

Analisa Strategi Promosi Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Bertambahnya Jumlah Siswa Di Smk Karya Bhakti Brebes

Abdul Aziz^{1*}, Dumadi², Slamet Bambang Riono³

^{1,2,3}Program Studi manajemen, Universitas Muhadi Setiabudi, Jalan Pangeran Diponegoro No.KM2, Rw. 11, Pesantunan, Kec. Wanasari, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52212, Indonesia

E-mail: azizabdullah0878@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7565>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 18 July 2026

Revised: 25 July 2026

Accepted: 10 Aug 2026

Kata kunci :

strategi promosi;
kelengkapan fasilitas;
jumlah siswa; pemasaran
jasa pendidikan; sekolah
menengah kejuruan

Keywords :

*promotional strategy;
facility completeness;
student enrollment;
educational service
marketing; vocational
high school*



ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dan kelengkapan fasilitas dalam hubungannya dengan bertambahnya jumlah siswa di SMK Karya Bhakti Brebes. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi yang melibatkan kepala sekolah, guru, panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), siswa, orang tua, dan alumni. Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMK Karya Bhakti Brebes telah menerapkan strategi promosi secara terencana melalui pembentukan tim PPDB, pemanfaatan media sosial, website, brosur, spanduk, serta sosialisasi langsung ke SMP/MTs. Promosi yang dilakukan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Dari sisi fasilitas, sekolah memiliki ruang kelas, laboratorium komputer, ruang praktik, perpustakaan, mushola, sanitasi, dan jaringan internet yang mendukung proses pembelajaran, meskipun beberapa perangkat masih memerlukan pembaruan. Keputusan masyarakat dalam memilih sekolah dipengaruhi oleh kombinasi strategi promosi, kelengkapan fasilitas, reputasi sekolah, biaya pendidikan, lokasi, dan rekomendasi alumni. Dengan demikian, strategi promosi yang terintegrasi dan didukung oleh fasilitas yang memadai berperan penting dalam membangun daya tarik sekolah dan memperkuat kepercayaan masyarakat sehingga berkontribusi terhadap peningkatan jumlah siswa di SMK Karya Bhakti Brebes.

This study aimed to analyze the promotional strategies and facility completeness in relation to the increase in student enrollment at SMK Karya Bhakti Brebes. The study employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observations, semi-structured interviews, and documentation involving the principal, teachers, the new student admission committee, students, parents, and alumni. The data were analyzed using an interactive process consisting of data condensation, data display, and conclusion drawing and verification. The findings showed that SMK Karya Bhakti Brebes had implemented planned promotional strategies through the establishment of a PPDB committee, the utilization of social media, the school website, brochures, banners, and direct outreach activities to junior high schools. The promotional activities had not only disseminated information but had also built the school's image and public trust. The school had provided classrooms, computer laboratories, practical training rooms, a library, a mosque, sanitation facilities, and internet access that supported the learning process, although several facilities still required updating. The community's decision to choose the school had been influenced by promotional strategies, facility completeness, school reputation, tuition fees, location, and alumni recommendations. Therefore, integrated promotional strategies supported by adequate educational facilities had played an important role in enhancing the school's attractiveness and strengthening public trust, which had contributed to the growth of student enrollment at SMK Karya Bhakti Brebes.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Abdul Aziz et al (2026). Analisa Strategi Promosi Dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Bertambahnya Jumlah Siswa Di Smk Karya Bhakti Brebes 5(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7565>

PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki kedudukan yang sangat penting dalam pembangunan sumber daya manusia karena tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses pembentukan karakter, keterampilan, dan kesiapan individu dalam menghadapi perubahan zaman. Kemajuan suatu bangsa sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakatnya dalam menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan masa kini (Siringoringo et al., 2023). Dalam konteks tersebut, lembaga pendidikan dituntut untuk tidak hanya menyelenggarakan proses pembelajaran secara efektif, tetapi juga mampu menghadirkan layanan pendidikan yang bermutu, adaptif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tuntutan tersebut semakin kuat seiring berkembangnya dunia pendidikan di Indonesia yang mendorong setiap lembaga pendidikan untuk mampu beradaptasi dengan persaingan yang semakin kompetitif.

