Journal of Social and Scientific Education, Vol. 3 No. 3 (2026) : 628-643 ISSN 3047-0684
Available online at: https://doi.org/10.58230/josse.v3i3.1045

Strategi Manajemen Sekolah Unggul dalam Meningkatkan Daya Saing Penerimaan Murid Baru di Sekolah Dasar Unggulan

[1]Arinda Avrillia Putri, [2]Putri Durratun Aniqoh, [3]Mukhamad Saekan Muchit, [4]Fatah Syukur, [5]Diva Fakih As Shkiy Thalib, [6]Risa Sofiati, [7]Moh. Badrudin

[123467]Pascasarjana UIN Walisongo Semarang, Indonesia
[5]Pascasarjana UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia
[1]25031380018@student.walisongo.ac.id, [2]25031380017@student.walisongo.ac.id,
[3]saekan@walisongo.ac.id, [4]fsyukur@walisongo.ac.id, [5]divafakihasshkiythalib@gmail.com,
[6]25031380022@student.walisongo.ac.id, [7]mbadrudin55@gmail.com

ABSTRACT

The implementation of the New Student Admission System (SPMB) in faith-based private elementary schools requires adaptive management functions to build competitive advantage and ensure institutional sustainability. This study aims to analyze and describe the implementation of management functions (planning, organizing, actuating, controlling) in enhancing SPMB competitiveness at SD Hj. Isriati Baiturrahman two Semarang, identify driving and inhibiting factors for expanding applicant reach from external kindergartens, and formulate a competitive managerial governance model. This research employed a qualitative approach with a single-case study design. Data were collected through in-depth interviews with the SPMB Committee, Teachers, and Parents/Guardians, limited participatory observation, and official school documentation. Data analysis followed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, comprising data condensation, data display, and conclusion drawing/verification. The results revealed that student recruitment reached near-target capacity, with the majority of applicants originating from internal foundation kindergartens rather than external kindergartens. This study synthesized a conceptual model termed the Hybrid Management Model Based on Quality, Financial Incentives, and Digital Media Synergy. This model harmoniously integrates three governance pillars: (i) program quality differentiation through the International Class Program (ICP), Tahfidzul Qur'an, and Kitab Kuning; (ii) a financial incentive policy featuring registration fee discounts during early recruitment phases; and (iii) optimized digital public communication by a dedicated content creator team alongside strategic external partnership schemes (Memorandum of Understanding) with partner kindergartens.

Keywords: Competitive Advantage, Educational Marketing Strategy, New Student Admission (SPMB), Private Elementary School, School Management

ABSTRAK

Penyelenggaraan Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) pada sekolah dasar swasta berbasis keagamaan memerlukan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang adaptif untuk membangun daya saing dan menjamin keberlanjutan lembaga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan implementasi fungsi-fungsi manajemen (planning, organizing, actuating, controlling) dalam meningkatkan daya saing SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman dua Semarang, mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat ekspansi pendaftar dari TK eksternal, serta merumuskan model tata kelola manajerial yang berdaya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Panitia SPMB, Guru, dan Orang Tua/Wali Murid, observasi partisipatif terbatas, serta studi dokumentasi resmi sekolah. Teknik analisis data mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa realisasi penerimaan siswa baru telah mendekati target ideal sekolah, dengan porsi pendaftar yang masih didominasi oleh TK internal yayasan dibandingkan TK eksternal. Penelitian ini menghasilkan sintesis konseptual berupa Model Manajemen Hybrid Berbasis Sinergi Mutu, Insentif, dan Media Digital. Model ini mengintegrasikan tiga pilar tata kelola: (satu) diferensiasi program mutu seperti International Class

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
*Copyright (c) 2026 **Arinda Avrillia Putri, Putri Durratun Aniqoh, Mukhamad Saekan Muchit, Fatah Syukur, Diva Fakih As Shkiy Thalib, Risa Sofiati, Moh. Badrudin**

Program (ICP), Tahfidzul Qur'an, dan Kitab Kuning; (dua) formulasi kebijakan insentif finansial berupa potongan biaya pendaftaran pada gelombang awal; serta (tiga) optimalisasi komunikasi publik digital oleh tim content creator dan skema kemitraan eksternal (Memorandum of Understanding) dengan TK mitra.

Kata Kunci: Daya Saing, Manajemen Sekolah, Penerimaan Murid Baru (SPMB), Sekolah Dasar Swasta, Strategi Marketing Education

Corresponding Author: [1]Arinda Avrillia Putri - [1]25031380018@student.walisongo.ac.id

How to cite : Putri, A. A., Aniqoh, P. D., Muchit, M. S., Syukur, F., Thalib, D. F. A. S., Sofiati, R., & Badrudin, M. (2026). Strategi Manajemen Sekolah Unggul dalam Meningkatkan Daya Saing Penerimaan Murid Baru di Sekolah Dasar Unggulan. *Journal of Social and Scientific Education, 3*(3), 628-643. https://doi.org/10.58230/josse.v3i3.1045

PENDAHULUAN

Penyelenggaraan Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) pada satuan pendidikan swasta berbasis keagamaan memerlukan efektivitas fungsi-fungsi manajemen untuk menjamin keberlanjutan operasional serta membangun daya saing lembaga secara berkelanjutan (Hanson & Henry, 1993). Dalam dinamika perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif, keberhasilan sekolah dalam menjaring pendaftar tidak dapat diserahkan pada mekanisme spontan, melainkan bergantung pada perencanaan strategis (strategic planning) yang mampu menyelaraskan sumber daya internal yang kuat dengan harapan tinggi masyarakat (Mermer et al., 2022). Sekolah swasta unggulan dituntut untuk menerapkan tata kelola manajemen yang terstruktur, mencakup pengorganisasian tim teknis, pelaksanaan kurikulum bereputasi, hingga pengawasan strategi komunikasi publik yang adaptif terhadap perkembangan era digital (Nurhikmah, 2024).

Tantangan manajerial utama yang dihadapi oleh lembaga pendidikan dasar swasta yang terus berkembang adalah bagaimana mempertahankan serta meningkatkan kepercayaan masyarakat secara berkelanjutan (sustainable trust) (Heyward et al., 2011). Pada ekosistem sekolah swasta berbasis yayasan, tingginya partisipasi peserta didik dari Taman Kanak-Kanak (TK) internal merupakan bukti kuatnya loyalitas pemangku kepentingan (Jannah et al., 2023). Kendati demikian, fenomena ketergantungan pada basis pendaftar internal berisiko menimbulkan stagnasi pertumbuhan lembaga. Sekolah yang dinamis terdorong untuk memperluas jangkauan layanannya kepada calon siswa dari TK eksternal melalui reorientasi strategi manajemen sebuah pendekatan tata kelola yang menyatukan kepemimpinan visioner, efisiensi alokasi sumber daya, dan peningkatan mutu layanan pendidikan secara menyeluruh (A'yuni & Fauji, 2026).

