

**IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING BKK
DI SMK YASEMI KABUPATEN GROBOGAN**

Wahono Endro Purnawanto¹, Bunyamin², Gufron Abdullah³
^{1,2,3}Program Studi Manajemen Pendidikan, Pascasarjana,
Universitas PGRI Semarang
¹wahonopurnawanto@gmail.com
²ghufronazzuhri@gmail.com, ³bunyaminmpd@gmail.com

ABSTRACT

This study uses a descriptive qualitative method. Data collection uses interviews, observations and documentation. Primary data is the result of interviews and secondary data is supporting data such as literature, observations and documents. Data validity uses source triangulation, technical triangulation and time triangulation. Research analysis uses data collection steps, data reduction, data presentation and conclusion drawing. 1) Digital marketing planning of BKK at SMK Yasemi Grobogan Regency is to determine and formulate objectives, human resource utilization, material utilization and budgeting. Planning involves elements of the school, school committee and BKK Team. Planning activities include identification and analysis of needs so that the proposed budget is right on target. 2) Organizing digital marketing BKK at SMK Yasemi Grobogan Regency includes: a) determining the person in charge of each activity carried out; b) providing the equipment carried out; c) providing motivation, direction and guidance to each individual who is given authority both in managerial and technical matters. Organization is carried out professionally in the division of work according to human resources and self-potential in the BKK implementation team. The organization involves students so that they can develop their potential. 3) The implementation of BKK digital marketing at SMK Yasemi Grobogan Regency includes seeking information about the world of work, offering experts to DUDI, registering prospective workers (Canaker), making deliveries to meet the demand for workers and conducting verification as a follow-up to the delivery and placement carried out. 4) Supervision of BKK digital marketing at SMK Yasemi Grobogan Regency, includes internal supervision carried out by the principal and supervisor. External supervision is carried out by the school committee together with the community. Supervision techniques are carried out directly with internal parties which are technical in nature for implementation in the field. Then indirect supervision in the form of reports. This indirect supervision is carried out by the committee and parents.

Keywords: Digital Marketing, BKK

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penggalan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data primer adalah hasil wawancara dan data sekunder adalah data pendukung seperti literature, observasi dan dokumen. Keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, triangulasi

teknik dan triangulasi waktu. Analisis penelitian menggunakan langkah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. 1) Perencanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan adalah menetapkan dan merumuskan tujuan, pendayagunaan manusia, pemanfaatan material dan penganggaran. Perencanaan melibatkan unsur sekolah, komite sekolah dan Tim BKK. Kegiatan perencanaan meliputi identifikasi dan analisa kebutuhan agar anggaran yang diajukan tepat sasaran. 2) Pengorganisasian digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan meliputi: a) menentukan penanggungjawab dari masing-masing aktivitas yang dilaksanakan; b) menyediakan peralatan yang dilakukan; c) memberikan motivasi, pengarahan dan bimbingan pada tiap-tiap individu yang diberi wewenang baik dalam manajerial maupun teknisnya. Pengorganisasian dilakukan secara professional dalam pembagian kerja sesuai dengan SDM dan potensi diri pada tim pelaksana BKK. Pengorganisasian melibatkan siswa agar mereka dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. 3) Pelaksanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan meliputi mencari informasi tentang dunia kerja, menawarkan tenaga ahli ke pihak DUDI, pendaftaran calon tenaga kerja (Canaker), melakukan pengiriman untuk memenuhi permintaan tenaga kerja dan mengadakan verifikasi sebagai tindak lanjut pengiriman dan penempatan yang dilakukan. 4) Pengawasan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan, meliputi pengawasan internal dilakukan kepala sekolah dan pengawas. Pengawasan eksternal dilakukan oleh komite sekolah bersama masyarakat. Teknik pengawasan dilakukan secara langsung dengan pihak internal yang bersifat teknik pelaksanaan di lapangan. Kemudian pengawasan tidak langsung dalam bentuk laporan. Pengawasan tidak langsung ini dilakukan oleh komite dan orang tua.

