

Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 7P dalam Meningkatkan Peserta Didik yang Bermutu di SMP Bustanul Makmur Banyuwangi

Ainur Rofiq

Universitas KH. Mukhtar Syafa'at Blokagung Banyuwangi, Indonesia

Email: ainur7682@gmail.com

ABSTRAK

Bauran pemasaran adalah elemen penting untuk mempengaruhi kualitas, baik dari segi internal maupun eksternal dari sebuah industri, terlebih juga dalam dunia pendidikan. Oleh sebab itu, bauran pemasaran sangat penting untuk diterapkan di bidang pendidikan. Strategi bauran pemasaran memiliki konsep mengenai produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Penerapan bauran pemasaran sangat dirasakan di SMP Bustanul Makmur agar memperoleh peserta didik yang berkualitas. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pentingnya peran dari bauran pemasaran dalam dunia pendidikan. Penelitian ini menggunakan kualitatif untuk memperoleh data, melakukan observasi, wawancara, dan rujukan dari beberapa penulis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran sangat mendukung dalam menghasilkan peserta didik yang bermutu atau berkualitas di SMP Bustanul Makmur Banyuwangi.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Bermutu, SMP Bustanul Makmur

ABSTRAK

Marketing mix is an important element to influence in the internal or external quality of factory, and especially in the education institution. Because of it, it is very essential to apply of mix marketing in the education institution. Marketing mix strategy contains about product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. Therefore, the implementation of mix marketing really felt at yunior high school bustanul makmur in order to their students have quality and many have succeeded. The purpose of this study is want to know the importance of role marketing mix in the educatin. This study used qualitative approach to get data collection and analysis through oservation, interviews, and liration review from various written. The result of this research shows that marketing mix very support in the producting to be success of students at yunior high school burtanul makmur banyuwangi.

Kata Kunci: Marketing Mix, Quality, SMP Bustanul Makmur

PENDAHULUAN

SMP Bustanul Makmur adalah sekolah tingkat pertama yang berlokasi di kecamatan Genteng, tepatnya di desa Kembiritan. Awal mula berdirinya SMP Bustanul Makmur berasal dari bantuan bank dunia, yang sebenarnya sekolahan ini berdiri di yayasan bustanul makmur Kebunrejo untuk mendirikan sekolahan, karena di yayasan bustanul makmur Kebonrejo sudah ada sekolahan, maka dicari tempat yang baru dan lebih luas.

Pendiri Bustanul Makmur dua, KH Syaifuddin mempunyai inisiatif mendirikan sekolah unggulan di tempat yang baru. SMP Bustanul Makmur memiliki tempat yang bisa dikatakan masih asri, yakni di area yang dikelilingi area persawahan yang sebelumnya memang murni hamparan persawahan. SMP Bustanul Makmur yang berdiri sekitar tahun 2003 mengalami peningkatan perolehan peserta didik dari tahun ke tahun. Menggandeng beberapa orang yang ahli dalam pendidikan, pendiri SMP Bustanul Makmur menginginkan sekolahan yang berkualitas dan berprestasi.

Menurut Muhammad Imamudin, kepala sekolah SMP Bustanul Makmur, pada permulaan berdirinya SMP Bustanul Makmur, masih memakai kata unggulan yang berarti SMP unggulan Bustanul Makmur. Seiring berjalannya waktu, kata unggulan kemudian dihilangkan, namun hal tersebut tidak berdampak negatif dihati masyarakat, karena sudah tahu kualitas dari SMP Bustanul Makmur.

Bauran pemasaran merupakan konsep pemasaran yang sinkron dengan perkembangan zaman. *Marketing mix* atau bauran pemasaran berisi tentang 7P, yakni *product, price, place, promotion, people, proses, dan physical evidence* (Nurhayaty, 2024). Pada awal berdirinya SMP Bustanul Makmur tidak langsung menerima semua pendaftar atau peserta didik baru, namun diterima dengan seleksi ketat sehingga diharapkan bisa ideal waktu pembelajaran.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi baik primer maupun sekunder. Observasi merupakan pandangan secara umum mengenai lokasi penelitian, sehingga peneliti mendapatkan gambaran mengenai yang mau diteliti. Observasi juga untuk menjawab sesuatu yang riil atau nyata yang ada di lokasi penelitian (Hasanah, 2022). Sedangkan wawancara adalah teknik mendapatkan sumber informasi dan sumber data dari orang-orang yang terlibat aktif dalam organisasi (Rachmawati, 2023).

