

**The Customer's Main Considerations in Choosing an Educational Institution
Viewed from the Elements of the Marketing Mix at Amanatollah Gambiran
Junior High School Banyuwangi**

Samsul Arifin

Sekolah Tinggi Agama Islam Ahmad Sibawayhie Besuki Situbondo
arifmardhutillah@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to describe the customer's main considerations in choosing an educational institution in terms of the marketing mix elements at Amantollah Junior High School Gambiran Banyuwangi. This research method uses a descriptive qualitative approach. The results of the research show: 1) the products/programs provided by SMP Amantollah Gambiran to customers are institutions based on Islamic boarding schools, tahfidz programs, studying general science and religion and shaping the character of students with good morals; 2) physical evidence or facilities and infrastructure for junior high schools are complete and in demand by educator customers so that they get satisfaction; and 3) a price of IDR 500,000 determined by the foundation can be of interest to educators' customers because it is affordable and attractive to all members of the community.

Keywords: Educational Institution Customers, Marketing Mix.

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan pertimbangan pokok pelanggan dalam memilih lembaga pendidikan ditinjau dari elemen bauran pemasaran di SMP Amanatollah Gambiran Banyuwangi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif diskriptif. Hasil penelitiannya menunjukkan: 1) *produk*/program yang diberikan SMP Amanatollah Gambiran terhadap pelanggan adalah lembaga yang berbasis pondok pesantren, program tahfidz, mempelajari ilmu umum dan agama serta membentuk karakter santri berakhlaqul karimah; 2) *physical evidence*/bukti fisik atau sarana dan prasarana SMP sudah lengkap dan diminati oleh pelanggan pendidik sehingga mereka mendapatkan kepuasan; dan 3) *price*/harga sebesar Rp 500.000 yang ditentukan pihak yayasan dapat diminati para pelanggan pendidik karena terjangkau dan diminati semua kalangan masyarakat.

Kata Kunci: Pelanggan Lembaga Pendidikan, Bauran Pemasaran.

PENDAHULUAN

Strategi manajemen pemasaran jasa pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan kepada masyarakat harus bisa meyakinkan masyarakat. Ini akan membuat minat masyarakat sebagai pengguna merasa tertarik dengan strategi yang ditawarkannya dan akhirnya masyarakat menyekolahkan anaknya ke lembaga tersebut. Pemasaran jasa pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual secara komprehensif. Jadi implementasi pemasaran jasa dibutuhkan strategi dalam tujuan

yang ingin dicapai yaitu memberikan ketertarikan kepada konsumen yang disini adalah masyarakat agar adanya peningkatan dalam penerimaan peserta didik baru. Jadi, strategi pemasaran sangat diperlukan dalam jasa pendidikan.

Salah satu strategi pemasaran yang mendukung dalam memasarkan produk untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran terdiri dari 7P yaitu, *Product* (produk); jasa seperti apa yang ditawarkan, *Price* (harga); strategi penentuan harganya, *Place* (lokasi/tempat); dimana tempat jasa diberikan, *Promotion* (promosi); bagaimana promosi dilakukan. *People* (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang yang terlibat dalam pemberian jasa, *Physical Evidence* (bukti fisik); sarana-prasarana, seperti apa yang dimiliki, dan *Process*; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.¹

Bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan masyarakat dalam memilih sebuah lembaga. Jika lembaga tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, maka dapat dipastikan bahwa lembaga tersebut akan kehilangan banyak kesempatan dan kalah bersaing dengan lembaga lain. Dengan menggunakan ketujuh elemen di dalam bauran pemasaran tersebut, maka diharapkan peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan siswa. Dalam istilah pemasaran ada yang disebut pelanggan. Pelanggan dalam penelitian ini hanya dibatasi pada siswa saja, dengan dasar pemikiran bahwa pelayanan yang diberikan sekolah dapat langsung dirasakan oleh siswa. Siswa akan diberikan pelayanan sedemikian rupa sehingga tercipta kepuasan. Jika kepuasan telah tercipta maka siswa tersebut secara tidak langsung akan menjadi pemasar (*Marketer*) bagi Sekolah yang bersangkutan dengan mempromosikan dari mulut ke mulut. Ini akan memberikan dampak yang positif bagi Sekolah, karena promosi dari mulut ke mulut terbukti efektif bagi kegiatan pemasaran sehingga menarik minat teman/saudaranya.

