

MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI SMP HOLY FAITHFUL OBEDIENT DEPOK

AlexanderKota¹, Irawan R. D. Budianto²

Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Mitra Bangsa Jakarta Email
korespondensi: aleksanderkota@gmail.com

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di SMP Holy Faithful Obedient Depok melalui pendekatan kualitatif metode deskriptif dengan dokumentasi, wawancara, dan observasi sebagai teknik dalam mengumpulkan datanya. Hasilnya menunjukkan bahwa manajemen pemasaran melalui bauran atau strategi pemasaran marketing mix pada jasa pendidikan sebagai alat bantu taktis promosi produk keunggulan sekolah dengan 7P (*process, physical evidence, people, promotion, place, price, and product*) sudah berjalan cukup baik dalam meningkatkan kepuasannya di SMP Holy Faithful Obedient Depok. Meningkatnya jumlah peserta didik setiap tahun menjadi bukti dari pernyataan tersebut. Terdapat tiga unsur yang mendominasi bauran pemasaran dalam memberikan pengaruh pada kepuasan pelanggannya seperti pada program unggulan bidang akademik dan non-akademik. Namun hasil outputnya belum seperti yang diharapkan. Penyelenggaraan pendidikan di SMP Holy Faithful Obedient Depok telah berjalan dengan baik, dan telah memanfaatkan sumber daya yang ada. Proses kegiatan belajar mengajar cukup kondusif, didukung kondisi lokasi yang tenang jauh dari pusat keramaian dan kesibukan ekonomi. Namun, hasil outputnya belum seperti yang diharapkan. Kegiatan akademik dan non akademik belum mencapai dalam prestasi yang optimal. Adapun biaya yang harus dikeluarkan merupakan peran serta masyarakat atau sumbangan biaya pendidikan dari hasil di rapat antara orang tua wali dan pihak sekolah serta sebagian biaya gratis yang diberikan oleh pemerintah. SMP Holy Faithful Obedient Depok merupakan Sekolah yang terletak di daerah kota Depok. SMP Holy Faithful Obedient Depok melaksanakan program pembelajaran dengan berpedoman pada Kurikulum Merdeka untuk Kelas VII dan Kurikulum 2013 berlaku kelas VIII dan IX.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Kepuasan Pelanggan, Strategi Bauran Pemasaran, dan Jasa Pendidikan.

ABSTRACT

This study aims to determine marketing management in increasing customer satisfaction at Holy Faithful Obedient Junior High School Depok through a qualitative approach descriptive method with documentation, interviews, and observations as techniques in collecting data. The results show that marketing management through a marketing mix or marketing mix strategy in educational services as a tactical tool for promoting school excellence products with 7Ps (process, physical evidence, people, promotion, place, price, and product) has run quite well in increasing customer satisfaction at Holy Faithful Obedient Junior High School Depok. The increasing number of learners every year is proof of this statement. There are three elements that dominate the marketing mix in influencing customer satisfaction such as excellent academic and non-academic programs. But the output results have not been as expected. The costs that must be incurred are community participation or donations of education costs from the results of meetings between parents, guardians and the

school and some free fees provided by the government. Holy Faithful Obedient Junior High School Depok is a school located in the city of Depok. Holy Faithful Obedient Junior High School Depok carries out learning programs based on the Independent Curriculum for Grade VII and the 2013 Curriculum applies to grades VIII and IX.

Keywords: *Marketing Management, Customer Satisfaction, Marketing Mix Strategy, and Education Services.*

PENDAHULUAN

Bertambahnya instansi pendidikan di Indonesia merupakan perwujudan bergeraknya pada sektor pendidikan. Ini merupakan suatu kebutuhan yang diharapkan masyarakat sehingga terdapat peningkatan dan tersebarnya instansi pendidikan. Permasalahan banyaknya lembaga pendidikan di satu daerah akan menimbulkan persaingan. Meruntut data PISA (*The Programme For International Student Assessment*) tahun 2014, adanya saingan antar instansi dapat disebabkan oleh beberapa macam hal sebagai berikut:

1. Kemungkinan lebih dari 50% kompetitor pada tiap daerah terdapat lebih dari satu sekolah.
2. Pada negara berkembang dengan pendapatan yang rendah aspek *performance* tampilan fisik sekolah tidak ada kaitannya dalam memilih untuk mendaftarkan diri pada suatu instansi sekolah tersebut.
3. Terdapat perbedaan antara pilihan orang tua dalam mendaftarkan anaknya pada instansi sekolah seperti orang tua yang mampu akan memasukan anaknya ke sekolah atas dasar mutu pengajar menjadi aspek utama. Sedangkan untuk orang tua yang tidak mampu akan memilih sekolah yang sesuai dengan kemampuan uang yang dimilikinya.
4. Adapun hal yang menjadi pertimbangan terdapat pada tingkat sosial dan status orang tua dalam memilih instansi pendidikan untuk anaknya, terkadang ada sekolah yang mengeluarkan batasan bagi siswa, hal ini ditetapkan pada tingkat sosialnya.

