

## NOTULEN RAKER MEDIA, IT, DAN MARKETING

### YAYASAN WIDYA ANINDYA

- Tempat : Ruang Serba Guna
- Hari, Tanggal : Senin, 15 November 2021
- Waktu : 09.00-16.00 WIB
- Isi Acara : Pembukaan; Doa Pembukaan; Kata Sambutan dari Ketua Yayasan Widya Anindya; Pengenalan tentang Divisi Media dan IT; Materi tentang Desain dan Sosial Media; Materi Tentang Website; Lunch; Kondisi Institusi di bawah Naungan Yayasan Widya Anindya; Coffee Break; Sesi Penutupan Acara.
- Peserta : Puri Swastika Gusti Krisna Dewi, S.E., M.Sc.; Sari Tyas Utami Kristantini, S.Si., M.M.; Juriyah, S.Kom., M.Kom.; Yuyuk Oktorina, S.Kom., M.Kom.; Mardiana, S.Pd., M.M.; Paula Theodora, S.E., M.M.; Budi Karyanto, S.E., M.M.; Santi, S.E., M.M.; RR. Prima Dita Hapsari, S.E., M.Si., Ak, CA.; Suis Mulyani, S.E.; Mukti Prasetyo, S.Pd.; Rita Permatasari, S.E.; Dwi Okta Handayani, S.E.; Syamsul Bahri, S.Pd.; Suhadarliyah, S.E., S.S., M.M.; Meidy F. Lombogia, S.H., M.M.; Ferdy, S.E., M.M.; Hesti Umiyati, S.E., M.M.; Dhimas Buing Rindi Widra Yato, S.Kom., M.Kom.; Gregorio Chiko Putra, S.Kom.; Renaldi Valentino T., S.Kom.; Widi Reza Prasetya, S.Kom.; David Eka Christanto; Dewi Kobi; Aryoso Bimo; Erna Neldiana, S.Kom.; Hervina Febriyani, S.Kom.; Donny Anggara Putra, S.Kom.; Yanda Setiawan Nugroho; Venny Putri M., S.M.; Ester Ani Susanti; Motuho Gea, S.Kom.
- Jalannya Acara :

#### **A. Rencana PSB dan PMB**

1. **Pak Syamsul:** Belum ada rencana PSB lebih lanjut; Yang dibutuhkan saat ini adalah dukungan dan bantuan dari semua pihak.

2. **Ibu Suhadarliyah:**

- Perguruan Tinggi: Fokus kepada pemasaran perlu pemahaman: Pemasaran tidak bisa dilakukan hanya 1 minggu, 2 minggu, tapi berlanjut; Membuat orang datang (PR) bagi *marketing*; Strategi Pemasaran: promo dana pengembangan, promo beasiswa keagamaan dan MOU (maupun bukan MOU), penyebaran *flyer* (lingkaran per-radius), promosi media sosial dan ke sekolah MOU, presentasi ke sekolah kota dan kabupaten.
- Sekolah Menengah Kejuruan: Seharusnya kalau SMK tidak terpengaruh dengan pandemi karena umumnya siswa SMP akan melanjutkan sekolah ke jenjang selanjutnya; Menyiapkan Strategi, Senjata, dan Prajurit (sesuai dengan presentasi Pak Dhimas sebelumnya)

**B. Strategi PSB dan PMB, Pendapat Mengenai Permasalahan yang Ada, dan Usulan**

1. **Ibu Tyas dan Ibu Suhadarliyah:** Faktor yang mempengaruhi PSB dan PMB adalah SPP, Seragam, Pangsa Pasar (lokasi), sekolah yang baru berdiri (nilai jual), survey; Strategi Pemasaran yang sudah dilakukan, yaitu promo dana pengembangan, pemasangan spanduk di jalan dan di rumah guru/dosen, pembagian flyer di alfamart/indomaret, promosi melalui akun Instagram abouttng (saran: memasang iklan di Instagram (komunitas) anaksmk/smatng, memasang iklan di *website* SMP)
2. **Ibu Dwi Okta:** mengusulkan untuk menaikkan PMB dan PSB tahun ini adalah dengan mengadakan kuesioner (tentang informasi pendaftaran) bagi mahasiswa/siswa tingkat awal mereka mendapatkan informasi dari mana, lalu menentukan strategi; Tentang siapa yang menjadi rival seharusnya yang *apple to apple* (SMK BA berada di tengah-tengah; maka contoh sekolah yang sepadan adalah SMK Kanaan); Pemetaan regional didapatkan setelah kuesioner untuk ditentukan strateginya.
3. **ESTER:** mengusulkan untuk lebih *update* mediasosial mengenai SMK Bhakti Anindya (Ester juga diminta untuk mencari tahu mengenai Virtual Account pembayaran SPP SMK BA)

