthfiyah. (2017). Metodologi Penelitian; Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus. Sukabumi : CV. Jejak.
- Hasibuan, Malayu. (2007). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT. Bumi Aksara.
- Helaluddin dan Wijaya, H. 2019. Analisis Data Kualitatif Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. Sekolah Tinggi Jaffray.
- Hery. (2019). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Gramedia.
- Hutabarat, E& Manullang, M. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Indayanti, N. dkk. (2012). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Budaya Organisasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Komitmen Organisasional dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi pada Universitas Brawijaya). Jurnal Aplikasi Manajemen Volume 10 Nomor 24, Juni 2012. Terakreditasi SK Dirjen Dikti No.66b/DIKTI/KEP/2011. ISSN: 1693-5241.
- Iskandar (2019). Pedoman Penilaian Hasil Belajar Peserta Didik SMK Kompetensi Keahlian Teknik Kendaran Ringan pada Mata Pelajaran Pemeliharaan Sasis dan Pindah Tenaga Kendaran Ringan. Sukabumi : CV. Jejak.
- Istijanto (2009). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran Gramedia Pustaka Utama.
- Istijanto. (2009). Aplikasi Praktis Riset Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Amstrong.(2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kusumastuti dan Mustamil. 2019. Metode Penelitian Kualitatif. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo. Semarang.
- Malik, N. (2016). Dinamika Pasar Tenaga Kerja Indonesia. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Moleong, L.J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif . Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy. J. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Mukhtar. (2013). Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif. Jakarta : GP Press Group.
- Mukhtazar. (2020). Prosedur Penelitian Pendidikan. Yogyakarta : Absolute Media.
- Pananrangi, R.A. 2017. Manajemen Pendidikan. Celebes Media Perkasa
- Purnomo, Dwi. 2018. Pola dan Perubahan Metakognisi dalam Pemecahan Masalah Matematis. Media Nusa Creative.
- Raco, J. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta : Grasindo.
- Raco, J.R. 2010. Metode Penelitian Kualitatif. Grasindo. Jakarta Sanjaya, W. 2015. Penelitian pendidikan. Kencana. Jakarta.
- Riduwan & Kuncoro. (2012). Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis(Analisis Jalur). Bandung : Alfabeta.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kulaitatif. Sleman : PT. Kanisius
- Satori, D& Komariah, A. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta.
- Satriadi, dkk. (2021). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Shinta, Agustina. (2011).Manajemen Pemasaran. Malang : Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Sidiq, Umar. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. Cetakan 1. Ponorogo : Nata Karya.
- Siyoto, S& Sodik, A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Slameto. (2015). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta : Rineka Cipta.
- Subakti, dkk. (2021). Metodologi Penelitian Pendidikan. Indonesia : Yayasan Kita Menulis.
- Subijanto, dkk. (2019). Kesesuaian Kurikulum SMK dengan Kompetensi yang Dibutuhkan Dunia Kerja :