Dalam penelitian kualitatif, wawancara merupakan teknik yang sangat krusial, karena berhadapan langsung dengan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam sebuah organisasi. Peneliti di SMP bustanul makmur melakukan wawancara dengan kepala sekolah, waka kurikulum, waka kesiswaan, dan salah satu pendidik di buma. Sedangkan dokumentasi merupakan alat atau instrumen yang melengkapi data dalam sebuah penelitian (Nilamsari, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan *product*, mencetak peserta didik yang unggul menjadikan stakeholder SMP Bustanul Makmur berusaha keras untuk mewujudkannya. Bustanul Makmur mempunyai *culture* atau budaya lingkungan belajar yang menarik, menantang dan menyenangkan. Bustanul makmur mempunyai komitmen agar capaian peserta didik sesuai dengan visi dan misi, yakni handal dalam iptek maupun imtaq. Produk sendiri memiliki arti hasil dari suatu produksi dan memiliki nilai lebih yang ditawarkan (Nuryani et al., 2022).

Menurut M.Imamudin, kepala sekolah SMP Bustanul Makmur biasanya mendatangkan pengajar dari pihak luar, di samping pendidik disekolahan mereka sendiri untuk menghadapi lomba-lomba seperti OSN, olimpiade, dan lomba yang lain. SMP bustanul makmur menghargai hasil yang dicapai oleh peserta didik, berapapun itu dengan terus berupaya mengoptimalkan potensi yang ada. Bustanul Makmur juga berusaha membuat lingkungan yang menarik, menantang, dan menyenangkan. Setiap awal tahun pelajaran, Bustanul Makmur mempunyai cara, yaitu pada fase tiga bulan pertama, pendidik membentuk tim pengembang untuk mendidik dan menyeleksi murid yang memiliki kemampuan lebih, kemudian jika sudah menemukan murid yang bertalenta, mereka di sendirikan dan dididik secara khusus. Kurang dari waktu lomba sekitar dua minggu, murid diberi soal-soal dengan intens, diberi pembelajaran dengan maksimal.

Prestasi yang telah dicapai oleh SMP Bustanul Makmur adalah untuk mata pelajaran PAI dan IPS sudah tingkat nasional dalam OSN. Sedangkan baru-baru ini, SMP Bustanul Makmur melalui siswanya, juga mendapatkan juara satu tingkat provinsi dalam olimpiade mata pelajaran matematika. Bahkan beberapa kali perwakilan dari bustanul makmur sampai ke tingkat internasional, di Afrika dapat medali perak. Bustanul makmur juga mengajarkan pendidikan agama yang bermuara pada akhlaq. Diharapkan dengan membekali pendidikan akhlaq pada peserta didik melalui madrasah diniyah, akan terbekali tata krama yang bagus, sopan santun dan etika ketika peserta didik berkomunikasi dengan masyarakat. Mengenai harga atau *price* adalah nilai yang harus dibayar oleh pelanggan untuk mendapatkan pelayanan dari sebuah produk atau jasa (Sofiah et al., 2023).

Dilihat dari segi harga yang berbanding lurus dengan pelayanan, bisa dikatakan untuk setingkat SMP Bustanul Makmur bisa dikatakan standar bahkan murah. Menurut Ventiana, pendidik di Bustanul makmur mengatakan bahwa anak-anak dibimbing dari semua aspek, beliau membandingkan anak-anak peserta didik ketika bimbingan belajar diluar sekolah dengan biaya yang mahal dan anak hanya paham dengan materi saja, tidak menyentuh aspek yang lain seperti bergaul dan berkomunikasi peserta didik. Namun kalau disekolahan semua aspek seperti tata krama anak, cara bergaul dan lainnya dalam bimbingan pendidik. Sekolah juga mengajarkan nilai-nilai akhlaq dan ditanamkan dalam kehidupan sehari-hari, karena SMP Bustanul Mamur berbasis pesantren.