SMP Amanatulloh adalah sekolah yang terletak di Dusun Sumberjaya, Desa Wringinagung Kabupaten Banyuwangi dan merupakan salah satu lembaga pendidikan dibawah naungan Yayasan Ma'had Amanatulloh. Selain SMP, Yayasan Amanatulloh juga mempunyai lembaga lain yaitu MA Amanatulloh, namun peneliti akan meneliti pemasaran jasa pendidikan di SMP saja karena mempunyai progres yang lebih baik

¹ Ara Hidayat, Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, cet.I, (Yogyakarta: Kaukaba, 2012), 238.

khususnya dalam semakin meningkatnya jumlah peserta didik. Jadi SMP Amanatulloh ini merupakan sekolah berbasis pesantren dan menjadi pilihan penulis untuk dikaji pemasarannya. Sesuai dengan kebijakan pengasuh bahwasannya seluruh murid SMP maupun MA diwajibkan menempati di asrama dan tidak diperbolehkan untuk sekolah berangkat dari rumah, dan kewajiban ini sudah dimulai sejak pertama kali berdiri.

KAJIAN TEORI

1. Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran dapat dibedakan antara definisi pemasaran secara sosial dan secara manajerial. Definisi sosial menunjukkan peran yang dimainkan oleh pemasaran dimasyarakat. Seorang pemasar mengatakan bahwa peran pemasaran adalah “menghasilkan standar hidup yang lebih tinggi.” Berikut ini adalah definisi sosial yang sesuai dengan tujuan kita. Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Untuk definisi manajerial, pemasaran sering digambarkan sebagai “seni menjual produk”. Jadi, tujuan pemasaran jasa pendidikan adalah mengetahui dan memahami pelanggan jasa pendidikan dengan baik sehingga produk pendidikan atau jasa pendidikan itu cocok dengan pelanggan jasa pendidikan dan selanjutnya mampu menjual dirinya sendiri. Idealnya, pemasaran jasa pendidikan harus menghasilkan pelanggan jasa pendidikan yang siap membeli. Yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk pendidikan atau jasa pendidikan²

2. Bauran Pemasaran

Menurut *Kotler* dan *Amstrong* bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Elemen-elemen bauran pemasaran menurut *Kotler* dan *Amstrong* yakni: *product, price, place, dan promotion*.³

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2005), Jilid I, 10.

³ Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi VIII, (Jakarta: Erlangga, 2001), 71-72

Zeithaml dan Bitner mengatakan bahwa unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yang terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran. Unsur 4P yaitu: Product (*produk*); jasa seperti apa yang ditawarkan, Price (*harga*); strategi penentuan harga, place (lokasi/tempat); dimana tempat jasa diberikan, promotion (*promosi*); bagaimana promosi dilakukan.⁴

Apabila diaplikasikan dalam jasa pendidikan, bauran pemasaran mempunyai Unsur-unsur dalam strategi pemasaran jasa pendidikan yaitu dikenal dengan sebutan “4P”, *product* (produk jasa pendidikan), *place* (tempat/metode penyampaian), *price* (harga jasa pendidikan), dan *promotion* (promosi jasa pendidikan). Namun demikian, pendekatan bauran pemasaran 4P tradisional hanya dapat diterapkan untuk produk. Bagi sektor jasa, 4P terlalu terbatas untuk menyediakan kerangka pemikiran pemimpin dalam pemasaran jasa pendidikan dan perencanaan strategi pemasaran jasa pendidikan. Oleh karena itu, James dan Phillips menyarankan 3P tambahan dalam pemasaran jasa pendidikan, yaitu *people* (orang/tenaga pendidik dan kependidikan), *physical evidence* (bukti fisik jasa pendidikan), dan *process* (proses jasa pendidikan).⁵

3. Kepuasan Pelanggan

Kotler menyatakan bahwa, “kepuasan merupakan sejauh mana tingkata suatu produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan.” Kepuasan pelanggan di ukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang actual. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang datang setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk beserta harapan-harapannya.⁶ Howard & Sheth berpendapat bahwa, “kepuasan pelanggan adalah situasi situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapat dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan”.⁷ Menurut Zeithaml, “kepuasan pelanggan merupakan pertimbangan produk barang atau jasa yang dapat memberikan

⁴ Ara Hidayati dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan*, 238.

⁵ David wijaya, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), 75

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2013), 181

⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2014), 353

tingkat pemenuhan kepada pelanggan sehingga menyenangkan untuk di konsumsi.⁸

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian untuk memperoleh data tesis ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif Deskriptif. Sedangkan jenis penelitian yang dipakai adalah etnografi deskripsi dengan tujuan agar peneliti dapat mendeskripsikan secara terperinci dan detail data-data yang telah dikumpulkan. Teknik informannya menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan beberapa langkah sesuai teori Miles&Huberman, dan salda yaitu kondensasi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Proses pengecekan keabsahan data menggunakan uji kredibilitas data dengan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi Teknik dan *member check*.⁹