Tantangan lembaga pendidikan ke depan ialah:

1. Adanya persaingan antar sekolah sehingga faktor kepuasan pelanggan pada sekolah merupakan bentuk upaya pemasaran jasa pendidikan yang berdampak positif terhadap rasa kepuasan dan berdampak pada peningkatan minat pengguna jasa pendidikan. Sekarang ini terdapat fenomena menarik dimana lembaga pendidikan yang memiliki prestasi yang unggul dan sarana prasarana yang baik cenderung akan dipilih oleh masyarakat, karena keberhasilan instansi pendidikan tersebut dalam memuaskan pengguna jasa pendidikan.
2. Lembaga pendidikan sejenis. Banyak SMP-SMP lainnya yang juga difavoritkan di sekitar lingkungan SMP Holy Faithful Obedient Depok.
3. Lingkungan sosial sekolah. Lingkungan sosial SMP Holy Faithful Obedient cukup baik, yaitu berada di lingkungan sekolah-sekolah swasta. Hanya ada beberapa tindak kekerasan yang dilakukan warga sekitar.
4. Bertambahnya SMP Negeri di Kota Depok. Bertambahnya SMP di Kota Depok menjadi tantangan bagi SMP HFO dalam penerimaan siswa baru.
5. Persaingan masuk SMP Negeri. Banyak persaingan lulusan yang terjadi antar SMP-SMP yang diminati dalam tes masuk SMP Negeri.
6. Penggunaan Teknologi Komputer dan Informatika. Masih ada beberapa guru yang kesulitan dalam menggunakan teknologi komputer dan informatika dalam pembelajaran. Dalam keterbatasan situasi dan kondisi tersebut, SMP Holy Faithful Obedient Depok terus bekerja keras untuk tetap berupaya meningkatkan mutu layanan pendidikan secara gradual dan berkesinambungan dengan adanya program strategi yang akan meningkatkan

profesionalisme guru, melengkapi sarana dan prasarana, menciptakan sekolah sebagai lingkungan belajar, dan meningkatkan peran stakeholder. Harapannya adalah agar prestasi siswa setiap tahunnya selalu meningkat dalam bidang akademik misalnya melalui hasil nilai raport siswa, Asesmen Nasional Berbasis Komputer (ANBK), Ujian Sekolah mulai diperhitungkan, maupun secara non akademik khususnya di bidang keterampilan melalui kegiatan ekstrakurikuler.

Berangkat penjabaran tersebut, peneliti berusaha melakukan pengkajian mendalam mengenai manajemen pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di SMP Holy Faithful Obedient Depok.

TINJAUAN PUSTAKA

Marketing management terdapat 2 kata ialah manajemen dan pemasaran. Penyebaran atau pendekatan adalah analisis, rencana, realisasi, dan kontrol dari agenda-agenda dibuat dan diciptakan, membangun, dan memelihara tukar menukar mendapat *feedback* dengan target untuk tersampainya kesepakatan perusahaan. Kosakata pemasaran dalam bahasa Inggris ialah marketing. Jika diserap ke bahasa Indonesia berarti pemasaran. Pemasaran diartikan dari kata market (pasar), sehingga pemasaran suatu barang atau jasa berarti melakukan penjualan yang lebih luas, bukan hanya menawarkannya (Buchari Alma, 2020).

Sedangkan pengertian dari *American Marketing Association*, hasil prestasi disebut pemasaran berkaitan dengan tersampainya suatu item dan jasa dari pengedar dan pemakai. Penuturan Sofjan Assauri, sebagai wujud penyediaan dan penyampaian barang dan layanan sesuai objek orang, tempat, waktu atau biaya, hingga komunikasi yang tepat (Sofjan Assauri, 2015). Jika diinterpretasikan dalam pendidikan dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu rangkaian proses bisa diartikan sebagai alat program sehingga diperlukan komunikasi dan pendekatan untuk menarik perhatian dan mendapatkan keuntungan bagi sekolah.

Marketing management sangat diperlukan pada sekolah, sejalan adanya kompetitor sekolah. Dalam penyampaian yang di nukil dari *The American Marketing Association offers this managerial* tuturnya suatu tahapan pemberian gagasan, pemasaran, harga, pelaksanaan rencana, dan pegkonsep suatu jasa atau barang untuk menciptakan transaksi yang dapat memberikan kepuasan pada kelompok atau individu tertentu disebut manajemen marketing (Philip Kotler, 2000). Jika manajemen pemasaran diartikan pada instansi pendidikan yakni suatu gerakan dari apa yang telah di rencanakan seperti penentuan harga masuk ke sekolah, promosi pelayanan sekolah supaya dikenal masyarakat, fasilitas tetap atau penunjang, mutu pendidik dan lain-lainnya. Itulah yang akan menjadi penilaian orang tua dalam mendfatarkan anaknya masuk ke sekolah. Sedangkan pada instansi pendidikan, manajemen pemasaran jasa cerminan dari tanggung jawab instansi pendidikan khalayak ramai tentang jasa pendidikan telah berjalan serta akan dijalankan. Maksudnya *marketing management* perlu dilaksanakan di instansi pendidikan. Adapun tujuan *marketing management* ialah pada seluruh siswa dengan tersampainya kepuasan dan keinginannya (Amiruddin dkk, 2021).

Pentingnya pemasaran pada instansi pendidikan guna terealisasinya citra sekolah. Melakukan pemasaran sekolah merupakan bentuk mempertahankan instansi pendidikan maka tiap sekolah harus meningkatkan penyebaran informasi tentang sekolah. Sebaliknya sekolah yang tidak melakukan penyebaran informasi tentang sekolah akan mengakibatkan menurunnya angka siswa dan tidak dikenal oleh khalayak ramai. Sehingga pentingnya sekolah dalam menaikkan prestasi atau meningkatkan kreativitas dan mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan digital marketing. Perlu nya pengelolaan

sekolah yang bagus dengan cara penyebaran informasi sekolah atau jasa, sehingga akan tetap menjadi favorit oleh orang tua wali dan persaingan antar sekolah dapat diatasi. Penyebaran informasi sekolah merupakan bagian penting yang harus di jalankan oleh sekolah, bertujuan menaikkan citra dan menarik perhatian masyarakat (Muhaimin dkk, 2009).

