

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran Pendidikan

1. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan

Secara etimologi manajemen pemasaran terdiri dari dua kata yaitu “Manajemen” dan “Pemasaran”. Keberhasilan suatu bisnis terletak pada strategi pemasaran yang dijalankan dan pemasaran juga menjadi salah satu aspek terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar. Hal ini selaras dengan pendapat dari Kotler dan Amstrong yang telah dikutip oleh Sholikah, beliau berpendapat bahwa keberhasilan bisnis lembaga pendidikan tergantung bagaimana implementasi strategi pemasarannya. Kemudian, pemasaran juga berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terus meningkat apabila kebutuhan akan pendidikan terpenuhi.⁸

Menurut pendapat dari Surya Alam dalam jurnalnya yang mengutip pendapat dari Alma dan Huriyati, beliau berpendapat bahwa manajemen pemasaran pendidikan adalah rangkaian kegiatan penyelenggaraan pemasaran pendidikan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dengan bertujuan untuk menawarkan pelayanan pendidikan kepada pelanggan dengan berfokus pada kepuasan *customer*. Sehingga lembaga pendidikan terus berusaha memberikan pelayanan terbaiknya.⁹

⁸ Sholikah et al., *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*, Insania Team (Cirebon, 2021).

⁹ Riki Gana Suyatna, Surya Alam, dan Nurmala Vinata Putri, “Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial dalam Menarik Mahasiswa Baru Universitas Primagraha,” *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 26–34.

Manajemen merupakan seni dan ilmu yang mana digunakan untuk melakukan suatu pergerakan yang bertujuan mencapai *target* yang diinginkan. Manajemen adalah strategi yang digunakan oleh pimpinan dalam menerapkan keahliannya pada suatu organisasi. Teknik dan strategi pemasaran yang digunakan pimpinan, akan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya organisasi dalam mencapai tujuan.¹⁰

Sedangkan, pemasaran adalah tahapan manajerial dan sosial yang mana melibatkan kegiatan transaksi yang memungkinkan individu maupun kelompok dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui pertukaran dengan pihak lain. Proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya seperti ekonomi, budaya, sosial, politik serta manajerial. Dengan adanya berbagai pengaruh tersebut masing-masing individu maupun kelompok dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan dengan menciptakan, menawarkan dan menukar produk yang memiliki nilai komoditas (*commodity value*).¹¹

Pemasaran Pendidikan termasuk pendekatan strategis dalam mengelola informasi dan *image* institusi pendidikan yang bertujuan untuk memberikan kesan menarik, sehingga banyak peserta didik yang ingin bergabung. Menurut pendapat dari Kotler dan Armstrong, pemasaran Pendidikan terdiri dari perencanaan, implementasi, dan

¹⁰ Muwafiqus Shobri dan Jasmani Jaosantia, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Tinggi Islam," *ACIEM (Annual Conference on Islamic Education Management)*, no. December (2021): 747–61.

¹¹ Raudhatun Habibi, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Minat Masuk Di MTSN 1 Aceh Barat Daya" (Universitas Negeri UIN Ar-Raniry, 2023).

control aktivitas yang dibentuk untuk memenuhi keinginan pasar serta kebutuhan Pendidikan¹²

Menurut Efrina Masdaini yang mengutip pendapat dari Abdullah dan Tantri, pemasaran merupakan suatu *system* keseluruhan dari kegiatan *business* yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan ataupun kebutuhan para konsumen saat ini maupun konsumen potensial. Singkatnya, menurut Efrina Masdaini juga yang telah mengutip pendapat dari Philips Kotler, yaitu pemasaran merupakan kegiatan manusia yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan melalui proses pertukaran barang maupun jasa.¹³

Menurut pendapat dari Afif Alfiyanto dalam jurnalnya yang telah mengutip pendapat dari Kotler dan Amstrong menafsirkan bahwa pemasaran sebagai suatu proses *manajerial* dan *social* yang membuat suatu kelompok maupun individu mendapatkan apa yang mereka inginkan, dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain¹⁴

Jadi, kesimpulan yang dapat penulis deskripsikan dari pengertian manajemen pemasaran pendidikan adalah salah satu kegiatan yang didalamnya meliputi unsur-unsur manajemen, mulai dari perencanaan,

¹² Gana Suyatna, Alam, dan Vinata Putri, "Strategi Manajemen Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial dalam Menarik Mahasiswa Baru Universitas Primagraha."