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Product

Dengan pertimbangan pokok pelanggan dalam memilih SMP Amanatollah Gambiran, program sekolah yang menjadi andalan dan kelebihan sekolah telah dijaga dan dikembangkan dengan baik. Ini dilakukan agar minat masyarakat terhadap lembaga bisa meningkat. Berdasarkan observasi peneliti, tergambar bahwa sekolah di SMP Amanatollah Gambiran sudah menerapkan pembiasaan membaca Al-Qur'an atau program tahfidz. Dengan membiasakan siswa-siswi membaca Al-Qur'an sebelum memulai proses belajar mengajar diharapkan memudahkan untuk menerima pelajaran selanjutnya. Aturan dan tata tertib sekolah maupun pondok pesantrennya sangat mudah diterapkan kepada peserta didik dan tidak kaku karena lembaga ini merintis dari awal. Peserta didik angkatan pertama sangat mudah untuk menularkan program pendidikan karakter kepada adik kelasnya.¹⁰

⁸ Budi Haryono, *How To Win Customer Through Customer Service With Heart* (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), 26

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (bandung.: Alfabeta, 2011), 121

¹⁰ Observasi, SMP Amanatollah Gambiran, Tanggal 27 Januari 2021.

Harapan bahwa dengan bersekolah di SMP Amanatollah Gambiran anaknya akan memiliki ilmu umum dan tersebut dalam lingkup lembaga pondok pesantren. Selain itu orang tua bertujuan agar anaknya kelak dapat membaca Al-Qur'an dengan benar. Hal tersebut dipahami dari wawancara yang dilakukan dengan para orang tua murid. Mengutip salah satu wawancara dengan Ibu Inayah sebagai berikut:

“Saya mondok anak saya karena saya ingin anak saya mendapatkan ilmu dunia dan akhirat dan saya merasa senang anak saya bisa sholat lima waktu berjamaah dan sekarang anak saya udah hafal satu juz al-qur'an Iya, saya ngga memasukkan anaknya kepesantren kaya gitukan ya lumayanlah di SMP Amanatollah Gambiran ada agamanya gitu Nah tertariknya saya disitu justru karena e mungkin dari apa, kalo dilihat dari sarana kayak sekolahan dan asrama yang mungkin bisa dikatakan mewah dan bagus sehigga mayoritas wali santri merasa puas terhadap fasilitas yang di pondok khususnya di asrama santri memadai. Cuma kalo menurut saya justru sarana yang megah dan bagus itu anak-anak belajarnya malah lebih fokus. Lain kalo sama kaya sekolahan yang mungkin udah modern, terus banyak muridnya, semua sekolahan itu bagus sama tergantung anaknya aja, cuman kalo dilihat dari saya orang yang engga berpendidikan dari siswa yang lebih sedikit itukan lebih enak untuk mendidiknya kayak gitu”.¹¹

Berdasarkan observasi bersama wali santri yang berminat menyekolahkan anaknya di SMP Amanatollah Gambiran bahwa orang tua yang ingin menyekolahkan anaknya di SMP Amanatollah Gambiran karena keinginan mayoritas wali santri lebih memilih pondok pesantren sebagai wadah mencari ilmu memperdalam ilmu agama.¹²

Berdasarkan wawancara dari ibu MA dapat dipahami bahwa tertarik menyekolahkan anaknya di SMP Amanatollah Gambiran karena ingin anaknya bisa membaca Al-Qur'an dan apalagi ada program tahfidznya, kedepannya bisa melanjutkan pendidikan keagamaan. Senada dengan Ibu Jamila yang menyatakan:

“Saya merasa nyaman dan tenang, kalau anak saya bisa masuk pondok pesantren dan apalagi anaknya betah di mondokkan orang tua sangat Bahagia dan tenang dan nyaman, anaknya bisa mendalami ilmu agamanya di pondoknya apalagi Di SMP ada program Tahfidz saya sangat tertarik terhadap ilmu agama khususnya ngaji al-qurannya karena di masyarakat di nilai cara ngaji al-Qur'an yang di nilai oleh masyarakat”.¹³

Hal senada menurut Ibu Syamsiah dalam pernyataan mengenai anaknya

¹¹ Ibu Inayah, Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran.

¹² Observasi, SMP Amanatollah Gambiran, Tanggal 27 Januari 2021.