4. **MOTUHO:** mengusulkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan SMK BA; Juga bercerita ada beberapa teman yang kuliah di sini, mengatakan untuk masalah tentang keuangan cepat sekali, namun untuk pelayanan kurang; Lebih aktif dalam media sosial dan bekerja sama dalam meningkatkan pelayanan yang kurang (lebih interaktif)
5. **YANDA:** mengajukan kerja sama antara Tim Media dan IT dengan SMK KTB; Diadakannya program dinas Pendidikan “*Link and Match*” sekolah bekerja sama dengan perusahaan membuat kurikulum baru, pelatihan, dan perekrutan
6. **DONNY:** mengusulkan untuk menggaet anak (SMP) yang akan masuk SMK; juga mengadakan sebuah *event* atau lomba (SMK atau UMUM) seperti poster
7. **RENALDI:** mengusulkan untuk mengadakan ekstrakurikuler *e-sport*
8. **ERNA:** meningkatkan interaksi di media sosial; tidak berfokus pada postingan saja, tetapi juga aktif dalam membalas komentar dan Direct Message/DM juga
9. **BIMO:** bekerja sama dengan siswi untuk membuat konten tiktok
10. **DAVID:** meningkatkan pelayanan (khususnya terhadap guru – dahulu sempat ada guru yang marah kepada murid tanpa memedulikan lingkungan sekitar)
11. **WIDI:** lebih banyak mengadakan *giveaway* (misalnya pulsa Rp 100.000,-); memasang spanduk di tempat yang lebih strategis; seragam untuk Lepisi (almamaternya diganti warna/model yang lebih bagus dan netral agar dapat dipadupadankan dengan pakaian apa pun, karena saat ini almamater Perguruan Tinggi Lepisi adalah oranye yang agak sulit dipadupadankan dengan pakaian; selain itu seragam Aksema juga bisa dibuat lebih menarik lagi)
12. **PAK DHIMAS:** sesuai dengan *summary* biaya masuk sekolah maupun perguruan tinggi (yang dikerjakan oleh Erna dan Hervina), LEPISI dan SMK BA berada di tengah-tengah jadi tidak perlu penyesuaian biaya kalau dilihat dari data, namun perlu dibangun branding untuk memberikan nilai tambah bagi siswa dan orang tua. Untuk perguruan tinggi kita bisa mempelajari kampus lain (misal: UNPAM yang memasang harga 250 ribu perbulan, namun jika ditotalkan secara keseluruhan kurang lebih sama dengan di Lepis); semua kembali lagi ke *value added* yang dirasakan pelanggan. Untuk SMP ke SMK selain bisa untuk membidik murid bisa juga untuk membuat sasaran kepada orang tua (untuk iklan), menambahkan media sosial dan membuat

konten masing-masing sosial media, merekrut siswa/mahasiswa magang untuk mendapatkan ide baru yang lebih *fresh*

13. **BU JURIYAH:** mengajak siswa untuk membuat konten video profil sekolah agar membuktikan bahwa sekolah kita mampu, untuk lokasi dilakukan di sekolah sana dengan menggunakan seragam khas BA (kotak-kotak/batik), dilakukan saat libur semester, dan memberikan jasa foto kepada guru di sana bisa di sekolahnya maupun datang ke BA; melakukan promosi PSB di Instagram anaksmasmktangerang
14. **BU YUYUK:** untuk PSB/PMB fokus ke sosial media dikarenakan anak-anak banyak yang aktif di sosial media, segala kegiatan yang dilaksanakan (di-update) agar bisa terlihat; pemasangan spanduk (dipantau, dijaga atau lainnya) agar tidak digantikan dengan spanduk sekolah lain (dibuat perencanaan pemasangan spanduk, membayar orang yang menjaga spanduk secara berkala agar tidak diturunkan)
15. **BU MARDIANA:** mengenai promosi (tips untuk menjaga spanduk), juga memasang spanduk di warung-warung, bengkel, toko, angkot, dan lain-lain; Lomba untuk mengambil perhatian anak-anak SMP seperti pentas seni untuk seluruh SMP di Tangerang, dibuat kelompok, dibagi tugas, dan dipastikan berapa saja yang mendaftar, (setelah seminggu formulir ditarik), hadiah menarik, dan menampilkan seni yang ada di sekolah BA; khusus untuk jurusan sendiri membuat video interaktif mengenai jurusan, sutradaranya guru, dan multimedia yang memfasilitasi
16. **BU SUIS:** mengembalikan nilai SMK yang lama “yang banyak lulusannya terserap di dunia kerja”, diadakan kelompok khusus untuk keterserapan masuk ke dunia kerja, (memajang alumni di *website*: ditanggungjawab oleh Motuho – foto, komentar dan tempat bekerjanya)
17. **BU TYAS:** mengadakan *link and match*, penyesuaian kurikulum, MOU dengan beberapa perusahaan mengenai PKL dan magang guru bulan februari, **“TEFA”** (Teacher Factory dari dinas Pendidikan) setiap ketua jurusan mempunyai unit kerja masing-masing (*tag line*: SMK BA sudah/mulai/ menyambut .../menuju sekolah PK); untuk marketing (dan panitia) pintar pintar membaca peluang promosi, *follow up* calon siswa, intens, mengingatkan, jika sudah mendapatkan nomor di *follow up*, menentukan siapa yang akan koordinasi nantinya

