

Analisis Manajemen Keuangan dan Model Pemasaran Terhadap Peningkatan Daya Tarik Sanggar Bimbingan Rawang Malaysia

Putri Dwi Jayanti¹, Evi Dwi Kartikasari², Siti Musarofah³, Muhammad David⁴

Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan

Email: 1putriidwijayanti@gmail.com, 2evican91@gmail.com, 3sitimusarofah253@gmail.com,
4david1@gmail.com

Diterima: 14 Mei 2025 | Disetujui: 17 Mei 2025 | Dipublikasikan: 29 Juni 2025

Abstrak

Meningkatkan daya tarik Sanggar Bimbingan Rawang merupakan tantangan penting dalam lembaga pendidikan bimbingan yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi manajemen keuangan dan model pemasaran terhadap peningkatan daya tarik Sanggar Bimbingan Rawang Malaysia. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi pada fenomena yang ada. Sumber data menggunakan data primer berupa wawancara dengan dua orang *key informan*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan manajemen keuangan Sanggar Bimbingan Rawang Malaysia telah sesuai dengan kebutuhan warga Masyarakat sekitar sehingga perumusan keuangannya dapat diterima dan menjadi salah satu daya tarik Sanggar Bimbingan. Model pemasaran dilakukan secara *word of mouth* dan sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat, Sanggar Bimbingan Rawang mampu memperoleh kepercayaan masyarakat sekitar dari testimoni masyarakat yang sudah merasakan manfaat atau menjadi bagian dari Sanggar Bimbingan. Keberhasilan Akademik maupun non akademik yang diceritakan oleh orang tua siswa menjadi modal awal dalam strategi promosi *word of mouth*. Selain itu, kolaborasi antara sanggar bimbingan lain dan komunitas juga diidentifikasi sebagai langkah strategis untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperluas jaringan. Penelitian ini memberikan rekomendasi yang diharapkan dapat diimplementasikan oleh pengelola Sanggar Bimbingan Rawang untuk meningkatkan daya tarik dan menciptakan lingkungan belajar yang lebih berkualitas dan kompetitif.

Kata kunci: Manajemen Keuangan; Pemasaran; Word of mouth; Daya tarik; Sanggar Bimbingan Rawang

Abstract

Increasing the attractiveness of rawang guidance studio is an important challenge in an increasingly competitive guidance education institution. The purpose of this study is to analyze the implementation of financial management and marketing models to increase the attractiveness of rawang guidance studio Malaysia. The research method was carried out using a qualitative descriptive approach with a study of existing phenomena. The data source used primary data in the form of interviews with two key informants. The results of the study indicate that the financial management of rawang guidance studio Malaysia has been in accordance with the needs of the surrounding community so that its financial formulation can be accepted and become one of the attractions of Guidance studio. The marketing model is carried out by word of mouth and is very much in accordance with the needs of the community, rawang guidance studio is able to gain the trust of the surrounding community from testimonials from people who have felt the benefits or become part of rawang guidance studio. Academic and non-academic successes told by parents of

students are the initial capital in the word of mouth promotion strategy. In addition, collaboration between other guidance studios and the community is also identified as a strategic step to increase public trust and expand networks. This study provides recommendations that are expected to be implemented by rawang guidance studio managers to increase attractiveness and create a more qualified and competitive learning environment.

Keywords: *Financial Management; Marketing; Word of mouth; Attraction; Rawang Guidance Studio*