¹³ Ibu Jamila, Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran

“ Saya merasa bersyukur anak saya bisa mondok sekarang dan apalagi saya betah di pondok karena tidak kaku terhadap peraturan di sini dan perubahan sikap anak saya lebih dewasa karena pengetahuan agama nya dan umumnya sangat mencukupi, apalagi di SMP Amanatollah mempunyai program tahfidz se energi dengan pondoknya program tahfidz dan al hamdulillah putri saya sekarang hafal satu juz “¹⁴

Selain peneliti melakukan wawancara dan observasi di lapangan, peneliti juga mendapatkan data dokumentasi untuk menguatkan hasil penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa pertimbangan pokok minat para pelanggan/wali santri karena putra-putri berada di pondok. Wali santri merasa nyaman dan tenang dari pada sekolah di luar pesantren. Wali santri juga merasa syukur, putra-putri mendalami ilmu umum dan agama serta mempunyai program tahfidz yang diminati masyarakat. Banyak masyarakat sangat percaya pada lembaga ini dan mendukung pada banyaknya jumlah siswa yang dititipkan dalam lembaga ini. Saat ini jumlah santri putra-putri menyampai lima ratus lebih.

b. *Physical Evidence* atau bukti fisik

Sarana dan prasarana yang ada di SMP Amanatollah Gambiran memiliki berapa fasilitas yang terpenuhi. Di antaranya ruangan belajar, ruangan perpustakaan, laboratorium, ruangan olah raga, serta kantor guru prasarana yang lainnya, secara tidak langsung ini merupakan minat dari pelanggan untuk mencapai tujuan. Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti alasan Yayasan lebih mempersiapkan Gedung-gedung megah dan sarana prasana maupun fasilitas yang lengkap dan memadai sebelum membuka Lembaga SMP dan MA, agar para peserta akan merasakan nyaman dan betah dengan fasilitas yang ada¹⁵

Maka dipertautkan lagi dengan wawancara dengan pendiri sekaligus pengasuh Yayasan pondok pesantren Amanatollah gambiran yakni KH. Rouhin Huda mengatakan bahwa :

“Sejak awal mendirikan pondok pesantren maupun sekolah formal seperti SMP maupun MA, saya menata dan mempersiapkan lebih awal sebelum membuka Yayasan maupun sekolah formalnya, karena dengan fasilitas yang memadai akan lebih siap nanti mendidik para santri dan santri akan merasakan nyaman dengan fasilitas memadai, dengan fasilitas memadai ini para wali santri sangat puas terhadap sarana prasana Yayasan amanatollah gambiran dan al hamdulillah dengan strategi pemasaran seperti ini, sejak awal mendirikan

¹⁴ Ibu Syamsiah, Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran

¹⁵ Observasi, Tanggal 27 Januari 2021, Gambiran.

hingga sekarang, dengan 6 tahun ini jumlah santri saya 700 santri putra/putri.”¹⁶

Sedangkan Gedung baru yang dibangun oleh yayasan dilengkapi dengan CCTV, dan proyektor di setiap kelas sehingga belajar semakin nyaman, memudahkan dalam pengontrolan, dan kegiatan belajar mengajar semakin menyenangkan karena ada media yang menarik.¹⁷

Hasil pernyataan senada pendapat dari kepala sekolah SMP Amanatollah Gambiran yakni bapak Amir Mahmud

“Sebelum ada santri Yayasan pondok pesantren sudah mendirikan beberapa Gedung sekolah, asrama serta masjid nya, saya pun sebelum menjadi kepala sekolah SMP Amanatollah ruang kelas dan asrama pondok udah tertata oleh pengasuh dengan di buka Lembaga ini ternayat banyak masyarakat meminati dan pengasuh meminta bantuan para jamaah haji dan jamaah dzikir arofah untuk membantu mencari santri baru, dan al hamdulillah tiga tahun terakhir sekarang SMP Amanatollah mendapat santri kurang 250 santri putra maupun putri, apalagi ketua Yayasan melengkapi CCTV setiap ruang kelas maupun kantor dan asrama agar pengasuh memantau langsung dengan CCTV”.

Untuk menunjang proses KBM serta meningkatkan prestasi akademik siswa maka diperlukan fasilitas yang mendukung untuk mencapai hal tersebut. Berikut adalah data sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SMP Amanatollah Gambiran:

Tabel 1
Daftar Inventaris SMP Amanatollah Gambiran

NO	NAMA BARANG	JUMLAH	KONDISI*
1	Ruang Kepala Sekolah	1	Bagus
2	Ruang Tamu	1	Bagus
3	Ruang Tata Usaha	1	Bagus
4	Ruang Wakil kepala	3	Bagus
5	Ruang Guru	1	Bagus
6	Ruang Toilet	26	Bagus
7	Ruang Kelas	23	Bagus
8	Ruang Perpustakaan	1	Bagus
9	Ruang UKS	1	Bagus
10	Ruang Laboratorium Komputer	1	Bagus