Pada jenjang pendidikan menengah, Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki peran yang strategis karena dirancang untuk membekali peserta didik dengan kompetensi keahlian yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan dunia industri (Direktorat SMK, 2025). Berbeda dengan pendidikan umum yang lebih berorientasi pada penguasaan konsep akademik, pendidikan kejuruan menekankan keseimbangan antara pengetahuan, praktik, keterampilan kerja, dan kesiapan memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, keberadaan SMK menjadi penting bagi masyarakat yang menginginkan pendidikan yang lebih dekat dengan kebutuhan pasar kerja. Namun, semakin banyaknya sekolah yang menawarkan berbagai program keahlian menyebabkan calon peserta didik dan orang tua memiliki lebih banyak alternatif dalam menentukan pilihan sekolah, sehingga setiap SMK dituntut memiliki keunggulan kompetitif agar tetap diminati masyarakat.

Persaingan antar lembaga pendidikan tersebut mendorong sekolah untuk menerapkan strategi promosi yang efektif. Promosi dalam lembaga pendidikan bukan sekadar kegiatan penyebaran brosur atau pemasangan spanduk menjelang penerimaan peserta didik baru, melainkan proses komunikasi yang bertujuan memperkenalkan identitas sekolah, program keahlian, prestasi, fasilitas, budaya sekolah, dan prospek lulusan kepada masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2022, p. 486), promosi merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang berfungsi menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai nilai suatu produk atau jasa sehingga dapat memengaruhi keputusan mereka. Konsep tersebut relevan dalam pemasaran jasa pendidikan karena sekolah perlu mengomunikasikan keunggulannya agar mampu menarik minat calon peserta didik. Perkembangan teknologi informasi juga telah mengubah pola promosi sekolah melalui pemanfaatan website, media sosial, konten digital, serta berbagai platform komunikasi daring yang lebih luas dan mudah diakses oleh masyarakat (Lisnawati & Sarnoto, 2026).

Selain strategi promosi, kelengkapan fasilitas sekolah merupakan faktor penting yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas suatu lembaga pendidikan. Fasilitas pendidikan mencakup ruang kelas, laboratorium, ruang praktik, perpustakaan, akses internet, sarana olahraga, serta berbagai prasarana pendukung lainnya yang berperan dalam menciptakan lingkungan belajar yang nyaman dan produktif (BPS, 2024). Pada jenjang SMK, fasilitas memiliki arti yang lebih spesifik karena proses pembelajaran sangat bergantung pada ketersediaan laboratorium, bengkel praktik, dan peralatan yang sesuai dengan karakteristik program keahlian. Dalam perspektif pemasaran jasa, fasilitas fisik (*physical evidence*) menjadi salah satu indikator kualitas layanan yang mampu membentuk persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Oleh karena itu, pengelolaan sarana dan prasarana SMK perlu dilakukan secara terencana agar dapat mendukung pencapaian kompetensi peserta didik sekaligus meningkatkan daya tarik sekolah (Direktorat SMK, 2025).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi dan kelengkapan fasilitas berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih lembaga pendidikan. Putri et al. (2025) menemukan bahwa strategi diferensiasi yang dipadukan dengan bauran pemasaran jasa pendidikan mampu meningkatkan daya tarik sekolah dan memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Penelitian Putri et al. (2024) juga menunjukkan bahwa optimalisasi promosi, kualitas pelayanan, sumber daya manusia, dan media digital berpengaruh positif terhadap peningkatan minat pendaftaran peserta didik baru. Sementara itu, Ramadhan et al. (2025) menyatakan bahwa kelengkapan fasilitas yang didukung strategi promosi yang baik memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan minat peserta didik baru, sedangkan Fauzi et

al. (2022) menegaskan bahwa unsur physical evidence menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemasaran jasa pendidikan.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada implementasi bauran pemasaran secara umum atau hanya mengkaji efektivitas strategi promosi tanpa mempertimbangkan secara komprehensif peran kelengkapan fasilitas sebagai faktor pendukung keputusan calon peserta didik. Haryata (2022) menjelaskan bahwa keberhasilan peningkatan penerimaan peserta didik baru dipengaruhi oleh kegiatan promosi melalui kerja sama dan sosialisasi, namun penelitian tersebut belum menguji pengaruh strategi promosi dan kelengkapan fasilitas secara simultan terhadap peningkatan jumlah peserta didik. Dengan demikian, masih terdapat research gap yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada sekolah menengah kejuruan swasta.