Menurut M. Imamudin, kepala sekolah SMP Bustanul Makmur mengatakan jika diukur dengan kekuatan ekonomi masyarakat Banyuwangi, maka pembiayaan di

Bustanul Makmur terbilang agak mahal. Tapi apabila dibandingkan dengan sekolahan yang ada di kota besar seperti Surabaya dan Malang, Bustanul Makmur boleh dibilang sangat murah dengan berbagai pelayanan yang diberikan. Berkaitan dengan tempat atau *place*, alangkah baiknya memiliki tempat yang strategis baik untuk berdagang maupun sekolahan, untuk mendapatkan pelanggan yang banyak, Bustanul Makmur sendiri berada ditempat kurang strategis atau dikelilingi area persawahan. Tempat atau *place* adalah tempat beraktifitasnya sebuah perusahaan dalam menghasilkan produksi yang disukai pelanggan (Dan et al., 2023).

Menurut Jamaludin, waka kurikulum SMP Bustanul Makmur mengatakan bahwa di negara-negara maju seperti Jepang, letak geografis sekolah yang bagus adalah terletak jauh dari keramaian suasana kota, sehingga dalam suasana belajar mengajar bisa lebih kondusif, nyaman dan tenang. Bahkan Jamaludin juga memberi contoh di Mojokerto terdapat sekolahan yang besar dan berada di lereng pegunungan. Bustanul Makmur dengan didesain pembelajaran yang menarik, dengan mengutamakan kualitas, akan menarik orang tua murid untuk menyekolahkan anak-anaknya ke buma. Promosi atau *promotion* adalah bentuk komunikasi yang bertujuan untuk merayu, membujuk agar tercapainya target dari barang yang ditawarkan atau pemasaran (Strategi & Pemasaran, 2022).

Di SMP Bustanul Makmur, setiap pendidik memberikan promosi lewat pembelajaran yang diunggah melalui media sosial seperti face book, instagram dan grup WA. Sosialisasi secara langsung juga dilakukan tim guru Bustanul Makmur, tidak hanya di lingkungan kabupaten Banyuwangi, tapi juga ke Bali, Situbondo, Bondowoso dan Jember. M. Taufan Adi Pradana salah satu pendidik SMP Bustanul Makmur menyatakan bahwa di era sekarang lekat dengan istilah digital, di mana promosi yang dilakukan oleh segenap stakeholder maupun para pendidik, rata-rata menggunakan media sosial di samping langsung bertatap muka atau berkunjung langsung ke tempat-tempat yang sudah menjadi agenda setiap tahun. Di mana ada sekolah yang mampu mendesain pembelajaran yang menarik dan berkualitas, maka wali murid yang sadar akan pendidikan dan aktif di media sosial akan memilih sekolahan tersebut.

Menurut M. Imadudin, kepala sekolah SMP Bustanul Makmur menyatakan bahwa sudah memiliki pangsa pasar tersendiri, misalnya sudah mengetahui dari kecamatan mana yang mendaftar ke buma, bahkan di Bali juga sudah memberikan alokasi atau jumlah pendaftar yang diterima. SMP Bustanul Makmur sangat terbuka sekali dengan informasi terkait kebijakan sekolahan dengan orang tua peserta didik, padahal banyak sekolah yang sangat membatasi komunikasi. Bahkan setiap saat wali murid menanyakan perkembangan anaknya, para pendidik dengan senang hati akan merespon dan menginformasikan sesuai dengan pertanyaan dari orang tua.

