

MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PAUD SEBAGAI UPAYA

PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN

(Studi Kasus di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Kec. Winong Kab. Pati)



Oleh :

ISTIDAMAH NAILAL AFIYAH

NIM. 19204032008

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
**Diajukan kepada Program Magister (S2)
Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh**

Gelar Magister Pendidikan (M.Pd)

Pogram Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini

YOGYAKARTA

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Istimah Nailal Afiyah

NIM : 19204032008


Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 22 Desember 2021

Saya yang menyatakan,


Istimah Nailal Afiyah
NIM: 19204032008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Istidamah Nailal Afiyah

NIM : 19204032008


Jenjang : Magister (S2)

Program Studi : Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Desember 2021

Saya yang menyatakan,


Istidamah Nailal Afiyah
NIM: 19204032008

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-241/Un.02/DT/PP.00.9/01/2022

Tugas Akhir dengan judul : MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PAUD SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI RA
ROUDLOTUSYSYUBBAN TAWANGREJO KEC. WINONG KAB. PATI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ISTIDAMAH NAILAL AFIYAH, S.Pd
Nomor Induk Mahasiswa : 19204032008
Telah diujikan pada : Kamis, 30 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. H. Suyadi, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 61f200e7d2daa



Penguji I

Dr. Hj. Erni Munastiwi, MM.
SIGNED

Valid ID: 61f344f6b1f1b



Penguji II

Dr. H. Khamim Zarkasih Putro, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 61e6459701f68



Yogyakarta, 30 Desember 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 61f35473d1967

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

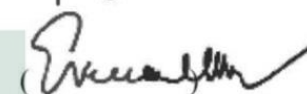
Tesis berjudul : MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PAUD
SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MUTU
PENDIDIKAN (STUDI KASUS DI RA
ROUDLOTUSYSYUBBAN TAWANGREJO KEC.
WINONG KAB. PATI)

Nama : Istidamah Nailal Afiyah
NIM : 19204032008
Prodi : PIAUD
Kosentrasi : PIAUD

telah disetujui tim penguji ujian munaqosyah
Ketua/ Pembimbing : Dr. H. Suyadi, MA.



Penguji I : Dr. Hj. Erni Munastiwi, M. M



Penguji II : Dr. H. Khamim Zarkasih Putro, M.Si.



Diuji di Yogyakarta pada tanggal 30 Desember 2021

Waktu : 08.00-09.00 WIB.

Hasil/ Nilai : 93/A-

IPK : 3,86

Predikat : Memuaskan /Sangat Memuaskan/Dengan Pujian

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum, Wr. Wb.
Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

**MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PAUD SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN(Studi Kasus di RA
Roudlotusyubban Tawangrejo Kec. Winong Kab. Pati)**

Yang ditulis oleh :

Nama : **Istidamah Nailal Afiyah, S.Pd**
NIM : 19204032008
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD)

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Magister (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini (M.Pd).

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Yogyakarta, 24Desember 2021

Pembimbing,



Dr. H. Suyadi, S.Ag., M.A

NIP. 19771003 200912 1 001

MOTTO

Man Jadda Wa Jadda. Untuk mendapatkan sesuatu kita harus berusaha. Sebab tidak ada keinginan yang serta merta bisa langsung terwujud tanpa usaha apapun. Laa yukallifullaa nafsan illaa wus'ahaa: Tak ada satu manusiapun yang hidup tanpa beban, hidup tanpa masalah. Tidak. Jika ada, maka sebenarnya dirinya adalah masalah itu sendiri.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

*Karya ini kupersembahkan kepada Almamater tercinta: Program Magister
Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.*



ABSTRAK

Istidamah Nailal Afiah. *Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan (Studi Kasus di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Kec. Winong Kab. Pati).* Tesis. Yogyakarta: Program Magister, Prodi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021.

Pentingnya manajemen pemasaran sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya lembaga PAUD yang didirikan maka persaingan makin ketat. Adanya persaingan tersebut, lembaga PAUD seharusnya menjaga mutu sebaik-baiknya. Salah satu upaya meningkatkan mutu layanan pendidikan melalui manajemen pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo.

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian meliputi satu orang kepala sekolah, dua orang guru, satu orang bendahara sekolah dan tiga orang wali murid. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi data.

Hasil penelitian menunjukkan: Pertama, implementasi manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban dilakukan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Perencanaan meliputi pembentukan kepanitiaan, menentukan rencana daerah pemasaran, segmentasi dan positioning. Pelaksanaan dilakukan atas dasar perencanaan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan pelaksanaan pemasaran. Kedua, upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo dilakukan melalui perbaikan input, proses dan output secara terus menerus dengan berusaha memenuhi standar perbaikan mutu dalam pendidikan. Ketiga, faktor pendukung meliputi kepemimpinan kepala sekolah yang baik, pendidik yang profesional, sarana dan prasarana yang memadai, biaya pendidikan yang terjangkau. Faktor penghambat meliputi banyaknya pesaing karena semakin banyak lembaga pendidikan anak usia dini yang didirikan, dan jumlah pendaftar yang melampaui batas.

Kata Kunci: *Manajemen Pemasaran, Lembaga PAUD, Mutu Pendidikan*

ABSTRACT

Istidamah Nailal Afiyah. *Marketing Management of Early Childhood Education Institutions as an Effort to Improve Education Quality (Case Study at RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Kec. Winong Kab. Pati). Thesis. Yogyakarta: Masters Program, Early Childhood Islamic Education Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2021.*

This research is motivated by the importance of marketing management as an effort to improve the quality of education. The more PAUD institutions are established, an institution must have quality educational service products so that they are not distracted. This increase in quantity must be accompanied by an increase in the quality of education as well. because a quality PAUD institution will be accepted by the community and will not be abandoned by its customers. One of the institutions of RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati can maintain and maintain its quality well even though it has been established for decades. The purpose of this study was to examine the marketing management of PAUD institutions as an effort to improve the quality of education at RA Roudlotusysyubban Tawangrejo.

This research method uses descriptive qualitative research. The research subjects were one principal, two teachers, one school treasurer and three guardians. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. The data analysis technique uses the stages of data reduction, data presentation, and conclusions. Meanwhile, to test the validity of the data using data triangulation techniques.

The results showed: The results showed: First, the implementation of PAUD marketing management as an effort to improve the quality of education at RA Roudlotusysyubban was carried out through the stages of planning, implementation and evaluation. Planning includes the formation of a committee, determining the marketing area plan, segmentation and positioning. Implementation is carried out on the basis of planning. Evaluation is carried out to find out the advantages and disadvantages of marketing implementation. Second, efforts to improve the quality of education at RA Roudlotusysyubban Tawangrejo are carried out through continuous improvement of inputs, processes and outputs by trying to meet quality improvement standards in education. Third, supporting factors include good principal leadership, professional educators, adequate facilities and infrastructure, affordable education costs. The inhibiting factors include the large number of competitors due to the increasing number of early childhood education institutions being established, and the number of applicants exceeding the limit.