¹⁶ KH. Rouhin Huda, Wawancara, Tanggal 27 Januari 2021, Gambiran

¹⁷ Observasi , SMP Amanatollah Gambiran, Tanggal 26 Januari 2021

11	Ruang Dapur	1	Bagus
12	Ruang Kantin	1	Bagus
13	Ruang Satpam	1	Bagus
14	Aula/Masjid	1 (2 lantai)	Bagus
15	Ruang Gudang	3	Bagus

Selain peneliti melakukan wawancara dan observasi di lapangan, peneliti juga mendapatkan data dokumentasi untuk menguatkan hasil penelitian ini. Berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi, sekolah SMP ini memiliki sarana prasarana yang cukup terpenuhi, meskipun masih ada kekuarangan yang perlu dilengkapi.¹⁸

Sarana prasarana sekolah ini kurang lengkap, sehingga untuk kedepannya usaha sekolah untuk melengkapinya. Olah raga atau fasilitas ekstrakurikuler yang lain ada bantuan dan sebagainya.¹⁹ Menurut kepala sekolah tentang kapan sarana dan prasarana dapat terlengkapi sesuai dengan kebutuhan sekolah yaitu waktunya tidak bisa ditentukan, tetapi pihak sekolah SMP Amanatollah Gambiran tetap mengusahakan. Sarana dan prasarana yang direncanakan yaitu lapangan bulu tangkis, volly ball, basket, lapangan tenis meja, dan membangun lapangan terbuka, supaya dalam keadaan hujan siswa bisa berolahraga diruangan.

Para pengguna jasa pendidikan merasa puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang bagus, lengkap dan memadai. Hal ini disampaikan oleh wali santri yang merasakan kepuasan terhadap fasilitas yang ada. Ibu Syamsiah berpendapat bahwa :

“Saya termasuk bersyukur atas anaknya bisa betah di pondok ini, dengan pelayan segi fasilitas pondoknya yang memadai seperti asramanya , di sana santri mendapatkan Kasur serta dipannya, kamar mandi bersih, saya juga kaget dengan Yayasan amanatollah dengan Gedung megah dan berlantai 3 dan asrama yang fasilitas cukup dan masjid yang besar dan megah. Hingga sekarang saya melihat perkembangan SMP maupun Yayasan pondok Pesantren Amanatollah cukup pesat dan pertahun mendapatkan santri banyak.”²⁰

Hal senada penjelasan dari wali santri mengenai kepuasan dari segi fasilitas nya yakni Ibu Durrotun Nisa mengatakan bahwa :

“Pada awalnya keinginan putri saya mau di mondok pesantren blokagung terbesar di se Banyuwangi, tapi di tawarkan oleh saudara dan kebetulan di alumni jamaah haji di situ, akhirnya saya langsung melihat dan mengecek

¹⁸ Observasi, Tanggal 26 Januari 2021 Gambiran

¹⁹ Observasi, Tanggal 26 Januari 2021

²⁰ Ibu Syamsiah , Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran

terlebih terdahulu, pada akhir kelaurag saya dan serta putri saya lebih memilih dan tertarik dengan sarana prasarana serta fasilitas yang megah dan mewah dan asrama bersih dan disediakan Kasur dan dipannya serta kamar mandi yang bersih.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dapat disimpulkan bahwa pertimbangan pokok pelanggan dalam memilih Lembaga SMP Amanatollah dan pesantrennya adalah sarana-prasarana yang lengkap, gedung-gedung yang mewah dan kawasan pondok yang bersih dan segar. Hal ini akan menunjang terhadap peningkatan mutu pembelajaran di sekolah. Sekolah berkualitas, nilai jualnya di masyarakat akan semakin tinggi. Selain itu, dengan sarana dan prasarana yang lengkap minat, bakat dan kemampuan siswa dapat tersalurkan dengan baik

c. *Price/harga*

Elemen ketiga dari bauran pemasaran adalah *price/harga*. *Price* adalah salah satu elemen penting. Namun, secara umum diakui bahwa keputusan penetapan harga adalah sesuatu yang paling sulit untuk dibuat bagi para manajer pemasaran. Biaya pendidikan yang terjangkau atau murah dan kemungkinan hanya bisa dijangkau oleh masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah sehingga semua kalangan masyarakat bisa sekolah di SMP Amanatollah Gambiran. Hal ini peneliti dapatkan dari pernyataan pendiri sekaligus ketua yayasan KH. Rouhin Huda, sebagai berikut:

“Lembaga Yayasan ini baru di dirikan oleh pengasuh dik, saya di pasrahkan oleh istri saya Ibu Nyai Hj. Toyibah Al-Munawarah selaku bendahra pusat dalam mengelola keuangan bulanan SPP dan uang makan santri, karena saya kegaitan cukup padat apalagi dengan jamaah haji yang banyak, saya memberikan patokan uang bulanan atau SPP yang standrat atau terjangkau sebesar Rp 550.000. apalagi kita di kelilingi sekolah negeri serta pondok maju seperi Blokagung dan Mamabul Huda Krasa’ maka dari itu dek, kita berlomba-lomba mencari santri baru , mungkin strategi pengasuh memberikan harga SPP terjangkau agar di minat semua kalangan masyarakat.”²²

