

**PENERAPAN MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN  
DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB)  
DI SD MUHAMMADIYAH KARANGHARJO BERBAH  
SLEMAN YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan**

**Disusun Oleh :**

**Alief Nur Hidayatulloh**

**NIM: 17104080032**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU MADRASAH IBTIDAIYAH  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Alief Nur Hidayatulloh

NIM 17104080032

Program Studi: PGMI

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 13 September 2021

Yang menyatakan

Alief Nur Hidayatulloh

NIM: 17104080032

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



**SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR**

**Hal** : Persetujuan Skripsi/ Tugas akhir

**Lamp** : -

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, menelaah, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Alief Nur Hidayatulloh  
Nim : 17104080032  
Program Studi : PGMI  
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga  
Judul Skripsi : Penerapan Manajemen Marketing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta

sudah dapat diajukan kepada Program Studi PGMI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/ tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera diujikan/ dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 17 September 2021  
Pembimbing

Dr. Ichsan, M.Pd.  
NIP. 19630226 199203 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2053/Un./02/DI/PP.00.9/11/2021

Tugas Akhir dengan judul : PENERAPAN MANAJEMEN MARKETING PENDIDIKAN DALAM PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU (PPDB) DI SD MUHAMMADIYAH KARANGHARJO BERBAH SLEMAN YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALIEF NUR HIDAYATULLOH  
Nomor Induk Mahasiswa : 17104080032  
Telah diujikan pada : Rabu, 29 September 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Saling  
Dr. Drs. Ichsan, M.Pd  
SIGNED

Valid Ek: 61795162960



Penguji I  
Dr. Hj. Maeromah, M.Ag.  
SIGNED

Valid Ek: 61908494702



Penguji II  
Amita Ekaatini, M.Pd.  
SIGNED

Valid Ek: 61905767a43



Yogyakarta, 29 September 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
Prof. Dr. Hj. Siti Sunami, M.Pd.  
SIGNED

Valid Ek: 6169508157

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## MOTTO

..... إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

“..... Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.....”<sup>1</sup>

(Q.S Ar Ra’du ayat 11)



---

<sup>1</sup> At-Tanzil, *Al-Quran dan Terjemahan* (Bandung: Sinar Baru Al Gesindo, 2007).

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

Almamater tercinta

Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Alief Nur Hidayatulloh, “Penerapan Manajemen Marketing Pendidikan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta”. *Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2021. Penelitian ini mengkaji tentang : (1) bagaimana perencanaan penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo, (2) bagaimana penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo, (3) apa saja faktor pendukung dan juga faktor penghambat dalam penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau penelitian lapangan (field researh) yaitu penelitian yang langsung terjun di lapangan untuk mendapatkan informasi dan data sebanyak-banyaknya berkaitan dengan latar permasalahan penelitian. Sumber data penelitian ini yaitu kepala sekolah, guru dan koordinator bidang penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan mempunyai beberapa tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan juga tahap evaluasi. Proses implementasi dari manajemen marketing dalam penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo yaitu dengan melakukan pemasaran dengan cara melalui promosi yang variatif, dengan menggunakan media cetak, media sosial, dan media offline (kegiatan sekolah). Faktor pendukung dalam penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru ini adalah support sistem yang didukung penuh oleh penyelenggara sekolah dan adanya kepercayaan wali murid yang tergabung di paguyuban orang tua (POT). Sedangkan yang menjadi faktor penghambat adalah tidak semua orang tua memahami kondisi yang ada ataupun belum siap dengan kondisi yang ada, dengan sistem online, dengan pembelajaran yang dilakukan orang tua sendiri. Mereka menganggap peran sekolah tidak maksimal. Ini merupakan faktor utama penghambat utama dalam penerimaan peserta didik baru.

**Kata kunci:** *Manajemen Marketing, Jasa Pendidikan, Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB)*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ  
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ  
اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas skripsi ini. Sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan besar kita nabi agung Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikutnya sampai akhir nanti.