Kata Kunci: Digital *Marketing*, BKK

A. Pendahuluan

Saat ini dunia telah memasuki era revolusi industri generasi 4.0 yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi serta perkembangan sistem digital, kecerdasan artifisial, dan virtual. Semakin konvergennya batas antara manusia, mesin dan sumber daya lainnya, teknologi informasi dan komunikasi tentu berimbas pula pada berbagai sektor kehidupan. Salah satunya yakni berdampak terhadap sistem pendidikan di Indonesia. Di era keterbukaan informasi saat ini, literasi

teknologi menjadi sesuatu yang sangat penting. Kecakapan mengoperasikan perangkat teknologi atau digital menjadi sebuah keharusan. Kecakapan dalam berinteraksi dalam di dunia digital juga harus di asah. Komunikasi yang efektif dan efisien akan terjadi jika peserta didik mampu memahami bentuk-bentuk komunikasi yang ada di dalam dunia digital (Murhadi dan Ponidi, 2020:63). Hal ini sejalan dengan program Menteri Pendidikan dan Kebudayaan (2019:3) yang menyatakan bahwa program

digitalisasi sekolah merupakan terobosan baru di dunia pendidikan yang memanfaatkan perkembangan teknologi terkini dalam berbagai proses pembelajaran. Upaya Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) ini merupakan implementasi dari pembelajaran baru yang disiapkan untuk menghadapi tantangan global di era revolusi industri 4.0.

Berkaitan dengan revolusi industri 4.0 maka yang menjadi sorotan adalah SMK, dengan adanya SMK memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang kompeten atau dengan kata lain SMK merupakan penghubung antara siswa dengan industri. Indikator keberhasilan SMK sebagai lembaga pendidikan yang menyiapkan tenaga kerja yaitu dengan banyaknya lulusan yang dapat diserap oleh dunia industri. Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden No.9 tahun 2016 tentang revitalisasi Sekolah Menengah Kejuruan dalam rangka peningkatan kualitas dan daya saing sumber daya manusia Indonesia. SMK dituntut mampu menghasilkan lulusan dengan kompetensi standar yang diharapkan oleh dunia kerja. Dunia kerja membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kompetensi sesuai dengan

bidang pekerjaannya, memiliki daya adaptasi dan daya saing tinggi. SMK diharapkan mampu menghasilkan tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja yang memiliki kesiapan kerja dan kompetensi kerja yang bagus (Listiana, 2019).

SMK diarahkan untuk membentuk siswanya siap bekerja akan tetapi hal tersebut belum terlaksana dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan secara umum lulusan SMK menyumbang jumlah pengangguran di Indonesia. Hal ini tidak sesuai dengan fungsi adanya SMK menjadi solusi permasalahan pengangguran. Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik, dilihat dari tingkat pendidikan pada Agustus 2018, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) 2018 untuk SMK masih mendominasi dibanding tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 11,24%. Selanjutnya, pada 5 Mei 2020 mengenai keadaan ketenagakerjaan di Indonesia, diketahui bahwa hingga Februari 2020 terdapat kenaikan jumlah pengangguran sebanyak 60 ribu dan dilihat dari tingkat pendidikan, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) pada tingkat pendidikan SMK masih yang paling tinggi diantara tingkat Pendidikan lain yaitu sebesar 8,49

persen. Hal ini tentu saja menjadi tanda tanya besar mengapa lulusan SMK justru menjadi penyumbang angka pengangguran terbesar.

Sementara itu, berdasarkan hasil observasi wawancara dengan kepala SMK YASEMI di Kabupaten Grobogan pada tanggal 3 Oktober 2023 diperoleh informasi berkaitan dengan permasalahan digital marketing BKK diantaranya: 1) laman website BKK jarang dikunjungi/diakses; 2) pendidik, tenaga kependidikan dan siswa kurang maksimal dalam menggunakan sosial media secara efektif; 3) lebih dari 50% lulusan menggeluti dunia kerja yang tidak sesuai dengan keahlian yang dimiliki; 4) jumlah lulusan yang mendaftar ke BKK untuk mencari kerja masih rendah.

Tujuan dari BKK dapat tercapai apabila ada manajemen atau pengelolaan yang baik. Manajemen atau pengelolaan merupakan suatu usaha yang dapat dinyatakan tidak berwujud namun hasilnya dapat dirasakan melalui *output* pekerjaan yang cukup serta produk dan pelayanan yang lebih baik (Terry, 2016). Manajemen merupakan suatu proses yang menggunakan metode ilmu dan seni untuk menerapkan fungsi-fungsi perencanaan,

pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian pada kegiatan-kegiatan dari sekelompok manusia yang dilengkapi dengan sumber daya/faktor produksi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan lebih dahulu, secara efektif dan efisien (Nursam, 2017). Senada dengan Terry (2016) bahwa fungsi-fungsi manajemen adalah *planning, organizing, actuating, controlling* yang dilaksanakan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber daya lainnya. Adapun tahapan dalam melaksanakan Program Bursa Kerja Khusus, sesuai dengan fungsi manajemen, yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi (Nurlaili, 2022). Melalui penerapan manajemen dalam hal perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan juga pengendalian BKK diharapkan operasional BKK akan maksimal dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Bursa Kerja Khusus (BKK) di SMK adalah sebuah lembaga yang dibentuk sekolah menengah kejuruan yang menjadi mitra dinas yang membidangi ketenagakerjaan sebagai unit pelaksana yang memberikan pelayanan dan informasi lowongan

kerja, pelaksana pemasaran, penyaluran dan penempatan tenaga kerja. Dalam menjalankan fungsi tersebut BKK sekaligus juga akan menjembatani jalinan kerjasama antara lembaga pendidikan formal dengan dunia usaha/industri sebagai pengguna tenaga kerja yang siap pakai (Kemidkud, 2019:2). BKK memiliki ruang lingkup dalam pelaksanaan beberapa kegiatan diantaranya (Kemendikbud, 2019) yaitu: 1) pendataan; 2) memberikan informasi mengenai tenaga kerja yang tersedia; 3) memberikan bimbingan kepada pencari kerja; dan 4) memfasilitasi penempatan tenaga kerja. Seperti yang telah disebutkan, BKK juga memiliki kewenangan untuk memberikan bimbingan. Beberapa bentuk bimbingan yang diberikan berupa penyuluhan, kiat-kiat memasuki dunia kerja, serta efektifitas melamar pekerjaan. Termasuk pula penanaman etos kerja yang efektif untuk dapat menghasilkan *output* lebih yang siap bekerja.

Untuk mempermudah dalam manajemen BKK maka diperlukan program digital *marketing*. Digital *marketing* merupakan kegiatan marketing termasuk marketing yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog*, *website*,

email, *adwords*, ataupun jejaring sosial (Sudaryana, *et al.*, 2021:2). Penggunaan digital *marketing* saat ini tentunya sangat dibutuhkan dalam menunjang promosi dan informasi di dunia pendidikan khususnya Sekolah Menengah Kejuruan. Digital *marketing* BKK memiliki kemampuan dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat di manapun mereka berada tanpa dibatasi oleh geografis ataupun waktu. Penelitian yang dilakukan oleh Sunarya dan Anom (2021:5) dalam promosi menggunakan digital *marketing* dalam konten yang ada pada media SMK Teknologi Pilar Bangsa tidak di *up date* setiap tahunnya seperti kerja sama dengan Bursa Kerja Khusus (BKK), fasilitas dan program-program unggulan lainnya tentunya jika setiap tahun di *up date* maka dampak positifnya akan ada peningkatan peserta didik baru namun jika media yang digunakan tidak di *up date* setiap tahunnya maka penurunan peserta didik akan terjadi dan masyarakat serta peserta didik pun tidak tahu tentang adanya program atau keunggulan lainnya jika tidak ada informasi terbaru di media yang digunakan.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penggunaan metode ini dengan alasan pendekatan kualitatif akan memperoleh data subyek penelitian secara holistik. Menurut Sidiq dan Choiri (2019:10) penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Peneliti memfokuskan pada pendekatan kualitatif fenomenologis karena penelitian ini lebih mengutamakan proses dari pada produk dengan menekankan pada penemuan makna yang dituangkan dalam bentuk kata-kata deskriptif.

Tempat penelitian adalah di SMK YASEMI Kabupaten Grobogan. Lokasi tersebut dipilih karena didasarkan pada informasi awal bahwa sekolah ini mengalami kemajuan yang signifikan. Penggalan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tahapan, pengumpulan data, kondensasi data dan penyajian data. Uji Keabsahan

data menggunakan teknik triangulasi dan member check.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Perencanaan (*planning*) digital marketing BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan.