Keywords: *Marketing Management, early childhood education institution, quality of education*

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ ، نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَا بَعْدُ

Dengan menyebut nama Allah, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah, Tuhan semesta alam. Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini berupa tesis. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah menuntun manusia dengan warisan petunjuk untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Hari demi hari dan bulan demi bulan penulis luangkan waktu dalam mengerjakan tesis ini yang membahas tentang manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan (studi kasus di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Kec. Winong Kab. Pati). Berkat akal yang diberikan oleh Zat Yang Maha Pencipta, doa dan ikhtiar sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dan penulis dapat mengambil manfaatnya.

Terselesaikannya tesis ini semoga dapat memberikan manfaat dan sumbangsih kepada segenap lembaga pendidikan yang relevan. Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan motivasi dari semua pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang memberikan kesempatan belajar kepada penulis di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staf, yang telah membantu penulis dalam menjalani studi di Program Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. H. Suyadi, M.A., selaku ketua Program Studi Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini dan pembimbing tesis yang telah mencurahkan kesabaran serta meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna memberi bimbingan dan arahan yang sangat berarti dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini. Serta Dr. Hj. Na'imah, M. Hum., selaku Sekretaris Program Studi Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberi masukan, nasihat, motivasi, bimbingan dan informasi-informasi penting terkait dengan kemajuan penulis dalam menjalani studi di Prodi Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Hj. Maemonah, M.Ag., selaku Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingan serta dukungan dalam keberhasilan selama studi di Prodi Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

5. Dosen Penguji I Dr. Hj. Erni Munastiwi, M.M., dan dosen Penguji II Dr. H. Khamim Zarkasih Putro, M.Si., yang telah memberikan masukan-masukan, saran dan dukungan sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kepala Sekolah beserta segenap civitas RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati yang telah memberikan izin dan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Ayahanda tercinta H. Ali Fathan, S.Ag dan Ibunda tersayang Hj. Zumrotul Choeroh, S.Ag kedua orang tua yang telah mendidik dan selalu mendukung secara moril dan materil serta mendoakan penulis dalam setiap langkah untuk menyelesaikan perkuliahan ini. Tak lupa untuk adikku Manunal Ahna' Adkhani, Muhammad Yusaq Haidar Maula, dan Nadza Zannuba Haidaroh yang selalu memberi semangat kepada penulis.
9. Sahabat-sahabatku seluruh anggota keluarga mahasiswa Program Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan tahun 2019 semester genap dan para senior yang telah memberikan motivasi, saran dan sumbangan pemikiran dalam penyusunan tesis ini. Kebersamaan kita akan menjadi saksi perjuangan dan perjalanan kita yang sangat indah dibingkai dengan kenangan terindah dalam hidup. Sukses untuk kita semua.

10. Semua pihak yang terlibat dalam membantu menyelesaikan penyusunan tesis ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tesis ini. Saran yang membangun penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini agar lebih baik. Semoga semua bantuan, bimbingan, dukungan tersebut diterima sebagai amal baik oleh Allah AWT, Aamiin.

Yogyakarta, 23 Desember 2021

Penulis



Istidamah Nailal Afiyah
NIM:19204032008



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
PERSETUJUAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Pembahasan	23
BAB II : KAJIAN TEORI.....	25
A. Manajemen Pemasaran.....	25
B. Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini	47
C. Mutu Pendidikan	53
BAB III : GAMBARAN UMUM SEKOLAH	65
A. Sejarah RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati	65
B. Letak Geografis RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati	66
C. Visi, Misi, dan Tujuan RA RoudlotusysyubbanTawangrejo Winong Pati	67
D. Struktur Kepengurusan RA Roudlotusysyubban Tawangrejo	68
E. Beban Belajar di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati	70

F. Keadaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan RA Roudlotusysyubban.	72
BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	73
A. Implementasi Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di RA Roudlotusysyubban	73
B. Upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban	99
C. Faktor Pendukung dan Penghambat Manajemen Pemasaran sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di RA Roudlotusysyubban	115
BAB V : PENUTUP	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	176



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Unsur-Unsur Pendidikan.....	60
Tabel 3.1 Kondisi Pendidik dan Tenaga Kependidikan RA RSY	72
Tabel 4.1 Perencanaan Jadwal Pelaksanaan Pemasaran RA RSY.....	76
Tabel 4.2 Jumlah Peserta Didik RA RSY	102



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Dokumentasi Brosur RA Roudlotusysyubban	85
Gambar 4.2 Dokumentasi Media Sosial RA Roudlotusysyubban	85
Gambar 4.3 Dokumentasi Bangunan dan Halaman RA RSY	95
Gambar 4.4 Dokumentasi Piala dan Penghargaan RA RSY	114



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Kepengurusan RA RSY TP. 2021/2022 69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, persaingan lembaga pendidikan semakin pesat. Hal ini berdampak pada tingginya persaingan antar sekolah yang semakin *interaktif* untuk mendapatkan peserta didik. Dalam usaha untuk memajukan lembaga pendidikan, khususnya untuk menarik peserta didik baru, suatu lembaga pendidikan harus memiliki manajemen atau strategi guna memajukan lembaga pendidikan. Salah satu usaha untuk mendapatkan peserta didik baru, lembaga pendidikan harus memiliki manajemen pemasaran. Sehingga pentingnya pemasaran dalam lembaga pendidikan mutlak diperlukan untuk mendapatkan peserta didik baru.¹

Dengan adanya manajemen pemasaran yang baik, harapannya suatu lembaga pendidikan mendapatkan peserta didik baru. Dikarenakan dalam lingkungan sekolah, peserta didik begitu penting bagi lembaga pendidikan dan merupakan unsur utama dalam sebuah kegiatan pendidikan. Oleh sebab itu, apabila dalam lembaga pendidikan tidak ada peserta didik maka tidak akan ada kegiatan pendidikan.²

Di era persaingan antar lembaga pendidikan yang sangat ketat seperti sekarang, sekolah harus berjuang secara sungguh-sungguh untuk mendapatkan peserta didik. Banyak lembaga pendidikan yang mati dan tutup

¹Eca Gesang Mentari and Wahyu Purwasih, "Manajemen Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Mutu Pendidikan Di TK An Nur 1 Yogyakarta," *Al Athfal: Jurnal Kajian Perkembangan Anak Dan Manajemen Pendidikan Usia Dini* 1, no. 1 (November 10, 2018): 91–105.