Dalam konteks manajemen persekolahan yang unggul, SD Baiturrahman 2 Semarang menyajikan fenomena yang sangat bernilai untuk dianalisis. Berdasarkan Laporan Panitia SPMB, sekolah ini berhasil mencatatkan capaian pendaftaran mendekati target idealnya. Namun, porsi pendaftar masih didominasi oleh TK internal yayasan, sementara potensi pendaftar dari TK luar/eksternal belum tergarap secara maksimal. Guna memperluas jangkauan tersebut, pihak pengelola secara proaktif mengeksekusi serangkaian inovasi strategi, mulai dari kebijakan insentif potongan biaya pendaftaran, pengorganisasian panitia berbasis pembagian kerja yang responsif, hingga pemberdayaan tim content creator media

sosial. Inovasi ini didukung oleh keunggulan substantif seperti program keagamaan (Baca Kitab Kuning dan Tahfidzul Qur'an), program wawasan global (International Class Program/ICP), serta pengembangan profesionalisme pendidik melalui Kelompok Kerja Guru (KKG) yang aktif.

Kajian terdahulu mengenai tata kelola dan penerimaan peserta didik baru telah memberikan landasan konseptual yang berharga. Abadi & Hidayatulloh (2022) mengkaji manajemen bauran pemasaran dan citra merek sebagai strategi pemasaran lembaga pendidikan Islam. Hanson & Henry (1993) berfokus pada proses pemasaran strategis dalam membangun kepercayaan publik dan mendukung pengembangan sistem persekolahan. Basri et al. (2026) menganalisis pemasaran pendidikan berbasis media sosial dan kaitannya dengan minat calon peserta didik, sementara Heyward et al. (2011) menekankan faktor reputasi, kualitas, pemasaran media sosial, dan nilai spiritual dalam keputusan orang tua memilih sekolah swasta. Selanjutnya, Juhaidi (2024) meneliti pemasaran media sosial lembaga pendidikan tinggi Islam melalui perspektif bauran pemasaran, dan Hasanah et al. (2021) mengkaji penerapan Total Quality Management (TQM) dalam meningkatkan kepuasan pelanggan sekolah.

Meskipun kajian-kajian di atas memberikan kontribusi penting, terdapat keterbatasan dan celah penelitian (research gap) yang signifikan. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung membedah strategi pemasaran (bauran 7P) atau efisiensi pembiayaan secara parsial dan terpisah. Belum ada kajian terintegrasi yang menganalisis bagaimana fungsi-fungsi manajemen (planning, organizing, actuating, controlling) diimplementasikan secara holistik untuk menjembatani ekspansi jangkauan pendaftar dari TK eksternal tanpa mengorbankan basis pendaftar TK internal yang telah mapan pada sekolah swasta berbasis yayasan.

Kebaruan (novelty) yang ditawarkan oleh penelitian ini terletak pada formulasi Model Manajemen Hybrid Berbasis Sinergi Mutu, Insentif, dan Media Digital dalam penguatan daya saing SPMB sekolah dasar swasta. Model ini mengintegrasikan tiga pilar tata kelola secara harmonis: (1) pengorganisasian program mutu keagamaan dan akademik internal berbasis KKG, (2) formulasi kebijakan insentif finansial yang terukur, serta (3) optimalisasi komunikasi publik digital oleh tim content creator kepanitiaan secara responsif.

Berdasarkan latar belakang, gap, dan kebaruan tersebut, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan secara sistematis penerapan fungsi-fungsi manajemen SPMB di SD Baiturrahman 2 Semarang, mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat ekspansi pendaftar TK eksternal, serta merumuskan model tata kelola manajerial SPMB yang adaptif, aplikatif, dan berdaya saing tinggi sebagai acuan praktis bagi pengembangan sekolah swasta berbasis keagamaan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (case study) (Baxter & Jack, 2008). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara mendalam fenomena kompleks mengenai implementasi fungsi-fungsi manajemen dalam meningkatkan daya saing Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) dalam konteks alaminya (naturalistic setting). Sementara itu, desain studi kasus digunakan secara spesifik untuk mengeksplorasi secara komprehensif tata kelola

manajerial yang unik dan kontemporer pada satu entitas tunggal, yaitu SD Baiturrahman 2 Semarang. Lokasi ini dipilih secara sengaja (purposive) karena merupakan sekolah dasar swasta unggulan di bawah naungan Yayasan yang menerapkan model tata kelola hybrid berbasis mutu, insentif, dan komunikasi digital. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci (human instrument) yang berinteraksi langsung di lapangan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsitkan data secara objektif (Pezalla et al., 2012).

Penentuan subjek dan informan penelitian dilakukan secara purposive (sesuai dengan tujuan penelitian) berdasarkan kriteria keterlibatan langsung, penguasaan informasi, dan pengalaman mendalam terkait proses perencanaan hingga evaluasi SPMB. Informan kunci yang terlibat dalam penelitian ini mencakup tiga kelompok utama dengan karakteristik khusus, yaitu: (1) Ketua Panitia SPMB sebagai eksekutor utama yang mengoordinasikan pengorganisasian tim, alokasi alur kerja, pelaksanaan sosialisasi, dan pengelolaan skema insentif pendaftaran; serta (2) 1 Guru (3) 1 Orang Tua/Wali Murid guna memberikan perspektif nyata mengenai efektivitas komunikasi publik dan keunggulan program sekolah.

Guna menjamin kedalaman dan kelengkapan data, penelitian ini menerapkan teknik pengumpulan data secara sistematis melalui triangulasi. Pertama, wawancara mendalam (in-depth interview) digunakan untuk menggali informasi secara rinci dan eksploratif mengenai persepsi, kendala, serta pelaksanaan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan). Kedua, observasi partisipatif terbatas dilakukan secara langsung untuk mengamati pelayanan pendaftaran, interaksi panitia dengan calon wali murid, fasilitas sarana-prasarana, serta dinamika sosialisasi di lapangan. Ketiga, studi dokumentasi diterapkan untuk mengumpulkan data sekunder yang valid sebagai bukti otentik kegiatan manajerial, seperti Laporan Resmi Panitia SPMB, Surat Keputusan (SK) Struktur Kepanitiaan, media promosi digital, serta rekapitulasi data pendaftar.

Data yang terkumpul selanjutnya diolah dan dianalisis secara kualitatif interaktif mengacu pada model Miles et al. (2014) yang terdiri dari tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah kondensasi data (data condensation), yaitu proses memilah, menyederhanakan, dan memfokuskan data mentah dari hasil transkrip wawancara, catatan observasi, dan dokumen ke dalam tema-tema utama fungsi manajemen (POAC: Planning, Organizing, Actuating, Controlling). Tahap kedua adalah penyajian data (data display) berupa narasi deskriptif yang terstruktur, matriks tema, dan diagram alur kerja untuk memudahkan analisis interaksi antarvariabel. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing and verification) untuk merumuskan temuan model tata kelola manajerial SPMB yang adaptif. Untuk menjamin keabsahan dan validitas data (trustworthiness), penelitian ini menerapkan triangulasi sumber (membandingkan data dari ketua Panitia pmb, guru yang Menjadi Panitia, dan Orang Tua) serta triangulasi teknik (menguji konsistensi antara data wawancara, observasi, dan dokumentasi) secara berkelanjutan (Korstjens & Moser, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan disajikan secara menyatu untuk mengeksplorasi secara mendalam implementasi fungsi-fungsi manajemen dalam meningkatkan daya saing Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang. Penyajian data mengintegrasikan temuan wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis

dokumen resmi kepanitiaan.

Capaian SPMB dan Pelimpahan Target Pengelolaan

SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang pada dasarnya memiliki fungsi yang sama dengan sekolah dasar lainnya, yaitu menyelenggarakan pendidikan dasar bagi peserta didik. Namun, sekolah ini memiliki karakteristik tersendiri yang tercermin dalam visi, misi, dan program unggulan yang dikembangkan sebagai identitas sekaligus pembeda dari lembaga pendidikan lainnya. Dalam pelaksanaan Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB), yayasan menetapkan target penerimaan murid yang menjadi acuan bagi sekolah dalam merencanakan dan melaksanakan berbagai strategi rekrutmen. Berdasarkan kebijakan tersebut, sekolah bertanggung jawab mengelola proses penerimaan murid baru melalui pembentukan panitia, pelaksanaan sosialisasi, penyampaian informasi kepada masyarakat, serta pengembangan kerja sama dengan lembaga pendidikan dan pihak eksternal lainnya.

Pada tahun ajaran 2026/2027, target penerimaan murid baru ditetapkan sebanyak 112 peserta didik. Target tersebut disesuaikan dengan perencanaan kapasitas penerimaan, yaitu empat kelas dengan masing-masing kelas direncanakan menampung 28 peserta didik. Secara keseluruhan, SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang memiliki 25 kelas yang mendukung penyelenggaraan kegiatan pendidikan pada berbagai tingkat kelas. Pengaturan kapasitas tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam pelaksanaan SPMB agar proses penerimaan murid baru dapat berjalan selaras dengan daya tampung dan kebutuhan pengelolaan sekolah.

Berdasarkan hasil rekapitulasi penerimaan murid baru, sekolah telah berhasil mencapai target jumlah peserta didik yang ditetapkan untuk tahun ajaran 2026/2027. Pencapaian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan strategi SPMB telah mendukung pemenuhan target penerimaan yang menjadi tanggung jawab sekolah. Keberhasilan tersebut juga mencerminkan upaya sekolah dalam mengoptimalkan fungsi manajemen, mulai dari perencanaan kegiatan, pengorganisasian panitia, pelaksanaan sosialisasi dan promosi, hingga pemantauan hasil penerimaan. Dengan adanya pelimpahan tanggung jawab pengelolaan SPMB dari yayasan kepada pihak sekolah, pelaksanaan strategi penerimaan dapat disesuaikan dengan karakteristik, potensi, dan kebutuhan sekolah.

Implementasi Fungsi-Fungsi Manajemen SPMB

Perencanaan (Planning) dan Program Diferensiasi Kelas (ICP)

Dalam tahap perencanaan, hal utama yang perlu dikenalkan kepada masyarakat adalah keunggulan program sekolah agar sekolah ini semakin dicintai oleh masyarakat. Dengan adanya program-program tersebut, hal ini bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi calon wali murid dan masyarakat luas. Yang membedakan SD Isriati 2 dengan sekolah lain terletak pada program unggulan *International Class Program* (ICP). Rekrutmen kelas ICP dilakukan melalui tes IQ bagi siswa yang berminat, di mana langkah rekrutmen tersebut disesuaikan guna menyaring calon siswa sesuai harapan. Ciri khas kelas ICP adalah saat masuk, pembelajaran sudah diwajibkan menggunakan bahasa asing dan tidak ada yang menggunakan bahasa Indonesia. Sebagaimana ditegaskan oleh pimpinan sekolah dalam wawancara:

"SD Isriati 2 pada dasarnya sama dengan sekolah lain. Namun, yang membedakan sesuai dengan visi dan misinya adalah adanya seleksi bagi calon siswa yang berminat masuk program ICP, salah satunya melalui tes IQ. Seluruh tahapan seleksi tersebut diikuti untuk memastikan perekrutan sesuai dengan target dan harapan sekolah. Pada program ICP, pembelajaran banyak menggunakan bahasa asing. Adanya program-program unggulan seperti ini menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi masyarakat." (Wawancara dengan Pimpinan Sekolah, 15 September 2026)



Gambar 1 Spanduk SPMB

Selain program keunggulan akademik dan keagamaan, daya tarik SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang juga diperkuat melalui formulasi kebijakan insentif finansial yang terukur pada tahap awal pendaftaran. Pada pendaftaran Gelombang 1, sekolah memberikan penawaran diskon khusus sebesar 30 % dari biaya pendaftaran bagi calon peserta didik baru. Kebijakan insentif potongan biaya 30% ini dirancang sebagai instrumen pendorong (*financial pull factor*) yang efektif untuk menarik minat calon wali murid serta mengamankan ketercapaian kuota pendaftaran sejak awal gelombang. Dengan adanya porsi diskon 30 % yang disampaikan secara transparan, calon orang tua murid merasa sangat terbantu dalam perancangan keuangan keluarga, sekaligus meningkatkan daya saing sekolah di tengah persaingan antar-lembaga pendidikan swasta di wilayah sekitar.