Produk atau jasa yang bermutu akan berpengaruh pada rasa puas pelanggan. Adapun cara agar sekolah tetap dikenal yakni dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dengan dibantu penyebaran informasi sekolah. Hal ini akan berdampak pada rasa puas siswa dan tersampainya dalam menarik calon peserta didik agar masuk ke sekolah. Strategi atau bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah:

1. Seperangkat alat penyebaran informasi taktial berguna untuk peroleh perhatian yang diinginkan. Penyampaian dari Zeithaml serta Bitner penyebaran informasi sekolah tersusun oleh 7P yakni *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi) serta *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (fasilitas fisik), serta *process* (proses) (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008).
2. Penelitian oleh Fahriati dkk berjudul manajemen pemasaran jasa pendidikan pada usaha menaikkan minat masyarakat di SMAN 2 Amuntai menyimpulkan bahwa ada empat fungsi management antara lain: perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan. Gerakan peningkatan dengan poin 7P. Barang, biaya, lokasi, pemasaran, SDM, wujud instansi pendidikan serta sopnya. Penelitian dari Syahrial Labaso dengan judul penerapan *marketing mix* sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan di MAN 1 Yogyakarta menyimpulkan bahwa berjalannya bauran Promosi 7P. Produk, biaya, tempat, promosi, SDM, wujud nyata instansi pendidikan dan sop melalui pemanfaatan kemampuan kerja.
3. Penelitian oleh Siti Mariani dkk berjudul strategi manajemen pemasaran lembaga pendidikan islam di MTs Madinatul Ilmi Desa Lubuk Kertang Kecamatan Berandan Barat menyimpulkan bahwa pelayanan jasa sekolah diutamakan untuk memberikan keinginan dan kepuasan siswa, hal ini terdetek dengan 3 hal, ialah layanan mutu sekolah, kemampuan pendidik, Staf Tata Usaha madrasah dan output lulusan.
4. Penelitian oleh Frizkania Lutfi Annisa Fira dkk berjudul strategi pemasaran jasa pendidikan dalam menarik minat masyarakat melalui program kelas khusus di simpulkan bahwa program rombel khusus yakni kelebihan yang di punyai sekolah. Berikut hambatan strategi promosi jasa sekolah hampir tidak semua guru tidak faham misi yang persis dalam kelas khusus. Penelitian oleh Ali Fahrudin, Murdadlo, dan Warih Handyaningrum implementasi manajemen pemasaran jasa pendidikan di MTs Ma' Arif 1 Ponorogo menyimpulkan bahwa terlaksananya bauran pemasaran 7P (proses, bukti fisik, SDM, promosi, lokasi, harga, dan produk).

METODE PENELITIAN

Jenis atau desain penelitian ini yakni deskriptif melalui penjelasan kualitatif. Peneliti memilih untuk melaksanakan penelitiannya di SMP Holy Faithful Obedient Depok yang terletak di jalan Kamboja No. 18, RT 001/RW 007, Kelurahan Depok, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Provinsi Jawa Barat, Kode Pos 16431. Waktu penelitian dimulai dari pada November hingga Desember 2023 dan mewawancarai beberapa narasumber sebagai sumber data primer, yakni perwakilan siswa, waka sarana prasarana, staff tatusaha, waka hubungan masyarakat, wakakesiswaan, waka kurikulum, dan kepala sekolah. Sedangkan sumber data sekunder peneliti mengambil data informasi maupun dokumen atau foto terkait penelitian. Observasi digunakan untuk mencari data tentang mengenai topik penelitian yang peneliti angkat dengan mewawancarai Kepala

Sekolah, Wakasek Bidang Kurikulum, Wakasek Bidang Kesiswaan, Staf Tata Usaha, Sarpras Dan Perwakilan Siswa. Dokumentasi dilakukan untuk mengidentifikasi data mengenai visi-misi, profil, struktur organisasi, peraturan sekolah atau tata tertib, brosur promosi sekolah, data guru/data kependidikan, data jumlah siswa 5 tahun terakhir, data sarana prasarana dan data prestasi akademik dan non akademik sekolah. Penyampaian dari Sandu Siyoto, kemampuan mencermati informasi berasal dari data yang diperoleh. Intinya jika data yang diperoleh tak dianalisis hanya akan jadi items yang tidak ada fungsi, tak berarti, atau jadi data yang mati dan tidak akan hidup. Dapat disimpulkan bahwa bila ingin data tersebut berarti maka harus dianalisis. Pada penelitian ini memilih analisa data *reduction*, *display* data serta data *verification*. Informasi ini diperoleh atas pengamatan observasi, interview, dokumentasi, hingga bahan bacaan yang di setting guna mempunyai tujuan tercapainya keserasian, terlengkapkan dan real data hingga data tersebut di kelompokkan sesuai tempat permasalahannya (Sandu Siyoto, 2015). Peneliti memilih triangulasi sumber serta metode.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. **Product (Produk Layanan Pendidikan)**