¹³ Efrina Masdaini dan Hemayani, Ayu Dewi, "Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang," *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2022): 20–28.

¹⁴ Afif Alfiyanto, "Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius," *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 53–62.

pengorganisasian, pelaksanaan, pengawasan, serta evaluasi. Dan didalamnya juga terdapat unsur *marketing business* dengan cara menciptakan dan menawarkan suatu produk yang memiliki tujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan pendidikan sehingga kebutuhan dan keinginan masyarakat terpenuhi dengan demikian lembaga pendidikan mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan dan kebijakan kedua belah pihak.

2. Tujuan Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Philips Kotler dan Kevin Lane Keller dalam buku mereka yang terkenal “Marketing Management”, tujuan manajemen pemasaran dapat dibagi menjadi lima konsep inti, yang disebut sebagai konsep-konsep pembangunan nilai pelanggan (*customer value-building concepts*) antara lain:

- a) Customer-Oriented Marketing Concept (Pemasaran Berorientasi Pelanggan): Fokus pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pelanggan untuk memberikan nilai yang unggul kepada mereka.
- b) Innovative Marketing Concept (Pemasaran Berorientasi Inovatif): Berusaha untuk terus menerus menemukan cara baru untuk memberikan nilai kepada pelanggan melalui inovasi produk, layanan dan model bisnis.
- c) Sense of Mission Marketing Concept (Pemasaran Berorientasi Misi): Membangun merek dan hubungan yang kuat dengan

pelanggan, dengan cara mempromosikan nilai-nilai yang berkaitan dengan misi lembaga pendidikan.

- d) **Socially Responsible Marketing Concept (Pemasaran Berorientasi Tanggung Jawab Sosial):** Memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan dalam setiap keputusan pemasaran untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pemangku kepentingan.
- e) **Profitable Marketing Concept (Pemasaran Menguntungkan):** Menghasilkan profit dengan cara yang berkelanjutan dengan memaksimalkan nilai yang diberikan kepada pelanggan dan meminimalkan biaya untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan.¹⁵

3. Fungsi Manajemen Pemasaran Pendidikan

Menurut Efrina Masdaini dalam jurnal penelitiannya yang mengutip pendapat dari Philip Kotler menyatakan bahwa fungsi manajemen pemasaran adalah:

- a. **Analisis Pemasaran:** Menganalisis pasar, pesaing, dan pelanggan untuk memahami tren, preferensi, dan kebutuhan pasar.
- b. **Perencanaan Pemasaran:** Mengembangkan rencana pemasaran yang mencakup penetapan tujuan, strategi, dan teknik pemasaran untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan

¹⁵ Sholikhah et al., *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*.

- c. Pengorganisasian Pemasaran: Membangun struktur organisasi pemasaran yang efektif untuk mengimplementasikan rencana pemasaran dan mengkoordinasikan kegiatan pemasaran.
- d. Pelaksanaan Pemasaran: Melaksanakan strategi dan teknik pemasaran yang telah dirancang, termasuk pengelolaan produk, harga, distribusi, dan promosi.
- e. Pengawasan Pemasaran: Memantau dan mengevaluasi kinerja pemasaran untuk memastikan bahwa tujuan pemasaran tercapai dan melakukan perubahan atau koreksi jika diperlukan.
- f. Manajemen Hubungan Pelanggan: Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan.
- g. Pengelolaan Rantai Pasokan: Mengelola rantai pasokan secara efisien untuk memastikan ketersediaan produk dan layanan yang memadai untuk memenuhi permintaan pasar.¹⁶

B. Animo Masyarakat

1. Pengertian Animo Masyarakat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian animo sendiri merupakan keinginan ataupun hasrat yang kuat untuk melakukan, berbuat dan mengikuti sesuatu. Sehingga dapat disimpulkan arti dari animo adalah minat. Minat menurut KBBI merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu yang diinginkan.¹⁷

¹⁶ Masdaini dan Dewi, "Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang."

¹⁷ Indah Oktana, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Animo Masyarakat di MAN 2 Pidie" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam, 2023).