Hal senada dan diperkuatkan lagi oleh bendahara pusat Yayasan Amatullah yakni Ibu Nyai Hj. Toyibah Al-Munawaroh mengatakan bahwa :

“ Mungkin ini strategi cara memasarkan terhadap pelanggan atau masyarakat memberikan harga terjangkau dengan nominal sebesar Rp 550.000 , kalau uang setiap bulan di kumpulkan dengan jumlah santri yang ada, maka tidak cukup untuk seluruh kebutuhan pondok pesantrean dalam jangka 1 bulan, apalagi sekarang pengasuh mendirikan Gedung lagi perkiran 30 ruang dengan

²¹ Durrotun Nisa, Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran.

²² KH. Rouhin Huda, Wawancara, Tanggal 27 Januari 2021, Gambiran

lantai 3, ya dari mana uang sebanyak segitu, tapi al hamdulillah pengasuh mempunyai jamaah haji dan umroh mungkin bisa dikatakan jamaah terbanyak se kab. Banyuwangi, dengan hasil bisnis jamaah haji dan umrah beliau gunakan ke pembangun Gedung-gedung dan kebutuhan Yayasan ini. untuk peluang besar bagi sekolah ini memberikan biaya pendidikan lebih murah sehingga bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Semua calon wali murid yakin dengan pilihan mereka bahwa SMP Amanatollah adalah sekolah pilihan yang tidak diragukan lagi mutu dan kualitasnya. Dari kejadian inilah pimpinan yayasan sangat optimis bahwa sekolah ini sudah teruji keberadaanya meskipun harus menghadapi kompetitor dengan pendidikan murah”.²³

Calon pengguna jasa pendidikan yang datang mendaftar di SMP ini mempertimbangkan religiusitas dan prestasi. Faktor sarana prasana, biaya pendidikan terjangkau berbagai kalangan, gedung-gedung mewah dan fasilitas yang lengkap adalah diutamakan oleh masyarakat sehingga mutu dan kualitas pendidikan yang diterima oleh putra-putri mereka bisa didapatkan dengan baik. Berikut wawancara peneliti dengan wali santri, berikut pernyataanya:

“Yayasan Amanatollah Gambiran itu namanya sudah dikenal oleh sebagian besar masyarakat Banyuwangi, meskipun Yayasan baru mendirikan karena yayasan ini sudah mempunyai jamaah haji dan jamaah Dzikir Padang Arofah yang di percayai nya. Program pendidikan yang ditawarkan oleh yayasan juga mengikuti perkembangan zaman dan disesuaikan dengan kebutuhan siswa, jadi masyarakat/wali murid yang datang untuk mendaftarkan anaknya tidak ragu-ragu lagi akan pendidikan yang diterima oleh putra putrinya. Mereka sudah tahu mutu dan kualitas pendidikan yang ada disini jadi meskipun biaya pendidikan yang terjangkau di minat banyak orang untuk kalangan tertentu, hal ini tidak menjadi penghambat perkembangan pendidikan yang diselenggarakan oleh yayasan Amanatollah Gambiran Banyuwangi”.²⁴

Pernyataan ini diperkuat kepala SMP Amanatollah Gambiran, yang menyatakan:

“Sekolah ini berkembang sangat cepat karena penilaian masyarakat dari mulut ke mulut, serta di bantu oleh para jamaah haji dan dzikir arofah dan mereka menyekolahkan anak sehingga stategi pemasaran tidak terlalu sulit. Banyak wali murid yang menyampaikan tentang harapan mereka menyekolahkan putra-putrinya di lembaga ini dengan fasilitas lengkap dan bersih harga SPP perbulan cukup terjangkau sebesar Rp 550.000 dan bisa makan 3 kali dalam satu hari, hal ini sangat di minat kalangan semua masyarakat”.²⁵

Pendidikan yang berkualitas adalah pendidikan yang relevan dengan zaman, proses pembelajaran yang sesuai kebutuhan masyarakat, dan didukung dengan fasilitas

²³Ibu Nyai Hj. Toyibah Al-Munawaroh, Wawancara, Tanggal 27 Januari 2021, Gambiran

²⁴Bapak Jumadil, Wawancara, Wawancara, Tanggal 26 Januari 2021, Gambiran

²⁵Bapak Amir Mahmud, Wawancara, Tanggal 27 Januari 2021, Gambiran

pendidikan dan jaringan yang memadai. Dengan kata lain lembaga SMP Amanatollah Gambiran melayani program pendidikan yang bermutu dan bertaraf global agar lulusan sekolah ini mampu bersaing dengan tuntutan perkembangan zaman

Selain biaya bulanan ketika PPDB calon santri diharuskan membayar biaya daftar ulang Rp. 2.500.000 sebagai biaya kebutuhan santri sendiri seperti seragam, buku pegangan siswa, dan pengadaan tempat tidur; dan juga ada biaya tahunan yang dibayar per semester yaitu semester satu Rp. 990.000 dan semester dua Rp. 1.212.000.