SMK Karya Bhakti Brebes merupakan salah satu SMK swasta di Kabupaten Brebes yang memiliki berbagai program keahlian, antara lain Rekayasa Perangkat Lunak, Teknik Komputer dan Jaringan, Bisnis Digital, Manajemen Perkantoran, Akuntansi, dan Desain Komunikasi Visual. Berdasarkan data Dapodik Kemendikdasmen (2026), sekolah ini berstatus swasta, menggunakan Kurikulum Merdeka, dan memiliki akreditasi A. Data awal menunjukkan bahwa jumlah siswa SMK Karya Bhakti Brebes dalam tiga tahun ajaran terakhir berada pada kisaran lebih dari 1.400 siswa, sehingga menarik untuk dikaji faktor-faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan jumlah peserta didik tersebut. Sekolah ini juga secara aktif melakukan promosi melalui sosialisasi ke SMP/MTs, pemanfaatan media sosial, penyebaran brosur, serta peningkatan kualitas sarana dan prasarana sekolah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi dan kelengkapan fasilitas terhadap bertambahnya jumlah siswa di SMK Karya Bhakti Brebes. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran jasa pendidikan, khususnya mengenai hubungan antara strategi promosi, kelengkapan fasilitas, dan peningkatan jumlah peserta didik, serta menjadi masukan praktis bagi pengelola sekolah dalam merumuskan strategi promosi yang lebih efektif dan meningkatkan kualitas fasilitas pendidikan guna memperkuat daya saing lembaga.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis strategi promosi dan kelengkapan fasilitas dalam hubungannya dengan bertambahnya jumlah siswa di SMK Karya Bhakti Brebes. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan melalui pengalaman, pandangan, dan praktik yang dilakukan oleh pihak sekolah dalam menarik minat calon peserta didik. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kunci, sedangkan pendekatan deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis fakta, karakteristik, dan hubungan antarfenomena yang diteliti.

Penelitian dilaksanakan di SMK Karya Bhakti Brebes, Kabupaten Brebes, pada tahun 2026. Informan penelitian ditentukan secara purposive, yaitu pihak-pihak yang dianggap memiliki informasi yang relevan terhadap fokus penelitian, meliputi kepala sekolah, guru, panitia penerimaan peserta didik baru (PPDB), dan beberapa siswa. Teknik purposive digunakan karena memungkinkan peneliti memilih informan yang memahami secara langsung proses promosi sekolah, kondisi fasilitas, dan perkembangan jumlah peserta didik (Sugiyono 2023).

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen sekolah, data jumlah siswa, arsip PPDB, serta dokumentasi kegiatan sekolah. Wawancara semiterstruktur digunakan agar peneliti memperoleh informasi yang mendalam sekaligus tetap memberikan ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas (Creswell & Creswell, 2018). Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan strategi promosi dan kondisi fasilitas sekolah, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperkuat data hasil observasi dan wawancara.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan. Proses analisis dilakukan sejak pengumpulan data berlangsung sehingga peneliti dapat mengidentifikasi tema, pola, dan hubungan antartemuan secara berkelanjutan. Model analisis ini mengacu pada Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), yang menyatakan bahwa

analisis data kualitatif dilakukan melalui proses kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan serta hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga temuan penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang memadai (Miles et al., 2014; Sugiyono, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi promosi dan kelengkapan fasilitas dalam hubungannya dengan bertambahnya jumlah siswa di SMK Karya Bhakti Brebes. Hasil penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap delapan informan yang terdiri atas kepala sekolah, panitia PPDB, pengelola media sosial, pengelola sarana-prasarana, guru, siswa, orang tua, dan alumni. Analisis dilakukan secara tematik sehingga menghasilkan beberapa tema utama yang berkaitan dengan strategi promosi, kelengkapan fasilitas, keputusan memilih sekolah, serta dinamika jumlah peserta didik. Temuan menunjukkan bahwa sekolah telah menerapkan promosi secara multikanal dan didukung oleh keberadaan fasilitas pembelajaran yang relatif lengkap, meskipun sebagian aspek masih memerlukan penguatan terutama pada evaluasi promosi dan pembaruan fasilitas. Penelitian melibatkan delapan informan yang dipilih secara purposive untuk mewakili kebijakan sekolah, pelaksanaan promosi, pengelolaan fasilitas, serta pengalaman pengguna layanan pendidikan. Komposisi informan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik informan