Kotler mengatakan bahwa suatu hal yang penjual tawarkan sebagai objek yang bisa dinikmati oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya disebut produk. Sementara itu Keegan menyebutkan bahwa produk ialah items bersifat nyata, simbolik atau jasa yang menimbulkan impact atau kepuasan kepada pemakainya. Manajemen produk terkait dengan keputusan yang berpengaruh pada tatapan dari produk yang di tawarkan oleh pembuat (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada objek untuk mendapat imbal balik, dimiliki, digunakan atau di nikmati yang meliputi barang secara nyata, jasa, keperibadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran (Sofjan Assauri, 2015).

a. Program Strategis Pencapaian Tujuan SMP Holy Faithful Obedient Depok

Dalam rangka mewujudkan program sekolah, maka program strategis yang dicanangkan diarahkan pada delapan standar nasional pendidikan yang terkandung di dalam PP No. 19 tahun 2005 Pasal 72 ayat (1), sebagaimana diubah dengan PP No. 32 tahun 2013 dan PP No. 13 tahun 2015. Adapun program strategis yang dicanangkan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan kompetensi lulusan di SMP Holy Faithful Obedient Depok sesuai dengan SNP.
2. Pengembangan kurikulum yang merupakan penjabaran dari standar isi dan kurikulum nasional.
3. Pengembangan proses pembelajaran secara aktif, inovatif, kreatif, efektif, dan menyenangkan.
4. Pengembangan kompetensi tenaga pendidik dan kependidikan sesuai SNP dan tuntutan global.
5. Pengembangan sarana dan prasarana atau fasilitas sekolah sesuai dengan kebutuhan.
6. Pengembangan implementasi pengelolaan/ manajemen sekolah sesuai dengan SNP
7. Pengembangan penggalan sumber dana pendidikan dan implementasinya.
8. Pengembangan implementasi sistem penilaian untuk semua mata pelajaran dan jenjang kelas.
9. Pengembangan lingkungan sekolah yang kondusif, bersih, indah, dan ramah.

b. Pelayanan Pada SMP Holy Faithful Obedient Depok

1. SMP Holy Faithful Obedient Depok memberikan layanan yang baik untuk siswa baik di bidang akademik maupun non akademik.
 - a. Berdasarkan program-program unggulannya yaitu:
 - ◆ Pray, Praise and Worship (PPW) setiap hari.
 - ◆ Ekspresi diri dan ekstrakurikuler.
 - ◆ Program pembentukan karakter siswa dengan tema pembelajaran yang berhubungan dengan nilai-nilai kekristenan.
 - ◆ sarana-prasarana yang lengkap untuk menunjang proses kegiatan belajar mengajar.
 - b. Fasilitas yang disediakan yaitu:
 - ◆ Ruang kelas full AC
 - ◆ Sistem keamanan CCTV diseluruh ruang
 - ◆ Kolam renang
 - ◆ Playground indoor dan outdoor
 - ◆ Perpustakaan
 - ◆ Lab. Bahasa
 - ◆ Lab. Komputer
 - ◆ La. IPA
 - ◆ Lapangan olahraga (Basket, futsal, bulutangkis, dan voli)
 - ◆ Sarana antar-jemput
 - c. Kegiatan Ekstrakurikuler
 - ◆ Basket
 - ◆ Futsal
 - ◆ Renang
 - ◆ Coding
 - ◆ English Club
 - ◆ MIPA
 - ◆ Modern Dance
 - ◆ Band
 - ◆ Bible Club
 - ◆ Vocal
 - ◆ Gitar
 - ◆ Pramuka
 - d. Ekspresi Diri
 - ◆ Mandarin
 - ◆ Paduan Suara
 - ◆ Tari Tradisional
 - ◆ Cooking
 - ◆ Menggambar
 - ◆ Dance
 - ◆ Gitar Akustik
 - ◆ Digital Art
 - ◆ Math and Science
2. SMP Holy Faithful Obedient Depok menerapkan KBM yang sesuai dengan kurikulum. Pada tahun 2023/2024 Kurikulum kelas VII menggunakan struktur kurikulum merdeka. Penerapan kurikulum merdeka tersebut berdasarkan Permendikbudristek No. 56/KR/2022 tentang Pedoman Penerapan Kurikulum Dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran. Sedangkan, untuk kelas VIII dan IX masih menggunakan kurikulum 2013.

3. Siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki lulus yang unggul dalam prestasi akademik dan non akademik.
 4. SMP Holy Faithful Obedient Depok telah melaksanakan proses pembelajaran yang variatif dan inovatif.
 5. SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki administrasi kurikulum yang lengkap.
 6. SMP Holy Faithful Obedient Depok komit mendankompetensi tenaga pendidik dan kependidikan yang profesional.
 7. SMP Holy Faithful Obedient Depok mewujudkan pengelolaan pendidikan partisipatif, transparan, dan akuntabel.
 8. SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki sarana dan prasarana pendidikan yang memadai dan relevan dalam mendukung PBM.
 9. SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki sumber dan yang memadai, memenuhi kegiatan sekolah.
 10. SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki sistem penilaian beragam (multiaspek) untuk semua mata pelajaran dan semua jenjang kelas.
 11. SMP Holy Faithful Obedient Depok memiliki lingkungan sekolah yang kondusif, tertib, bersih, indah, ramah.
- c. Prestasi Siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok
Meskipun termasuk sekolah baru dan masih muda karena baru berusia 12 tahun, namun prestasi yang diraih oleh siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok dapat membanggakan pihak internal dan eksternal sekolah, diantaranya:
1. Lomba Gebyar MURIPNFI 2020.
 2. Juara I Lomba Matematika Kelas VII Dan Kelas IX.
 3. Juara I Dan III Lomba Story Telling.
 4. Juara III Lomba Speech Contest Tahun Pelajaran 2020/2021 di Sekolah Cakra.
 5. Juara III Lomba Story Telling Tingkat Kota Depok Tahun 2020.
- d. Output Siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok
1. Output sekolah kurang lebih 95% diterima masuk pada SMA Swasta.
 2. Output sekolah kurang lebih 50% diterima masuk di perguruan tinggi negeri.
 3. Output sekolah salah satunya ada yang menjadi Dokter.