Menurut Miftahul Chaerat dalam skripsinya yang telah mengutip pendapat dari Djaali, minat merupakan perasaan kagum dan suka terhadap sesuatu yang berkualitas tanpa adanya perintah dan sudah ada *tester* sebelumnya. Pada dasarnya minat merupakan pengakuan hubungan dari diri sendiri dan diluar diri sendiri. Semakin kuat maka, semakin besar minatnya.¹⁸

Sedangkan masyarakat dalam istilah bahasa Inggris yaitu *society* berasal dari kata latin *socius* berarti (sahabat). Istilah masyarakat berasal dari bahasa Arab yakni “syaraka” berarti (berpartisipasi). Masyarakat yaitu mereka yang terdiri dari beberapa individu yang mana hidup saling berdampingan dan saling membutuhkan satu sama lain.¹⁹

Berdasarkan definisi terkait pengertian dari animo masyarakat diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa animo (minat) adalah rasa ingin tahu yang lebih kuat dan memiliki sifat istiqomah dalam melakukan sesuatu, tentu tindakan selanjutnya yang akan dilakukan setelah memiliki rasa keingintahuan yang sangat kuat, maka tentu akan berusaha mencari beberapa informasi yang mendukung, seperti halnya jika kita ingin masuk kesekolah unggul. Dengan kata lain animo masyarakat yang dimaksud penulis merupakan seseorang ataupun sejumlah orang (masyarakt) yang memiliki hasrat keinginan yang sangat kuat untuk menyekolahkan anaknya di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur.

¹⁸ Miftahul Chaerat, “Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Animo Masyarakat Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Soppeng” (UIN Alauddin Makassar, 2022).

¹⁹ Ibid.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Animo (Minat)

Menurut Muhibbin Syah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah:

a. Faktor Internal

Faktor internal yaitu, suatu yang dapat menimbulkan minat yang berasal dari dalam diri individu. Faktor internal merupakan pemusatan perhatian, inspirasi, kebutuhan, dan keingintahuan.

b. Faktor External

Faktor eksternal yaitu, suatu hal yang membuat tertarik berasal dari luar diri, seperti rekan, keluarga, tersedia sarana prasarana dan keadaan.²⁰

C. Boarding School

1. Pengertian *Boarding School*

Boarding School terdiri dari dua kata yaitu *Boarding* dan *School*. *Boarding* memiliki arti asrama, sedangkan *School* berarti sekolah. *Boarding School* dapat disimpulkan sebagai sekolah berasrama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, asrama merupakan bangunan tempat tinggal sementara bagi kelompok orang selama menempuh pendidikan, terdiri atas sejumlah kamar dan dipimpin oleh seorang kepala asrama.²¹

Menurut M. Khoiruzza di dalam jurnal yang telah mengutip pendapat dari Nasir, bahwa *boarding school* adalah sebuah sistem pendidikan yang menirukan ciri khas pondok pesantren. Di Indonesia

²⁰ Ibid.

²¹ Ghulam Rifa'i, "Manajemen boarding school dalam peningkatan program Tahfidz Al Quran Santri (Studi kasus di MIT Al Madinah Ponorogo)" (IAIN Ponorogo, 2021).

khususnya dipulau Jawa, lebih mirip dengan pondok pesantren dalam lingkungan padepokan, yaitu perumahan sederhana yang dipetak-petak dalam bentuk kamar-kamar yang merupakan asrama bagi santri.²²

Dalam penerapan sistem *Boarding School* para peserta didik wajib tinggal satu atap dengan pendidik, agar pendidik akan lebih mudah mengontrol perkembangan karakter peserta didik baik dalam kegiatan akademik maupun non akademik siswa, baik disekolah, asrama, ataupun lingkungan masyarakat yang terkoordinir dengan baik oleh guru maupun pelatih selama 24 jam. Kebijakan sistem *Boarding School* terletak pada segala aktivitas peserta didik yang telah dijadwalkan, diprogram, dan diatur dengan baik oleh lembaga pendidikan terkait.²³

Menurut M. Khoiruzza yang telah mengutip pendapat dari A'la menyatakan bahwa sistem *boarding school* ini juga sangat memperhatikan aspek dan nilai yang ada didalam masyarakat sebagai pengembangan karakter yang akan dibentuk pada diri siswa. Pada dasarnya, sistem *boarding school* ini sangat berpatokan dan menekankan pada aspek nilai – nilai moralitas, menjunjung nilai kedisiplinan, kemandirian, kesederhanaan, dan kebersamaan.