²Akhmad Muadin, "Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam dan Pondok Pesantren," *Halimi: Journal of Education* 2, no. 1 (October 24, 2021): 54–68.

karena kehabisan peserta didik, bahkan banyak yang mengatakan bahwa mencari peserta didik lebih sulit dibandingkan mencari guru baru. Untuk mendapatkan guru baru cukup membuka lamaran, sehari sudah banyak yang datang. Sedangkan mencari peserta didik, belum tentu dengan memasang sepanduk dan menyebarkan brosur peserta didik akan datang.³

Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam kegiatan pendidikan di era persaingan seperti ini, peserta didik merupakan unsur penting yang harus dimenej dan dihargai martabatnya tidak jauh beda dengan konsumen/pembeli dalam dunia usaha.⁴ Sebenarnya dalam lembaga pendidikan apabila memahami atau memiliki strategi dalam pemasaran, tidak kesulitan untuk mendapatkan peserta didik baru. Oleh sebab itu, dalam upaya peningkatan pelayanan pendidikan sangat diperlukan pemasaran jasa pendidikan untuk menarik orang tua maupun peserta didik baru dan memberikan mutu pendidikan yang bagus dari hasil output suatu lembaga pendidikan.⁵

Bukan hanya untuk mendapatkan peserta didik saja, manajemen pemasaran juga memiliki usaha untuk memberikan kepuasan kepada peserta didik (pelanggan). Salah satu kepuasan pelanggan dapat dilihat dari mutu pendidikan dalam suatu lembaga. Banyak lembaga pendidikan berdiribaik dari naungan yang telah dikelola pemerintah maupun dari swasta, namun semua itu memiliki mutu yang berbeda-beda. Salah satunya dapat dilihat dari

³Liah Siti Syarifah, "Bagaimana pemasaran jasa pendidikan mempengaruhi pesantren: Efek pada aspek mutu," *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 9, no. 1 (May 1, 2021): 34–42, <https://doi.org/10.21831/jamp.v9i1.38115>.

⁴Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2008), hlm. 177-178.

⁵Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi Kelima Cetakan Revisi*, Bandung: Alfabeta, 2004.

outputnya, output pendidikan disini maksudnya adalah kinerja sekolah. kinerja sekolah adalah prestasi sekolah yang dihasilkan dari proses/perilaku sekolah. Kinerja sekolah dapat diukur dari kualitas, efektivitas, inovasi, produktifitas, kulitas kehidupan kerja, dan moral kerjanya. Khususnya yang berkaitan dengan mutu output sekolah.⁶ Sekolah sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan peserta didik (pelanggan), karena pendidikan dapat membentuk pribadi manusia yang dewasa, bertanggung jawab, berkepribadian, berpengetahuan dan juga terampil. Melalui proses pendidikan maka akan mendapati dan mengenali ilmu pendidikan sebanyak-banyaknya sehingga mampu bersosialisasi di tengah-tengah kehidupan masyarakat.⁷

Pemasaran tidak hanya dipakai oleh lembaga profit saja, akan tetapi dipakai pula oleh lembaga non profit.⁸ Pentingnya sebuah pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk atau jasa dengan pihak lain (konsumen),⁹ maka pemasaran hampir dilakukan oleh setiap lembaga atau organisasi baik itu bisnis maupun non bisnis yang tidak dapat lepas dari *marketing* (pemasaran)

⁶ H.E Mulyasa, *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 158.

⁷ Abdul Hafiz and Hasni Noor, "Pendidikan Anak dalam Perspektif Alquran," *Muallimuna: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah* 1, no. 2 (April 10, 2016): 112–27, <https://doi.org/10.31602/muallimuna.v1i2.389>.

⁸ Maskub Abrori, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda," *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)* 3, no. 2 (December 1, 2015), <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.

⁹ Muhaimin, Suti'ah, Sugeng Listyo Prabowo, *Manajemen Pendidikan Aplikasi dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 97.

demi kebaikan suatu lembaga atau organisasi. Dalam konteks lembaga pendidikan, pemasaran dapat diartikan sebagai pengelolaan yang sistematis dari pertukaran nilai-nilai yang sengaja dilakukan untuk mempromosikan visi misi sekolah berdasarkan pemuasan kebutuhan nyata baik itu untuk *stakeholder* ataupun masyarakat sosial pada umumnya.¹⁰

Bagi lembaga pendidikan yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta khususnya Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) persaingan semakin ketat. Hal ini ditandai dengan munculnya banyak lembaga PAUD di berbagai daerah termasuk pedesaan baik yang dikelola oleh masyarakat melalui berbagai organisasi kemasyarakatan maupun yayasan swasta, banyak yang tidak mendapatkan peserta didik baru. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menunjukkan bahwa pada tahun 2020/2021 lembaga PAUD di Indonesia sudah mencapai 90.051. Sedangkan di Provinsi Jawa Tengah sendiri sudah mencapai 27.133.¹¹ Semakin meningkatnya jumlah lembaga PAUD menunjukkan bahwa telah terjadi peningkatan terhadap penyelenggaraan layanan PAUD secara kuantitas di Indonesia. Oleh sebab itu, peningkatan kuantitas tersebut harus berbanding lurus dengan peningkatan kualitas lembaga PAUD juga.¹²

¹⁰Abrori, "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda."

¹¹ Data Statistik Pendidikan Anak Usia Dini 2020/2021, Jakarta: Sekretariat Jendral Pusat Data dan Teknologi Informasi Kemendikbud, 2021, http://publikasi.data.kemdikbud.go.id/uploadDir/isi_C27BA606-9DC6-4915-B975-392598A7821C_.pdf (online) diakses pada tanggal 12 Oktober 2021.

¹²Muhamad Khoirul Umam, "PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN MELALUI MANAJEMEN PESERTA DIDIK," *Al-Hikmah: Jurnal Kependidikan Dan Syariah* 6, no. 2 (January 19, 2019): 62–76.

Sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang berkaitan dengan pendidikan anak usia dini pada bab 1 pasal 1 ayat 14 disebutkan bahwa pendidikan anak usia dini adalah sebuah upaya pembinaan yang ditujukan kepada anak usia 0-6 tahun dengan melalui pemberian rangsangan pendidikan guna membantu dalam pertumbuhan dan perkembangan jasmani serta rohani, dimaksudkan agar anak memiliki kesiapan dalam memasuki pendidikan lebih lanjut.¹³ Usia dini merupakan masa yang sangat penting bagi anak atau dapat disebut dengan sebagai masa keemasan (*golden age*), karena pada usia tersebut anak dapat mengembangkan semua potensinya dan segala aspek keterampilan serta perkembangannya apabila diberikan rangsangan berupa pendidikan dengan tepat.

Semakin bertambah banyaknya lembaga pendidikan anak usia dini yang beroperasi dan menawarkan keunggulannya, hal ini membuat adanya unsur kompetisi antar lembaga. Kemampuan berkompetisi tersebut menentukan lembaga itu mampu bertahan atau tidak karena lembaga pendidikan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pelanggannya (peserta didik). Daya saing ini ditentukan oleh pembelajaran yang berkualitas, sarana dan prasarana yang mendukung, pendidik yang berkualitas dan lain-lain. Disamping itu, lembaga pendidikan tentu harus dikenalkan oleh masyarakat luas. Kemampuan administrator dalam memahami pemasaran

¹³ Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1 Ayat 14.

lembagapendidikan menjadi prasyarat dalam mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan sebuah lembaga.¹⁴

Dalam sebuah penelitian terkait evaluasi program pendidikan anak usia dini (PAUD) menunjukkan bahwa ada beberapa lembaga yang belum memenuhi standar penyelenggaraan pendidikan anak usia dini salah satunya yakni masih banyak tenaga pendidik yang mayoritas lulusan SMA/MA. Guru ini mayoritas belum mendapatkan pelatihan dalam bidang pendidikan dan pengajaran digelutinya. Padahal standar PAUD mengharuskan pendidikan yang ada di lembaga PAUD harus lulusan pendidikan sarjana (S1) jurusan pendidikan/psikologi dan memiliki beberapa kompetensi yang disyaratkan.¹⁵ Hal tersebut harus diperhatikan oleh lembaga pendidikan karena pandangan masyarakat terhadap kualitas dunia pendidikan saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Sehingga menjadikan mutu lembaga pendidikan harus mempunyai kualitas yang lebih baik.

Sebagaimana yang telah terjadi di lapangan bahwa RA Roudlotusysyubban Tawangrejo setiap tahunnya mendapatkan peserta didik banyak karena memunculkan kekhasan lembaga dengan mengenalkan budaya ahlussunnah waljamaah serta memiliki visi lembaga terciptanya generasi yang cerdas, mandiri dan bertaqwa. RA Roudlotusysyubban Tawangrejo merupakan lembaga pendidikan yang menjadi *setting* penelitian. Alasan

¹⁴ Yoyon Bahtiar Irianto, *Modul Pemasaran Pendidikan*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2011), hlm. 201.

¹⁵Alma Nurbaitillah Suryana, Ahmad Hamdan, and Lilis Karwati, "EVALUASI PROGRAM PENDIDIKAN ANAK USIA DINI (PAUD) DI PKBM DANIS JAYA KOTA TASIKMALAYA," *Jendela PLS* 3, no. 1 (2018): 6–10, <https://doi.org/10.37058/jpls.v3i1.1613>.

terpenting yang menjadikan peneliti memilih instansi tersebut sebagai lokasi penelitian karena peneliti tertarik untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam lagi mengenai manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo yang telah berdiri sejak tahun 1997 hingga sekarang (24 tahun).

Melihat permasalahan yang terjadi di lapangan, penting sekali memajemen pemasaran lembaga pendidikan khususnya pendidikan anak usia dini. Bukan hanya manajemen peserta didiknya saja, melainkan semua hal yang berkaitan dengan manajerial pengelolaan dan pengembangan dalam lembaga RA Roudlotusysyubban. Hal tersebut dilakukan agar eksistensi lembaga pendidikan yang dikelola tidak ditinggalkan oleh masyarakat luas. Harapannya pengelolaan yang dilakukan merupakan sebuah upaya dalam peningkatan mutu layanan pendidikan yang semakin baik dan memuaskan. Oleh sebab itu peneliti ingin mengkaji lebih dalam lagi mengenai manajemen pemasaran lembaga PAUD dan menungkan dalam tesis yang berjudul “Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana implementasi manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo?
2. Bagaimana upaya peningkatan mutu di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo?

3. Apa faktor pendukung dan penghambat dalam manajemen pemasaran lembaga sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan implementasi manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban.
2. Untuk mendeskripsikan upaya peningkatan mutu di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo.
3. Untuk mengetahui implikasi manajemen pemasaran terhadap mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo.

D. Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, kegunaan yang diharapkan penulis terdiri dari dua macam yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Bagi akademisi atau pembaca, penelitian tesis ini diharapkan dapat menambah khazanah pengetahuan mengenai manajemen pemasaran lembaga pendidikan anak usia dini, sekaligus menambah referensi pengetahuan bagi mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Program Magister Pendidikan Islam Anak Usia Dini.
 - b. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian dapat digunakan sebagai implikasi lebih lanjut dalam memberikan informasi guna menciptakan peningkatan kemampuan pemahaman mengenai manajemen lembaga PAUD yang berkualitas dan sesuai dengan

kebutuhan masyarakat. Serta dapat digunakan sebagai bahan kajian awal untuk mendorong penelitian lanjutan yang lebih mendalam lagi.

c. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk sarana pengembangan ilmu pengetahuan.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Penelitian tesis ini diharapkan dapat berguna bagi lembaga pendidikan dan dapat dijadikan sebagai bahan masukan mengenai pengaruh manajemen pemasaran lembaga PAUD terhadap peningkatan mutu pendidikan.

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi para praktisi pendidikan dalam upaya peningkatan mutu pendidikan khususnya pendidikan anak usia dini agar semakin meningkat.

E. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kajian pustaka terhadap beberapa hasil penelitian sebelumnya. Menurut peneliti, penelitian tentang “Manajemen Pemasaran Lembaga PAUD sebagai Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan” belum pernah dilakukan. Namun, ada beberapa penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya memiliki kesamaan dalam penelitian ini.

1. Penelitian oleh Liah Siti Syarifah (2021) dengan judul Bagaimana Pemasaran Jasa Pendidikan Mempengaruhi Pesantren: Efek pada Aspek Mutu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa apabila nilai thitung < ttabel, maka H₀ diterima, tapi apabila nilai thitung > ttabel, maka H₀ ditolak. Dan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa thitung > ttabel (10,257 > 1,971)

sehingga H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan pemasaran pendidikan terhadap mutu Pondok Pesantren Syamsul 'Ulum dengan persentase sebesar 32,7%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan pemasaran pendidikan akan meningkatkan mutu Pondok Pesantren Syamsul 'Ulum. Hal tersebut berimplikasi bahwa Pondok Pesantren Syamsul 'Ulum seyogyanya memberi perhatian yang serius pada kebutuhan pengguna jasa pendidikan dan jeli melihat segmentasi dan penentuan sasaran.¹⁶ Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian selanjutnya yang akan dilaksanakan peneliti yaitu pada objek penelitian, subjek penelitian, metode penelitian, dan permasalahannya. Penelitian yang dibahas Liah Siti Syarifah fokus tujuannya untuk menemukan pengaruh pemasaran jasa pendidikan terhadap mutu Pondok Pesantren Syamsul 'Ulum dan Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan di lembaga pendidikan anak usia dini RA Roudlotusysyubban Tawangrejo dan penelitian yang akan dilakukan menggunakan penelitian kualitatif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji mengenai bagaimana manajemen pemasaran dan aspek mutu.