Penyusunan tugas skripsi ini untuk memperoleh gelar sarjana strata satu pendidikan. Tentunya selama proses penulisan ini banyak hambatan dan kesulitan yang dihadapi oleh peneliti. Dalam mengatasinya, peneliti mendapat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf-stafnya, yang telah membantu peneliti dalam menjalani studi Strata Satu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.
2. Ibu Dr. Maemonah, M.Ag. dan Ibu Fitri Yuliawati, M.Pd.Si. selaku ketua dan sekretaris Prodi PGMI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah memberikan banyak nasehat dan fasilitas kepada peneliti selama menjalani studi program Strata Satu Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah.
3. Bapak Dr. Ichsan, M.Pd. selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, mengarahkan, serta memberikan petunjuk dalam penulisan skripsi ini dengan penuh keikhlasan.



4. Bapak Dr. H. Sedyo Santosa, M.Pd. selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah meluangkan waktu, membimbing, memberi masukan serta nasehat kepada penulis.
5. Ibu Nur Hayati, S.Ag., MM. selaku Kepala Sekolah Dasar Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta yang bersedia memberikan izin, meluangkan waktu, dan kesempatan untuk berbagi informasi pada penelitian skripsi ini.
6. Bapak Agus Susanto, S.Pd. dan Ibu Sumini, adik saya Raysya Nur Hasanah tercinta yang selalu mencurahkan perhatian, doa, dan semangat dengan penuh ketulusan.
7. Teman teman seperjuangan di Prodi PGMI 2017 UIN Sunan Kalijaga terkhusus teman-teman DPA Papa yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk selalu berjuang.

Begitu banyak bantuan berupa motivasi, do'a, dan dukungan yang telah diberikan kepada saya, sehingga dari hati saya yang terdalam mengucapkan terima kasih. Semoga kebaikan yang telah diberikan menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT, serta limpahan rahmat dan barokah-Nya, aamiin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 13 September 2021

Peneliti,



NIM. 17104080032

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	5
D. Sistematika Pembahasan.....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
A. Kajian Teori .....	8
1. Pengertian Manajemen.....	8
2. Pengertian Pemasaran Jasa.....	11
3. Pengertian Manajemen Pemasaran Pendidikan.....	18
4. Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) .....	19
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
C. Subjek Penelitian .....	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Teknik Analisis Data.....	34
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Latar Penelitian .....	38
1. Identitas SD Muhammadiyah Karangharjo .....	38

2. Kondisi SD Muhammadiyah Karangharjo .....	39
3. Visi Misi SD Muhammadiyah Karangharjo.....	39
4. Sarana dan Prasarana SD Muhammadiyah Karangharjo.....	40
5. Jumlah Pendidik dan Tenaga Kependidikan .....	42
6. Jumlah Peserta Didik.....	42
7. Struktur Organisasi SD Muhammadiyah Karangharjo.....	43
B. Perencanaan Manajemen Marketing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru SD Muhammadiyah Karangharjo .....	43
C. Pelaksanaan Manajemen Marketing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru SD Muhammadiyah Karangharjo .....	53
D. Evaluasi Manajemen Marketing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru SD Muhammadiyah Karangharjo .....	65
E. Faktor Penghambat dan Pendukung Penerapan Manajemen Marketing dalam Penerimaan Peserta Didik Baru SD Muhammadiyah Karangharjo .....	69
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran - saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	Instrumen Observasi .....	30
Tabel III.2	Instrumen Wawancara.....	32
Tabel III.3	Tabel Instrumen Dokumentasi .....	33
Tabel IV.1	Sarana Prasarana SD Muhammadiyah Karangharjo.....	41
Tabel IV.2	Jumlah Pendidik dan Tenaga Pendidik SD Muhammadiyah Karangharjo .....	42
Tabel IV.3	Jumlah Peserta Didik Semester Gasal Th Pelajaran 2021/2022 ...	43



## DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar IV.1</u>	<u>Rapat Koordinasi Pembentukan Panitia PPDB.....</u>	<u>47</u>
<u>Gambar IV.2</u>	<u>Sholat Dhuha Berjamaah Guru dan Karyawan SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>50</u>
<u>Gambar IV.4</u>	<u>Brosur PPDB SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>53</u>
<u>Gambar IV.3</u>	<u>Brosur PPDB SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>53</u>
<u>Gambar IV.5</u>	<u>Gambar Screenshot Whatsapp Story Guru SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>58</u>
<u>Gambar IV.6</u>	<u>Gambar Screenshot Penyebaran Informasi Via Facebook SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>59</u>
<u>Gambar IV.7</u>	<u>Gambar Screenshot Penyebaran Informasi Via Instagram SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>59</u>
<u>Gambar IV.8</u>	<u>Gambar Screenshot Akun Youtube SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>60</u>
<u>Gambar IV.9</u>	<u>Gambar Pengumuman Juara Muharjo Virtual Competition .....</u>	<u>61</u>
<u>Gambar IV.10</u>	<u>Gambar Penyaluran Zakat Fitrah oleh SD Muhammadiyah Karangharjo .....</u>	<u>61</u>
<u>Gambar IV.11</u>	<u>Gambar Screenshot Postingan Wali Murid di Facebook .....</u>	<u>73</u>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Izin Penelitian .....	83
Lampiran II Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi .....	84
Lampiran III Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	85
Lampiran IV Bukti Seminar Proposal.....	86
Lampiran V Data SD Muhammadiyah Karangharjo .....	87
Lampiran VI Daftar Guru dan Karyawan SD Muhammadiyah Karangharjo	88
Lampiran VII Pembagian Tugas Pengampu Ekstrakurikuler SD Muhammadiyah Karangharjo .....	89
Lampiran VIII Data Peserta Didik SD Muhammadiyah Karangharjo.....	90
Lampiran IX Kartu Bimbingan Skripsi.....	91
Lampiran X Catatan Lapangan .....	92
Lampiran XI Dokumentasi Penelitian .....	95
Lampiran XII Sertifikat PBAK.....	101
Lampiran XIII Sertifikat SOSPEM.....	102
Lampiran XIV Sertifikat ICT.....	103
Lampiran XV Sertifikat PKTQ.....	104
Lampiran XVI Sertifikat PKL .....	105
Lampiran XVII Sertifikat PPL.....	106
Lampiran XVIII Sertifikat PLP KKN.....	107
Lampiran XIX Sertifikat User Education .....	108
Lampiran XX Curriculum Vitae .....	109

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Undang Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 menyatakan bahwa pendidikan diperuntukkan kepada seluruh masyarakat Indonesia yang salah satu tujuannya untuk meningkatkan kecerdasan dan kesejahteraan masyarakat secara maksimal.<sup>2</sup> Aturan hukum ini berlaku di seluruh wilayah Negara Republik Indonesia, tidak terkecuali di Yogyakarta.

Pendidikan merupakan modal utama untuk menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pendidikan adalah upaya agar manusia mampu secara aktif mengembangkan potensi dalam dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak yang mulia, dan keterampilan yang diperlukan bagi dirinya, masyarakat, bangsa dan negara melalui proses pembelajaran dan/atau dengan cara lain yang dikenal dan diakui dalam masyarakat.<sup>3</sup>

Menurut Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 44 Tahun 2019, dijelaskan tentang tujuan PPDB yaitu memberikan kesempatan kepada setiap warga negara usia sekolah agar memperoleh layanan PPDB yang nondiskriminatif, berkeadilan, objektif, transparan, dan akuntabel.<sup>4</sup>

PPDB juga memiliki prinsip : (a) semua anak usia sekolah memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pendidikan pada satuan pendidikan yang lebih tinggi, (b) tidak ada penolakan PPDB bagi yang memenuhi syarat, kecuali jika daya tampung di sekolah tersebut tidak mencukupi dan ketentuan waktu proses PPDB telah selesai, (c) calon

---

<sup>2</sup> Lampiran Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, hlm. 24.