²⁶ Lembaga SMP Amanatullah menetapkan harga/biaya pendidikan bagi siswa baru tahun ajaran 2020/2021 dengan rincian sebagai berikut:

SEMESTER 1			SEMESTER 2		
NO.	JENIS KEBUTUHAN	BIAYA	NO.	JENIS KEBUTUHAN	BIAYA
1	Set dan Tas	Rp. 150.000	1	Pemeliharaan Sekolah dan Perawatan	Rp. 500.000
2	Dana Angkutan Pramuka	Rp. 50.000	2	Buku Pegangan Siswa	Rp. 200.000
3	Dana Angkutan OSIS	Rp. 50.000	3	Dana Angkutan Pramuka	Rp. 50.000
4	PCL (Pengembangan Sekolah)	Rp. 50.000	4	RAMS (Rapat Guru)	Rp. 72.000
5	Ujian / Praktek	Rp. 350.000	5	Dana Angkutan OSIS	Rp. 50.000
6	Dana Ujian	Rp. 200.000	6	Ujian / Praktek	Rp. 350.000
7	Report	Rp. 350.000	7	Dana Ujian	Rp. 350.000
8	Dana Bimbingan Belajar	Rp. 300.000	8	Rampok	Rp. 50.000
9	RAMS (Rapat Guru)	Rp. 72.000	9	Dana Bimbingan Belajar	Rp. 300.000
10	Pengangan Elektronik	Rp. 300.000	10	Pengangan Elektronik	Rp. 300.000
TOTAL		Rp. 990.000	TOTAL		Rp. 1.212.000

NO.	JENIS KEBUTUHAN	RINCIAN	BIAYA	KET
1	Seragam Sekolah	4 Setel (Seragam Putih Biru, Seragam Almamater, Pramuka, dan Kaos Olahraga)	Rp. 850.000	
2	Krudung (PR) Songkok (LK)	3 Buah Kerudung(Putri), 2 Buah Songkoki(Putra)	Rp. 150.000	
3	Pengadaan Ranjang dan Kasur	Ranjang Susun	Rp. 1.000.000	
4	Buku Pegangan Siswa	Semester I	Rp. 500.000	
TOTAL			Rp. 2.500.000	

Gambar 1

Biaya Biaya Daftar Ulang serta Tahunan dan Bulanan

Price/biaya sekolah tersebut bisa dikatakan bahwa SMP Amanatollah Gambiran adalah sekolah yang termasuk dalam kategori terjangkau di minati semua kalangan masyarakat bawah, namun pengguna jasa pendidikan dari tahun ke tahun tidak ada berubah, itu artinya pengguna jasa tidak telalu mempertimbangkan besarnya price/biaya karena diimbangi dengan kualitas pelayanan sekolah dan lulusan siswa yang benar-benar bisa bersaing untuk generasi masa depan tangguh.

2. Pembahasan

Strategi bauran pemasaran sangat penting di lembaga pendidikan. Strategi yang dilakukan harus matang, karena hal ini berdampak pada kompetisi bersaing dan memiliki produk yang diinginkan oleh pengguna jasa pendidikan.²⁷ Elemen-elemen strategi bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong yakni: *product, price, place,*

²⁶ Hasi Observasi, Tanggal 26 Januari 2021.

²⁷ Villatus Sholikhah, 'Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro', *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2.2 (2021), 113–29 <[https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan tabur.v2i2.4187](https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan%20tabur.v2i2.4187)>.