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan sebuah upaya yang harus dilakukan dengan sadar dalam mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki manusia. Hak warga negara Indonesia untuk memperoleh pendidikan diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (UU Sisdiknas) yang menjadi landasan hukum bagi penyelenggaraan pendidikan di Indonesia. UU ini mengatur berbagai aspek, mulai dari akses pendidikan hingga peran Masyarakat. Peran Masyarakat mengasumsikan keterlibatan masyarakat dalam turut serta membantu penyediaan serta pemenuhan kebutuhan Pendidikan tidak terkecuali kehadiran sanggar bimbingan. Sanggar Bimbingan Rawang merupakan sanggar bimbingan yang diinisiasi oleh salah satu Masyarakat Indonesia yang berada di Rawang Malaysia, dibawah naungan Sekolah Indonesia Kuala Lumpur (SIKL) yang didirikan untuk memberikan pelayanan pemenuhan kebutuhan Pendidikan dasar bagi anak-anak migran Indonesia di Malaysia. Dalam mengelola Sanggar bimbingan, berbagai hal tantangan yang ada yaitu tentang strategi pengelolaan yang meliputi manajemen keuangan dan model pemasaran dalam meningkatkan daya tarik orang tua calon siswa untuk memilih Sanggar bimbingan Rawang sebagai Lembaga Pendidikan pilihannya.

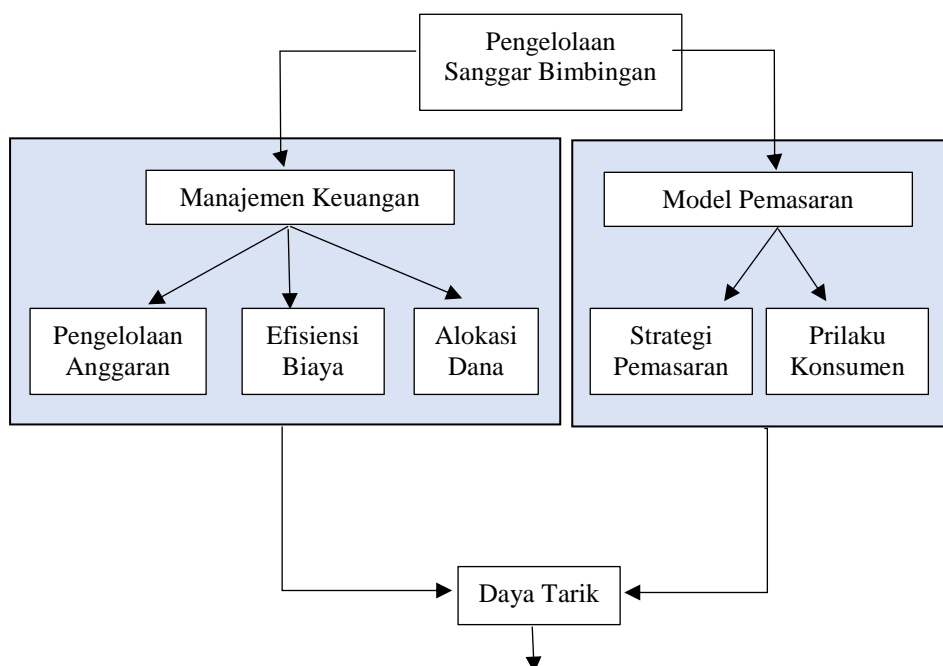
Keuangan merupakan salah satu komponen yang penting dalam lembaga Pendidikan (Wulandari *et al.*, 2022). Pengelolaan keuangan yang baik berdampak positif terhadap kualitas dari sebuah lembaga. Manajemen keuangan merupakan tata cara dalam pengelolaan keuangan untuk memastikan suatu organisasi dapat beroperasi sesuai dengan rencana bisnis yang dibuatnya (Adam *et al.*, 2021). Manajemen keuangan menuntut kemampuan pengelola dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dalam hal keuangan (Najihah & Muhammad, 2021). Manajemen keuangan Lembaga pendidikan tidak hanya terkait dengan pengelolaan dana yang digunakan untuk proses pendidikan, tetapi juga terkait dengan resiko pengelolaan keuangan dan upaya sekolah untuk mencari sumber-sumber pendanaan bagi keberlangsungan organisasinya (Keuangan *et al.*, 2022).