Berkaitan dengan *people* atau SDM, para pendidik di SMP Bustanul Makmur bisa dikatakan hampir semuanya linier atau sesuai dengan yang diajarkan berbanding lurus dengan ijazahnya. *People* atau orang adalah individu yang ikut berperan dalam sebuah organisasi (Arifin, n.d.). Biasanya dalam mencari dan

menjaring calon pendidik baru, dilakukan seleksi yang sangat ketat. M. Jamaludin waka kurikulum mengatakan dari tenaga pendidik yang dibutuhkan sekitar 17 orang, harus bersaing ketat dengan pelamar yang mencapai 500 orang lebih. SDM yang mengajar juga rata-rata S1 dan dari lulusan perguruan tinggi negeri sehingga diharapkan bisa memberikan materi ke peserta didik dengan maksimal. Pendidik di SMP bustanul makmur rata-rata juga terbilang masih sangat muda, hal ini bisa dilihat dari penerimaan guru atau pendidik baru dibatasi maksimal umur 30 tahun, mungkin disebabkan kinerja dari orang yang masih berusia muda bisa cepat, tercapainya target, dan sesuai yang diharapkan. Menurut Ventiana, salah satu pendidik SMP bustanul makmur menyatakan bahwa kekompakan dan solidnya dalam *teamwork* merupakan salah satu kunci keberhasilan bersama, terutama untuk menghadapi permasalahan yang muncul pada dinamika pendidikan.

Di samping itu SMP bustanul makmur juga memiliki kepala sekolah yang sudah S2 dan berpengalaman. Di bustanul makmur ada tim supervisor yang bertugas mengawasi, memberikan bimbingan dan teknis, yang mereka sudah syarat dengan pengalaman dalam bidang pendidikan. Mereka juga mendampingi kepala sekolah dan dijadikan tempat rujukan serta bertanya ke mana sekolah bustanul makmur harus melangkah selanjutnya. Setiap lembaga pendidikan mempunyai proses yang berbeda satu dengan lainnya, yang mana bustanul makmur dari awal berdirinya memiliki tujuan. Di awal berdirinya bustanul makmur, peserta didik dianjurkan tinggal di pesantren yang telah disediakan tempatnya oleh yayasan, apalagi yang berasal dari luar daerah Genteng. Proses sendiri merupakan tahapan-tahapan yang dilalui dari perjalanan awal menuju tujuan yang ingin dicapai dalam suatu organisasi (Santoso et al., 2019).

Mengenai proses, setiap lembaga pendidikan mempunyai proses yang berbeda beda. Proses merupakan tahapan yang dilalui dari awal berdiri sampai pada tahap sekarang (Fajri et al., 2022.). Perjalanan panjang dilalui SMP Bustanul Makmur dari proses menjadi besar seperti sekarang merupakan perjuangan setapak demi setapak dari segenap stakeholder maupun tenaga pendidik dan kependidikan, terutama terkait dengan layanan. Karena prinsip dari para pengambil kebijakan di bustanul makmur berstatemen bahwa paling pentingnya dalam manajemen adalah mengenai layanan. M Imamudin kepala sekolah SMP bustanul makmur menyimpulkan jika layanan di sekolah timpang atau kurang bagus, maka manajemennya juga kurang baik, sebaliknya jika layanan berjalan dengan bagus, maka manajemen akan bisa tertib dan teratur.

Dengan layanan yang bagus, maka permasalahan yang terjadi pada peserta didik akan bisa diselesaikan semua, apapun masalahnya. Masih menurut Imamudin, salah satu syarat lembaga pendidikan bisa menjadi besar harusnya sekecil apapun permasalahan pada peserta didik harus diberikan layanan yang tepat dan cepat. Dalam sebuah lembaga pendidikan, sangat *urgent* sekali terkait dengan sarana dan prasarana. *Physical evidance* merupakan salah satu alat dan syarat utama dalam

mendukung pembelajaran dan segala sesuatu yang berada di dalamnya (Wadud, 2024).