dan promotion.²⁸ Kotler menyatakan bahwa: “Marketing is the process of defining, anticipating, and creating customer needs and wants, and of organizing all the resources of the company to satisfy them at greatest profit to the company and to the customer”.²⁹ Pemasaran adalah proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan kebutuhan serta keinginan pengguna jasa pendidikan, dan mengatur semua sumber daya lembaga untuk memuaskan pengguna jasa dengan laba terbesar bagi lembaga sekolah dan pengguna jasa pendidikan.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan diorganisir, dan digunakan dengan tepat. Sehingga lembaga pendidikan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Philip Kotler menuliskan bahwa unsur bauran pemasaran ada empat, yakni produk, *price*(harga), *place*(tempat), promosi. Sedangkan Fandy Tjiptono menuliskan bahwa jika dalam pemasaran jasa, maka harus ditambah tiga unsur bauran pemasaran pendidikan yakni *people* (orang), *physical evidence* (sarana fisik), dan proses. Sehingga, Buchari Alma menyebutkan bahwa unsur bauran pemasaran pendidikan ada tujuh yakni gabungan dari empat unsur asli pemasaran lalu ditambah dengan tiga unsur yang khusus pemasaran jasa.³⁰

Pertimbangan pokok pelanggan dalam memilih lembaga pendidikan SMP Amanatollah Gambiran, ditinjau dari elemen bauran pemasaran, yaitu sebagai berikut. *Pertama*, produk/program yang diberikan SMP Amanatollah Gambiran terhadap pelanggan adalah Lembaga yang berbasis pondok pesantren, sehingga salah satu produk unggulannya yang di minati oleh pelanggan Pendidik yaitu program tahfidz. Pelanggan Pendidik menginginkan putra/ putrinya selain mempelajari ilmu formal atau ilmu umum, juga dapat mendalami ilmu agama dan membentuk karakter santri berakhlaqul karimah.

Kedua, *physical evidence*/bukti fisik merupakan indikator penting dalam mencapai Fasilitas atau sarana prasarana yang dimiliki oleh SMP dan Yayasan Pondok Pesantren Amanatollah Gambiran yang memadai dapat diminati oleh pelanggan pendidik sehingga mendapatkan kepuasan terhadap bukti fisik fasilitas yang ada. *Ketiga*, *price* atau harga sebesar Rp 550.000 yang di tentukan pihak Yayasan dapat diminati para pelanggan pendidik karena terjangkau dan diminati para semua kalangan masyarakat. Dengan strategi

²⁸ Kotler dan Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi VIII, (Jakarta: Erlangga, 2001), 71-72

²⁹ Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI, *Manajemen Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2009), 343.

³⁰ Buchari Alma, *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*,(Bandung: Alfabeta: 2003), 208.

seperti ini, lembaga pendidikan sebagai jasa pendidikan akan memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait, karena ini termasuk tanggung jawab sosial jasa pendidikan.³¹ Di antara pihak tersebut yang merasakan manfaatnya adalah siswa dan orang tua pada khususnya dan masyarakat lain serta pemerintah pada umumnya.

PENUTUP

Produk/program yang diberikan SMP Amanatollah Gambiran terhadap pelanggan adalah Lembaga yang berbasis pondok pesantren, sehingga salah satu produk unggulannya yang di minati dan memuaskan menurut pelanggan Pendidikan yaitu program tahfidz. Pelanggan Pendidik menginginkan putra/ putrinya selain mempelajari ilmu formal atau ilmu umum, juga dapat mendalami ilmu agama dan membentuk karakter santri berakhlaqul karimah.

Physical Evidence/bukti fisik merupakan indikator penting dalam mencapai Fasilitas atau sarana prasarana yang dimiliki oleh SMP dan Yayasan Pondok Pesantren Amanatollah Gambiran yang memadai dapat diminati oleh pelanggan pendidik sehingga mendapatkan kepuasan terhadap bukti fisik fasilitas yang ada. *Price* atau harga sebesar Rp 500.000 yang di tentukan pihak Yayasan dapat diminati para pelanggan pendidik karena terjangkau dan diminati para semua kalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, Ratih Hurriyati, 2008, *Manajemen Corporate dan Strtegi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung :Alfabeta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, *Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian Yogyakarta*: Andi.
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Haryono, Budi. 2008. *How To Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hidayat, Ara, Imam Machali, 2012, *Pengelolaan Pendidikan; Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah*, cet.I, Yogyakarta: Kaukaba.

³¹ Villatus Sholikhah, 'Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan', *Al-Qodiri: Jurnal Sosial , Pendidikan Dan Keagamaan*, 13 No 2 (2017), 20–35
<<http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/qodiri/article/view/2929/2170>>.

- Kotler dan Armstrong. 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi VIII, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian* Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan UPI. 2009. *Manajemen Pendidikan*, Bandung: Alfabeta.
- Sholikhah, Villatus, 'Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro', *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2.2 (2021), 113–29
<[https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan tabur.v2i2.4187](https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan%20tabur.v2i2.4187)>
- , 'Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan', *Al-Qodiri: Jurnal Sosial , Pendidikan Dan Keagamaan*, 13 No 2 (2017), 20–35
<<http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/qodiri/article/view/2929/2170>>
- Wijaya, David. 2016. *Pemasaran Jasa Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara.