

Analisis Cluster Bauran Pemasaran sebagai Strategi Peningkatan Minat Masyarakat terhadap SMK *Triple Track Boarding School*

Adji Achmad Rinaldo Fernandes¹, Atiek Iriany¹
Statistika, Universitas Brawijaya¹
E-mail: fernandes@ub.ac.id¹, atiekiriany@ub.ac.id¹

ABSTRAK

Pondok modern SMK *Triple Track Boarding School* adalah sekolah menengah kejuruan berbasis asrama modern. SMK *Triple Track Boarding School* terletak di Desa Sumberputih, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang yang memiliki tujuan untuk menjadi lembaga pendidikan berkelas internasional dalam membentuk generasi Qur'ani dan pemimpin yang berakhlak mulia, berwawasan global dan jauh melihat ke masa depan. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk mengelompokkan dan mengetahui persepsi masyarakat terhadap bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process* dan *Physical Evidence*) sebagai strategi untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap pondok modern "SMK *Triple Track Boarding School*". Metodologi yang digunakan adalah analisis *cluster* non hirarki dengan menggunakan metode *complete linkage clustering* pada data primer penelitian bauran pemasaran 7P yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kecamatan Wajak Kabupaten Malang. Berdasarkan analisis *cluster* diketahui bahwa 33,2% masyarakat merasa bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process* dan *Physical Evidence*) pondok modern "SMK *Triple Track Boarding School*" sudah baik dan sisanya 66,8% merasa cukup baik. Strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap pondok modern "SMK *Triple Track Boarding School*" adalah dengan mengoptimalkan bauran 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process* dan *Physical Evidence*) pada area cluster 2 yang diambil, sehingga akan lebih banyak lagi masyarakat yang tertarik dengan pondok modern "SMK *Triple Track Boarding School*".

Kata Kunci : *Analisis Cluster, Bauran Pemasaran 7P, Complete Linkage Method, Minat, Non Hirarki, Pondok Modern.*

ABSTRACT

Pondok Modern SMK Triple Track Boarding School is a modern boarding-based Vocational High School. SMK Triple Track Boarding School is located in Sumberputih Village, Wajak District, Malang Regency which has the aim of becoming an international class educational institution in forming a generation of Qur'anic and leaders with noble character, global insight and far into the future. The purpose of this service is to group and find out the community's perception of the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotions, People, Process and Physical Evidence) as a strategy to increase public interest in the Modern Pondok "SMK Triple Track Boarding School". The methodology used is non-hierarchical cluster analysis using the complete linkage clustering method on 7P marketing mix research primary data obtained through distributing questionnaires to the community of Wajak District, Malang Regency. Based on cluster analysis, it is known that 33.2% of people feel that the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotions, People, Process and Physical Evidence) of Pondok Modern "SMK Triple Track Boarding School" is good and the remaining 66.8% feel quite good. The right marketing strategy to increase public interest in Pondok Modern "SMK Triple Track Boarding School" is to optimize the 7P mix (Product, Price, Place, Promotions, People, Process and Physical Evidence) in the cluster 2 area taken, so that more people will be more interested in Pondok Modern "SMK Triple Track Boarding School" because the marketing mix is applied in a wider scope.

Keywords : *7P Marketing Mix, Cluster Analysis, Complete Linkage Method, Interest, Non-Hierarchical, Pondok Modern.*

1. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan hal yang penting dalam kehidupan masyarakat dan menjadi salah satu penyebab kualitas masyarakat. Mutu pendidikan yang rendah dapat diartikan sebagai kurangnya efektivitas proses pembelajaran yang dikembangkan di suatu lembaga pendidikan. Hal-hal yang menjadi penyebab tinggi rendahnya mutu pendidikan dapat berasal dari faktor internal dan faktor eksternal siswa yang bersangkutan. Faktor internal dapat berupa metode belajar yang diterapkan oleh siswa yang bersangkutan, intensitas belajar, minat, dan lain-lain. Sedangkan, faktor eksternal dapat berupa lingkungan belajar, metode belajar yang diterapkan oleh guru, dukungan dari orang-orang terdekat, sarana prasarana, dan lain-lain. Sarana prasarana yang tidak mendukung akan mengakibatkan dampak negatif bagi lulusan lembaga tersebut. Untuk itu, salah satu Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran yakni yayasan yang mengelola pendidikan formal dan non-formal akan mendirikan SMK Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran atau dapat disebut sebagai Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*.

Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* merupakan Sekolah Menengah Kejuruan berbasis asrama modern dimana para peserta didik tidak hanya belajar di sekolah, tetapi juga bertempat tinggal dan hidup menyatu di asrama. SMK *Triple Track Boarding School* ini berada di Desa Sumberputih, Kecamatan Wajak, Kabupaten Malang yang memiliki tujuan menjadi lembaga pendidikan berkelas internasional dalam

membentuk generasi Qur'ani dan pemimpin yang berakhlak mulia, berwawasan global dan jauh ke masa depan. Kurikulum asrama yang digunakan mencakup 3 komponen yaitu penanaman nilai, keteladanan, dan pembiasaan. Lingkungan yang kondusif menjadi kunci keberhasilan pengelolaan *boarding school* sehingga siswa merasakan kenyamanan dan spirit yang tinggi untuk belajar.

Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* dikelola secara profesional dan modern mengacu pada standar mutu dalam pengelolaan institusi. Seluruh aktifitas sekolah dibingkai dalam peta bisnis proses berbasis Standard *Operational Procedure* (SOP) yang jelas dan terukur. Kurikulum SMK *Triple Track Boarding School* mengacu kepada Kurikulum Nasional, memadukan antara kurikulum SMK, SMA, dan Diniyah, yang di dalamnya diintegrasikan dengan nilai karakter dan diperkaya dengan kurikulum Internasional, yang mencakup Kurikulum Kemendikbud (*hybrid*), Kurikulum Diniyah (*Islamic Character*), ICB dan Al-Qur'an, serta Kurikulum khusus yaitu; ICT, *Leadership*, *Enterpreunership*, Beladiri, dan Bahasa Internasional.

Kegiatan pengabdian masyarakat tahun sebelumnya (DM) yakni Pendampingan Survei Pasar Dalam Rangka Pendirian pendirian Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran menghasilkan bahwa secara umum sebagian besar responden menanggapi rencana pembangunan SMK *Triple Track Boarding School* dengan baik. Masyarakat yang tertarik memiliki Minat

untuk meningkatkan pendidikan (menyekolahkan putra putrinya) sangat tinggi sehingga terminimalisir penolakan dari masyarakat sekitar pondok. Sedangkan, masyarakat yang kurang tertarik memiliki minat untuk meningkatkan pendidikan (menyekolahkan putra putrinya) tinggi namun mereka memandang bahwa strategi komunikasi untuk memperkenalkan SMK *Triple Track Boarding School* belum dilakukan dengan baik meski bauran pemasaran sekolah sudah baik. Dari kedua segmen pasar tersebut diketahui bahwa minat masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendidikan (menyekolahkan putra putrinya) sudah tinggi sehingga dapat berpotensi untuk didirikan SMK *Triple Track Boarding School* (Fernandes, et al., 2022). Pengabdian masyarakat yang berfokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* dipandang sangat penting karena kualitas pendidikan di Indonesia harus ditingkatkan. Melihat hasil penelitian sebelumnya, survei bauran pemasaran dirasa sangat urgent untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya di Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*.

2. PERMASALAHAN

Kecamatan Wajak merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Malang dengan mayoritas penduduk bekerja sebagai petani, pedagang, dan pengrajin anyaman. Dari segi administratif, wilayah Kecamatan Wajak terbagi menjadi 13 desa, salah satunya Desa Sumberputih. Jarak antar desa memiliki jarak yang lumayan jauh dengan sarana dan prasarana pendidikan yang terbatas pada setiap desa. Mayoritas desa memiliki bangunan SD dan SMP pada wilayahnya, namun tidak dengan bangunan SMA/SMK sehingga mayoritas

penduduk Kecamatan Wajak harus bersekolah di luar kecamatan untuk menempuh pendidikan dengan fasilitas terbaik. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan terkait sumber daya manusia dan *skill* yang perlu dimiliki oleh masyarakat Kecamatan Wajak khususnya Desa Sumberputih. Peningkatan kualitas sumber daya manusia atau tenaga kerja juga dapat dilakukan melalui sektor pendidikan dengan mengembangkan pendidikan dan ilmu pengetahuan teknologi untuk pelajar setempat. Dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan berpendidikan, diharapkan potensi sumber daya yang dimiliki Kecamatan Wajak dapat dioptimalkan untuk kesejahteraan masyarakat. Guna mewujudkan hal tersebut, sarana dan prasarana sekolah dengan pembelajaran teknologi dapat menjadi salah satu solusi yang efektif, contohnya pendirian SMK *Triple Track Boarding School* yang merupakan sekolah kejuruan teknologi informasi dengan berbasis pondok modern.