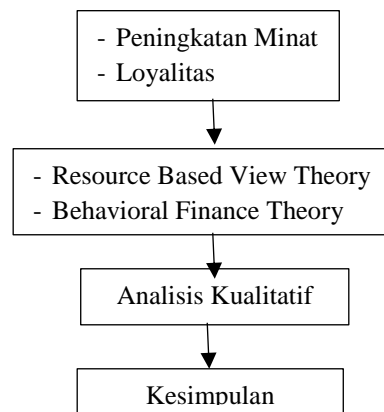
Selain pengelolaan manajemen keuangan hal yang tidak kalah penting dalam menghidupkan suatu Lembaga adalah model pemasaran. Model pemasaran ini merupakan sebuah strategi yang dapat dilakukan Lembaga untuk memperoleh target tertentu sehingga pengelolaan terhadap tujuan dapat mudah dicapai (Zulfiah *et al.*, 2023). Pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu proses sosial yang dilakukan secara terencana atau secara manajerial baik secara individu maupun secara kelompok. Strategi pemasaran dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang diinginkan lembaga pendidikan guna menarik minat pelanggan (Kotler, 2009). Salah satu strategi pemasaran jasa pendidikan adalah bauran pemasan jasa yang terdiri dari 7 P yaitu *product, prince, promotion, place, people, proces dan physical evidence* (Wahyudi, 2017). Manajemen pemasaran diperlukan dengan tujuan supaya lembaga pendidikan dapat diterima oleh masyarakat penggunanya seperti halnya

Perusahaan secara umum yang menawarkan produknya pada masyarakat luas. Hal ini bukan berarti bahwa lembaga pendidikan berfokus dan berorientasi pasar untuk mengambil keuntungan semata - mata, tetapi aspek manajemen pemasaran tersebut dibutuhkan agar lembaga pendidikan bisa tetap eksis dan dalam menghadapi persaingan yang ada.

Sanggar Bimbingan Rawang merupakan penyedia jasa pendidikan bagi anak migran Indonesia terutama yang tidak memiliki akses untuk mendapatkan pendidikan pada sekolah resmi di Malaysia. Banyaknya anak migran yang berada di wilayah Malaysia dan bentuk kepedulian dari masyarakat maupun KBRI memberikan jembatan untuk adanya sanggar bimbingan yang nantinya lulusan siswanya dapat memperoleh ijazah penyetaraan di SIKL. Sanggar Bimbingan ini berdiri atas partisipasi masyarakat sehingga tidak ada bantuan dana operasional yang khusus dari KBRI. Pengelolaan dana menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan agar kegiatan operasional Sanggar Bimbingan berjalan dengan lancar. Pengelola Sanggar Bimbingan Rawang bukan berasal dari background pendidikan ekonomi sehingga beberapa hal yang dilakukan sehubungan dengan manajemen keuangannya perlu dilakukan peninjauan ulang. Strategi promosi dalam mengenalkan sanggar bimbingan untuk menarik daya minat masyarakat juga perlu dilakukan karena dalam kawasan sasaran masih banyak masyarakat yang belum memprioritaskan pendidikan serta pemahaman terkait akses pendidikan belum maksimal.

Pengelolaan yang efektif tidak hanya melibatkan aspek administratif, tetapi juga mencakup strategi pengembangan program, peningkatan kualitas pengajar, serta pemasaran yang inovatif. Di era informasi yang serba cepat ini, siswa dan orang tua semakin cerdas dalam memilih lembaga bimbingan yang tepat. Mereka menginginkan tidak hanya kualitas pengajaran, tetapi juga lingkungan belajar yang mendukung, interaksi yang positif, serta kemudahan akses informasi. Ditengah lingkungan migran Indonesia dan banyaknya sanggar bimbingan yang berdiri, eksistensi Sanggar bimbingan Rawang terlihat eksis. Hal ini dibuktikan dari hasil survey di lapangan yang mengatakan bahwa terjadi peningkatan jumlah siswa setiap tahunnya. Penelitian ini dilakukan untuk melihat dan menganalisis manajemen keuangan yang diterapkan serta strategi atau model promosi yang dilakukan oleh sanggar Bimbingan Rawang dalam meningkatkan daya tariknya. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini tergambarakan sebagai berikut:





Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Gambar 1 menunjukkan kerangka pikir penelitian, yaitu dimana penelitian ini dimulai dari pengelolaan Sanggar Bimbingan Rawang yang dianggap penting dengan memperhatikan penerapan manajemen keuangan dan model pemasaran. Manajemen keuangan yang dimaksudkan yaitu terkait pengelolaan anggaran, efisiensi biaya dan alokasi dana. Pengelolaan anggaran menurut (Praptoyo,2015) adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian alokasi sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan tertentu dalam sebuah organisasi, perusahaan, atau rumah tangga. Tujuannya adalah memastikan penggunaan anggaran yang efisien, efektif, dan sesuai prioritas, sehingga dapat mendukung keberhasilan kegiatan atau proyek yang direncanakan. Efisiensi biaya dimaksudkan sebagai ketepatan penggunaan sumber dana untuk kegiatan operasional (Desembrianita *et al.*, 2023). Alokasi dana adalah ketepatan penggunaan dana untuk kegiatan operasional suatu organisasi demi mencapai tujuan pendirian suatu organisasi tersebut. Pengalokasian dana harus tepat dan terukur sehingga dapat dipantau dan dipertanggungjawabkan berdasarkan data (Fatimah & Riharjo, 2021).selanjtnya dalam model pemasaran yang ingin dianalisis pada penelitian ini yaitu tentang bagaimana strategi pemasaran yang telah diterapkan, pendekatan-pendekatan khusus dan daya tangkap atau perilaku konsumen dalam menyikapi strategi pemasaran yang diterapkan.

Dalam pengkajian penelitian ini didasarkan pada teori sumber daya manusia atau *resource based view theory* dan *behavioral finance theory*. Dalam konteks manajemen keuangan dan model pemasaran untuk meningkatkan daya minat pelanggan, *Resource-Based View (RBV)* dan *Behavioral Finance Theory* memiliki peran strategis dalam memahami dan memanfaatkan sumber daya serta perilaku pelanggan untuk mencapai keunggulan kompetitif. *Resource-Based View* adalah teori yang menekankan pentingnya sumber daya internal suatu organisasi sebagai kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Adomako & Danso, 2014). Dalam konteks manajemen keuangan dan pemasaran, *RBV* membantu Sanggar Bimbingan memanfaatkan aset, kemampuan, dan kapabilitas unik mereka untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. *Behavioral finance* adalah teori yang mempelajari bagaimana faktor psikologis, sosial, dan emosional memengaruhi keputusan keuangan individu dan organisasi (Lawealai *et al.*, 2021). Dalam pemasaran, teori ini digunakan untuk memahami bagaimana perilaku dan preferensi pelanggan memengaruhi minat dan keputusan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dimana pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena serta peristiwa sosial secara mendalam melalui studi fenomena. Metode penelitian kualitatif menekankan pemahaman terhadap makna yang terkandung dalam pengalaman, tindakan, dan persepsi individu atau kelompok (Soegiyono, 2011). Tujuan penelitian kualitatif yaitu untuk menceritakan dan menjelaskan fenomena manajemen keuangan dan model pemasaran terhadap peningkatan daya tarik Sanggar Bimbingan Rawang. Objek penelitian ini adalah sanggar bimbingan Rawang. Data yang digunakan dalam penelitian bersumber dari data primer yang diperoleh dari wawancara dengan informan yaitu pengelola dan penanggungjawab Sanggar Bimbingan yang masing-masing dilakukan wawancara dua kali. Wawancara dua kali ini dimaksudkan untuk mendapatkan informasi yang sama dan akurat kebenarannya.

Dalam penelitian ini hal yang ingin dikaji tentang manajemen keuangan yaitu dilihat dari bagaimana Sanggar Bimbingan melakukan pengelolaan anggaran, menghitung efisiensi biaya operasional dan pengalokasian dana yang tepat. Aspek model pemasaran yang dibahas adalah strategi pemasaran dan perilaku konsumen dalam merespon strategi yang diterapkan. Sedangkan daya tarik dapat dilihat melalui pembahasan peningkatan minat sanggar bimbingan dan loyalitas masyarakat.