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm. 24.

<sup>4</sup> Permendikbud Nomor 44 Tahun 2019 tentang Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak - Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan, hlm. 5.

peserta didik diberikan kebebasan untuk memilih untuk bersekolah ke sekolah negeri atau sekolah swasta sejak awal pendaftaran.<sup>5</sup>

Berdasarkan Peraturan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman Nomor 02 Tahun 2021 tentang Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru Tahun Pelajaran 2020/2021 dijelaskan tentang asas dari PPDB yaitu : (a) nondiskriminatif dan berkeadilan, artinya pelaksanaan PPDB memberikan kesempatan yang sama kepada setiap warga negara dalam memperoleh layanan pendidikan tanpa membedakan agama, suku, ras, dan gender, kecuali pada sekolah yang khusus melayani peserta didik dari kelompok gender atau agama tertentu, (b) objektif, artinya bahwa pelaksanaan PPDB harus memenuhi ketentuan yang berlaku, (c) transparan, artinya pelaksanaan PPDB bersifat terbuka dan dapat diketahui oleh masyarakat termasuk orang tua peserta didik, (d) akuntabel, artinya pelaksanaan PPDB dapat dipertanggung jawabkan kepada masyarakat termasuk orang tua peserta didik, baik prosedur maupun hasilnya.<sup>6</sup>

Persaingan dalam dunia pendidikan bukan menjadi hal yang baru lagi pada saat ini. Persaingan antar instansi sekolah menjadi kian kompetitif. Perubahan besar yang berupa lingkungan global pendidikan sedang dialami oleh pendidikan formal. Produk dari dunia pendidikan yang kurang dalam segi kualitas akan tereliminasi. Implikasi dari hal ini adalah fakta jika masyarakat sudah mulai mempertanyakan dan memilih serta memilah sekolah-sekolah bermutu untuk anak-anaknya.<sup>7</sup>

Sekarang ini mulai bermunculan sekolah – sekolah baru dengan berbagai program unggulan yang inovatif yang dikembangkan oleh sekolah tersebut untuk bersaing dalam dunia pendidikan. Dalam satu wilayah yang berdekatan tidak hanya ada satu, dua sekolah yang berdiri. Bahkan terkadang terdapat tiga atau lebih sekolah yang berdiri dan mengembangkan

---

<sup>5</sup> Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman, Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Sekolah Dasar Di Kabupaten Sleman Tahun Pelajaran 2021/2022/*Peraturan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman Nomor 02 Tahun 2021*, 5 Mei 2021 hlm. 4.

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm.4.

<sup>7</sup> Ara Hidayat dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan : Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah* (Bandung: Pustaka Educa, 2010).



ciri khasnya masing-masing dengan jenjang yang sama. Dapat dibayangkan saja ketika sekolah-sekolah tersebut berebut peserta didik. Mereka akan saling berlomba untuk menawarkan keunggulan dari masing-masing program yang mereka miliki. Persaingan marketing ini dapat dimenangkan apabila sekolah dapat memperkenalkan diri kepada masyarakat dengan baik.

Kondisi yang demikian, maka diperlukan marketing yang dilakukan oleh sekolah bagi kelangsungan sekolah tersebut, utamanya dalam hal mendapatkan peserta didik. Bukan hanya sekedar kualitas yang perlu untuk dijaga, tetapi juga mengenalkan program yang ditawarkan kepada masyarakat umum sangat dibutuhkan, karena jika tidak dikenalkan belum tentu masyarakat mengetahui akan program di sekolah tersebut.