Untuk menarik minat masyarakat Desa Sumberputih dilakukan pengabdian masyarakat yang berfokus pada strategi pemasaran guna meningkatkan minat masyarakat pada Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* dipandang sangat penting. Dampak yang dapat diperoleh antara lain meningkatkan kualitas pendidikan dan perekonomian di Kabupaten Malang, khususnya Desa Sumberputih dan Kecamatan Wajak.

3. METODOLOGI

Pengabdian masyarakat dilakukan dengan pemetaan dari kondisi survei pasar dalam minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya pada Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*. Kegiatan pengabdian diawali dengan menggali data pendukung yang berasal dari *text analysis* terkait sentimen atau isu masyarakat dalam minat

terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*. Setelah melakukan *text analysis* dilakukan analisis sentimen yang dilakukan sebelum survei digunakan untuk mendapatkan indikator-indikator yang menyusun instrumen pada kuisioner. Pemetaan dilakukan agar survei yang dilakukan dapat merata serta menjangkau seluruh lapisan masyarakat Indonesia.

Populasi dalam pengabdian ini adalah seluruh masyarakat Desa Sumberputih dengan jumlah sampel sebanyak 226 responden yang dipilih menggunakan teknik *random sampling*. Bentuk kegiatan survei dapat dilihat pada Gambar 1. berikut ini.



Gambar1. Survei lokasi bersama perangkat desa

Hasil survei pasar akan menunjukkan beberapa variabel yang dominan (dari 7P) dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*. Beberapa variabel tersebut dianalisis dengan analisis *cluster* dengan metode hierarki sebagai berikut :

1. Melakukan pengujian multikolinearitas pada masing-masing variabel
2. Jika antar variabel penelitian terdapat korelasi maka dilakukan Analisis Komponen Utama.
3. Melakukan pengukuran jarak yaitu menggunakan metode pengukuran jarak *Euclidean*.

4. Melakukan pembentukan cluster menggunakan metode pengelompokan *Complete linkage*.
5. Menghitung indeks validitas cluster
6. Interpretasi hasil.

Setelah melakukan analisis data didapatkan sebuah hasil yang dapat memberikan strategi pemasaran yang paling efektif untuk dilakukan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan survei yang dilakukan di tahun sebelumnya (Doktor Mengabdi) dalam rangka pendirian Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran menghasilkan bahwa responden menanggapi Pembangunan SMK tersebut dengan baik. Pengabdian masyarakat yang berfokus pada strategi pemasaran untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* dipandang sangat penting karena kualitas pendidikan di Indonesia harus ditingkatkan. Melihat hasil penelitian sebelumnya, survei bauran pemasaran dirasa sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat dalam menyekolahkan anaknya di Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School*.

Indikator yang dapat dicapai dari pelaksanaan survei pasar yakni dapat mengetahui sentimen maupun isu terkait persepsi masyarakat di Indonesia dari segi bauran pemasaran untuk program sekolah *boarding school* di pondok pesantren. Survei pasar dalam rangka pendirian Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan respon positif dari masyarakat terhadap minat masyarakat terkait program sekolah *boarding school* di Indonesia. Namun, hasil survei juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran oleh yayasan dirasa

masih cukup rendah. Hasil survei pasar akan menunjukkan beberapa variabel yang dominan (dari 7P) dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* sehingga dapat diperoleh strategi pemasaran yang paling efektif. Setelah dilakukan survei pasar, hasil survei pasar berupa strategi pemasaran akan disosialisasikan kepada *stakeholder* yakni yayasan pendiri Pondok Modern SMK Triple Track Boarding School untuk diterapkan sehingga minat masyarakat terhadap Pondok Modern SMK *Triple Track Boarding School* semakin tinggi, terutama minat masyarakat Desa Sumberputih.

1. Statistika Deskriptif:

Hasil perhitungan statistika deskriptif setiap variabel disajikan pada Tabel 1.