HASIL

Manajemen Keuangan Sanggar Bimbingan

Berdasarkan hasil wawancara bahwa proses yang pertama dalam perencanaan penganggaran biaya pendidikan pada Sanggar Bimbingan Rawang, yaitu diawali dengan rapat yang membahas tujuan strategis selama satu tahun ajaran. Selanjutnya pihak sanggar bimbingan menyusun Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja (RAPB). Yang memuat tentang gambaran mengenai pendapatan dan pengeluaran atau pengelolaan keuangan dalam jangka waktu pendek ataupun jangka panjang. Pendapatan Sanggar Bimbingan Rawang diperoleh dari iuran siswa dan disesuaikan dengan biaya operasional yang dibutuhkan dalam kegiatan pembelajaran. Pengalokasian biaya selain untuk Pendidikan juga digunakan untuk kegiatan lainnya seperti penyediaan makanan maupun untuk kegiatan sosial sanggar bimbingan.

Model pemasaran Sanggar Bimbingan Rawang

Dalam model pemasaran hal utama yang perlu diperhatikan adalah 7P, yang diantaranya adalah *product, prince, promotion, place, people, proces dan physical evidence*. Konsep penerapan yang dilakukan oleh Sanggar Bimbingan Rawang yaitu produk yang ditawarkan oleh Sanggar Bimbingan Rawang bukan hanya terbatas pada pendidikan akademik saja, namun juga mengedepankan non akademik seperti pengembangan bakat kreatifitas anak. Dimana ada satu hari pembelajaran yang dilaksanakan pembiasaan diri untuk pengembangan bakat kreatifitas siswa. Selain itu, Sanggar Bimbingan Rawang juga memiliki produk jasa pendidikan dibidang ilmu keagamaan atau tahfid. Hal ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang sebagian besar orang tua siswa adalah pekerja paruh waktu sehingga membutuhkan anaknya sekolah hingga *fullday* dan diisi dengan kegiatan positif yaitu mengaji untuk pembentukan karakter kerohanian. Harga yang ditawarkan disesuaikan dengan kemampuan masyarakat sekitar sehingga kehadiran Sanggar Bimbingan ini dapat dirasakan memberikan manfaat tanpa membebani secara finansial. Promosi yang efektif dilakukan oleh sanggar Bimbingan

Rawang adalah *word of mouth*. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan dengan naskah asli sebagai berikut:

“Pemasaran sanggar kami lakukan dengan pendekatan dan informasi disebar dari mulut ke mulut. Awalnya kami masih memiliki siswa yang tidak banyak, kemudian kami merubah cara pandang kami terutama dalam penyediaan layanan. Ya ada akademik sesuai arahan dari SIKL dan ditambah dengan tahfid atau hafalan ngaji untuk membentuk karakter siswa. Sebenarnya tidak sulit dalam promosi tetapi kami harus menjaga kualitas. Karena ibarat pasar kami sudah punya Masyarakat yang mayoritas adalah anak pekerja migran yang ditinggal kerja parah waktu kemudian mereka tidak dapat menempuh Pendidikan yang secara terang terangan seperti di Indonesia. Kami menghadirkan Sanggar Bimbingan ini sebagai alternatif agar anak-anak dapat hak Pendidikan. Jdi ya promosinya mulut ke mulut dan pendekatan langsung saja”

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa model pemasaran Sanggar Bimbingan Rawang dilakukan dengan metode *word of mouth marketing*. Strategi ini menekankan pada rekomendasi dari masyarakat lain yang disampaikan kepada tetangganya. Orang tua siswa yang ada dan telah merasakan manfaat sanggar melalui peningkatan prestasi anak-anak mereka sering berbagi pengalaman positif dengan tetangga, keluarga, dan rekan-rekan. Pembelajaran dilakukan dengan pendekatan personalisasi, di mana materi disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan setiap anak, sehingga mereka dapat belajar sesuai dengan ritme masing-masing. Adanya kegiatan belajar aktif seperti diskusi kelompok, permainan edukatif, dan penggunaan media visual diterapkan untuk menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan menarik. Selain mengedepankan kemampuan secara akademik, Sanggar juga membuka ruang pada pengembangan keterampilan non-akademik seperti kreativitas, kerja sama, dan berpikir kritis. Guru-guru di sanggar berperan sebagai fasilitator, mendorong siswa untuk lebih proaktif dalam belajar dan menemukan solusi dari berbagai permasalahan. Kebutuhan pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat.