2. **Price (Harga Layanan Pendidikan)**

Harga ialah sebuah tingkatan value tukar produk dan jasa yang dapat berpengaruh baik ke statistik penjualan dan impact baik pada perusahaan. Harga ialah sejumlah uang sebagai alat bantu untuk memperoleh product, harga juga bisa dinyatakan sebagai titik nilai suatu produk. Hal inilah yang disampaikan oleh Kotler katanya harga (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Penentuan value dari sebuah produk jasa haruslah mengarah ke standar, dan yang utama yakni keputusan target tarif di atur dengan strategi pemasaran pada tiap sisi. Harga dalam konteks jasa pendidikan ialah sepaket biaya yang harus berikan seperti sumbangan biaya pendidikan (SPP), investasi bangunan, biaya kegiatan ekstrakurikuler, dan lain-lain.

a. Mekanisme aturan biaya SMP Holy Faithful Obedient Depok

Berikut merupakan mekanisme aturan biaya penerimaan peserta didik baru tahun pelajaran 2024/2025 SMP Holy Faithful Obedient Depok:



Sumber: <https://sekolahypkbdepok.com/alur-pendaftaran/>

b. SumberdanaSMPHolyFaithfulObedientDepok

1. Dana bantuan yang di berikan oleh pemerintah seperti bantuan operasional dari pemerintah daerah (BOSDA).
2. Danakomite sumbangan sekolah yangdiberikan oleh sekolah atas rapat komite dan para orang tua wali dalam biaya sekolahnya.

3. Place(Tempat Layanan Pendidikan)

Memilih lokasi bagian penting sebagai suatu keputusan investasi yang terdapat tujuan strategis, misalnya untuk sebagai wadah penyelesaian akses kepada pelanggan. Menetapkan lokasi harus mengarah misalnya, akses transportasi, visibilitas, lalu lintas, ekspansi dan lingkungan (Fandy Tjiptono, 2007).

a. Lokasistrategis

1. Sekolah terdapat di Kota Depok dan georafis yang dapat dikatakan sangatstrategis.
2. Sekolah terletak di Kelurahan Depok, Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok, Provinsi Jawa Barat.
3. Sekolah berada di lingkungan sekolah-sekolah swasta, seperti di sebelah barat terdapat sekolah swasta katolik Mardi Yuana dan di sebelah timur terdapat sekolah Tunas Global.
4. Sekolahberadatidak jauhdariRumahSakit HerminaDepokdenganjarakkurang lebih 200 meter sangat mudah dijangkau apabila ada siswa atau guru yang membutuhkan perawatan/pengobatan.
5. Sekolah berada dekat dengan kantor WaliKota dan Polres Depok dengan jarak kurang lebih 500 meter.

b. KenyamananSMPHolyFaithfulObedientDepok

1. Terdapat CCTV disemua ruangankecualiditoilet.
2. Memilikipagarkelilingdansecuritydilobbysekolah.

4. Promotion(PromosiLayananPendidikan)

Bagianpenunjang keberhasilankegiatanpemasaran yang dilakukandan efektifnya rencana pemasaran yang disusun, maka perusahaan haruslah mengatur danmenjalankan rencana promosi yang sesuai (Sofjan Assauri, 2015). Promosi berpacu pada rangkaian menyebarkan manfaat produk dan menggaet hati pelanggan untuk mengordernyapadamediasosial,gunamendapatkansertamengambil simpati

konsumen (Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2018).

a. Pemasaran jasa sekolah

1. Sekolah ingin meningkatkan kualitas agar dikenal masyarakat. Dengan tujuan memperkenalkan program unggulan yang akan dilakukan SMP HFO Depok selama satu tahun pelajaran.
2. Sekolah bekerja sama dengan Puskesmas Pancoran Mas. Dengan tujuan ketika guru, staff, dan siswa yang ingin berobat cukup menunjukkan id card atau kartu siswa dan akan mendapatkan pengobatan secara gratis.
3. Sekolah bekerja sama dengan Psikotes Rajawali. Berlaku untuk siswa kelas IX yang akan masuk SMA untuk mengetahui kemampuan siswa dan jurusan yang akan dipilih.
4. Sekolah bekerjasama dengan Psikotes Stifin. Berlaku untuk calon peserta didik baru sebagai salah satu tahap seleksi masuk di SMP Holy Faithful Obedient Depok.
5. Sekolah bekerja sama dengan bimbel. Berlaku untuk semua siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok yang ingin mengikuti bimbingan belajar tambahan di luar lingkungan sekolah.
6. Sekolah bekerja sama dengan GBI Kamboja Depok. Bertujuan untuk mengadakan kegiatan PPW, dan kegiatan lainnya yang diselenggarakan oleh SMP Holy Faithful Obedient Depok.