Langkah-langkah perencanaan digital marketing BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan diantaranya meliputi: a) menetapkan dan merumuskan tujuan, tujuan yang dirumuskan dari pemasaran digital ini adalah mensosialisasikan dan memaksimalkan fungsi BKK SMK Yasemi; b) pendayagunaan manusia dengan adanya seleksi guru dan siswa kemudian pembentukan tim digital marketing BKK SMK Yasemi; c) pemanfaatan material yang diawali dengan melakukan pendataan kebutuhan seperti misalnya sarana dan prasarana yaitu personal computer (PC), laptop dan alat komunikasi yang mendukung pelaksanaan kegiatan marketing berbasis digital, untuk selanjutnya masuk dalam anggaran; d) penyusunan anggaran. Peran kepala sekolah dalam kegiatan perumusan penganggaran ini yaitu untuk menganalisis kebutuhan, mengalokasikan dana dan menentukan sumber dana yang akan digunakan

dalam rangka kelancaran melaksanakan kegiatan digital marketing BKK.

Perencanaan digital *marketing* BKK di SMK YASEMI Kabupaten Grobogan adalah menetapkan dan merumuskan tujuan, pendayagunaan manusia, pemanfaatan material dan penganggaran, *social media marketing*, serta penyusunan anggaran. Perencanaan melibatkan unsur sekolah, komite sekolah dan Tim BKK. Dalam menetapkan dan merumuskan tujuan, tim digital marketing melakukan analisis kebutuhan, identifikasi catatan kegiatan sebelumnya untuk diadakan perbaikan bila diperlukan. Perumusan tujuan dilakukan agar kegiatan memiliki arah yang jelas. Tim digital marketing sebagai bagian dari BKK SMK Yasemi akan berkoordinasi dengan ketua BKK dan waka humas agar tidak keluar dari visi misi dan tujuan BKK sebagai unit yang menjalankan fungsi penempatan untuk mempertemukan antara pencari dan pengguna kerja.

Selanjutnya, yang dilakukan dalam perencanaan adalah pendayagunaan manusia. Dalam hal ini, tim digital marketing melibatkan guru dan siswa. Guru diberi tugas tambahan oleh kepala sekolah untuk

mengembangkan BKK SMK Yasemi. Kemudian tim BKK melakukan seleksi pada para siswa yang memiliki kompetensi untuk bergabung ke dalam kepengurusan BKK, termasuk menjadi anggota tim pemasaran digital. Guru yang bertugas sebagai penanggungjawab tim digital marketing melakukan seleksi akademik dan keterampilan khusus yang memberikan kesempatan pada siswa untuk mengembangkan kemampuannya sebagai tim IT di BKK. Tim digital marketing masuk ke dalam struktur kepengurusan dan dikuatkan dengan SK. Sayangnya, untuk siswa yang terlibat dalam tim pemasaran digital belum tercantum dalam struktur organisasi maupun SK yang ada.

Langkah ketiga dalam perencanaan adalah pemanfaatan material. Tim digital marketing tidak akan jalan tanpa didukung fasilitas yang memadai, seperti laptop, koneksi internet, jaringan listrik dan lain sebagainya. Material yang dibutuhkan didata dan diolah untuk kemudian dilanjutkan ke proses keempat yaitu penganggaran.

Anggaran yang dibutuhkan diajukan melalui ketua BKK, waka humas untuk kemudian disetujui oleh kepala sekolah dan dicarikan oleh

bendahara. Dalam penganggaran dicek secara berlapis agar tidak terjadi anggaran ganda. Meskipun wawancara menunjukkan adanya pengecekan pengajuan anggaran, namun belum ditemukan dokumen pendukung validasi anggaran.

Perencanaan Program BKK di SMK Yasemi dibuat berdasarkan hasil evaluasi pelaksanaan program tahun sebelumnya, sehingga kesalahan ataupun hambatan yang terjadi pada tahun sebelumnya tidak terulang. Sebagaimana yang disampaikan Marina Nababan (Nababan, 2021) bahwa hasil evaluasi pada program sebelumnya memberikan *feedback* pada perencanaan berikutnya. Berdasarkan pengertian tentang perencanaan, dapat diketahui bahwa tim digital marketing BKK SMK Yasemi telah melakukan proses perencanaan dengan cukup baik. Ada empat Langkah yang sudah terlaksana meskipun masih ada catatan dalam pendayagunaan manusia dan penganggaran.

Pengorganisasian (*organizing*) digital marketing BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan.

Berdasarkan hasil wawancara, dan dokumentasi bahwa pengorganisasian program BKK

dengan pendekatan digital marketing di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan diantaranya adalah: 1) pembentukan kepengurusan; 2) pembagian tugas kerja masing-masing sesuai potensi; 3) standar pelaksanaan tugas (*Job description*); dan 4) koordinasi dan komunikasi semua bidang.