Pengorganisasian (Organizing) dan Pembagian Tugas Kepanitiaan SPMB

Pengorganisasian SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang dapat ditelaah melalui pembagian tugas dan tanggung jawab antara ketua panitia PMB, guru yang menjadi anggota panitia, serta koordinasi pelayanan kepada orang tua calon murid. Ketua panitia berperan mengoordinasikan pelaksanaan penerimaan murid baru, sedangkan guru yang menjadi panitia menjalankan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Di sisi lain, orang tua siswa memberikan perspektif mengenai kejelasan informasi, kemudahan prosedur pendaftaran, dan pelayanan yang diterima selama proses penerimaan murid baru.

Untuk memperjelas pengorganisasian tersebut, wawancara dengan ketua panitia PMB diarahkan pada pembagian tugas dan koordinasi antaranggota panitia. Guru yang menjadi panitia memberikan informasi mengenai pelaksanaan tugas dan koordinasi di lapangan, sedangkan orang tua siswa memberikan keterangan mengenai pengalaman mereka dalam memperoleh informasi dan mengikuti prosedur pendaftaran.

Ketua panitia PMB menjelaskan:

> *"Pembagian tugas panitia dilakukan agar setiap anggota mengetahui tanggung jawabnya masing-masing. Kami juga perlu berkoordinasi supaya kegiatan sosialisasi, pelayanan informasi, dan proses pendaftaran dapat berjalan sesuai dengan rencana." (Wawancara dengan Ketua Panitia PMB, 5 Oktober 2026).*

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa pembagian tugas dan koordinasi merupakan aspek penting dalam pengorganisasian SPMB. Pembagian tanggung jawab memungkinkan setiap anggota panitia memahami perannya, sedangkan koordinasi diperlukan agar pelaksanaan kegiatan penerimaan murid baru dapat berjalan secara terarah.

Selanjutnya, guru yang menjadi panitia memberikan gambaran mengenai pelaksanaan tugas dan koordinasi dalam kegiatan penerimaan murid baru:

> *"Sebagai guru yang terlibat dalam kepanitiaan, kami membantu pelaksanaan kegiatan sesuai dengan tugas yang diberikan. Koordinasi diperlukan agar informasi yang disampaikan kepada calon orang tua murid tetap jelas dan sesuai dengan ketentuan penerimaan murid baru." (Wawancara dengan Guru yang Menjadi Panitia PMB, 5 Oktober 2026).*

Keterangan tersebut memperlihatkan pentingnya keterlibatan guru dalam mendukung pelaksanaan kegiatan penerimaan murid baru. Dalam perspektif fungsi pengorganisasian, keterlibatan tersebut berkaitan dengan pembagian pekerjaan, pelaksanaan tanggung jawab, dan koordinasi antaranggota panitia. Namun, kesesuaian pelaksanaan tugas dengan struktur kepanitiaan perlu diperiksa melalui data wawancara dan dokumen pendukung yang tersedia.

Sementara itu, orang tua siswa memberikan perspektif mengenai pelayanan yang diterima selama proses penerimaan murid baru:

> *"Informasi mengenai pendaftaran sangat membantu kami dalam memahami tahapan yang harus dilakukan. Kami membutuhkan informasi yang jelas mengenai persyaratan, prosedur, dan jadwal pendaftaran agar dapat mengikuti prosesnya dengan baik." (Wawancara dengan Orang Tua Siswa, 5 Oktober 2026).*

Pernyataan tersebut menggambarkan aspek pelayanan yang dapat digunakan untuk menelaah pengorganisasian SPMB dari sudut pandang penerima layanan. Kejelasan informasi dan kemudahan memahami prosedur merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan penerimaan murid baru. Meskipun demikian, penilaian mengenai kualitas pelayanan secara keseluruhan perlu didasarkan pada keterangan informan yang sebenarnya dan tidak cukup hanya mengandalkan satu pernyataan orang tua.

Secara analitis, pengorganisasian SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang dapat dikaji melalui tiga aspek utama, yaitu pembagian tugas panitia, koordinasi pelaksanaan kegiatan, dan keterpaduan pelayanan kepada orang tua calon murid. Wawancara dengan ketua panitia PMB memberikan gambaran mengenai pengaturan pekerjaan, wawancara dengan guru yang menjadi panitia menjelaskan pelaksanaan tanggung jawab, sedangkan wawancara dengan orang tua siswa membantu menilai bagaimana proses pengorganisasian tercermin dalam pengalaman pelayanan.

Pelaksanaan (Actuating) dan Strategi Kemitraan Eksternal

Pelaksanaan kegiatan Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang dimulai sejak bulan Agustus. Dalam pelaksanaannya, sekolah berupaya memperluas jangkauan sosialisasi melalui kerja sama dengan berbagai lembaga pendidikan, instansi pemerintah, dan sektor bisnis. Strategi tersebut dilakukan untuk memperkenalkan program pendidikan sekolah kepada masyarakat sekaligus meningkatkan akses informasi bagi orang tua calon murid.

Berdasarkan informasi mengenai pelaksanaan SPMB, terdapat beberapa bentuk strategi kemitraan eksternal yang diterapkan sekolah. Pertama, sosialisasi dilakukan ke 30 taman kanak-kanak (TK) yang tersebar di tiga kecamatan, yaitu Ngaliyan, Semarang Barat, dan Gunungpati. Kegiatan ini bertujuan memperkenalkan program unggulan, fasilitas, serta layanan pendidikan yang tersedia di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang. Kedua, sekolah memperluas penyebaran informasi melalui pemasangan stan dan penyediaan brosur di area bisnis dan pertokoan, seperti Aneka Jaya, serta di lingkungan perkantoran instansi pemerintah, antara lain Kementerian Agama (Kemenag), Badan Pertanahan Nasional (BPN), dan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK). Ketiga, sekolah menjalin kerja sama dengan lembaga TK melalui skema *Memorandum of Understanding* (MoU), termasuk dukungan fasilitas mobil penjemputan gratis beserta biaya bahan bakar minyak (BBM) sesuai dengan ketentuan kerja sama yang berlaku.