Kode	Posisi/Status	Fokus Informasi
IK-01	Kepala sekolah	Kebijakan promosi dan pengembangan fasilitas
IP-01	Ketua panitia PPDB	Perencanaan, media, sasaran, dan evaluasi promosi
IP-02	Admin media sosial/website	Konten digital dan respons masyarakat
IF-01	Wakasek sarana-prasarana	Inventaris, kondisi, dan pemeliharaan fasilitas
IU-01	Guru produktif	Pemanfaatan laboratorium dan ruang praktik
IS-01	Siswa kelas X	Alasan memilih sekolah
IO-01	Orang tua siswa	Pertimbangan keluarga terhadap sekolah
IA-01	Alumni	Reputasi dan rekomendasi sekolah

Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar informasi berasal dari pihak internal sekolah sehingga temuan mengenai proses promosi dan pengelolaan fasilitas memiliki dasar yang cukup kuat.

Tabel 2. Distribusi tema utama penelitian

Tema	Jumlah Segmen	Proporsi
Strategi promosi	7	35%
Kelengkapan fasilitas	5	25%
Pilihan sekolah dan kepercayaan	4	20%
Faktor kontekstual	3	15%
Dinamika jumlah siswa	1	5%

Dominasi tema strategi promosi menunjukkan bahwa sekolah lebih banyak menjelaskan proses komunikasi, penyebaran informasi, dan upaya membangun citra dibandingkan bukti administratif mengenai pertambahan jumlah siswa. Temuan menunjukkan bahwa SMK Karya Bhakti Brebes telah menerapkan strategi promosi secara terencana melalui pembentukan tim PPDB, pembagian tugas, pemetaan sekolah sasaran, serta penggunaan berbagai media komunikasi. Media yang digunakan meliputi brosur, spanduk, website sekolah, Instagram, WhatsApp, dan kegiatan sosialisasi langsung ke SMP/MTs. Informan juga menyatakan bahwa publikasi kegiatan sekolah dilakukan secara berkelanjutan sepanjang tahun, sedangkan intensitas promosi meningkat menjelang masa PPDB. Pesan promosi terutama menonjolkan program keahlian, akreditasi, prestasi, fasilitas praktik, biaya pendidikan, dan peluang lulusan, sehingga sekolah berusaha membangun daya tarik sekaligus kepercayaan masyarakat.

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa sekolah memiliki ruang kelas, laboratorium komputer, ruang praktik, perpustakaan, mushola, sanitasi, serta jaringan internet. Sebagian fasilitas telah mendukung proses pembelajaran kejuruan, namun beberapa perangkat masih memerlukan pembaruan secara bertahap. Ringkasan hasil observasi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Ringkasan hasil observasi fasilitas dan media promosi

Objek	Kategori	Status
Spanduk/Papan PPDB	Media promosi	Sesuai
Website sekolah	Media promosi	Sebagian sesuai
Instagram sekolah	Media promosi	Sesuai
Laboratorium computer	Fasilitas	Sebagian sesuai
Ruang praktik	Fasilitas	Sebagian sesuai
Perpustakaan	Fasilitas	Sesuai
Sanitasi dan mushola	Fasilitas	Sesuai
Meja layanan PPDB	Pelayanan PPDB	Sebagian sesuai