b. Pengamatan pada pesaing sekolah

1. Sekolah menonjolkan kelebihan di bagian pembentuk karakter siswa kristiani dengan melaksanakan Firman, Doa, Pujian, dan Penyembahan setiap hari.
2. Bekerja sama dengan instansi pendidikan lain.
3. Sebagian orang tua memasukkan anaknya ke sekolah negeri.

c. Rencana pemasaran jasa pendidikan

1. Meningkatkan keimanan dan ketakwaan melalui berbagai kegiatan kerohanian, seperti: mengadakan ibadah setiap pagi bersama di gereja, membaca dan melakukan —*spend time with God* setiap hari, mengadakan perayaan hari raya kristiani (natal, paskah), *Healing Students Camp*, *Healing Family Day*.
2. Meningkatkan kualitas pendidikan, guru terus belajar dan mengembangkan diri, menggali berbagai sumber informasi yang mendukung profesionalisme guru dengan mengikuti seminar, pelatihan dan MGMP.
3. Meningkatkan prestasi siswa sesuai dengan bakat, minat dan kreativitas. Siswa dilatih dalam kegiatan ekstrakurikuler yang diadakan di sekolah, seperti: English Club, Futsal, Renang, Band, Vocal, Modern dance, Gitar dan Coding, dll.
4. Meningkatkan, memelihara, melengkapisaran dan prasarana pendidikan sebagai wujud meningkatnya layanan pendidikan.
5. Meningkatkan hubungan kerja sama antara sekolah, komite, orang tua siswa dan masyarakat.
6. Mewujudkan sekolah sebagai wawasan wiyata mandala.
7. Meningkatkan kegiatan ekstrakurikuler.

Sekolah mengadakan suatu kegiatan dan akan mendokumentasikan kegiatan-kegiatan tersebut dan memberitahukan ke masyarakat melalui sosial media seperti facebook, instagram, dan whatsapp.

d. Kebijakan periklanan SMP Holy Faithful Obedient Depok

1. Media sosial sebagai wadah penyebaran PPDB.
2. Melakukan promosi secara langsung di gereja GBI Kamboja Depok dan GBI

- Sawangan pada hari minggu setelah ibadah.
- e. Carapemasaran SMP Holy Faithful Obedient Depok
 - 1. Melakukan promosi secara langsung di gereja GBI Kamboja Depok dan GBI Sawangan pada hari minggu setelah ibadah.
 - 2. Media sosial sebagai wadah penyebaran informasi terkait prestasi sekolah.
 - 3. Mengikuti perlombaan merupakan salah satu bentuk menarik calon peserta didik.
 - f. Terobosan untuk memenangkan saingan antar kompetitor
 - 1. Meningkatkan kualitas pendidikan baik dari kegiatan intrakurikuler dan ekstrakurikuler.
 - 2. Terpenuhinya sarana prasarana siswa/i.
 - 3. Terpenuhinya sekolah sebagai lingkungan belajar yang kondusif dan aman.
 - 4. Terpenuhinya kualitas guru yang berkualitas dan profesional.
 - 5. Media sosial dijadikan sebagai wadah informasi prestasi sekolah.
 - g. Sasaran penerima calon peserta didik
 - 1. Calon siswa dari SD HFO Depok dan SD HFO Tugu Sawangan.
 - 2. Calon siswa SDS wastama maupun Negeri di Kota Depok.
 - 3. Jumlah calon siswa disesuaikan dengan jumlah daya tampung kelas.
 - h. Kualifikasi penerima calon peserta didik
 - 1. Diperuntukan bagi peserta didik yang dekat dari lokasi sekolah (zonasi).
 - 2. Diperuntukan bagi peserta didik tidak mampu (afirmasi).
 - 3. Diperuntukan bagi peserta didik memiliki prestasi akademik dan non akademik (prestasi).
 - 4. Diperuntukan bagi anak guru atau orang tua yang pindah domisili dibuktikan dengan surat tugas (Pindahan orang tua/wali).
 - i. Hambatan dan evaluasi sekolah terkait pemasaran jasa pendidikan
 - 1. Banyak SMP-SMP lainnya yang juga di favoritkan di sekitar lingkungan SMP Holy Faithful Obedient Depok.
 - 2. Lingkungan sosial SMP Holy Faithful Obedient cukup baik, yaitu berada di lingkungan sekolah-sekolah swasta. Hanya ada beberapa tindak kekerasan yang dilakukan warga sekitar.
 - 3. Bertambahnya SMP di kota Depok menjadi tantangan bagi SMP HFO dalam penerimaan siswa baru.
 - 4. Masih ada beberapa guru yang kesulitan dalam menggunakan teknologi komputer dan informatika dalam pembelajaran.
 - 5. Gedung dan fasilitas sekolah yang digunakan bersama dengan jenjang SD Holy Faithful Obedient Depok. Seiring dengan terus bertambahnya jumlah siswa menyebabkan adanya kendala dalam penggunaan gedung dan fasilitas secara bergantian.
 - 6. Keadaan guru. Sebagian besar tenaga guru masih berstatus guru kontrak Yayasan.
 - j. Hambatan dalam promosi SMP Holy Faithful Obedient Depok
 - 1. Tidak semua orang tua wali yang akan mendaftarkan anaknya akan pahamakan ITE.
 - 2. Banyak orang tua wali siswa yang belum mengetahui web resmi Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa Depok dan SMP Holy Faithful Obedient Depok.