Pengorganisasian digital *marketing* BKK di SMK YASEMI Kabupaten Grobogan: 1) menentukan penanggungjawab dari masing-masing aktivitas yang dilaksanakan; 2) menyediakan peralatan yang diperlukan; dan 3) memberikan pengarahan dan bimbingan pada tiap-tiap individu yang diberi wewenang baik dalam manajerial maupun teknisnya.

Pertama adalah menentukan penanggungjawab dari masing-masing aktivitas yang dilaksanakan artinya bahwa pihak sekolah dalam hal ini adalah SMK Yasemi membuat alur kerja dimana setiap posisi diberikan tugas pokok dan fungsinya masing masing agar amanah tersebut benar benar menjadi yang jawab yang harus dilaksanakan. Tanggung jawab dari masing masing bidang dilaksanakan berdasarkan acuan dan mekanisme yang telah disepakati bersama dalam rapat dan perencanaan.

Kedua adalah menyediakan peralatan yang diperlukan sesuai dengan bidang pekerjaan. Misalnya saja Sekretaris bertugas: a) perencanaan dan pelaporan program kerja dan kegiatan; b) pengoordinasian penyusunan dan pelaporan program kerja dan kegiatan di lingkungan perangkat daerah; b) pengoordinasian, pembinaan, pemantauan, dan evaluasi penyelenggaraan urusan ketatausahaan. Maka sekretaris di SMK Yasemi pada program BKK ini harus diberikan peralatan ATK (alat tulis kantor) untuk operasional kerjanya.

Ketiga adalah memberikan pengarahan dan bimbingan pada tiap-tiap individu yang diberi wewenang baik dalam manajerial maupun teknisnya. Kepala sekolah secara jelas memberikan deskripsi tugas dan alur yang tidak tumpang tindih, sehingga semua dapat bekerja sama-sama untuk mewujudkan tujuan yang sama. Alur SOP kerja yang dibuat dalam pelaksanaan BKK di SMK Yasemi Berdasarkan kesepakatan semua piha, baik itu pihak penyelenggara maupun DUDI.

Dalam pengorganisasian, dilakukan pembentukan tim kerja yang bertugas sebagai pelaksana dalam

mencari informasi, mengecek surat atau proposal yang masuk melalui surat elektronik, website maupun media sosial, mengolah data pencari kerja dan pencari kerja. Tim kerja BKK dibentuk oleh Waka Humas disebut Tim Bursa Kerja Khusus Sekolah. Fungsi BKK untuk menyalurkan alumni ke industri, kemudian BKK membentuk kepengurusan yang didalamnya terdapat tim pemasaran digital.

Tugas Waka Humas dan Ketua BKK selalu melakukan koordinasi, khususnya yang berkaitan dengan program dan kegiatan manajemen BKK. Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan bahwa rencana program dapat terlaksana dengan baik. Oleh karena itu setiap personil yang mengampu ketugasan di BKK harus mengetahui dan memahami apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Jenis pekerjaan dan rincian tugas telah diperinci secara jelas, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengimplementasikan program dan kegiatan yang telah disusun. Termasuk tim pemasaran digital yang memegang peran penting dalam pengolahan data dan informasi, meskipun untuk siswa yang terlibat belum dicantumkan namanya dalam SK (Surat Keputusan).

Pelaksanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan.

Pelaksanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan adalah meliputi mencari informasi tentang dunia kerja, menawarkan tenaga ahli ke pihak DUDI, pendaftaran calon tenaga kerja (*canaker*), Melakukan pengiriman untuk memenuhi permintaan tenaga kerja dan mengadakan verifikasi sebagai tindak lanjut pengiriman dan penempatan yang dilakukan.

Program Bursa Kerja Khusus merupakan salah satu bentuk kerja sama antara SMK dengan DUDI. Salah satu prioritas kerja bagian humas di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan yang berkaitan dengan kerjasama dengan dunia usaha dan industri adalah memperkenalkan atau membuat citra positif sekolah terhadap DUDI sehingga akan muncul kepercayaan DUDI terhadap pelayanan pendidikan di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan yang akan menghasilkan lulusan yang berkompeten.