2. Penelitian tesis oleh Aditia Fradito (2016) dengan judul Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus di SDI Surya Buana dan MIN Malang). Hasil

¹⁶ Liah Siti Syarifah, "Bagaimana Pemasaran Jasa Pendidikan Mempengaruhi Pesantren: Efek pada Aspek Mutu", Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan, Vol. 9, No. 1 April 2021.

penelitian menunjukkan bahwa 1). Layanan jasa pendidikan di SDI Surya Buana dan MIN Malang 2 memprioritaskan pada upaya terpenuhinya harapan dan kepuasan pelanggan, hal ini diindikasikan dari 3 hal; a). Kepuasan/kesesuaian layanan mutu akademik. b). Kepuasan/kesesuaian standarisasi guru dan staf sekolah. c). Kepuasan/kesesuaian mutu lulusan (*output*). 2). Strategi pemasaran dalam meningkatkan citra dilakukan beberapa strategi yaitu; a). Strategi langsung. b). Strategi tidak langsung. c). Strategi *differensiasi*. d). Strategi pembiayaan. Namun demikian strategi yang efektif di SDI Surya Buana adalah dengan menunjukkan bukti kualitas lulusan dan membangun citra kepuasan layanan melalui berita dari mulut ke mulut, berbeda dengan di MIN Malang 2 yang lebih menggunakan power kepemimpinan berita dari mulut ke mulut. 3). Dampak strategi pemasaran dan implikasinya terhadap pencitraan di SDI Surya Buana dan MIN 2 Malang adalah sebagai berikut; a). Tingginya loyalitas pelanggan pengguna jasa pendidikan, b). Kepercayaan masyarakat semakin kuat. c). Adanya dukungan masyarakat, d). Terjalinnnya kerjasama yang efektif antara sekolah dan orang tua siswa.¹⁷ Dalam penelitian yang akan dilaksanakan peneliti memiliki persamaan yaitu permasalahan yang dibahas didalamnya mengenai manajemen pemasaran. Penelitian yang dilakukan oleh Aditia Fradito dengan fokus tujuannya pada upaya meningkatkan citra lembaga

¹⁷Aditia Fradito, "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang)" (Tesis, Malang, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016).

pendidikan islam dan merupakan penelitian multikasus pada sekolah dasar. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengarah pada upaya perbaikan dalam pelayanan mutu pendidikan anak usia dini.

3. Penelitian tesis oleh Qamaruddin Dwi Antoro (2015) dengan judul Manajemen Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Mutu di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran pendidikan di MI Muhammadiyah Basin menggunakan Marketing Mix: *Product* menciptakan generasi muslim yang berilmu, berprestasi, yang dilandasi keimanan ketaqwaan dan santun dalam berbudaya bangsa, *Price* menggunakan konsep kesimpulan harga-harga mutu, *Place* tidak terlalu jauh dari pusat kota Klaten, jalur untuk menuju kekota Klaten, dekat dengan kantor atau perusahaan-perusahaan, dan jalur yang mudah dilalui dengan kendaraan umum, *Promotion* membentuk panitia, sosialisasi, dan iklan melalui media, *People* sebagian besar tenaga pendidikan dan kependidikan telah menempuh jenjang pendidikan S1, dan ada beberapa jenjang S2 dan D3, *Physical Evidence* cukup memadai setingkat SD/MI, Process didukung oleh dua kurikulum yaitu kurikulum KTSP dan kurikulum 2013, serta kegiatan ekstra, kegiatan tambahan dan pembiasaan untuk pembinaan siswa. Hasil yang dicapai 1) Produk, dalam kegiatan ekstra indikatornya siswa mampu mempraktekan apa yang diminatinya, kegiatan tambahan indikatornya adalah prestasi siswa dalam perlombaan yang berhasil mendapatkan juara, 2) Tenaga pendidik dan kependidikan MI Muhammadiyah Basin semua berjumlah 30

orang, 16 guru ekstrakurikuler hal ini bisa dilihat begitu baik komunikasi antara siswa dengan guru dan lingkungan yang terdapat banyak tulisan motivasi/kebaikan. 3) Meningkatkan mutu adanya kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler, serta ada kegiatan tambahan dan pembiasaan. Adapun faktor pendukung yaitu dari sumber daya manusia, kegiatan promosi, sarana, dan dana. Sedangkan faktor penghambat terdapat pada pesaing baru, tenaga pendidik tidak tetap dan kegiatan promosi kesulitan tempat dan jadwal.¹⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti yakni terdapat pada subjek penelitian. Penelitian yang dibahas oleh Qamaruddin Dwi Antoro subjeknya yakni pada lembaga sekolah dasar. Sedangkan peneliti yang akan dilaksanakan mengarah pada pendidikan anak usia dini (PAUD). Persamaanya yaitu sama-sama mengkaji mengenai manajemen pemasaran sebagai upaya meningkatkan mutu pendidikan.

4. Penelitian oleh Taufik Rizki Sista (2017) dengan judul Implementasi Manajemen Kurikulum dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (studi kasus di SMK Migas Cepu). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) SMK Migas mendapat surat penunjukan pemerintah sebagai pelaksana kurikulum 2013, jadi pada saat ini SMK Migas masih menggunakan dua kurikulum yaitu KTSP dan kurikulum 2013; b) Perencanaan, pengembangan, pelaksanaan, dan evaluasi kurikulum di SMK Migas dilakukan secara komprehensif sesuai dengan tuntutan kurikulum 2013.

¹⁸Qamaruddin Dwi Antoro, "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Di MI Muhammadiyah Basir Kebonarum Klaten" (Tesis, Yogyakarta, Program Studi Pendidikan Islam, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

Meski terdapat beberapa kendala yang masih dapat ditangani; c) SMK Migas sangat mengedepankan peningkatan mutu sekolah. Hal ini dibuktikan dengan presensi target lulusan UN yang mencapai 100% selama empat tahun terakhir; d) Kurikulum SMK Migas memegang andil 90% terhadap pengembangan mutu sekolah. Hal ini dibuktikan dengan melaksanakan berbagai inovasi dalam perubahan model pembelajaran di sekolah.¹⁹ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti yakni terdapat pada subjek penelitian. Penelitian yang dibahas oleh Taufik Rizki Siska subjeknya yakni pada lembaga sekolah menengah kejuruan, sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan mengarah pada pendidikan anak usia dini (PAUD). Fokus penelitian yang terdahulu terletak pada manajemen kurikulum, sedangkan penelitian yang akan dilakukan fokusnya terhadap manajemen pemasaran lembaga. Persamaanya yaitu penelitian terdahulu dan sekarang sama-sama berjenis penelitian kualitatif, sama-sama mengkaji mengenai upaya meningkatkan mutu pendidikan.