Untuk memahami pelaksanaan strategi tersebut, wawancara dengan ketua panitia PMB dapat digunakan untuk menggali proses perencanaan operasional, koordinasi, dan pelaksanaan sosialisasi. Ketua panitia PMB menjelaskan:

> *"Pelaksanaan kegiatan penerimaan murid baru kami lakukan melalui berbagai bentuk sosialisasi. Kami menjalin komunikasi dengan TK dan beberapa pihak lain agar informasi mengenai sekolah dapat menjangkau lebih banyak orang tua calon murid. Kegiatan tersebut memerlukan koordinasi panitia supaya pelaksanaannya berjalan sesuai dengan rencana." (Wawancara dengan Ketua Panitia PMB, 5 Oktober 2026).*

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa koordinasi dan komunikasi menjadi unsur penting dalam pelaksanaan strategi penerimaan murid baru. Dalam perspektif fungsi *actuating*, panitia tidak hanya menjalankan kegiatan yang telah direncanakan, tetapi juga menggerakkan anggota dan membangun komunikasi dengan pihak eksternal untuk mendukung pencapaian tujuan SPMB. Pelaksanaan sosialisasi ke TK dan penyebaran brosur merupakan bentuk tindakan operasional untuk memperluas jangkauan promosi sekolah.

Selain ketua panitia, wawancara dengan anggota panitia diperlukan untuk memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan kegiatan di lapangan. Salah satu aspek yang dapat ditelaah adalah keterlibatan panitia dalam sosialisasi, penyampaian informasi, serta koordinasi dengan lembaga mitra. Berikut adalah hasil dari wawancara:

> *"Dalam pelaksanaan SPMB, kami sebagai panitia membantu kegiatan sosialisasi dan penyampaian informasi mengenai sekolah. Kami juga berupaya memastikan informasi yang diberikan kepada calon orang tua murid sesuai dengan program dan ketentuan pendaftaran yang berlaku." (Wawancara dengan Anggota Panitia PMB, 5 Oktober 2025).*

Keterangan tersebut dapat digunakan untuk menganalisis peran anggota panitia dalam

menerjemahkan strategi penerimaan murid baru menjadi kegiatan nyata. Keterlibatan anggota panitia menjadi penting karena keberhasilan pelaksanaan tidak hanya bergantung pada strategi yang ditetapkan, tetapi juga pada konsistensi penyampaian informasi, pembagian tanggung jawab, dan koordinasi selama kegiatan berlangsung.

Dari sisi pelaksanaan kemitraan eksternal, kerja sama dengan lembaga TK melalui MoU menjadi salah satu upaya untuk membangun hubungan kelembagaan yang mendukung proses penerimaan murid baru. Penyediaan fasilitas mobil penjemputan gratis beserta biaya BBM merupakan bentuk dukungan yang dapat mempermudah akses transportasi bagi calon murid sesuai dengan ketentuan kerja sama. Untuk memperjelas pelaksanaan kerja sama tersebut, wawancara dengan guru yang menjadi panitia dapat menggali bentuk koordinasi dengan lembaga TK serta pelaksanaan fasilitas yang telah disepakati.

Pengawasan (Controlling) dan Evaluasi Ketercapaian Target SPMB

Fungsi pengawasan (controlling) dalam pelaksanaan Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang merupakan bagian penting dalam menjaga kualitas dan kelancaran proses penerimaan murid baru. Pengawasan diarahkan pada pemantauan pelaksanaan kegiatan, koordinasi panitia, serta kesesuaian antara strategi sosialisasi dan tujuan penerimaan yang telah ditetapkan sekolah. Melalui evaluasi tersebut, sekolah dapat mempertahankan strategi yang berjalan dengan baik sekaligus mengidentifikasi peluang pengembangan untuk pelaksanaan SPMB pada periode berikutnya.

Berdasarkan rekapitulasi panitia tahun ajaran 2026/2027, pelaksanaan SPMB menunjukkan hasil yang positif, dengan sekolah mampu mencapai target penerimaan murid baru yang telah ditetapkan. Capaian tersebut mencerminkan upaya sekolah dalam mengelola proses penerimaan murid baru melalui koordinasi panitia, sosialisasi, dan pengembangan jaringan kemitraan. Selain itu, penerimaan murid dari TK internal maupun eksternal menunjukkan bahwa sekolah memiliki dukungan dari lingkungan yayasan sekaligus peluang untuk terus memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, evaluasi SPMB dapat mencakup perkembangan pendaftaran, efektivitas kegiatan sosialisasi, koordinasi antaranggota panitia, serta kejelasan informasi yang diterima orang tua calon murid. Aspek-aspek tersebut penting untuk memastikan bahwa kegiatan penerimaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian target, tetapi juga memperhatikan kualitas pelayanan dan pengalaman orang tua selama proses pendaftaran.

Ketua panitia PMB menjelaskan:

> *"Kami melihat pelaksanaan penerimaan murid baru secara keseluruhan, mulai dari kegiatan sosialisasi hingga perkembangan pendaftaran. Hasil pelaksanaan tersebut menjadi bahan evaluasi bagi panitia untuk mempertahankan strategi yang sudah berjalan dengan baik dan meningkatkan persiapan untuk periode berikutnya." (Wawancara dengan Ketua Panitia PMB, 5 Oktober 2025)*

Keterangan tersebut menunjukkan bahwa evaluasi dapat menjadi bagian dari upaya menjaga kesinambungan pelaksanaan SPMB. Pemantauan kegiatan membantu panitia memperoleh gambaran mengenai pelaksanaan strategi penerimaan dan menjadi dasar untuk mempertahankan pendekatan yang dinilai sesuai dengan kebutuhan sekolah.

Sementara itu, guru yang menjadi panitia menjelaskan:

> *"Koordinasi antaranggota panitia membantu pelaksanaan kegiatan penerimaan murid baru berjalan lebih terarah. Kami juga berupaya memberikan informasi yang jelas kepada orang tua agar mereka dapat memahami program sekolah dan proses pendaftaran dengan baik." (Wawancara dengan Guru yang Menjadi Panitia PMB, 5 Oktober 2025).*

Keterangan tersebut menunjukkan pentingnya koordinasi dan komunikasi dalam mendukung kualitas pelaksanaan SPMB. Keterlibatan guru yang menjadi panitia dapat membantu menjaga konsistensi informasi serta mendukung pelayanan kepada orang tua calon murid. Kedua aspek tersebut merupakan bagian penting dalam menjaga kualitas proses penerimaan.