Tabel1.Statistika deskriptif

Variabel	Rata-Rata	Standar Deviasi
(X1)	3.240	0.542
(X2)	3.229	0.590
(X3)	3.221	0.565
(X4)	3.282	0.582
(X5)	3.265	0.569
(X6)	3.235	0.573
(X7)	3.263	0.543

Berdasarkan perhitungan statistika deskriptif, dapat diketahui bahwa X4 (*Promotions*) memiliki rata-rata tertinggi, artinya responden merasa bahwa Promosi melalui media sosial, cetak dan pemberian beasiswa merupakan bauran pemasaran yang paling baik untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*”. Strategi pemasaran yang tepat seperti promosi dapat menjadi awal perubahan ke arah yang lebih baik dalam bidang Pendidikan untuk menarik minat prestasi peserta didik (Siboro, et al., 2020). Selain itu, dalam upaya

peningkatan minat atau jumlah siswa baru dalam sebuah instansi pendidikan memerlukan seorang *public relations* yang handal untuk menciptakan sebuah promosi yang tepat dalam menarik minat konsumen (Sari, et al., 2019). Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan SMK *Triple Boarding School* untuk memperkuat strategi promosi serta memberikan penawaran menarik bagi calon masyarakat yang ingin menyekolahkan anaknya, ataupun menarik siswa yang hendak memasuki sekolah menengah kejuruan.

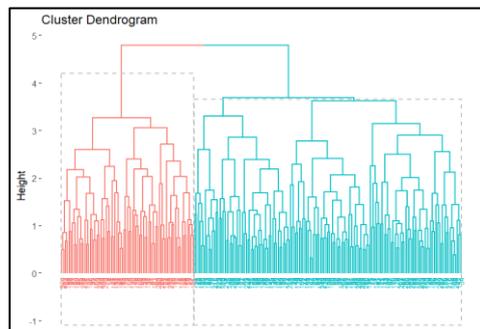
Bauran pemasaran yang paling baik dinilai masyarakat setelah Promosi adalah X5 (*People*) dan X7 (*Physical Evidence*). Guru menjadi profesi yang memerlukan keahlian khusus sehingga diperlukan tenaga pendidik yang memiliki berbagai ketentuan atau syarat-syarat serta kompetensi yang dapat menjamin pelaksanaan kegiatan pengajaran pendidikan dapat optimal (Usman, 2017). Sehingga SMK *Triple Track Boarding School* dapat memberikan bukti kualifikasi tenaga pendidik di dalamnya. Kompetensi guru terdiri atas (1) kemampuan dalam memandang dan mendekati masalah-masalah pendidikan dari perspektif masyarakat global; (2) kemampuan untuk bekerja dengan orang lain secara kooperatif; (3) kapasitas kemampuan berfikir secara kritis dan sistematis; (4) keinginan untuk selalu meningkatkan kemampuan intelektual sesuai dengan tuntutan zaman yang berubah seiring berkembangnya zaman (Sagala, 2009).

Untuk bauran pemasaran X7 (*Physical Evidence*) bukti fisik atau *physical evidence* sangat berpengaruh membangun citra sekolah. Lingkungan fisik masuk ke dalam penyampaian citra karena keadaan nyata dilihat langsung oleh konsumen (Alma, 2009). Sehingga hal tersebut bisa digunakan SMK *Triple Track Boarding School* untuk mencukupi

sarana prasarana serta pembangunan gedung pembelajaran yang menarik tampilan calon siswa SMK tersebut, untuk membuat pelanggan tertarik, gedung sekolah harus dibenahi dengan tampilan yang juga menarik (Hidayat & Machali, 2012). Pada bauran Pemasaran X5 (*People*) tersebut tidak hanya mencakup untuk guru namun juga terkait kompetensi administrator Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School”.

2. Hasil Analisis Cluster Optimal

Analisis untuk mengeksplorasi data dilakukan lebih lanjut dengan menggunakan analisis cluster hierarki. Analisis hierarki dilakukan dengan menggunakan jarak *euclidean* dan metode *complete linkage*. Dendrogram hasil analisis cluster disajikan dalam Gambar 2.



Gambar2.Dendrogram nalisis Cluster

Dendrogram pada Gambar 2 menunjukkan bahwa *cluster* optimal yang terbentuk sebanyak dua *cluster*. *Cluster* satu divisualisasikan pada warna biru dan *cluster* dua divisualisasikan pada warna merah. Banyaknya anggota pada masing-masing *cluster* tersaji pada Tabel 2.