5. Penelitian oleh Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh (2020) dengan judul Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis Parigi Pangandaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen strategi pemasaran pendidikan berbasis media sosial yang digunakan yaitu: *Facebook, Instagram, dan Youtube* dengan mengidentifikasi terlebih dulu

¹⁹ Taufik Rizki Siska, Implementasi Manajemen Kurikulum dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan (studi kasus di SMK Migas Cepu), Jurnal Educian Vol. 01, No. 01, Februari 2017.

di lingkungan masyarakat yang kemudian menjadi strategi pemasaran pendidikan dengan menonjolkan prestasi lembaga tersebut. Pengelolaan pendidikan yang bersifat swasta, didukung dengan stakeholders dan fasilitas yang memadai telah memberikan ciri khas dan kekuatan pada manajemen strategi pemasaran pendidikan di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis.²⁰ Yang menjadi pembeda penelitian ini dengan penelitian selanjutnya yang akan dilaksanakan peneliti yaitu pada objek penelitian, subjek penelitian, dan permasalahannya. Penelitian yang dibahas Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh fokus tujuannya untuk menjelaskan gambaran tentang penggunaan media sosial sebagai manajemen strategi pemasaran di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis. Sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan terfokus pada manajemen pemasaran jasa pendidikan dan peningkatan mutu pendidikan di lembaga paud RA Roudlotusysyubban Tawangrejo. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji mengenai bagaimana manajemen pemasaran lembaga pendidikan, jenis penelitian dan metode pengumpulan data memiliki persamaan juga.

F. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik *field research* dan pendekatan studi kasus. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo,

²⁰ Neneng Nurmalasari dan Imas Masitoh, Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis Parigi Pangandaran, re-JIEM, Vol. 3, No. 2 Desember 2020.

Winong Pati. Penelitian ini adalah penelitian yang menekankan pada hal penting yang terdapat pada suatu barang atau jasa berupa fenomena, kejadian dan gejala sosial yang dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori.²¹

Tahapan dalam penelitian ini diawali dengan kegiatan observasi/mengamati pelaksanaan manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan, kemudian wawancara secara mendalam kepada narasumber dan pengambilan dokumentasi beberapa foto dan catatan penting.²² Metode penelitian di sini di rangkai secara terstruktur atau sistematis dengan tujuan untuk mengetahui sesuatu dan mendapatkan jawaban yang tepat atas apa yang menjadi pertanyaan pada objek penelitian. Metode penelitian dapat dilihat dan dideskripsikan sebagai berikut:²³

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus yang berusaha melakukan eksplorasi secara mendalam tentang suatu kejadian, aktivitas, dan proses terhadap satu orang atau lebih yang terikat waktu dengan menggunakan pengumpulan data secara mendetail.²⁴ Penelitian ini akan menuturkan dan menganalisis manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban

²¹ Robert K Yin, *Studi Kasus Desain dan Metode*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2012), hlm. 22.

²² John W Craswll, *Research Desain (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017). hlm. 145.

²³ Nusa Putra dan Ninin Dwilestari, *Penelitian Kualitatif PAUD*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm 67-68.

²⁴ *Ibid*,..., hlm. 12.

Tawangrejo Winong Pati. Penelitian kualitatif ini mencermati suatu objek dengan menggunakan metodologi tertentu dan bertujuan untuk memperoleh data yang bermanfaat untuk meningkatkan mutu suatu hal.²⁵

Sedangkan data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan (*to describe*), menjelaskan, dan menjawab persoalan-persoalan tentang fenomena yang terjadi mengenai manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban.²⁶ Prosedur penelitian deskriptif ini dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka.

2. Sumber Data

Adapun sumber data dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu: sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Data primer atau sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun yang dimaksud sumber data primer untuk penelitian ini adalah kepala sekolah, bendahara, dan guru.
- b. Data sekunder atau sumber data yang diperoleh melalui pihak lain dengan kata lain data tidak diperoleh oleh seorang peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berbentuk data

²⁵Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014). Hlm. 41-42.

²⁶*Ibid*,..., hlm. 41

dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia. Adapun data sekunder ini, peneliti mengambil dari hasil wawancara dengan orang tua, buku-buku atau dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan.

3. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RA Roudlotusysyubban Pati yang beralamatkan di desa Tawangrejo RT/01 RW/06, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan pada semester ganjil tahun pelajaran 2021/2022 tepatnya bulan Oktober-November 2021.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dapat dilakukan dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis, logis, objektif dan rasional²⁷ untuk mengumpulkan data mengenai letak sekolah secara geografis, situasi, dan kondisi serta mengetahui berbagai kegiatan yang ada didalam RA Roudlotusysyubban. Adapun cara yang digunakan peneliti dalam membuat pedoman untuk observasi menggunakan buku catatan dan kamera digital.

Hal-hal yang diamati adalah seputar bagaimana manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu

²⁷*Ibid*,..., hlm. 231.

pendidikan di RA Roudlotusysyubban Pati. Peneliti mencatat semua hasil yang diperlukan dan terjadi selama pelaksanaan observasi berlangsung. Dalam melaksanakan observasi, lembar observasi sangat dibutuhkan agar saat melakukan observasi dapat terarah dan terstruktur sehingga hasil data yang didapat mudah untuk diolah.

b. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dengan metode ini peneliti dapat mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *draft* wawancara yang merupakan ringkasan dari hal-hal yang ingin ditanyakan. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan satu

orang kepala sekolah, satu orang bendahara, dua orang pendidik dan tiga wali murid sebagai informan. Dari hasil wawancara tersebut, maka peneliti dapat mengetahui dan mendapatkan data mengenai manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo, Winong, Pati.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan analisis beberapa dokumen yang sudah ada, sehingga peneliti mendapatkan beberapa catatan yang berhubungan dengan penelitian.²⁸ Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa sejarah berdirinya lembaga sekolah, perkembangan sekolah, struktur organisasi, keadaan siswa dan pendidik, sarana dan prasarana, proses pemasaran dan program-program lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari observasi, wawancara dan dokumentasi, selanjutnya peneliti perlu menganalisis data. Peneliti menggunakan model Milles dan Huberman, dimana analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh melalui tiga tahapan.²⁹

a. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data didapatkan ketika turun langsung di lapangan kemudian ditulis atau diketik secara terperinci dan sistematis. Data-data tersebut perlu dirangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal penting yang berkaitan dengan fokus penelitian.