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar fasilitas utama telah tersedia, namun sekolah masih perlu meningkatkan kemutakhiran peralatan laboratorium, kapasitas ruang praktik, serta sistem pencatatan informasi pada layanan PPDB. Siswa dan orang tua menyatakan bahwa keputusan memilih SMK Karya Bhakti Brebes tidak hanya dipengaruhi oleh promosi, tetapi juga oleh kesesuaian jurusan, fasilitas praktik, biaya, lokasi, kedisiplinan, reputasi sekolah, serta rekomendasi alumni. Promosi berfungsi sebagai pintu masuk informasi, sedangkan fasilitas menjadi bukti nyata yang memperkuat keyakinan calon peserta didik. Dengan demikian, proses pemilihan sekolah berlangsung secara multikriteria, bukan semata-mata karena iklan atau media promosi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi SMK Karya Bhakti Brebes telah mengarah pada konsep komunikasi pemasaran terpadu (*integrated marketing communication*). Sekolah tidak hanya mengandalkan media cetak, tetapi juga memanfaatkan media digital dan komunikasi langsung kepada calon peserta didik. Kombinasi antara Instagram, website, WhatsApp, brosur, spanduk, dan sosialisasi ke sekolah asal memperlihatkan bahwa sekolah berupaya menjangkau berbagai kelompok sasaran melalui saluran yang berbeda. Kondisi ini sejalan dengan teori Kotler, Keller, dan Chernev (2022) yang menyatakan bahwa efektivitas promosi dipengaruhi oleh kesesuaian antara pesan, media, waktu, dan sasaran komunikasi. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa media digital efektif dalam membangun kesadaran awal, sedangkan komunikasi langsung berperan dalam memberikan penjelasan yang lebih rinci kepada siswa maupun orang tua.

Dari sisi fasilitas, penelitian menemukan bahwa keberadaan laboratorium, ruang praktik, perpustakaan, sanitasi, dan jaringan internet menjadi bagian penting dari nilai yang ditawarkan sekolah. Bagi sekolah menengah kejuruan, fasilitas bukan hanya sarana pendukung pembelajaran, tetapi juga merupakan *physical evidence* yang mencerminkan kualitas layanan pendidikan. Ketika calon siswa melakukan kunjungan langsung dan menemukan bahwa kondisi fasilitas sesuai dengan informasi yang dipromosikan, tingkat kepercayaan terhadap sekolah meningkat. Temuan ini mendukung pandangan Direktorat SMK (2025) bahwa pengelolaan sarana dan prasarana merupakan faktor penting dalam penyelenggaraan pendidikan kejuruan yang berkualitas. Namun demikian, penelitian juga menemukan bahwa sebagian perangkat laboratorium masih memerlukan pembaruan, sehingga sekolah perlu memperkuat sistem pemeliharaan dan pengembangan fasilitas secara berkelanjutan.

Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa keputusan memilih sekolah merupakan proses yang kompleks. Promosi memang berperan dalam memperkenalkan sekolah, tetapi keputusan akhir dipengaruhi oleh kombinasi faktor seperti jurusan, biaya, lokasi, reputasi, kedisiplinan, rekomendasi alumni, dan kondisi fasilitas. Dengan demikian, hubungan antara strategi promosi, kelengkapan fasilitas, dan jumlah siswa tidak bersifat linier, melainkan melalui mekanisme pembentukan kepercayaan masyarakat. Promosi menciptakan ekspektasi, fasilitas memberikan bukti nyata, dan kesesuaian antara keduanya membentuk keyakinan calon peserta didik untuk mendaftar. Hasil ini memperkuat penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa citra sekolah, kualitas layanan, dan fasilitas merupakan faktor penting dalam keputusan masyarakat memilih lembaga pendidikan.

Meskipun demikian, penelitian menemukan keterbatasan pada aspek evaluasi promosi dan dokumentasi administratif. Sekolah belum memiliki pencatatan yang konsisten mengenai sumber informasi pendaftar, sehingga efektivitas masing-masing media promosi belum dapat diukur secara akurat. Selain itu, data mengenai pertambahan jumlah siswa masih bersifat terbatas sehingga hubungan kausal antara promosi, fasilitas, dan peningkatan jumlah siswa belum dapat dibuktikan secara statistik. Oleh karena itu, temuan penelitian lebih kuat dalam menjelaskan proses pembentukan daya tarik dan