“ya kami sesuaikan apa yang kami hadirkan dan rumuskan dalam layanan pendidikan di Sanggar Bimbingan Rawang ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekaligus menjawab keresahan untuk akses pendidikan. Ya namanya hidup di negara orang kan ada aturan yang harus dipenuhi. Lokasi Sanggar Bimbingan ini juga sangat strategis berada di lingkungan masyarakat sehingga akses juga mudah. Dalam kegiatan ini tetap kami melakukan kolaborasi dengan orang tua siswa, artinya kami tetap memberikan laporan hasil kegiatan pembelajaran agar orang tua juga mampu mengontrol anaknya serta paham perkembangan anak”

Daya Tarik Sanggar Bimbingan Rawang

Daya Tarik Sanggar Bimbingan Rawang dapat dilihat dari peningkatan jumlah siswa dari tahun ketahunnya. Pada awalnya, hanya beberapa anak yang ikut serta, namun seiring waktu, metode pengajaran yang interaktif dan hasil belajar yang meningkat mulai menarik perhatian lebih banyak orang tua dan anak-anak. Di tahun kedua, peserta didik meningkat sebesar 50%, dan pada tahun ketiga, jumlah peserta hampir dua kali lipat dengan anak-anak dari desa-desa tetangga turut bergabung. Hingga tahun kelima, sanggar menjadi pusat pendidikan terkemuka di wilayah sekitar, dengan ratusan peserta dari berbagai latar belakang. Sanggar Bimbingan Rawang masih perlu beberapa hal analisis

melalui identifikasi *SWOT*. Naskah wawancara untuk daya tarik Sanggar Bimbingan Rawang Malaysia adalah sebagai berikut:

“kalau daya tarik kami mungkin mengatakan cukup lah antusias warga masyarakat. Buktinya ukuran kenaikan jumlah siswa setiap tahunnya semakin naik. Tahun pertama dulu memang baru sedikit, tahun ke dua kami mampu naik 50%, selanjutnya lebih dari dua kali lipat sehingga kami pisahkan kelas antara anak-anak dengan level yang agak menengahnya untuk benar-benar membangun fokus mereka. Kami yang awalnya hanya dalam satu ruangan, sekarang pun sudah lebih dari dua ruangan. Namun untuk hal perbaikan, kami berupaya untuk terus melakukan evaluasi seperti kelebihan dan kekurangan kami apa, serta membaca peluang kedepan. Karena ya kami bukan murni 100% sosial, ada iuran pembayaran uuntuk memenuhi kebutuhan operasional serta memberikan bayaran pada guru yang membantu”

PEMBAHASAN

Manajemen Keuangan Sanggar Bimbingan

Jika dikaitkan dengan *Behavioral Finance Theory* memberikan wawasan penting dalam memahami perilaku konsumen atau masyarakat secara luas dalam menanggapi biaya operasional dan besaran pembayaran yang ditarifkan pada siswa. Pengelolaan manajemen keuangan berupaya merespon keadaan kemampuan masyarakat sehingga pengambilan keputusan terkait keuangan yang meliputi pengelolaan operasional dan pembebanan pembayaran menjadi efektif dan relevan.

Model pemasaran Sanggar Bimbingan Rawang

Kisah - kisah sukses siswa yang mengalami kemajuan signifikan dalam belajar beredar luas di lingkungan sekitar, sehingga sanggar semakin dikenal. Reputasi yang baik ini secara alami menyebar dari satu keluarga ke keluarga lainnya, tanpa memerlukan kampanye promosi yang besar, menjadikan promosi dari mulut ke mulut sebagai kunci utama dalam meningkatkan jumlah peserta didik dan memperluas jangkauan sanggar di desa-desa sekitar. Model pemasaran *word of mouth* membutuhkan testimoni dan rekomendasi dari masyarakat yang telah memanfaatkan manfaat, sehingga Sanggar Bimbingan Rawang menjaga kualitas layanan dengan menerapkan pola pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sekitarnya. Testimoni ini menciptakan kepercayaan di kalangan masyarakat, mendorong lebih banyak orang tua untuk mendaftarkan anak-anak mereka ke sanggar.