Tabel2.Anggota analisis hasil cluster

Cluster	ID Sample
1	1, 2, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 15, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 30, 33, 34, 36, 38,

Cluster	ID Sample
1	39, 40, 42, 43, 44, 48, 49, 50, 51, 58, 61, 62, 63, 65, 66, 69, 70, 71, 75, 76, 77, 78, 80, 81, 82, 86, 87, 90, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 100, 104, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 114, 115, 117, 123, 124, 126, 127, 128, 131, 135, 136, 139, 140, 141, 142, 144, 145, 147, 148, 150, 151, 153, 155, 156, 159, 162, 163, 167, 168, 169, 172, 176, 177, 179, 182, 183, 184, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 193, 194, 195, 197, 198, 201, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 213, 214, 215, 216, 219, 220, 222, 223, dan 224.
2	2, 4, 8, 11, 12, 14, 16, 17, 18, 26, 29, 31, 32, 35, 37, 41, 45, 46, 47, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 64, 67, 68, 72, 73, 74, 79, 83, 84, 85, 88, 89, 91, 94, 99, 101, 102, 103, 106, 113, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 125, 129, 130, 132, 133, 134, 137, 138, 143, 146, 149, 152, 154, 157, 158, 160, 161, 164, 165, 166, 170, 171, 173, 174, 175, 178, 180, 181, 185, 191, 196, 199, 200, 202, 204, 211, 212, 217, 218, 221, 225, dan 226

Berdasarkan analisis *cluster* dengan metode hierarki, data penelitian diklasterisasi ke dalam 2 *cluster* atau kelompok, dengan banyaknya anggota *cluster* tersaji pada Tabel 3.

Tabel3.Banyak anggota tiap cluster

Cluster	Banyak Anggota	Persentase
1	151	66,8%

2	75	33,2%
---	----	-------

Masing-masing *cluster* mempunyai karakteristik yang berbeda. Perbedaan karakteristik dapat dilihat dari rata-rata setiap variabel pada masing-masing *cluster* seperti yang tertera pada Tabel 4.

Tabel4.Rata-rata tiap cluster

Variabel	Rata-rata	
	Cluster 1	Cluster 2
X1	3.08	3.56
X2	2.94	3.80
X3	3.30	3.59
X4	3.12	3.60
X5	3.07	3.64
X6	3.05	3.59
X7	3.09	3.59
Rata-rata	3.05	3.62

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa masyarakat pada *cluster* 1 memiliki hasil rata-rata responden paling rendah pada bauran promosi X2 (*Price*). hal tersebut dapat menjadi hal yang perlu dipertimbangkan oleh Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School” untuk memberikan penawaran menarik untuk biaya, angsuran pembayaran serta kesesuaian kualitas yang diberikan dengan biaya yang dikeluarkan calon siswa yang akan bersekolah pada Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School”. Keputusan penentuan harga menjadi hal yang sangat penting karena dapat menentukan seberapa jauh jasa pendidikan dinilai pelanggan jasa pendidikan dan membantu proses pembentukan citra sekolah. Dengan demikian, penentuan tersebut akan memberi dampak persepsi tertentu dan nilai lebih dalam memberi pelayanan yang baik dari sekolah (Anwar, 2014).

Selain itu, bauran promosi paling rendah setelah X2 (*Price*) adalah X6 (*Process*) dimana hal tersebut berkaitan

dengan kesesuaian kurikulum, kualitas pengajaran dan evaluasi pembelajaran yang perlu ditingkatkan karena calon siswa maupun orang tua siswa berfikir dalam jangka Panjang yaitu terkait lulusan yang akan diciptakan dalam Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School”. *Process* (proses), pada bidang pendidikan merupakan rangkaian aktivitas proses belajar-mengajar yang dilaksanakan, baik itu di dalam maupun di luar kelas guna menciptakan lulusan yang sesuai dengan visi misi sekolah (Imam & Hidayat, 2015).