BKK SMK Yasemi bekerja di bawah koordinasi wakil kepala sekolah bidang humas menyalurkan tenaga kerja. Berdasarkan penjelasan

dari Waka Humas menyampaikan bahwa proses penyaluran tenaga kerja yang berasal dari alumni sudah berjalan. Seleksi dilakukan langsung oleh perusahaan terhadap siswa kelas XII semester 6. Selain itu, seleksi juga diikuti oleh alumni. Tahap seleksi melalui 3 tahap, yaitu tes tertulis, wawancara, dan psikotes. Hasilnya yang sesuai kriteria akan dipanggil ke perusahaan setelah mereka dinyatakan lulus di kelas XII. Perusahaan tersebut yaitu perusahaan PT. United Tractor dan PT. Panasonic.

Pelayanan BKK perlu ditingkatkan agar jumlah alumni yang terserap ke dunia kerja yang relevan meningkat. Pelayanan yang dapat dilakukan oleh BKK agar hasilnya maksimal yaitu melakukan kegiatan: pendaftaran pencari kerja (alumni), mencari dan mendaftar lowongan pekerjaan, memberi penyuluhan dan pelatihan kerja, melakukan penawaran tenaga kerja kepada dunia usaha dunia industri, melaksanakan kegiatan pencocokan pekerjaan dengan bursa kerja (*job matching dan job fair*). Tugas tim BKK adalah: 1) Mencari dan mendaftar lowongan kerja; 2) Memberi penyuluhan dan bimbingan; 3) melakukan penawaran

kepada dunia usaha dunia industry; 4) Pengiriman/ Penyaluran Lulusan ke Dunia Kerja; 5) informasi dapat diakses melalui website.

Program Bursa kerja Khusus (BKK) SMK Yasemi telah terlaksana dengan baik meskipun masih kurang maksimal. Berdasarkan hasil evaluasi, BKK SMK Yasemi akan melaksanakan perbaikan-perbaikan pada pelaksanaan berikutnya. Perbaikan yang akan dilaksanakan yaitu: 1) Meningkatkan kerjasama dengan DUDI dalam rangka memperbanyak lapangan kerja khususnya industri skala besar yang sebagian besar berada di luar kota Samarinda, 2) Membentuk ikatan alumni, 3) Merapikan administrasi data alumni 4) Menggunakan website SMK yang menginformasikan lowongan pekerjaan.

Pengendalian (*controlling*) digital marketing BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan.

Guna menjamin dan meningkatkan kualitas pelaksanaan program BKK di SMK Yasemi maka dilakukan pengawasan secara bertahap dan berkelanjutan. Adapun prinsip pengawasan program BKK ini di SMK Yasemi Grobogan adalah: 1) Pengawasan harus bersifat

menyeluruh. 2) Pengawasan dilakukan oleh semua orang yang terlibat dalam program. 3) Pengawasan harus bersifat diagnostic. Dapat diambil kesimpulan bahwa pengawasan program BKK dengan marketing online di SMK Yasemi Grobogan meliputi pengawasan internal dilakukan kepala sekolah dan pengawas, kemudian pengawasan eksternal dilakukan komite sekolah, dilihat dari teknis pengawasan dilakukan dengan dua pendekatan yaitu pengawasan langsung yang bersifat teknis dan pengawasan tidak langsung dalam bentuk laporan.

Pengawasan digital *marketing* BKK di SMK YASEMI Kabupaten Grobogan, meliputi pengawasan internal dilakukan kepala sekolah dan pengawas. Pengawasan eksternal dilakukan oleh komite sekolah bersama masyarakat. Teknik pengawasan dilakukan secara langsung dengan pihak internal yang bersifat teknik pelaksanaan di lapangan. Kemudian pengawasan tidak langsung dalam bentuk laporan. Pengawasan tidak langsung ini dilakukan oleh komite dan orang tua.

Tujuan pengawasan yang dilakukan dalam program digital *marketing* BKK di SMK Yasemi adalah

mengusahakan agar apa yang direncanakan dapat direalisasikan. Penyimpangan pada pelaksanaan kegiatan dapat dilihat dari pengawasan yang dilakukan dan hasil dari pengawasan dapat digunakan untuk menyusun rencana kerja yang lebih bagus.

Berdasarkan hasil penelitian juga bahwa aspek-aspek penting dalam pengawasan digital *marketing* BKK di SMK YASEMI Kabupaten Grobogan, meliputi: 1) Menentukan standar yang akan digunakan sebagai dasar untuk control; 2) Mengukur keberhasilan yang dicapai dengan menilai kinerja dan kompetensi sumber daya manusia; 3) Membandingkan hasil dengan standar, membandingkan hasil melaksanakan kegiatan dengan tujuan asli (rencana) dari kegiatan yang dilakukan dan mengukur keberhasilan keberhasilan mereka; 4) Mengambil tindakan korektif dari hasil yang dicapai; 5) Jika ada penyimpangan, segera lakukan perbaikan dengan melihat kembali rencana dan menganalisis, mengoreksi dan mengolah hasil asesmen.