18. **BU RITA:** strategi pemasaran dengan mengevaluasi internal (pelayanan, pengajaran walaupun sudah maksimal), harus bisa memberikan *feedback* ke siswa/orang tua, setelah ini diadakan evaluasi untuk testimoni siswa dan orang tua
19. **BU PAULA:** melalui promosi IG, membuat undangan digital, sistem pembayaran masih manual (harusnya bekerja sama dengan bank untuk menggunakan *virtual account*), memperbaiki dan membereskan diri dahulu (SMK dan PT), perlu ada suatu tempat untuk pengaduan yang sifatnya anonim dan dapat diketahui dengan jelas hasilnya.
20. **PAK BUDI:** kita menaikkan atau membranding smk misalnya dengan ukuran logo yang tidak terlalu kecil. Kadang kita malu menggunakan data kita sendiri. Kita perlu menaikkan percaya diri kita, ini loh saya bekerja di sini.
21. **BU SANTI:** berdasarkan jika ada pengumuman untuk STIE, jadi hanya meminta untuk lebih update di web agar mahasiswa tidak banyak menanyakan
22. **BU PRIMA:** yang diserap dari mahasiswa langsung – sebagai kaprodi mengalami tahun lalu mendapatkan mahasiswa yang tidak jadi masuk ke Lepisi, Ketika ditanya alasannya, balik bertanya apa UKM di Lepisi. UKM itu penting, walaupun baru selesai bekerja. Banyak mahasiswa yang hilang tanpa alasan – Ketika ditanya karena pelayanan, segala sesuatu sulit, dan lainnya.
23. **PAK MEIDY:** Ketika sewaktu sekolah saya suka menggunakan kaus yang memuat informasi sekolah/kampus, dapat dibuat seperti itu (dengan mengikuti konsep dagadu Yogyakarta); Lobby yang SMK 2 tahun lalu ada layar, mungkin tahun selanjutnya bisa diadakan kembali; Melibatkan siswa dan mahasiswa sebagai ***agent marketing*** yang mempunyai nilai jual untuk mempromosikan; Menanyakan media sosial yang paling disukai anak didik, dan semua konten (keunggulan: siswa berprestasi, akreditasi) dapat dimuat di media sosial, menggali konten yang diinginkan oleh siswa/mahasiswa
24. **BU PRIMA:** mahasiswa “mengapa di Lepisi tidak ada wadah untuk mahasiswa mendapatkan pekerjaan”, LHRDC perlu diaktifkan kembali.
25. **PAK SYAMSUL:** semuanya sudah diwakilkan, untuk sosial media seharusnya jangan terbang pilih (tiktok, Instagram, twitter, facebook) agar dapat dilihat lebih luas lagi oleh orang banyak, tidak menutup kemungkinan ada satu atau dua yang masuk;

butuh neon box bertuliskan SMK BHAKTI ANINDYA agar ter-*highlight* saat malam, Gedung inti tertutup gedung lama (mungkin dipertahankan menurut *historical*), jalanan sangat kencang sehingga yang nampak hanya logo BTN saja (kecil dan tidak *eye catching*); menggandeng media, IT, dan *marketing* untuk membuat iklan tahun depan (melakukan *casting*, *communication skills*, tak hanya penampilan saja, menggandeng siswa sebagai ambassador), membuat tour sekolah (kegiatan dan fasilitasnya), siswa yang dijadikan ambassador menjelaskan semua jurusan secara detail (tidak banyak siswa), untuk kunjungan sekolah MOU yang akan dipakai untuk nilai jual adalah PH; Ada yang memonitoring siapa yang memantau sosial media,

26. **DEWI KOBI:** “mengapa banyak mahasiswa yang hilang?” pengalaman teman-teman memilih menghilang di kuliah *online*: protes dengan dosen (ada beberapa dosen tidak memberi keringanan, hanya memberi materi dan tugas di *classroom*, jika kami salah dari pihak dosen memberi konfirmasi bahwa tugas kami salah, dua semester lalu hampir semua anak mendapat nilai D); setuju dengan Ibu Paula: harus ada tempat pengaduan; Untuk pelayanan akademik kampus kerja sama (STMIK & STBA), mengurus izin, dan lainnya susah
27. **VENNY:** mengenai *fee* MOU, SGS, TGS, dll untuk SMK kemarin ada kepala sekolah 12 sampai datang ke BA untuk menanyakan *fee*. Diperjanjian tanggal 31 Agustus tapi turun bulan Oktober. Pengajuannya sudah cepat, namun turunnya masih lama; Untuk Lepisi sampai sekarang belum turun dari MOU ataupun lainnya.
28. **BU HESTI:** memperbaiki mengenai *fee* di atas agar lebih tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian

*Notulen oleh Erna Neldiana, 15-16 November 2021*