Reduksi data yang peneliti dapatkan dilapangan mengenai ringkasan data kontak langsung dengan orang, kejadian dan

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 329.

²⁹ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*,..., hlm. 172.

lokasinya di lokasi penelitian. pada langkah pertama, peneliti memilih dan meringkas beberapa dokumen yang relevan. Sehingga dalam penelitian ini mendapatkan adat terkait manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusyubban Tawangrejo Winong Pati.³⁰

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Pada penelitian ini penulis menggunakan penyajian data dengan teks yang bersifat naratif.³¹ Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang mudah dipahami. Dengan menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapatkan dapat disimpulkan penulis dan memiliki makna yang jelas. Dengan melihat penyajian maka akan lebih memudahkan untuk memahami apa yang terjadi di lapangan dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman yang di

dapat dari penyajian-penyajian tersebut. Sehingga dalam mendapatkan informasi di lapangan, penulis dapat mengetahui manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusyubban Pati.

c. *Conclusion Drawing/ Verification*

Pengambilan kesimpulan dan verifikasi merupakan kegiatan akhir dalam penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada tahap

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 336.

³¹ *Ibid*,..., hlm 341.

verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh subjek tempat penelitian dilaksanakan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.³²

Pengambilan kesimpulan dan verifikasi yang peneliti lakukan berdasarkan data di lapangan dengan mengkonfirmasi makna setiap data yang diperoleh dengan menggunakan cara atau lebih sehingga penulis memperoleh informasi yang dapat digunakan untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian. Melalui pengambilan kesimpulan dan verifikasi maka penulis memperoleh informasi dan menyimpulkan dari permasalahan terkait manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati.

6. Uji Keabsahan Data

³²*Ibid*,..., hlm 345.

Uji keabsahan data dalam penelitian ini adalah dengan melalui kegiatan triangulasi data. Dari uji keabsahan data penelitian ini akan menggabungkan data dari hasil observasi/pengamatan mengenai manajemen pemasaran lembaga paud denagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo, Kec. Winong Kab. Pati. Kemudian peneliti menggabungkan data yang diamati saat observasi dengan data saat wawancara dengan pihak lembaga, baik kepala sekolah, bendahara, guru, maupun orang tua, sehingga dapat tertata dengan rapi hasil yang didapatkan. Setelah itu peneliti melihat dari hasil dokumentasi atau foto yang didapatkan saat terjun dilapangan sehingga data yang didapatkan saling berkaitan dan kuat antara observasi, wawancara, serta dokumentasinya.

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang tersusun secara sistematis dan setiap bab mempunyai pembahasan yang berbeda-beda, akan tetapi substansi pembahasannya saling berkaitan. Dengan demikian diharapkan akan terbentuk suatu sistem penulisan yang runtut. Bagian tesis ini terdiri dari lima bab yang dibuat untuk memperlihatkan secara umum pembahasan pada setiap bab mulai dari:

BAB I “Pendahuluan” didalam pendahuluan ini terdapat beberapa poin yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II, didalamnya peneliti membahas tentang teori-teori yang digunakan didalam penelitian ini termasuk penelitian terdahulu dan jurnal yang mendukung mengenai penelitian ini.

BAB III berisi deskripsi RA Roudlotusysyubban Pati, merupakan pembahasan tentang gambaran umum, profil dan kondisi objek sekolah, sejarah visi misi, tujuan sekolah, struktur organisasi, keadaan pendidik dan peserta didik, kurikulum lembaga, pendekatan pembelajaran dan program pendidikan baik dalam setiap tahunnya maupun setiap semester.

BAB IV berisi hasil dan pembahasan tentang penelitian yang telah dilakukan mengenai manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo Winong Pati, termasuk temuan-temuan baru yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dan melakukan analisis data dari hasil penelitian.

Bab V “Penutup” pada bagian ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup yang dapat diberikan pada berbagai pihak terkait tentang hasil dari penelitian ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data yang telah penulis sampaikan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi manajemen pemasaran lembaga PAUD sebagai upaya peningkatan mutu pendidikan di RA Roudlotusysyubban melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Perencanaan dengan membentuk kepanitiaan, menentukan rencana daerah pemasaran, segmentasi dan positioning. Pelaksanaan manajemen pemasaran dengan memaksimalkan media pemasaran baik cetak, maupun media sosial (facebook, whatsapp), menunjukkan program unggulan lembaga dan melakukan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran). Evaluasi manajemen pemasaran melakukan rapat evaluasi oleh seluruh guru dan staff mengenai semua proses perencanaan, dan pelaksanaan serta pembubaran kepanitiaan dalam pemasaran.
2. Upaya peningkatan mutu di RA Roudlotusysyubban Tawangrejo dilakukan secara terus menerus dengan memperbaiki input, proses, dan output. Input meliputi banyaknya peserta didik yang mendaftar setiap tahun, pendidik mengikuti berbagai seminar dan pelatihan. Proses meliputi persiapan rencana pembelajaran RPPH, RPPM, PROMES, PROTA, kegiatan pembelajaran yang inovatif dan rutin melakukan evaluasi. Output meliputi peserta didik siap untuk melanjutkan ke jenjang

berikutnya, memiliki literasi bahasa jawa yang bagus, melampaui semua indikator dalam pembelajaran.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat

a. Faktor Pendukung

- 1) Kepemimpinan kepala sekolah yang baik.
- 2) Pendidik yang professional.
- 3) Sarana dan prasarana yang memadai.
- 4) Biaya pendidikan.

b. Faktor penghambat

- 1) Banyaknya pesaing karena semakin banyak lembaga pendidikan anak usia dini yang didirikan.
- 2) Jumlah pendaftar yang melampaui batas.