Pada *cluster* 2 memiliki hasil rata-rata responden paling rendah pada bauran promosi X1 (*Product*) hal tersebut dapat menjadi hal yang perlu dipertimbangkan oleh Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School” untuk melaksanakan kurikulum, melaksanakan kegiatan ekstrakurikuler, kegiatan peningkatan akreditasi dan kegiatan belajar mengajar yang benar-benar terarah dan kompetitif dengan Yayasan Pondok lainnya. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi Pondok Modern “SMK Triple Track Boarding School” untuk memperlihatkan eksistensinya dalam dunia pendidikan. Produk menjadi suatu hal yang ditawarkan produsen sehingga konsumen merasa kebutuhan serta keinginannya dapat tercapai dengan baik (Kamal, 2013). Hal tersebut tentu harus menjadi hal yang sangat diperhatikan karena calon siswa pasti akan merasa tertarik jika *input* serta *output* yang dihasilkan saat menjadi siswa dan setelah menjadi siswa jelas kedepannya dan terjamin kualitasnya.

Dari hasil kedua rata-rata tiap *cluster* menunjukkan bahwa responden pada *cluster* 1 memiliki nilai rata-rata total lebih rendah daripada responden yang berada pada *cluster* 2. Hal tersebut juga memperlihatkan bahwa responden memiliki preferensi dalam bauran pemasaran yang dilakukan oleh Pondok

Modern “SMK *Triple Track Boarding School*”.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut: Analisis Cluster Hierarki menghasilkan 2 cluster optimal yakni cluster 1 sebanyak 66.8% merasa bahwa bauran promosi 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process dan Physical Evidence*) Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” dalam menarik minat masyarakat sudah cukup baik. Sedangkan masyarakat pada cluster 2 yakni sebanyak 33.2% merasa bahwa bauran promosi 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process dan Physical Evidence*) Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” dalam menarik minat masyarakat sudah baik yakni lebih tinggi dari cluster 1 yakni memberikan skor rata-rata 3.62 dari 5 poin. Rata-rata total skor pada cluster 1 dan 2 tergolong tinggi yakni 3.05 dan 3.62 dari 5 poin. Hal tersebut berarti mayoritas masyarakat merasa bahwa bauran promosi 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process dan Physical Evidence*) Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” dalam menarik minat masyarakat sudah baik. Strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” adalah dengan mengoptimalkan bauran 7P (*Product, Price, Place, Promotions, People, Process dan Physical Evidence*) pada daerah cluster 2 diambil. Pada cluster 1, perlu dilakukan pertimbangan ulang mengenai *Price* (harga) dan *Place* (tempat) Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” sehingga Masyarakat pada *cluster* 1 lebih tertarik dengan Pondok Modern “SMK *Triple Track Boarding School*” karena memiliki harga yang sesuai dan memiliki tempat dengan letak, suasana dan keamanan yang baik. Sedangkan pada cluster 2, akan lebih

baik jika Product berupa kurikulum, ekstrakurikuler, akreditasi dan kegiatan belajar mengajar dieksekusi dengan baik sehingga sukses dalam menghasilkan lulusan unggul dan berkarakter.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2009). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Anwar, D.F. (2014). “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta,” Program Studi Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga.
- Fernandes, A.A.R., et al. (2022). “Pendampingan Survei Pasar dalam Rangka Pendirian SMK IT Boarding School di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran,” pp. 1-23, 2022. Rangka Pendirian SMK IT *Boarding School* di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Quran,” pp. 1-23.
- Hidayat A., & Machali, I. (2012). *Pengelolaan Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi dalam Mengelola Sekolah dan Madrasah)*. Yogyakarta: Kaukaba.
- Imam, M., & Hidayat, A. (2015). *The Handbook of Education Management (Cetakan 1)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kamal, S.I.M. (2023). “Strategi Promosi Sekolah dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Harun Al-Rasyid Bontonompo Kabupten Gowa,” *JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL*, vol. 5, no. 1.
- Sagala, S. (2009). *Kemampuan Profesional Guru dan Tenaga*

Kependidikan. Bandung:
Alfabeta.

- Sari, E.A., et al. (2019). “Strategi Promosi Melalui Direct Marketing untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru,” *Jurnal ilmu komunikasi*, vol. 17, no. 1.
- Siboro, M.S.P., et al. (2020). “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Baru di SMP Yayasan Pendidikan Karya Simantin Kabupaten Simalungun,” *Jurnal Global Manajemen*, vol. 9, no. 2.
- Usman, H. (2017). “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Kepemimpinan di Sekolah,” *Jurnal Tenaga Kependidikan*, vol. 2, no. 3, pp. 1–20.