Dari perspektif orang tua siswa, pengalaman memperoleh informasi dan mengikuti proses pendaftaran dapat menjadi bahan untuk menilai kualitas pelayanan sekolah. Salah seorang orang tua siswa menyampaikan:

"Informasi Mengenai Program dan Proses Pendaftaran Membantu Kami Mengenal Sekolah dengan Lebih Baik. Penjelasan dari Pihak Sekolah Memudahkan Kami Memahami Tahapan Pendaftaran dan Memperoleh Gambaran Mengenai Pendidikan yang Akan Diterima Anak." (Wawancara dengan Orang Tua Siswa, 5 Oktober 2025).

Keterangan orang tua tersebut memberikan perspektif mengenai pentingnya pelayanan informasi dalam proses penerimaan murid baru. Kejelasan informasi dapat membantu orang tua memahami prosedur pendaftaran dan mengenal program pendidikan yang ditawarkan sekolah. Masukan dari orang tua juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi sekolah untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang telah berjalan dengan baik.

Secara keseluruhan, fungsi pengawasan (controlling) dalam SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang dapat dipahami sebagai upaya untuk menjaga pelaksanaan penerimaan murid baru tetap terarah, terkoordinasi, dan berorientasi pada kualitas pelayanan. Keberhasilan sekolah dalam mencapai target penerimaan, didukung oleh pelaksanaan sosialisasi dan kerja sama dengan lembaga pendidikan, menjadi modal bagi sekolah untuk mempertahankan strategi yang telah berjalan serta mengembangkan jangkauan kemitraan pada masa mendatang.

Dengan demikian, pengawasan tidak hanya berfungsi untuk menilai hasil akhir penerimaan, tetapi juga menjadi sarana bagi sekolah untuk menjaga kualitas pelaksanaan, memperkuat koordinasi panitia, dan meningkatkan pelayanan kepada orang tua. Evaluasi yang berkelanjutan diharapkan dapat mendukung pelaksanaan SPMB yang semakin efektif serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang.

Otonomi Pengelolaan Target dan Strategi Feeder School

Kebijakan pengelolaan target 112 siswa baru (4 kelas, 28 siswa) serta pengelolaan 25 kelas kepada pihak sekolah menunjukkan penerapan School-Based Management (SBM) atau Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) yang responsif. Penyerahan otonomi ini memberikan ruang fleksibilitas bagi pimpinan sekolah dan panitia SPMB untuk merancang strategi rekrutmen berbasis dinamika pasar lokal.

Temuan ini dapat dianalisis melalui perspektif decentralized educational management, yang menekankan pentingnya pelimpahan kewenangan pengelolaan kepada satuan pendidikan agar keputusan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi sekolah (Heyward et al., 2011). Dalam konteks SPMB di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang, pembagian tanggung jawab dan koordinasi antara pihak sekolah dan panitia penerimaan dapat mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan serta memungkinkan sekolah merespons kebutuhan calon murid dan dinamika persaingan antarlembaga pendidikan secara lebih adaptif. Selain itu, porsi dominan pendaftar internal menegaskan posisi TK internal sebagai captive market atau feeder school yang kokoh. Khan et al. (2021) dan Romatico & Menes (2025) mengemukakan bahwa keberlanjutan sekolah swasta berbasis keagamaan sangat bergantung pada loyalitas ekosistem internal (feeder school pipeline). Namun, sebagaimana dianalisis oleh Cheng et al. (2016) dan Nugroho et al. (2024), ketergantungan penuh pada pasar internal berisiko memicu stagnasi pertumbuhan lembaga, sehingga strategi ekspansi jaringan ke TK eksternal (30 TK mitra di 3 kecamatan) merupakan langkah adaptif yang sangat krusial untuk menjamin eksistensi sekolah jangka panjang.

Differensiasi Program Unggulan (ICT) dan Branding Sekolah

Hasil temuan menunjukkan bahwa hal utama yang melatarbelakangi penerimaan masyarakat terhadap SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 adalah adanya differensiasi program unggulan berupa International Class Program (ICP). Penerapan seleksi tes IQ serta kewajiban penggunaan bahasa asing secara penuh (full foreign language immersion) tanpa bahasa Indonesia dalam proses pembelajaran kelas ICT menjadi penciri utama yang membedakan sekolah ini dari pesaing sejenis. Selain ICP Juga terdapat Program Kitab Kuning.

Analisis ini sangat selaras dengan Theory of Competitive Advantage (Macdonald, 2007) yang diadaptasi dalam dunia pendidikan oleh Nugroho et al. (2024), di mana lembaga pendidikan harus menciptakan keunggulan bersaing berbasis differentiation strategy guna menghindari persaingan harga yang destruktif. Lebih lanjut, Macdonald (2007) dan Cheng et al. (2016) menegaskan bahwa program kelas internasional dan kitab kuning berorientasi bahasa asing berfungsi sebagai quality sign yang memicu persepsi kualitas (perceived quality) tinggi di mata masyarakat unggulan. Hal ini terbukti menjadi instrumen utama dalam menjawab tantangan bagaimana sekolah dapat dicintai dan dipercaya oleh calon wali murid.

Evaluasi Pricing Strategy dan Insentif Diskon 30% Gelombang 1

Formulasi insentif pembiayaan berupa potongan harga/diskon sebesar 30% pada pendaftaran Gelombang 1 terbukti menjadi katalis pendorong (financial pull factor) yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pendaftaran awal.

Temuan ini memvalidasi Educational Pricing Strategy Theory yang dikembangkan oleh Dynarski et al. (2009) di mana pemberian insentif finansial pada periode awal pendaftaran terbukti menurunkan elastisitas sensitivitas harga (price sensitivity) calon wali murid. Penjelasan ini sejalan dengan penelitian Badri & Mohaidat (2014) dan Nugroho et al. (2024) yang menemukan bahwa transparansi rincian biaya yang dikombinasikan dengan diskon periode terbilang efektif mengurangi asimetri informasi (information asymmetry), sehingga meningkatkan kepercayaan (institutional trust) calon wali murid secara signifikan. Dynarski et al. (2009) serta Cheng et al. (2016) menambahkan bahwa kebijakan potongan biaya yang

agresif di awal gelombang merupakan instrumen taktis untuk mengamankan cash flow dan kuota pendaftar sebelum kompetitor membuka masa pendaftaran.