5. People (Orang Atau Sumber Daya Manusia Yang Terdapat di Sekolah)

Sumber daya manusia dianggap sebagai harta penting dalam suatu kumpulan karena manusia yakni bagian utama dalam manajemen yang menajalinkan semua kegiatan operasional dalam lingkungan sekolah (Sherly dkk, 2020). Sumber daya manusia ialah semua subjek yang terlibat dalam proses menginformasikan jasa kepada objek serta menarik pandangan konsumen, seperti personal penyedia jasa, subjek yang

dituju, dan para subjek yang lain yang terlibat dengan jasa itu (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml dan Bitner, *people* yaitu *All human actors who play a part in service delivery and thus influence the buyer's perceptions namely, the firm's personnel, the customer, and other costumers in the service environment*. Artinya semua pelaku yang berperan dalam penyebaran layanan dan dengan demikian menarik pandangan pembeli yaitu, personil perusahaan, subjek dan subjek yang lainnya lain dalam lingkungan layanan. Sejalan dengan pendapat Alma, orang yang melayani atau perencanaan pelayanan ke tiap konsumen (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Sdm keseluruhan pelaku yang dimiliki di suatu instansi sekolah atau perusahaan. Pada sebuah instansi pendidikan *people* atau sumber daya manusia menyangkut pemimpin dan civitas akademika dalam meningkatkan potret sekolah, dalam artian semakin bermutu pihak sekolah dalam menjalankan layanan sekolah akan berimpact baik meningkatkan jumlah pelanggan dan menimbulkan rasa kepuasan (Yoyon Bahtiar Irianto dan Eka Prihatin, 2009).

- a. Orang yang bertanggung jawab dalam aktifitas pemasaran jasa pendidikan
 1. Head Master Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa (YPKB) Depok
 2. Kepala SMP Holy Faithful Obedient Depok
 3. Admin PPDB
- b. Kelompok yang melaksanakan pemasaran
 1. Secara khusus terbenutimpemasarandari bagian PPDB, yaitu Admin dan Staff
 2. Melibatkan guru dan staff dari jenjang SMP Holy Faithful Obedient Depok
 3. dan untuk kegiatan penyampaian informasi ke media sosial sudah ada Admin PPDB yang akan bertanggung jawab.
- c. Rekrutmen dan syarat kualifikasi
SDM Kualifikasi Guru
 1. Rekrutmen guru dilaksanakan oleh pihak Yayasan
 2. Guru minimal Sarjana Strata (S1)
 3. Mengikuti seleksi administrasi
 4. Mengikuti seleksi wawancara
 5. Mengikuti tes mengajar di kelas
 6. Pengumuman seleksiPrasyarat peserta didik dengan 4 jalur registrasi
 1. Diperuntukan bagi peserta didik gelombang khusus
 2. Diperuntukan bagi peserta didik gelombang 1, 2, dan 3
 3. Diperuntukan bagi peserta didik memiliki prestasi akademik dan non akademik (prestasi)
 4. Diperuntukan bagi anak guru atau orang tuanya pindah domisili dibuktikan dengan surat tugas (Pindahan orang tua/wali)
- d. Hadiah bagi peserta didik berprestasi serta hukuman bagi peserta didik yang melakukan kesalahan
 1. Akan ada pengurangan biaya bagi peserta didik berprestasi dan anak guru
 2. Hukuman lisan atau memanggil orang tua
- e. Peranan pendidik membantu aktifitas pemasaran
 1. Pendidik dan kependidikan semuanya bekerjasama dalam mengenalkan sekolah pada lingkungan sekitarnya
 2. Membantu mempromosikan lewat media sosial
 3. Membagi brosur kepada masyarakat

6. *Pshycal Evidence* (Bentuk Fisik Atau Sarana Fisik Sekolah)

Alma dalam penyampainnya melalui bukti nyata konsumen akan melihat keadaan nyata dari benda-benda yang menghasilkan jasa tersebut. Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa bukti nyata yakni butir-butir berwujud yang akan memfasilitasi kinerja dimana objek pembeli akan melihat keadaan persis dari benda-benda yang berpengaruh pada jasa tersebut (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Pada sebuah instansi pendidikan, bukti nyata adalah semua yang ada di sekolah dapat dilihat dan dirasakan. Termasuk bentuk-bentuk interior, corak dari gedung-gedung yang ada di dalam instansi pendidikan itu (Buchari Alma, 2003).

- a. Standar bangunan SMP Holy Faithful Obedient Depok. Sekolah telah mengalami perkembangan dari bukti fisik seperti sarana dan prasarana yang ada.
- b. Data catatan prestasi peserta didik intrakurikuler dan ekstrakurikuler
 1. Data prestasi siswa intrakurikuler dan ekstrakurikuler dalam perlombaan tingkat Kota Depok yang disimpan bagian Tata Usaha (TU) Sekolah
 2. Website sekolah menampung data prestasi siswa.
- c. Berkas informasi SMP Holy Faithful Obedient Depok
 1. Berkas sekolah tersimpan dalam arsip manual dan google site
 2. Arsip sekolah dari tahun ketahun telah ada peningkatan dan dalam perbaikan.
- d. Tolak ukur sarana dan prasarana SMP Holy Faithful Obedient Depok. Fasilitas sarana prasarana sudah cukup lengkap namun ada yang perlu ditambahkan.