Lokasi Sanggar Bimbingan Rawang juga terletak diantara pemukiman warga sehingga sangat strategis untuk dicapai oleh siswa. Individu yang terlibat dalam Sanggar Bimbingan Rawang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan kebutuhan, keberadaannya dibawah naungan SIKL membuat warga masyarakat semakin percaya pada Sanggar Bimbingan Rawang. *physical evidence* yang ditunjukkan yaitu dengan adanya lulusan Sanggar Bimbingan Rawang yang telah menerima ijazah penyetaraan, beberapa diantaranya sudah melanjutkan sekolah dengan tingkatan lebih tinggi di Indonesia dan peningkatan prestasi pada siswa. Hal kaitannya dengan testimoni langsung ini membuat warga masyarakat saling menginformasikan kepada lingkungan sekitar untuk merekomendasikan Sanggar Bimbingan Rawang.

Daya Tarik Sanggar Bimbingan Rawang

Keberhasilan ini dicapai berkat inovasi dalam metode pengajaran, dukungan masyarakat, dan komitmen untuk terus berkembang. Peningkatan kepercayaan masyarakat terhadap Sanggar Bimbingan Rawang merupakan suatu pencapaian prestasi. Masyarakat memilih Sanggar Bimbingan Rawang sebagai tempat untuk memperoleh pendidikan didasarkan dengan bukti wujud nyata kualitas dan pelayanan yang diberikan serta standar pembayaran yang dapat dicapai oleh masyarakat. Dalam rangka peningkatan daya tarik,

Dalam konteks pengelolaan, analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) akan digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi posisi Sanggar Bimbingan Rawang di pasar bimbingan belajar. Melalui analisis ini, diharapkan pengelola dapat mengidentifikasi kekuatan yang perlu dipertahankan, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang harus diantisipasi. Ini adalah langkah awal yang krusial dalam merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi yang ada.

Resource-Based Theory memberikan landasan penting bagi manajemen keuangan dan strategi pemasaran untuk bekerja sinergis dalam meningkatkan daya tarik perusahaan. Pengelolaan keuangan yang efisien mendukung pengembangan sumber daya unggulan, sementara strategi pemasaran yang tepat memaksimalkan nilai dari sumber daya tersebut untuk menciptakan daya tarik yang kuat di pasar. Sinergi ini memungkinkan perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Manajemen keuangan dengan menetapkan anggaran diawal dan memproyeksikan alokasi dana untuk kebutuhan pokok serta penetapan tarif pembayaran yang disesuaikan dengan kemampuan masyarakat membuat Sanggar Bimbingan Rawang menjadi pilihan utama masyarakat sekitar. Keberhasilan Sanggar Bimbingan Rawang dalam mengelola lembaganya selain dari faktor manajemen keuangan juga terletak pada pengelolaan dan cara promosinya. Interaksi yang baik antara pengelola, pengajar, dan orang tua sangat penting untuk menciptakan iklim yang positif menjadi bekal awal untuk media promosi serta melakukan analisis *SWOT*. Keterlibatan orang tua dalam proses pembelajaran anak mereka sering kali berkontribusi pada keberhasilan akademik. Promosi melalui *word of mouth* terbukti menjadi strategi paling ampuh dalam memperluas jangkauan sanggar dan meningkatkan kepercayaan masyarakat. Keberhasilan sanggar tidak hanya diukur dari jumlah peserta didik yang terus meningkat, tetapi juga dari reputasi baik yang terbentuk di masyarakat melalui pengalaman langsung para orang tua dan siswa. Sanggar Bimbingan Rawang telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam hal peningkatan jumlah peserta didik dari tahun ke tahun. Hal ini dipicu oleh strategi pengelolaan manajemen keuangan dengan sistem dan besaran pembayaran yang tidak memberatkan, penerapan model pemasaran serta implementasi pembelajaran yang inovatif dan interaktif, yang memadukan pendekatan personalisasi dengan metode aktif seperti diskusi dan permainan edukatif. Penggunaan teknologi dan keterlibatan masyarakat juga berperan penting dalam menciptakan lingkungan belajar yang efektif dan menyenangkan. Dengan mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik lembaga bimbingan, Sanggar Bimbingan Rawang mampu mengembangkan strategi pengelolaan yang lebih efektif dan berkelanjutan. Penelitian ini dilaksanakan untuk melakukan analisis ketepatan manajemen keuangan dan model promosi dalam peningkatan daya tarik Sanggar Bimbingan. Hasil penelitian yang ada dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pengelola dalam upaya meningkatkan daya tarik lembaga, sehingga