Dari hasil pengamatan dan wawancara, pengendalian digital marketing BKK telah dilaksanakan

sesuai prosedur. Namun masih perlu perbaikan dalam hal administrative, misalnya dokumen hasil evaluasi dan bukti tindak lanjut yang telah dilaksanakan. Asesmen juga perlu dilakukan secara detail agar masalah tuntas dari akarnya. Misalnya saja masalah turunnya minat siswa atau alumni dalam mengakses website BKK, apabila penyebab pasti ditemukan melalui asesmen yang terencana dan lengkap, maka solusi atau tindak lanjut akan didapat dengan akurat.

Program BKK dengan menggunakan Digital Marketing

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya bahwa program BKK SMK Yasemi adalah lembaga atau unit yang menjalankan fungsi penempatan untuk mempertemukan antara pencari kerja dan pengguna kerja. Pemasaran digital dilaksanakan agar BKK dapat memaksimalkan fungsi dan kegiatannya yaitu: a) memberikan Informasi Pasar Kerja; b) membantu Pendaftaran Pencari Kerja; c) memberikan Penyuluhan dan Bimbingan Jabatan; d) penyaluran dan Penempatan Pencari Kerja.

Digital marketing dengan memanfaatkan website dan media sosial adalah solusi menghadapi

generasi Z atau Gen Z yang melek teknologi. Sehingga sasaran digital marketing BKK SMK Yasemi yaitu pencari kerja, terutama alumni dan pengguna tenaga kerja dapat terhubung secara langsung meskipun tanpa tatap muka secara langsung. Selanjutnya, digital marketing dinilai mampu mengoptimalkan program dan kegiatan BKK yaitu: a) mengoptimalkan program BKK secara umum; b) menyelenggarakan Pelatihan bagi siswa kelas 3 dan alumni yang belum bekerja; dan 3) memberdayakan Ikatan Alumni.

Tim digital marketing merupakan ujung tombak dari BKK SMK Yasemi yang mensosialisasikan seluruh program kegiatan diantaranya bursa kerja atau *job fair* yang terbukti menyalurkan banyak tenaga kerja dari tahun ke tahun. Sehingga *job fair* ini dilaksanakan secara terprogram setiap tahunnya. Kemudian dalam hal penyusunan proposal dengan desain yang menarik, hal ini juga tidak lepas dari peran tim digital marketing yang menguapayakan.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tim digital marketing dapat berkolaborasi dengan seluruh komponen BKK baik dalam hal pengolahan data, anggaran dan promosi kegiatan. Namun tidak

dipungkiri masih terdapat kekurangan yang ditemukan diantaranya: a) belum ada koordinasi terkait evaluasi anggaran yang dibutuhkan; b) bukti keterlibatan siswa secara administratif; c) dokumen kegiatan evaluasi yang kurang lengkap.

Tindak lanjut yang dapat dilakukan agar fungsi BKK lebih optimal adalah koordinasi secara terprogram, *brainstorming* seluruh anggota tim dan peningkatan kapasitas anggota secara terprogram. Memaksimalkan fungsi komite dan siswa dalam tim dengan cara mencantumkan dalam SK sehingga tidak ada keraguan dalam menjalankan tugas pokok dan fungsinya. Perlunya tertib administrasi untuk agar data dapat terolah lebih baik lagi dan apabila ada permasalahan dapat diselesaikan dengan analisa akar masalah yang akurat.

Akhir dari program BKK ini adalah tercapainya tujuan utama yaitu pencari kerja bertemu dengan pengguna kerja. Proses yang terstruktur akan sangat membantu tersalurnya informasi dengan cepat dan tepat, pengolahan data yang akurat sehingga siswa dan alumni dapat terlayani dengan baik.