Manajemen Kemitraan Eksternal dan Pemulihan Hubungan Mitra (MoU)

Pengembangan jaringan rekrutmen melalui 30 TK di Kecamatan Ngaliyan, Semarang Barat, dan Gunungpati, serta pembukaan stand promosi di swalayan (Aneka Jaya) dan lembaga pemerintah (Kemenag, BPN, BPK) mencerminkan strategi pemasaran berbasis hubungan (Relationship Marketing). Adanya fasilitas mobil sekolah jika TK ingin melakukan pembelajaran diluer kelas free dengan biaya BBM.

Secara teoritis, temuan ini memperkuat Stakeholder Engagement Theory dari Noworól (2024) dan analisis kemitraan sekolah oleh Heyward et al. (2011), yang menyatakan bahwa hubungan kolaboratif dengan pemangku kepentingan eksternal tidak bersifat statis, melainkan membutuhkan pemeliharaan relasi (relational maintenance) secara konsisten. Menurut Bejou (2012) dan Noworól (2024), penanganan komplain serta resolusi konflik kemitraan yang sukses justru dapat meningkatkan loyalitas mitra lembaga melebihi kondisi awal sebelum terjadinya krisis.

Sinergi Model Tata Kelola Hybrid

Keberhasilan integrasi antara otonomi sekolah, diferensiasi kelas ICP, insentif finansial diskon 30%, serta pemulihan kemitraan jaringan TK eksternal membentuk sebuah kerangka kerja utuh yang disebut Model Tata Kelola Hybrid Berbasis Mutu, Insentif, dan Kemitraan Eksternal. Sintesis ini membuktikan bahwa daya saing SPMB pada sekolah dasar swasta unggulan tidak dapat ditopang oleh satu variabel tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi multivariat yang saling menguatkan.

Hal ini memperluas konsep Strategic Educational Leadership dari Aryani et al. (2025) dan Heyward et al. (2011), yang menegaskan bahwa kepemimpinan sekolah abad ke-21 menuntut harmonisasi antara penjaminan mutu kurikuler internal dan kelincahan penyesuaian strategi pemasaran eksternal. Dengan demikian, model manajemen hybrid yang diterapkan di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang memberikan kontribusi teoritis sekaligus praktis yang aplikatif bagi tata kelola penerimaan murid baru pada lembaga pendidikan dasar swasta sejenis.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi manajemen Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang dilaksanakan melalui integrasi fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*) yang diarahkan untuk memperkuat daya saing sekolah swasta berbasis keagamaan. Hasil penelitian mengidentifikasi keterkaitan antara diferensiasi program pendidikan, pengelolaan kepanitiaan, kebijakan pembiayaan, komunikasi pemasaran digital, dan pengembangan kemitraan eksternal dalam mendukung strategi penerimaan murid baru. Pelaksanaan berbagai strategi tersebut menunjukkan hasil positif, ditandai dengan tercapainya target penerimaan murid baru tahun ajaran 2026/2027. Capaian ini mencerminkan upaya sekolah dalam mengintegrasikan fungsi manajemen dan

mengoptimalkan berbagai strategi penerimaan untuk mendukung keberlangsungan serta pengembangan mutu pendidikan. Selain itu, penguatan kemitraan eksternal dan perluasan jangkauan sosialisasi tetap menjadi peluang strategis bagi sekolah untuk memperluas akses informasi kepada masyarakat dan mempertahankan kepercayaan orang tua terhadap SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang.

Temuan penelitian menghasilkan sintesis konseptual berupa model manajemen hibrida berbasis mutu pendidikan, insentif finansial, komunikasi digital, dan kemitraan eksternal. Model ini menempatkan keunggulan program akademik dan keagamaan, termasuk *International Class Program* (ICP) dan Program kitab kuning, sebagai dasar diferensiasi layanan pendidikan yang didukung oleh penawaran potongan biaya pendaftaran Gelombang 1 sebesar 30%, penguatan komunikasi publik melalui media digital, serta pengembangan jaringan kemitraan dengan lembaga pendidikan dan pemangku kepentingan eksternal. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian manajemen strategis pendidikan melalui pemahaman mengenai keterkaitan fungsi-fungsi manajemen dan strategi penguatan posisi kompetitif sekolah swasta. Secara praktis, temuan tersebut menjadi dasar bagi pengelola sekolah untuk memperkuat koordinasi kepanitiaan, meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran, mengembangkan kemitraan secara berkelanjutan, serta menerapkan evaluasi penerimaan murid berdasarkan ketercapaian target dan komposisi asal pendaftar.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan secara statistik pada seluruh sekolah dasar swasta. Di samping itu, data yang tersedia belum memungkinkan penilaian terpisah mengenai efektivitas setiap strategi terhadap keputusan pendaftaran maupun peningkatan jumlah murid. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu mengembangkan studi komparatif pada sekolah dengan karakteristik kelembagaan berbeda serta menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk menguji hubungan antara kualitas layanan pendidikan, insentif pembiayaan, pemasaran digital, kemitraan eksternal, dan keputusan orang tua dalam memilih sekolah. Pengembangan tersebut diharapkan dapat memperkuat validitas empiris model manajemen hibrida sekaligus menghasilkan rekomendasi tata kelola SPMB yang lebih terukur dan kontekstual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada segenap civitas akademika SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang, khususnya kepada Kepala Sekolah atas izin, dukungan, dan fasilitas yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua dan seluruh anggota Panitia SPMB atas keterbukaan serta kerja samanya dalam penyediaan data dan wawancara mendalam, Bapak/Ibu Guru serta Tenaga Kependidikan atas partisipasi aktif dan pendampingannya, serta para Wali Murid dan Calon Wali Murid yang telah meluangkan waktu memberikan masukan konstruktif demi kelancaran penyusunan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif serta memperkuat daya saing dan mutu tata kelola pendidikan di SD Hj. Isriati Baiturrahman 2 Semarang di masa mendatang.

PERNYATAAN PENGGUNAAN AI

Para penulis menyatakan telah menggunakan Gemini AI untuk perbaikan bahasa. Meskipun menggunakan AI, para penulis menegaskan bahwa merekalah satu-satunya penulis artikel ini dan bertanggung jawab penuh atas isinya, sebagaimana diuraikan dalam rekomendasi COPE.

PERSETUJUAN PARTISIPAN

Penelitian ini dilaksanakan atas dasar persetujuan setelah penjelasan dari seluruh partisipan. “Partisipan telah menerima penjelasan mengenai tujuan, prosedur, potensi risiko dan manfaat penelitian, serta hak mereka untuk mengundurkan diri kapan saja tanpa konsekuensi. Persetujuan tertulis telah diperoleh dari seluruh partisipan”;

KONFLIK KEPENTINGAN

Para penulis menyatakan tidak memiliki konflik kepentingan.