Tanpa adanya marketing pendidikan yang dilakukan tentunya sekolah tidak akan dikenal oleh masyarakat. Apabila program yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan yang diharapkan oleh masyarakat pada saat ini, tentunya hal ini akan menjadikan kesan dan citra yang baik bagi sekolah di mata masyarakat. Citra yang didapatkan sekolah haruslah baik sehingga kesan yang diberikan oleh masyarakat juga baik. Apabila citra nya sudah buruk, maka ada kemungkinan sekolah juga akan tereliminasi oleh masyarakat.<sup>8</sup>

SD Muhammadiyah Karangharjo atau yang lebih dikenal dengan MUHARJO hadir di tengah era yang sangat modern. Dengan dasar keislaman sebagai pondasi dalam pembentukan karakter yang islami sesuai dengan ajaran Al Qur'an juga ilmu-ilmu umum agar peserta didik mampu bersaing dengan peserta didik lain, sehingga peserta didik cerdas dalam hal apapun baik dari segi agama maupun ilmu umum. Guru yang ramah dan selalu dekat dengan peserta didik supaya peserta didik dapat belajar dengan ceria. SD Muhammadiyah Karangharjo adalah salah satu alternatif para orang tua untuk menyekolahkan anak-anaknya. SD Muhammadiyah

---

<sup>8</sup> Muhaimin, dkk, *Manajemen Pendidikan : Aplikasi dalam penyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah* (Jakarta: Kencana, 2009).

Karangharjo merupakan lembaga pendidikan Islam tingkat dasar yang berusaha memberikan pendidikan dengan menekankan aspek keislaman didalamnya. Sehingga dengan adanya pendidikan islam, maka akan memberikan peran penting dalam proses pembentukan moral dan kepribadian peserta didik yang berakhlakul karimah sesuai dengan ajaran Islam.

Berdasarkan pengamatan saya di SD Muhammadiyah Karangharjo, permasalahan yang sangat menarik yaitu dimana sekolah ini merupakan sekolah yang berada di gugus paling padat di daerah Berbah, akan tetapi antusias masyarakat untuk mendaftarkan anaknya bersekolah di SD Muhammadiyah Karangharjo sangat tinggi. Sekolah ini mampu bersaing dengan sekolah sekolah negeri yang berada di sekitarnya.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengadakan penelitian secara langsung terhadap kepala sekolah yang sedang menjabat di SD Muhammadiyah Karangharjo dengan judul “penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ada beberapa permasalahan yang menjadi bahan kajian dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana perencanaan penerapan manajemen marketing pendidikan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo?
2. Bagaimana penerapan manajemen marketing pendidikan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo?
3. Bagaimana evaluasi penerapan manajemen marketing pendidikan dalam Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo?

4. Bagaimana faktor penghambat dan pendukung penerapan manajemen marketing pendidikan dalam peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo?

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti mempunyai tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui perencanaan penerapan manajemen marketing pendidikan dalam peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo
- b. Untuk mengetahui penerapan manajemen marketing pendidikan dalam peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo.
- c. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dalam penerapan manajemen marketing pendidikan dalam peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan mengenai penerapan manajemen marketing dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB).

##### **b. Manfaat Praktis**

###### **1.) Bagi Prodi PGMI**

Memberikan kontribusi pemikiran serta khazanah ilmu pengetahuan kepada civitas akademika UIN Sunan Kalijaga khususnya Prodi PGMI untuk mendalami pengembangan konsep-konsep Manajemen Kepala Sekolah.

2.) Bagi Lembaga

Memberikan masukan dan koreksi bagi sekolah terutama bagi kepala sekolah serta masyarakat sekolah dan komite sekolah (stakeholder) dalam menerapkan Manajemen Pemasaran jasa pendidikan agar terwujudnya sekolah yang mandiri, kompeten, dan mampu untuk menerapkan manajemen pemasaran jasa dalam penerimaan peserta didik baru.

3.) Bagi Penulis

Mengetahui penerapan manajemen marketing pendidikan dalam peningkatan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo.

**D. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran umum pada penelitian ini, maka diperlukan sistematika pembahasan yang berisikan lima bab.