kepercayaan sekolah daripada membuktikan secara langsung besarnya pengaruh promosi dan fasilitas terhadap pertambahan jumlah siswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang terintegrasi dan didukung oleh fasilitas yang memadai berperan penting dalam membangun citra positif dan kepercayaan masyarakat terhadap SMK Karya Bhakti Brebes. Kepercayaan tersebut menjadi modal utama sekolah dalam mempertahankan jumlah siswa yang relatif tinggi dan menciptakan potensi pertumbuhan pada periode penerimaan peserta didik berikutnya.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi dan kelengkapan fasilitas merupakan dua faktor penting yang berperan dalam membangun daya tarik dan kepercayaan masyarakat terhadap SMK Karya Bhakti Brebes. Strategi promosi yang diterapkan telah dilakukan secara terencana melalui pembentukan tim PPDB, pemanfaatan media sosial, website, brosur, spanduk, serta sosialisasi langsung ke sekolah-sekolah asal calon peserta didik. Promosi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan program keahlian, prestasi, akreditasi, fasilitas praktik, dan peluang lulusan sehingga mampu meningkatkan visibilitas dan citra sekolah di tengah persaingan lembaga pendidikan.

Dari sisi fasilitas, SMK Karya Bhakti Brebes memiliki sarana utama yang mendukung proses pembelajaran, seperti laboratorium komputer, ruang praktik, perpustakaan, sanitasi, mushola, dan jaringan internet. Keberadaan fasilitas tersebut menjadi bukti fisik (physical evidence) yang memperkuat pesan promosi dan meningkatkan keyakinan calon peserta didik maupun orang tua terhadap kualitas layanan pendidikan yang diberikan. Meskipun demikian, penelitian juga menemukan bahwa beberapa fasilitas masih memerlukan pembaruan serta penguatan sistem pemeliharaan agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pembelajaran kejuruan.

Keputusan masyarakat dalam memilih SMK Karya Bhakti Brebes tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas promosi, tetapi juga oleh kesesuaian jurusan, biaya pendidikan, lokasi, reputasi sekolah, kedisiplinan, rekomendasi alumni, dan kondisi fasilitas. Dengan demikian, hubungan antara strategi promosi, kelengkapan fasilitas, dan jumlah siswa bersifat tidak langsung, melainkan melalui proses pembentukan persepsi positif dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Oleh karena itu, upaya peningkatan jumlah siswa akan lebih efektif apabila sekolah mengintegrasikan promosi yang konsisten dengan penyediaan fasilitas yang memadai, pembaruan sarana pembelajaran, serta evaluasi promosi berbasis data sehingga setiap media dan aktivitas promosi dapat diukur kontribusinya terhadap peningkatan jumlah peserta didik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah Swt. atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang diberikan sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak SMK Karya Bhakti Brebes, khususnya kepala sekolah, panitia Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB), guru, tenaga kependidikan, siswa, orang tua, dan alumni yang telah memberikan izin, dukungan, serta informasi selama proses pengumpulan data penelitian.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para dosen pembimbing di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan penelitian ini. Penulis juga berterima kasih kepada keluarga, sahabat, dan semua pihak yang telah memberikan doa, motivasi, dan dukungan sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat terselesaikan. Semoga artikel ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran pendidikan serta menjadi bahan masukan bagi lembaga pendidikan dalam mengembangkan strategi promosi dan peningkatan kualitas fasilitas sekolah.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pendidikan Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Direktorat Sekolah Menengah Kejuruan. (2025). *Panduan pengelolaan sarana dan prasarana sekolah menengah kejuruan*. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

- Fauzi, A., Rahman, M., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan memilih lembaga pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(2), 101–112.
- Haryata, S. (2022). Strategi promosi dalam meningkatkan penerimaan peserta didik baru pada sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 8(1), 45–56.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Lisnawati, L., & Sarnoto, A. Z. (2026). Pemanfaatan media digital dalam strategi promosi sekolah menengah kejuruan. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 15(1), 88–99.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Putri, B. T., Hidayat, M., & Nugroho, A. (2024). Optimalisasi promosi dan media digital terhadap peningkatan minat pendaftaran peserta didik baru. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 12(1), 34–46.
- Putri, B. T., Nugroho, A., & Hidayat, M. (2025). Strategi diferensiasi dan bauran pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan daya tarik sekolah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 15–28.
- Ramadhan, R., Prasetyo, D., & Lestari, S. (2025). Pengaruh strategi promosi dan kelengkapan fasilitas terhadap peningkatan minat peserta didik baru. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 9(2), 120–132.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Alfabeta.