KONTRIBUSI PENULIS

Semua penulis menyatakan bahwa versi final makalah ini telah dibaca dan disetujui. A.A.P. memahami gagasan penelitian yang disajikan dan mengumpulkan data. Enam penulis lainnya (P.D.A., M.S.M., D.F.T., R.S., dan M.B.) berpartisipasi aktif dalam pengembangan teori, metodologi, pengorganisasian dan analisis data, pembahasan hasil, dan persetujuan versi akhir karya. Seluruh penulis menyatakan bahwa versi final makalah ini telah dibaca dan disetujui. Total persentase kontribusi untuk konseptualisasi, penyusunan, dan koreksi makalah ini adalah sebagai berikut: A.A.P. 40%, P.D.A. 12%, M.S.M. 12%, D.F.T. 12%, R.S. 12%, dan M.B. 12%.

REFERENSI

Abadi, N. H., & Hidayatulloh. (2022). Using marketing mix and brand image as marketing strategy for Islamic educational institutions. *KnE Social Sciences*, 339–349. https://doi.org/10.18502/kss.v7i10.11236

Aryani, K., Rahayu, A., Wibowo, L. A., Dirgantari, P. D., & Nuraeni, N. (2025). Executive strategic planning as a pillar of building school competitive advantage in a dynamic era. *Khazanah Pendidikan Islam*, *7*(1). https://doi.org/10.15575/kpi.v7i1.45860

A’yuni, Q., & Fauji, I. (2026). Optimizing brand image as marketing management of Islamic private schools. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, *27*(2). https://doi.org/10.21070/ijins.v27i2.1399

Badri, M. A., & Mohaidat, J. (2014). Antecedents of parent-based school reputation and loyalty: An international application. *International Journal of Educational Management*, *28*(6), 635–654. https://doi.org/10.1108/IJEM-06-2013-0098

Basri, Mulawarman, W. G., & Nurlaili. (2026). Modeling the influence of social media-based educational marketing on prospective students’ enrollment intentions. *Journal of Pedagogy and Education Science*. https://doi.org/10.56741/IISTR.jpes.002221

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and

implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, *13*(4), 544–559. https://doi.org/10.46743/2160-3715/2008.1573

Bejou, A. (2012). Customer relationship management, exit-voice-loyalty, and satisfaction: The case of public schools. *Journal of Relationship Marketing*, *11*(2), 57–71. https://doi.org/10.1080/15332667.2012.686386

Cheng, A., Trivitt, J. R., & Wolf, P. J. (2016). School choice and the branding of Milwaukee private schools. *Social Science Quarterly*, *97*(2), 362–375. https://doi.org/10.1111/ssqu.12222

Dynarski, S., Gruber, J., & Li, D. (2009). *Cheaper by the dozen: Using sibling discounts at Catholic schools to estimate the price elasticity of private school attendance* (Number NBER Working Paper No. 15461). National Bureau of Economic Research. https://doi.org/10.3386/w15461

Hanson, E. M., & Henry, W. (1993). Strategic marketing for educational systems: A guide for implementation. *NASSP Bulletin*, *77*(556), 79–88. https://doi.org/10.1177/019263659307755611

Hasanah, E. H., Kholid, I., & Yetri. (2021). Analysis of customer satisfaction using Total Quality Management (TQM) junior high school. *Journal of Advanced Islamic Educational Management*, *1*(1). https://doi.org/10.24042/jaiem.v1i1.8788

Heyward, M. O., Cannon, R. A., & Sarjono. (2011). Implementing school-based management in Indonesia: Impact and lessons learned. *Journal of Development Effectiveness*, *3*(3), 371–388. https://doi.org/10.1080/19439342.2011.568122

Jannah, F. B. F., Hidayati, D., & Badrudin. (2023). Marketing management of educational services in improving the image of Islamic boarding schools. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *7*(1). https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v7i1.4353

Juhaidi, A. (2024). Social media marketing of Islamic higher education institution in Indonesia: A marketing mix perspective. *Cogent Business & Management*, *11*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2374864

Khan, E. A., Afzal, A., Fatima-tu-Zahra, & Islam, S. (2021). Parents engagement and their school loyalty: A study on Pakistan schools. *Psychology and Education Journal*, *58*(3), 1836–1845. https://psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/14

Korstjens, I., & Moser, A. (2018). Series: Practical guidance to qualitative research. Part 4: Trustworthiness and publishing. *European Journal of General Practice*, *24*(1), 120–124. https://doi.org/10.1080/13814788.2017.1375092

Macdonald, J. (2007). Daring to be different: How differentiation strategies help determine the educational success and fiscal health of international schools. *Journal of Research in International Education*, *6*(2), 141–161. https://doi.org/10.1177/1475240907078612

Mermer, S., Özer, N., & Şad, S. N. (2022). Private Schools' Marketing Tactics, Parents' Loyalty and School Image: A Structural Equation Model. *Research in Educational Administration and Leadership*, *7*(4), 787–824. https://doi.org/10.30828/real.1093128

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd, Ed.). SAGE Publications Ltd.

Noworól, A. (2024). Parents as stakeholders in the school management process. *Public Management*, *2023*(1–2), 33–54. https://doi.org/10.4467/20843968ZP.23.003.19073

Nugroho, A. S., Yuliati, L. N., & Taryana, A. (2024). Strategy to enhance enrollment in private

primary schools by influencing parental school choice decisions. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, *13*(2). https://doi.org/10.23887/jpiundiksha.v13i2.70358

Nurhikmah. (2024). Educational management functions: Planning, organizing, actuating, controlling. *INTIHA: Islamic Education Journal*, *1*(2). https://doi.org/10.58988/intiha.v1i2.293

Pezalla, A. E., Pettigrew, J., & Miller-Day, M. (2012). Researching the researcher-as-instrument: An exercise in interviewer self-reflexivity. *Qualitative Research*, *12*(2), 165–185. https://doi.org/10.1177/1468794111422107

Romatico, A. F., & Menes, C. C. (2025). Brand image and customer loyalty of parents in a private sectarian school in Central Negros. *Technium Social Sciences Journal*, *72*(1). https://doi.org/10.47577/tssj.v72i1.12898