Bab I berisi tentang pendahuluan, yang diawali dengan latar belakang masalah untuk memberikan penjelasan secara akademik mengapa penelitian ini perlu dilakukan dan apa yang melatarbelakanginya, kemudian dikerucutkan dalam rumusan masalah yang akan diteliti agar penelitian lebih fokus. Tujuan dan kegunaan penelitian untuk menguraikan pentingnya penelitian ini. Telaah pustaka berisi tentang perbandingan antara skripsi penulis dengan hasil penelitian lain yang sejenis tetapi berbeda fokus penelitiannya. Selanjutnya landasan teori yang dilanjutkan metode penelitian dan langkah-langkah penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana cara yang dipergunakan dalam penulisan proposal skripsi ini. Kemudian sistematika penulisan yang memaparkan ruang lingkup penulisan hasil penulisan secara deskriptif, sehingga antara satu dengan yang lainnya saling terkait.

Bab II berisi tentang landasan teori yang dilanjutkan metode penelitian dan langkah-langkah penelitian dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana cara yang dipergunakan dalam penulisan proposal skripsi ini. Kemudian sistematika penulisan yang memaparkan ruang lingkup

penulisan hasil penulisan secara deskriptif, sehingga antara satu dengan yang lainnya saling terkait.

Bab III adalah Metode Penelitian. Pada bab ini menjabarkan mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, variabel penelitian, data dan sumber penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

Bab IV adalah hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai hasil analisa penelitian yang berupa penyajian data dan analisis data dari masalah yang diteliti yaitu “penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) di SD Muhammadiyah Karangharjo Berbah Sleman Yogyakarta”

Bab V yaitu kesimpulan dan saran. Pada bagian ini peneliti akan memeparkan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan dan disampaikan secara lugas, tegas, dan sesuai permasalahan yang diambil.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan mempunyai beberapa tahapan, yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan juga tahap evaluasi. Beberapa langkah yang harus dilalui dalam manajemen pemasaran jasa pendidikan ini yaitu pembentukan panitia, rapat penentuan peserta didik, pembuatan dan pemasangan pengumuman yang berupa pamflet, brosur, dan juga banner. Setelah tahapan penyebaran informasi, kemudian tahap pendaftaran peserta didik baru, seleksi peserta didik, penentuan peserta didik baru, pengumuman peserta didik yang diterima, dan pendaftaran ulang bagi peserta didik yang diterima.

Proses implementasi dari manajemen marketing dalam penerimaan peserta didik baru di SD Muhammadiyah Karangharjo yaitu dengan melakukan pemasaran dengan cara melalui promosi yang variatif, dengan menggunakan media cetak, media sosial, dan media *offline* (kegiatan sekolah). Langkah yang dilakukan yaitu dengan mengidentifikasi segmen pasar, melakukan positioning, kemudian menonjolkan diferensiasi produk. Upaya sekolah dalam meningkatkan pengguna jasa yaitu dengan menawarkan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Faktor pendukung dalam penerapan manajemen marketing pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru ini adalah *support system* yang didukung penuh oleh yayasan Muhammadiyah, adanya tim penyelenggara PPDB yang solid, dan kepercayaan wali murid. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain masih banyaknya orang tua yang menganggap peran sekolah kurang maksimal, daya dukung dari SDM guru belum memadai, dan juga dana dukung yang terfokuskan untuk proses.

## **B. Saran - saran**

Berdasarkan kegiatan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan peneliti, yaitu:

1. Kepada lembaga pendidikan SD Muhammadiyah Karangharjo pada umumnya untuk mengelola sistem pemasaran sekolah secara profesional dan maksimal, sehingga akan membawa input dan output yang baik untuk kedepannya.
2. Kepada kepala sekolah, guru dan karyawan untuk terus meningkatkan pelayanan - pelayanan yang terbaik kepada masyarakat karena dengan memberikan pelayanan yang dimiliki akan menghasilkan kualitas dan kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap SD Muhammadiyah Karangharjo sehingga peminatnya juga akan semakin meningkat.
3. Para peneliti lain bisa memperkaya penelitian ini dengan perspektif yang berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Abrori, Maskub. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik." *Jurnal El Tarbawi* Vol. 3 (2015).
- Abdullah, Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Amalia, Lili, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di SMP Harapan Baru Bekasi, *Skripsi*, Jakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Syarif Hidayatullah, 2017.
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta, 2011.
- Anwar, Dedik Fatkul, Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Peminat Layanan Pendidikan di Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta, *Tesis*, (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2014)
- Arifin, Zainal, *Penelitian Pendidikan: Metode Paradigma Baru*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2011.
- Arikunto, Suharsimi, *Dasar – Dasar Evaluasi Pendidikan*, Yogyakarta; Bumi Aksara, 2021.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Pendidikan*, Yogyakarta; Aditya Media, 2008.
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- At-Tanzil. *Al-Quran dan Terjemahan*. Bandung: Sinar Baru Al Gesindo, 2007.
- Badrudin, *Dasar Dasar Manajemen*. Bandung : Alfabeta, 2015.
- Barlian, Eri. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Padang: Sukabina Press, 2016.
- Departemen Agama RI Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, *Pusat Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Agama dan Keagamaan*, Jakarta: Departemen Agama RI Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, 2007.
- Depdiknas, *Manajemen peningkatan mutu berbasis sekolah*. Jakarta: Direktorat



- Pendidikan Menengah Umum, 2006.
- Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman, Petunjuk Teknis Penerimaan Peserta Didik Baru Pada Sekolah Dasar Di Kabupaten Sleman Tahun Pelajaran 2021/2022/Peraturan Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Sleman Nomor 02 Tahun 2021, 5 Mei 2021.
- Faizin, Imam, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah”, *Jurnal Madaniyah*, Vol. 7, Agustus 2017.
- Fradito, Aditia, Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN 2 Malang, *Tesis*, Malang : Program Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim, 2016.
- Ghoni, M. Djunaedi dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2014.
- Guba & Lincoln. 1981. *Effective Evaluation*. San Fransisco: Jossey Bass Publisher.
- Gunawan, Imam, *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Praktek)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Hamid, Djamhur, *Konsep Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Tangerang Selatan : Universitas Terbuka, 2015.
- Heryati, Yeti, Muhsin, Mumuh, *Manajemen Sumber Daya Pendidikan*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Hidayat, Ara, dan Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan : Konsep, Prinsip dan Aplikasi dalam mengelola sekolah dan madrasah*. Bandung: Pustaka Educa, 2010.
- Imran, Ali. *Manajemen Peserta Didik Berbasis Sekolah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011.
- Jahari, Jaja dan Amirullah Syarbini, *Manajemen Madrasah Teori, Strategi, dan Implementasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Juwariyah, *Dasar Dasar Pendidikan Anak dalam Al Quran*, Yogyakarta : Teras, 2010.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2008
- Kemendiknas, *Standar kompetensi kepala sekolah/madrasah.*, Jakarta:

- Kemendiknas, 2007.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan, *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 51 Tahun 2018*, 31 Desember 2018.
- Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak - Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan, *Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 44 Tahun 2019*, 10 Desember 2019.
- Khasanah, Afidatun. "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden." *Jurnal Manajemen Pendidikan* Vol. VIII (2015).
- Kholis, Nur, *Manajemen Strategi Pendidikan*, Surabaya : UIN Sunan Ampel, 2014.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Prentice Hall Inc, 1997.
- \_\_\_\_\_. *Marketing*. Vol. Jilid 1. Jakarta: Erlangga, 1994.
- \_\_\_\_\_. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo, 2000.
- Kurniasari, Khafidoh, Peran Kepala Madrasah dalam Menerapkan Manajemen Berbasis Sekolah di Madrasah Aliyah Negeri Laboratorium Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (Tahun Jaran 2009/2010), *Skripsi*, Yogyakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Mahmud, Marzuki. *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Penerimaan Peserta Didik Baru pada Taman Kanak - Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah

- Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan, *Permendikbud Nomor 44 Tahun 2019*, 10 Desember 2019.
- Meolong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- Mufidah, Nurul, Peran Kepala Madrasah Sebagai Manajer dalam Implementasi Manajemen Berbasis Madrasah Di Madrasah Ibtidaiyah Muhammadiyah Negeri (MIN) Jejeran Bantul Yogyakarta, *Skripsi*, Yogyakarta : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Muhaimin, dkk. *Manajemen Pendidikan : Aplikasi dalam penyusunan Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- \_\_\_\_\_. *Manajemen Pendidikan*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Mukmin, Baba, “Manajemen Pemasaran Jasa Sekolah Dasar Terpadu,” *Jurnal Isema*, Vol. 5, No. 1, Juni 2020.
- Mulyasa, E, *Manajemen Berbasis Sekolah : Konsep, Strategi, Dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- \_\_\_\_\_. *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- \_\_\_\_\_. *Menjadi kepala sekolah Profesional*, Bandung: PT Remaja Rodakarya, 2013.
- Mustaqim. “Sekolah/Madrasah Berkualitas dan Berkarakter.” *Jurnal Nadwa* Vol. 6 (Mei 2021).
- Mustari, Mohammad. *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Muti’ah, Yuta, “Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Layanan Pendidikan di Mts Darul Ulum Waru Sidoarjo”, *Skripsi*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020.
- Noor, Juliansyah, *Metodologi penelitian*, Jakarta : Kencana, 2012.
- Nurkolis, *Manajemen Berbasis Sekolah*, Jakarta: PT. Grasindo, 2006.
- Pidarta, Made, *Pemikiran tentang Supervisi Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 1992.

- Prastowo, Andi, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni, “Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi”, *Jurnal Tirtayasa Ekonomi*, Vol. 12, No. 2, 2017.
- Rahmanto, Wibowo, Ahmad Darmadji. *Strategi Kepala Madrasah dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru di MIN Melikan Rongkop Gunung Kidul Tahun Pelajaran 2016/2017*, Jurnal, (Yogyakarta : 2017)
- Ratnasari, Ririn Tri. “Strategi Pemasaran Sekolah dalam Meningkatkan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model.” *Jurnal Manajemen Pendidikan* Vol. 5 (Juni 2018).
- Rohiat. *Manajemen Sekolah*. Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Sabhana, M., Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Saroni, Muhammad, *Manajemen Pendidikan Kiat Menjadi Pendidik yang Profesional*, Yogyakarta: Ar-Ruz, 2006.
- Setiawan, Much Fuat, “Pengelolaan Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Pada SD Muhammadiyah Program Khusus Banyudono”, *Tesis*, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018.
- Sofyan, Iban, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Graha Ilmu. 2015.
- Sugiyono, *Meode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukmadinata, Nana Syaodih, *Meodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Sunarya, Lusyani, Maimunah, Sari, Ratna, “Media Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada SMK Multimedia Mandiri” *Jurnal CCIT (Creative Communication and Innovative Technology)*, Vol. 12, No. 1, 2019.
- Sunyoto, D., *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CAPS, 2012.
- Suryani, Ita, “Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan

- Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat)”, *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 2, 2014.
- Suryosubroto, B. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Suwarno, Wiji, *Dasar-dasar Ilmu Pendidikan*, Yogyakarta: Ar-Ruz, 2006.
- Taufiqurokhman, *Manajemen Strategi*, Jakarta : Universitas Dr Moestopo Beragama, 2016.
- Tim Dosen Administrasi Pendidikan. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Tim Dosen UPI. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi, 2000.
- Umar, Bukhori. *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Amzah, 2011.
- Umar, Husein, *Strategic Management in Action*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Undang Undang Republik Indonesia, Sistem Pendidikan Nasional, Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003, 8 Juli 2003.
- Usman, Husaini, *Manajemen Teori Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Wahjosumidjo, *Kepemimpinan Kepala Sekolah*, Jakarta; PT. Raja Grafindopersada, 2003.
- Wijaya, David. *Pemasaran Jasa Pendidikan sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing*. Jakarta: Salemba Wijaya, 2012.
- Yulk Gary, *Kepemimpinan dalam organisasi*, Jakarta: PT. Indeks, 2010.