Di SMP bustanul makmur terkait dengan sarana dan prasarana, tidak berbeda jauh dengan sekolahan yang lain. Sarana dan prasarana yang terhubung langsung dengan pembelajaran, itu yang menjadi prioritas seperti komputer dan yang lain. Laboratorium IPA, IPS, komputer dan bahasa juga dimiliki SMP bustanul makmur meskipun jumlahnya menyesuaikan peserta didik berjumlah satu rombongan belajar. Untuk ruangan kelas diharapkan sirkulasi udara terus berganti, maka setiap kelas dipasang kipas angin. Sedangkan meja dan kursi yang dipakai model yang digunakan di kelas internasional, meskipun belum semua kelas. Menurut Taufan Adi Pradana, media pembelajaran yang ada di SMP butanul makmur seperti proyektor, tv, dan semua media disediakan di dukung setiap mata pelajaran terdapat media pembelajaran tersendiri.

KESIMPULAN

Di era digital sekarang ini, lembaga pendidikan saling bersaing dalam memasarkan kemajuan yang dicapai oleh lembaganya masing-masing, tak terkecuali SMP Bustanul Makmur. Teori marketing mix atau bauran pemasaran 7P karya Philip Kotler benar-benar sudah direalisasikan di sekolahan ini. Baik mengenai produk, bustanul makmur di samping mengejar target prestasi di sekolah, olimpiade, juga membekali peserta didiknya dengan pendidikan akhlaq. Dari masalah harga juga SMP bustanul makmur terbilang standar dan masih terjangkau dari kalangan masyarakat umum. Begitupun dengan promosi, sudah menjadi kesadaran bagi setiap pendidik ikut andil dalam mempromosikan sekolahan mereka, baik lewat media sosial maupun berupa kunjungan ke tempat-tempat yang sudah diagendakan setiap tahun.

Meskipun tempat SMP bustanul makmur terbilang mewah/mepet sawah, tidak menyurutkan animo masyarakat menyekolahkan ke buma, karena dari awal berdirinya sudah syarat dengan prestasi. Dari sisi SDM juga sudah memenuhi syarat, karena pendidik di bustanul makmur harus bersaing ketat dengan ratusan pelamar yang lain. Berkaitan dengan proses, berkat kekompakan dan tim yang solid dari para pendidik, sampai saat ini bisa dilewati dengan proses perjuangan bersama-sama. Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh SMP bustanul makmur bisa menyamai fasilitas yang dimiliki sekolah yang lain. Jadi bisa disimpulkan implementasi bauran pemasaran 7P benar-benar terealisasi di SMP bustanul makmur.

DAFTAR PUSTAKA

- Dan, P., Terhadap, P., Nugroho, R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2023). *Pengaruh People , Physical Evidence , Product , Promotion , Coffee Cozies Surabaya*. 1(2), 1–9.
- Fajri, D. A., Arifin, Z., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Fisik, B., & Menabung, K. (2023.). *Keputusan Menabung*. 6(7), 1–10.
- Hasanah, H. (2022.). *Teknik-teknik observasi*. 21–46.

- Nilamsari, N. (2014). *Memahami studi dokumen dalam penelitian kualitatif*. XIII(2), 177–181.
- Nurhayaty, M. (2024). *Strategi mix marketing (product, price, place, promotion, eople, process, physical evidence) 7p di pd rasa galendo kabupaten ciamis*. 08(02), 119–127.
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). *Korelasi Keputusan Pembelian : Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4), 452–462.
- Rachmawati, I. N. (2023.). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif*: 35–40.
- Santoso, R., Shinta, R., Yanu, A., Fianto, A., & Perkantoran, A. (2019). *Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan berkunjung ke wisata bahari jawa timur*. 4, 73–86.
- Sofiah, M., Ramadhani, S., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis and place) terhadap keputusan pembelian pada usaha mikro kecil menengah (umkm) Analysis of the influence of the 4p marketing mix (product , price , promotion , place) on purchasing decisions in msme*. 16(2), 122–141.
- Strategi, A., & Pemasaran, B. (2022). *Jurnal Jaman Vol 2 No.3 Desember 2022*, pISSN: 2(3), 16–23.
- Wadud, M. (2024). *Bauran Pemasaran Jasa (3 Ps : People , Process & Physical Evidence) Bagi Kepuasan Pelanggan*. 8(01).