2. Tujuan *Boarding School*

Sistem pendidikan berbasis *Boarding School* ini memiliki peranan yang sangat penting dan strategis dalam membentuk karakter

²² Muhammad Khoiruzzadi dan Muhammad Luqmanul Hakim, “Sistem Boarding School Dalam Membentuk Kemandirian Siswa Madrasah Aliyah Negeri 1 Kota Pekalongan,” *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah* 5, no. 2 (2020): 1–12.

²³ Ibid.

yang baik, hal ini dapat kita lihat dari latar belakang sistem pendidikan *Boarding School* ini didirikan untuk melatih dan meningkatkan kemandirian siswa, sebagaimana yang diajarkan oleh Nabi Muhammad tentang pentingnya melatih kemandirian dan bekerja keras.²⁴ *Boarding School* ini memadukan kurikulum sekolah umum dengan kurikulum pondok pesantren. Sistem *Boarding School* mampu memaksimalkan ranah kognitif, psikomotor, dan afektif siswa, maka sistem *boarding school* ini memiliki prasyarat agar para tenaga pendidikan dan tenaga kependidikan sekolah siap mewakafkan dirinya selama 24 jam. Mulai terbitnya matahari sampai terbenamnya matahari ini, proses pendidikan mereka sudah terstruktur dengan baik: baik ilmu pengetahuan, maupun memberikan contoh bagaimana mengamalkan berbagai ilmu yang diajarkan tersebut.²⁵

Tujuan lain dari sistem pendidikan berbasis *boarding school* ini adalah : 1) Menerapkan pendidikan umum dan juga pendidikan keagamaan; 2) Membentuk sikap disiplin, yakni dalam sistem pendidikan *boarding school* memuat berbagai peraturan-peraturan untuk mentertibkan para peserta didik mengenai aktivitas selama 24 jam. Peraturan tersebut harus dipatuhi dan dilaksanakan sebagaimana mestinya, jika peraturan ini dilanggar siswa harus siap menerima hukuman atau konsekuensi sesuai ketentuan yang berlaku; 3) Untuk

²⁴ Siska Yulia Weny, M.Ak., "Strategi Yayasan Dalam Mencapai Kemandirian Keuangan Panti Asuhan NU An-Nuur Kota Kediri," *JoIEM (Journal of Islamic Education Management)* 3, no. 2 (2022): 117–27.

²⁵ Margi Dwi Nastiti, "Implementasi Program Boarding School Dalam Pembentukan Akhlak Peserta Didik Kelas VI Madrasah Ibtidaiyah Negeri (MIN) 1 Banyumas" (UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri, 2023).

membentuk generasi yang memiliki akhlakul karimah, sehingga peserta didik bukan hanya cerdas secara akademik tetapi juga bersikap santun dan berakhlak mulia yaitu selalu berfikir terlebih dahulu sebelum melakukan suatu apapun.²⁶

Menurut Ade Novalita, yang sudah mengutip pendapat dari M. Fatkhurrohman dan Sulistyorini menyatakan bahwa, tujuan dari pada *boarding school* yaitu:

- a) Untuk melahirkan generasi muda yang agamis, tidak hanya menyajikan pelajaran formal saja, tetapi dikombinasikan dengan pelajaran agama yang memadai.
- b) Untuk membentuk kedisiplinan didalam sitem pendidikan *boarding school* terdapat peraturan tertulis yang mengatur para peserta didik mulai dari bangun tidur sampai tidur kembali, semua itu adalah peraturan yang harus dipatuhi dan dijalankan dengan maksimal, jika melanggar harus siap mendapatkan hukuman oleh pengurus.
- c) Untuk menciptakan generasi yang berakhlak baik, seorang siswa yang bukan hanya pandai dalam bidang akademiknya saja, melainkan juga berakhlak baik dan sebelum bertindak selalu berfikir terlebih dahulu.²⁷

²⁶ Ade Novalita, "Implementasi Boarding School Dalam Pembentukan Karakter Siswa di MI Negeri 1 Banyumas Kecamatan Purwokerto Timur Kabupaten Banyumas" (UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024).

²⁷ Ibid.

Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dilaksanakan sistem pendidikan berbasis *boarding school* ini biasanya lebih mengacu kepada visi dan misi sekolah atau madrasah. Sedangkan visi dan misi sekolah adalah asbab yang dapat mendukung kualitas sebuah lembaga pendidikan.

3. Jenis-jenis *Boarding School*

Menurut pendapat dari M. Maimun Yusuf yang telah mengutip pendapat dari Pratiwi menyatakan bahwa jenis-jenis *boarding school* diantaranya adalah: 1) Lembaga pendidikan dengan pelajar berjenis kelamin sama (Contohnya : *ST. Margaret's School for Girls, Victoria*). 2) Lembaga pendidikan berbasis militer, di Indonesia (Contohnya: SMA Taruna Nusantara, Magelang., SMAN 5 Taruna Brawijaya, Jawa Timur). 3) Lembaga pendidikan *Pra-Profesional* seni, melatih pelajar jadi seniman di berbagai macam bidang semacam musik, akting, penulis, teater dan juga balet. Namun, di Indonesia belum ditemui sekolah dengan tipe ini.²⁸

4. Karakteristik *Boarding School*

Sistem *boarding school* ini memiliki karakter telah dikembangkan melalui aspek-aspek tertentu dari nilai-nilai yang sudah ada pada masyarakat. Sejak pertama kali sistem ini didirikan sangat menekankan kepada menjunjung tinggi nilai-nilai kemandirian, kepedulian terhadap sesama, kesederhanaan dan moralitas.

²⁸ Muhammad Yusuf Maimun, Alifah Mahdiyah, dan Dini Nursafitri, "Jurnal Pendidikan Indonesia (Japendi) URGENSI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAMIC BOARDING SCHOOL," *Jurnal Pendidikan Indonesia (Japendi)* 2, no. 7 (2021): 1208–18.

Berikut karakteristik sistem pendidikan *boarding school* adalah :

1. Dari segi ekonomi, sistem pendidikan *boarding school* ini memberikan pelayanan yang lengkap sehingga menuntut pembiayaan yang cukup tinggi. Oleh karena itu, peserta didik akan benar benar dididik dengan baik melalui pelayanan dan fasilitas non-stop
2. Dari segi religius, sistem pendidikan *boarding school* ini menjanjikan pendidikan yang seimbang antara kebutuhan intelektual, kebutuhan jasmani, rohani serta spritual. Diharapkan akan membentuk anak didik yang cerdas dengan ilmu dan teknologinya dan juga tidak lupa untuk mempelajari serta mengamalkan pendidikan, iman, dan amal sholeh untuk akhiratnya kelak.
3. Dari segi sosial, sistem pendidikan *boarding school* ini memfilter anak didik dari lingkungan sosial yang heterogen yang mana lebih cenderung buruk. Didalam lingkungan sekolah dan asrama menghuibungkan suatu lingkungan sosial yang lebih relatif homogen yakni teman sebaya dan para tenaga pendidik.²⁹

²⁹ Fajar Kurniawan, "Peranan Program Boarding School Dalam Pembentukan Karakter Siswa SMA Muhammdiyah 1 Metro" (Universitas Lampung, 2020).

D. Manajemen Pemasaran Pendidikan Untuk Meningkatkan Animo Masyarakat Di SMAN 5 Taruna Brawijaya Jawa Timur Berbasis Boarding School

Dalam konteks pendidikan, hakikatnya manajemen pemasaran bukan merupakan kegiatan bisnis agar lembaga pendidikan mendapatkan peserta didik, melainkan bentuk tanggung jawab lembaga pendidikan kepada masyarakat luas terkait jasa pendidikan yang sudah, sedang maupun akan dilaksanakan. Artinya, manajemen pemasaran jasa pendidikan menjadi keharusan bagi pihak lembaga pendidikan terkait untuk melaksanakannya. Karena tujuan dari manajemen pemasaran jasa pendidikan adalah semata-mata berorientasi kepada anak didik, yakni merealisasikan kepuasan mereka dengan mewujudkan harapan-harapan mereka.

Hal tersebut menunjukkan sangat pentingnya lembaga pendidikan untuk terus kreatif, inovatif dan juga aktif dalam rangka mengelola pendidikan agar produksi pengetahuan yang dihasilkan sesuai dengan perkembangan dan tuntutan zaman sebagaimana masyarakat menaruh harapan kepada lembaga pendidikan. Maka, dengan demikian secara sederhana segala upaya kegiatan atau aktivitas yang diberikan oleh lembaga pendidikan terhadap konsumen, inilah yang dinamakan dengan istilahjasa..³⁰

³⁰ Oktana, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Animo Masyarakat di MAN 2 Pidie."