- Kompetensi Keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian. Jakarta : Pusat Pelatihan Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan, Badan Penelitian dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Sudarwan, D. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung : Pustaka Setia.
- Sugihartono, dkk. (2013). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta : UNY Press.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (2013). *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Swastha, Basu. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Thomas, Wheelen & Hunger, D. (2010). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta : Andi.
- Usman, Husnaini. (2013). *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Wijaya, David. (2016). *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara Yogyakarta.
- You, Y. 2019. *Model Laki-Laki Baru Masyarakat Hubula Suku Danai Profeminis dan Egalitarian*. Nusa Media Publishing. Bandung.
- Zakariah, dkk. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research and Development (RND)*. Kolaka : Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warahmah.
- Aditomo, dkk. (2022). *Panduan Pengembangan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila*. Tersedia : <https://kurikulum.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2022/06/Panduan-Penguatan-Projek-Profil-Pancasila.pdf> (Juni 2022)
- Admin. (2019). *KKNI Level II Bisnis Daring dan Pemasaran*. (Online). Tersedia : <https://kh08m.com/2019/05/24/kkni-level-ii-bisnis-daring-dan-pemasaran/> (Mei 2022).
- Anonimous. (2020). *Petunjuk Teknis Bantuan Pemerintah Fasilitasi Pembentukan Pusat Pengembangan Karir Siswa/Bursa Kerja Khusus Sekolah Menengah Kejuruan*. Direktorat Kemintaraan Penyelarasan DUDI Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (Online). Tersedia : <https://www.vokasi.kemdikbud.go.id/storage/document/July2020/YnjDIIdA1wT2CmXuvjppqE.pdf> (Juni 2022)
- Anonimous. (2022). *SMK Negeri 1 Cilaku. Cianjur*. (Online). Tersedia : <https://smkn1cilaku.sch.id/read/56/implementasi-kurikulum-operasional-satuan-pendidikan-dan-pembelajaran-paradigma-baru-smk-pusat-keunggulan> (Februari 2022).
- Anonimous. (2022). *SMK Negeri 2 Cilaku. Cianjur*. (Online) Tersedia: <https://smkn2cilakucianjur.sch.id/> (Februari 2022).
- Anonimous. (2022). *SMK Negeri 3 Bandung. Bandung*. (Online). Tersedia : <https://hubin.smkn3bandung.sch.id/wakil-kepala-sekolah-bidang-hubinhumas/> (Mei 2022).
- Anonimous. *SMKN 5 Tangsel*. (Online). Tersedia : <http://smkn5ts.sch.id/hubin/>. (Mei 2022).
- Ari. (2017). *Skema Sertifikasi KKNI Level II*. (Online). Tersedia : <http://smk.kemdikbud.go.id/konten/2927/skema-sertifikasi-kkni-level-ii>. (Mei 2022).
- Danang, Suntoyo. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : PT Buku seru. (Online). Tersedia : [http://repository.upi.edu/17628/4/S\\_MBS\\_1001311\\_Bibliography](http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography) (Mei 2022).
- Dewi Firtia., & Ulfatin. \_\_\_\_ . *Strategi Pemasaran Lulusan SMK untuk Mempercepat Penyerapan Tenaga Kerja*. Jurnal : *Strategi Pemasaran Lulusan SMK*. (Online). Tersedia : <http://ap.fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/volume-24-no.-426-31.pdf> (Mei 2022)
- Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. *Bursa Kerja Khusus*. 2022. Jakarta : (Online). Tersedia: <https://bkk.ditpsmk.net/> (Mei 2022).
- Hidayat, Taofik. (2021). *Strategi Pemasaran Lulusan SMK*. (Online). Tersedia : <https://ayoguruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/strategi-pemasaran-lulusan-smk/>. (Mei 2022).
- Sabekti, Hayin. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Penelusuran di SMK Negeri 2 Yogyakarta*. (Online). Tersedia: [http://eprints.uny.ac.id/29462/1/Hayin%20Linda%20Sabekti\\_11101244024.pdf](http://eprints.uny.ac.id/29462/1/Hayin%20Linda%20Sabekti_11101244024.pdf) (Mei 2022).
- Siswantoyo, dkk. (2019). *Daya Saing SMK dalam Bursa Tenaga Kerja 4.0* (Online). Tersedia : <http://smk.kemdikbud.go.id/uploads/filestorage/zGtz2iQgedKYBgPBqpNqd2UPsQJimjmIoMhyJYgS.pdf>
- Syarizka, Deandra. (2018). *SMK Pemasaran Paling Diminati*. (Online). Tersedia : <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180409/12/782018/smk-pemasaran-paling-diminati> (Mei 2022).
- Wahyudi. (2022). *Kemnaker Dorong Percepatan Penyerapan Tenaga Kerja Setelah Pandemi Covid-19*. (Online). Tersedia: <https://www.jpnn.com/news/kemnaker-dorong-seluruh-negara-percepat-penyerapan-tenaga-kerja-setelah-pandemi-covid-19> (Mei 2022).
- Binapenta&PKK. *Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja dan Perluasan Kesempatan Kerja*. (Online). Tersedia: <https://kemnaker.go.id/unit/binapenta-pkk>. (Mei 2022).
- Departemen Tenaga Kerja RI *Direktorat Jenderal Pembinaan Penempatan Tenaga Kerja*. *Petunjuk Teknis Pengelolaan Tempat Penampungan Tenaga Kerja Indonesia*. (Online). Tersedia : <https://asean.org/wp->

content/uploads/2016/05/170\_Kep-DirJen-Pembinaan-Penempatan-TK-No-KEP565BP1997.pdf (Mei 2022).

Depdikbud RI. (1993). Naskah Perjanjian Kerjasama antara Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dan Departemen Tenaga Kerja RI Nomor :076/u/1993 dan Nomor: KEP.215.MEN/1993 tentang Pembentukan Bursa Kerja dan Pemanduan Penyelenggara Bursa Kerja di SDatuan Pendidikan Menengah dan Pendidikan Tinggi. (Online). Tersedia : <https://anri.sikn.go.id/index.php/naskah-perjanjian-kerja-sama-antara-departemen-pendidikan-dan-kebudayaan-dan-departemen-tenaga-kerja-ri-nomor-076-u-1993-dan-nomor-kep-215-men-1993-tentang-pembentukan-bursa-kerja-dan-pemanduan-penyelenggara-bursa-kerja-di-satuan-pendi>. (Mei 2022).

Direktorat Pembinaan SMK Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar Dan Menengah Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. (2022). (Online). Tersedia : <http://smk.kemdikbud.go.id/> (April 2022).

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 1990. Pendidikan Menengah. (Online). Tersedia : <http://www.bphn.go.id/data/documents/90pp029.pdf> (Mei 2022).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003. Ketenagakerjaan.(Online). Tersedia : [https://kemenperin.go.id/kompetensi/UU\\_13\\_2003.pdf](https://kemenperin.go.id/kompetensi/UU_13_2003.pdf) ( Mei 2022).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989. Sistem Pendidikan Nasional. (Online). Tersedia : <https://www.bphn.go.id/data/documents/89uu002.pdf> (Mei 2022).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003. Sistem Pendidikan Nasional. (Online). Tersedia : [file:///C:/Downloads/2019\\_11\\_12-03\\_49\\_06\\_9ab7e1fa524ba603bc2cdbeb7bff93c3.pdf](file:///C:/Downloads/2019_11_12-03_49_06_9ab7e1fa524ba603bc2cdbeb7bff93c3.pdf) (Mei 2022).