B. Saran

Dalam penelitian ini penulis tidak dapat memberikan apa-apa bagi pihak lembaga RA Roudlotusysyubban Tawangrejo, peneliti hanya dapat memberikan beberapa saran yang mungkin bisa berguna bagi pihak lembaga

1. Kepada seluruh praktisi dan pengelola RA Roudlotusysyubban Tawangrejo diharapkan mampu lebih aktif dan bekerjasama untuk meningkatkan pemasaran lembaga pendidikan dengan dibarengi perbaikan-perbaikan mutu didalamnya agar mampu bersaing dengan lembaga-lembaga yang lain.
2. Sebuah lembaga harus memaksimalkan program-program kegiatan pembelajaran yang unik dan menarik agar dapat memaksimal proses perkembangan dan pertumbuhan anak usia dinisehingga output yang dihasilkan juga akan semakin baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Maskub. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di PG/TK Samarinda." *SYAMIL: Jurnal Pendidikan Agama Islam (Journal of Islamic Education)* 3, no. 2 (December 1, 2015). <https://doi.org/10.21093/sy.v3i2.245>.
- Aditia Fradito. "Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam (Studi Multikasus Di SDI Surya Buana Dan MIN Malang)." Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Program Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016.
- Ariestadi, Dian. "KAJIAN DAN PENGEMBANGAN STANDAR BANGUNAN TAMAN KANAK-KANAK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN ANAK USIA DINI DI INDONESIA." *Teknologi dan Kejuruan: Jurnal teknologi, Kejuruan dan Pengajarannya* 33, no. 2 (August 24, 2012). <https://doi.org/10.17977/tk.v33i2.3057>.
- Cahyani, Ratih, and Suyadi Suyadi. "Konsep Pendidikan Anak Usia Dini Menurut Ki Hadjar Dewantara." *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini* 3, no. 4 (2018): 219–30. <https://doi.org/10.14421/jga.2018.34-01>.
- Dkk, I Gede Nuarta. "Studi Evaluatif Pelaksanaan Program Pendidikan TAMAN Kanak-Kanak (TK)." *Jurnal Mimbar Ilmu* Vol. 25, no. No. 1 (2020): 98–109.
- Fadhli, Muhammad. "Manajemen Peningkatan Mutu Pendidikan." *Tadbir : Jurnal Studi Manajemen Pendidikan* 1, no. 2 (December 18, 2017): 215–40. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v1i2.295>.
- Fadlillah. Muhammad, 2012, *Desain Pembelajaran PAUD*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hafiz, Abdul, and Hasni Noor. "Pendidikan Anak dalam Perspektif Alquran." *Muallimuna : Jurnal Madrasah Ibtidaiyah* 1, no. 2 (April 10, 2016): 112–27. <https://doi.org/10.31602/muallimuna.v1i2.389>.
- John W Craswill. *Research Desain (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Laeli Mubaridah, 1601411050. "MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ANAK USIA DINI (Studi Pada Lembaga PAUD Di Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang)." Other, UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG, 2016. <http://lib.unnes.ac.id/29018/>.

- Lestari, S dan Ngatini, 2010, *Pendidikan Islam Kontekstual*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mansur, 2009, *Pendidikan Anak Usia Dini dalam Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mentari, Eca Gesang, and Wahyu Purwasih. "Manajemen Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Mutu Pendidikan Di TK An Nur 1 Yogyakarta." *Al Athfal: Jurnal Kajian Perkembangan Anak Dan Manajemen Pendidikan Usia Dini* 1, no. 1 (November 10, 2018): 91–105.
- Muadin, Akhmad. "MANAJEMEN PEMASARAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DAN PONDOK PESANTREN." *Halimi: Journal of Education* 2, no. 1 (October 24, 2021): 54–68.
- Munir, M. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kuantitas Peserta Didik." *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1, no. 2 (May 30, 2018): 78–94.
- Mursid, 2015, *Belajar dan Pembelajaran PAUD*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pratiwi, Indah, and Erni Munastiwi. "Analisis Strategi Pemasaran PAUD." *Indonesian Journal of Islamic Early Childhood Education* 5, no. 2 (2020): 36–40. <https://doi.org/10.51529/ijiece.v5i2.192>.
- Qamaruddin Dwi Antoro. "Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Di MI Muhammadiyah Basin Kebonarum Klaten." Tesis, Program Studi Pendidikan Islam, Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.
- Suharti. "Manajemen Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) Dalam Rangka Meningkatkan Mutu Pembelajaran (Studi Pada PAUD Negeri Pembina Curup Dan PAUD Pertiwi Kabupaten Rejang Lebong)." *Jurnal Tadbir Studi Manajemen Pendidikan* Vol. 2, no. No. 1 (2018).
- Sujiono. Yuliani Nurani, 2009, *Konsep Dasar Pendidikan Anak Usia Dini*, Jakarta Barat: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Suryana, Alma Nurbaitillah, Ahmad Hamdan, and Lilis Karwati. "EVALUASI PROGRAM PENDIDIKAN ANAK USIA DINI (PAUD) DI PKBM DANIS JAYA KOTA TASEMALAYA." *Jendela PLS* 3, no. 1 (2018): 6–10. <https://doi.org/10.37058/jpls.v3i1.1613>.
- Susanto. Ahmad, 2017, *Pendidikan Anak Usia Dini (konsep dan teori)*, Jakarta: Bumi Aksara.

- Suyadi, "Improving-The-Quality-Of-Early-Childhood-Education-Through-Branding-Management.Pdf." Accessed September 28, 2021. <https://www.ijstr.org/final-print/jan2020/Improving-The-Quality-Of-Early-Childhood-Education-Through-Branding-Management.pdf>.
- Suyadi, Suyadi. "Perencanaan Dan Asesmen Perkembangan Pada Anak Usia Dini." *Golden Age: Jurnal Ilmiah Tumbuh Kembang Anak Usia Dini* 1, no. 1 (2016): 65–74. <https://doi.org/10.14421/jga.2016.11-06>.
- Suyadi, siti umayah. "Pengembangan Kurikulum Berbasis Nusantara Dan Internasional Di PAUD Fastrack Funschool Yogyakarta | JECED : Journal of Early Childhood Education and Development," June 15, 2020. <http://jurnalftk.uinsby.ac.id/index.php/JCED/article/view/505>.
- Syarifah, Liah Siti. "Bagaimana pemasaran jasa pendidikan mempengaruhi pesantren: Efek pada aspek mutu." *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 9, no. 1 (May 1, 2021): 34–42. <https://doi.org/10.21831/jamp.v9i1.38115>.
- Trianto, 2011, *Desain Pengembangan Pembelajaran Tematik Bagi Anak Usia Dini TK/RA & Anak Usia Kelas Awal SD/MI*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Umam, Muhamad Khoirul. "PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN MELALUI MANAJEMEN PESERTA DIDIK." *Al-Hikmah: Jurnal Kependidikan Dan Syariah* 6, no. 2 (January 19, 2019): 62–76.
- Umar, Mardan, and Feiby Ismail. "Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam (Tinjauan Konsep Mutu Edward Deming Dan Joseph Juran)." *Jurnal Ilmiah Iqra'* 11, no. 2 (February 26, 2018). <https://doi.org/10.30984/jii.v11i2.581>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Zainal Arifin. *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Zazin. Nur Zazin, 2011, *Gerakan Menata Mutu Pendidikan; Teoridan Aplikasi*, Yogyakarta: Ar-RuzzMedia.