dapat menarik lebih banyak siswa dan menciptakan lingkungan belajar yang berkualitas. Dengan demikian, Sanggar Bimbingan Rawang tidak hanya dapat bertahan dalam persaingan, tetapi juga menjadi pilihan utama bagi orang tua dan siswa dalam mendapatkan bimbingan belajar yang berkualitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Sanggar Bimbingan Rawang yang bersedia dijadikan objek penelitian dengan memberikan informasi data yang relevan, terimakasih kepada pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan berharga. Penghargaan juga kami sampaikan kepada Institut semua pihak yang telah membantu hingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas kontribusi dan kerja samanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, E., Panjaitan, R., Sumarlin, T., & Adriana, M. (2021). *Financial Well-Being Resilience: Financial Literacy and Financial Inclusion Toward Financial Attitude*. *Majalah Ilmiah Bijak*, 18(1), 1–10.
- Adomako, S., & Danso, A. (2014). *Financial Literacy and Firm performance : The and resource flexibility*. *International Journal of Management & Organizational Studies*, 3(4), 2–15.
- Eva Desembrianita, Sunarni, Fauziah Nur Hutaauruk, Fajriani Azis, & Yusuf Iskandar. (2023). Dampak Implementasi Teknologi Informasi terhadap Efisiensi Biaya Pemasaran pada UMKM di Jawa Barat: Perspektif Akuntansi Manajemen. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 58–67. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v5i2.185>
- Fatimah, S. A., & Riharjo, I. B. (2021). Akuntabilitas Dan Transparansi Dalam Pengelolaan Keuangan Desa Di Desa Wonokerto Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri. *Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(11), 1–15.
- Hanifah, Suci Indah & Praptoyo, S. (2015). Akuntabilitas dan Transparansi Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Belanja Desa (APBDes). *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(8), 1–15.
- Herman Lawealoi, Nastia, & Hastuti. (2021). *Analysis of Local Government Strategies in Capacity Building for Regional Financial, Asset, and Revenue Management Bodies in Baubau City, Indonesia*. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(1), 161–173. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i1.137>
- Kuangan, M., Pendidikan, L., Syamsurizal, I., Dewi Afja, O., & Artikel, S. (2022). Journal of Educational Management and Strategy (JEMAST) Informasi Artikel ABSTRAK. *Journal of Educational Management and Strategy (JEMAST)*, 01(02), 125–133.
- Najihah, I., & Muhammad, S. H. (2021). Konsep Manajemen Keuangan Dalam Lembaga Pendidikan Islam Perspektif Al Qur'an Dan Hadis. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2), 223. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v5i2.21616>
- Soegiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

- Wulandari, A., Munastiwi, E., & Dinana, A. (2022). Implementasi Manajemen Keuangan Lembaga Pendidikan Pondok Pesantren Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 106–118. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.787>
- Yumnah, S., Iswanto, J., Pebriana, P. H., Fadhillah, F., & Fuad, M. I. (2023). Strategi Kepala Sekolah Dalam Mengelola Sumber Daya Guru Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 92–104. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i1.350>
- Zulfiah, E., Putri, N. N. N., & Fadhilah, M. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 8(3), 414–422. <https://doi.org/10.51169/ideguru.v8i3.606>