E. Kesimpulan

Perencanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan adalah menetapkan dan merumuskan tujuan, pendayagunaan manusia, pemanfaatan material dan penganggaran. Perencanaan melibatkan unsur sekolah, komite sekolah dan Tim BKK. Kegiatan perencanaan meliputi identifikasi dan Analisa kebutuhan agar anggaran yang diajukan tepat sasaran. Pengorganisasian digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan: 1) menentukan penanggungjawab dari masing-masing aktivitas yang dilaksanakan; 2) menyediakan peralatan yang dilakukan; 3) memberikan motivasi, pengarahan dan bimbingan pada tiap-tiap individu yang diberi wewenang baik dalam manajerial maupun teknisnya. Pengorganisasian dilakukan secara professional dalam pembagian kerja sesuai dengan SDM dan potensi diri pada tim pelaksana BKK. Pengorganisasian melibatkan siswa agar mereka dapat mengembangkan potensi yang dimiliki. Pelaksanaan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan meliputi mencari informasi tentang dunia kerja, menawarkan

tenaga ahli ke pihak DUDI, pendaftaran calon tenaga kerja (Canaker), melakukan pengiriman untuk memenuhi permintaan tenaga kerja dan mengadakan verifikasi sebagai tindak lanjut pengiriman dan penempatan yang dilakukan. Pengawasan digital *marketing* BKK di SMK Yasemi Kabupaten Grobogan, meliputi pengawasan internal dilakukan kepala sekolah dan pengawas. Pengawasan eksternal dilakukan oleh komite sekolah bersama masyarakat. Teknik pengawasan dilakukan secara langsung dengan pihak internal yang bersifat teknik pelaksanaan di lapangan. Kemudian pengawasan tidak langsung

DAFTAR PUSTAKA

- Murhadi, M., & Ponidi, P. 2019. Digitalisasi Sekolah Melalui Pengembangan Website dan Layanan Sekolah Berbasis Teknologi Informasi. *INTEK: Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi*, 2(2), 62-69.
- Kemdikbud. (2019). *Kemdikbud*. Diambil kembali dari referensi. data.kemdikbud.go.id
- Listiana, D. (2019). Manajemen Bursa Kerja Khusus dalam Upaya Peningkatan Penyaluran Lulusan SMK ke Dunia Kerja. *Media Manajemen Pendidikan*, 2(2), 325-338.

- Terry, George. 2016. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nursam, N. (2017). Manajemen kinerja. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2).
- Nurlaili, N. (2022). Manajemen Bursa Kerja Khusus di SMK Negeri 2 Samarinda dalam Penyaluran Lulusan ke Dunia Kerja. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 1291-1300.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. 2019. Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Nababan, M. L. (2021). Urgensi Perencanaan Pendidikan pada Lembaga Pendidikan Kristen. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 14(3), 172–182.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51212/jdp.v14i3.84>
- Sudaryana, Y., Juhaeri, J., Dewi, A. G., Mudzakir, M., Sibarani, M., Ismail, F. R., & Romasturia, D. 2021. Penerapan Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Tingkat Partisipasi Calon Peserta Didik Di Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Nurul Amal Islamic Boarding School Kota Tangerang Selatan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 278-289.
- Sunarya, E. A., & Anom, E. (2021). Strategi Penggunaan Media SMK Teknologi Pilar Bangsa Dalam Mempromosikan Sekolah Dan Menarik Minat Siswa-Siswi Baru. *Journal of Scientific Communication (JSC)*, 3(2).
- Prasetyawan, H. (2020). Strategi Bursa Kerja Khusus (BKK) SMK dalam Mengantar Alumni Mendapat Pekerjaan (Studi Kasus di SMK Negeri 3 Probolinggo). *e-Jurnal Mitra Pendidikan*, 4(3), 128-143.
- Romadhoni, M., Partono, P., & Sholah, A. (2022). Peran Bursa Kerja Khusus (BKK) di SMK Negeri 9 Malang dalam upaya memasarkan lulusan ke dunia kerja. *Jurnal Teknik Otomotif: Kajian Keilmuan dan Pengajaran*, 3(1), 71-82.
- Jumati, N., Novianto, I., Wahyudi, H., & Putri, R. L. (2021). Optimalisasi Peran BKK SMK Wijaya Putra di Masa Pandemi Menuju Kenormalan Baru. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 4, 966-977.
- Ayu, E. F., & Trihantoyo, S. (2021). Optimalisasi Bursa Kerja Khusus Dalam Menyalurkan. *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 9(4), 932-941.
- Efrinaldi, et al. 2023. Kontribusi bursa kerja khusus dan kemampuan bekerjasama terhadap kesiapan memasuki dunia kerja siswa sekolah menengah kejuruan. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia is Nationally Accredited*. Vol 09-01.