7. *Process* (Proses Aktifitas Jasa Pendidikan)

Alma dalam penyampainnya mengatakan bahwa proses terjadi dibelakang pandangan subjek pembeli. Proses ini terjadi atas dukungan atasan dan bawahan yang mengatur dapat disimpulkan bahwa proses ialah suatu prosedur, mekanisme dan rangkaian tersusun untuk menyampaikan jasa dari produsen kepada subjek pembeli, dimana proses ini erat kaitannya dengan pelaku yang akan menyampaikan suatu jasa kepada konsumen (Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, 2008). Pada sebuah instansi pendidikan, proses artinya keseluruhan jalannya yang mendukung terjadinya proses kegiatan belajar mengajar guna tercapainya program atau hasil lulusan yang diharapkan.

- a. Aktifitas belajar mengajar di sekolah
 1. SMP Holy Faithful Obedient Depok menetapkan kebijakan *full day school*.
 2. KBM dimulai pukul 08.00 WIB dan selesai pukul 14.10 WIB.
 3. Setelah KBM, akan dilanjutkan kegiatan ekstrakurikuler selama satu jam. Dimulai pukul 14.30-15.30 WIB.
 4. Setiap hari Selasa, Rabu, dan Kamis siswa diwajibkan mengikuti ibadah PPW di gedung GBI Kamboja Depok. Ibadah berlangsung selama 25 menit, dimulai pukul 07.30-07.55 WIB.
 5. Setiap hari Kamis siswa diwajibkan membawapersembahan.
- b. Kurikulum SMP Holy Faithful Obedient Depok
Kurikulum yang digunakan SMP Holy Faithful Obedient Depok menggunakan Kurikulum Merdeka dan Kurikulum 2013.
 1. Kelas VII menggunakan Kurikulum Merdeka
 2. Kelas VIII dan IX menggunakan Kurikulum 2013.
- c. Bidang ekstrakurikuler SMP Holy Faithful Obedient Depok Saat ini ada 12 jenis ekstrakurikuler yang terdiri dari: Basket, Futsal, Renang, Coding, English Club, MIPA, Modern Dance, Band, Bible Club, Vocal, Gitar, dan Pramuka.
- d. Aturan sekolah kedisiplinan bagi guru dan siswa
 1. Aturan yang telah direalisasikan atas dasar kesepakatan bersama.
 2. Aturan tata tertib telah terpasang di ruang guru dan peserta didik.

e. Kondisi Tenaga Pendidik dan Tenaga Kependidikan

Tabel 3.1
Jumlah Guru Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah |
|----|---------------|--------|
| 1 | Perempuan | 13 |
| 2 | Laki-Laki | 5 |

Sumber: Data Guru

Tabel 3.2
Jumlah Guru Berdasarkan Tingkat Kualifikasi Akademik

| No | Status/ Jabatan | Tingkat Pendidikan Terakhir | | | | | | |
|----|-----------------|-----------------------------|------|----|----|----|----|----|
| | | <SLTP | SLTA | D2 | D3 | S1 | S2 | S3 |
| 1 | Kepala Sekolah | - | - | - | - | 1 | - | - |
| 2 | Guru | - | - | - | - | 13 | 3 | - |
| 3 | Staff | - | - | - | - | 1 | - | - |

Sumber: Data Guru

f. Kondisi Siswa

Tabel 3.3
Jumlah Siswa Per Kelas Tahun Pelajaran 2023/2024

| No | Kelas | Jumlah |
|---------------|-------|------------|
| 1. | VII | 59 |
| 2. | VIII | 39 |
| 3. | IX | 56 |
| Jumlah | | 154 |

Sumber: Data Siswa

Tabel 3.4
Jumlah Siswa Berdasarkan Jenis Kelamin

| JUMLAH SISWA SMP HFO | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|----|--|------------------------------|---|----|--|----------------------------|---|----|---|------------------------|---|----|
| TAHUN PELAJARAN 2023/2024 | | | | | | | | | | | | | | |
| Kelas VII Holy A | | | | Kelas VII Holy B | | | | Kelas VII Holy C | | | | Total kelas VII | | |
| L | = | 8 | | L | = | 11 | | L | = | 11 | | L | = | 30 |
| P | = | 12 | | P | = | 9 | | P | = | 8 | | P | = | 29 |
| Total | = | 20 | | Total | = | 20 | | Total | = | 19 | | Jumlah | = | 59 |
| Kelas VIII Faithful A | | | | Kelas VIII Faithful B | | | | Total kelas VIII | | | | | | |
| L | = | 10 | | L | = | 12 | | L | = | | | L | = | 22 |
| P | = | 10 | | P | = | 8 | | P | = | | | P | = | 18 |
| Total | = | 20 | | Total | = | 20 | | | | | | Jumlah | = | 40 |
| Kelas IX Obedient A | | | | Kelas IX Obedient B | | | | Kelas IX Obedient C | | | | Total kelas IX | | |
| L | = | 10 | | L | = | 10 | | L | = | 10 | | L | = | 30 |
| P | = | 10 | | P | = | 10 | | P | = | 5 | | P | = | 25 |
| Total | = | 20 | | Total | = | 20 | | Total | = | 15 | | Jumlah | = | 55 |
| TOTAL KESELURUHAN | | | | | | | | | | | = | 154 | | |
| LAKI-LAKI | | | | | | | | | | | = | 82 | | |
| PEREMPUAN | | | | | | | | | | | = | 72 | | |

Sumber: Data Siswa

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. SMP Holy Faithful Obedient Depok telah melaksanakan pemasaran dengan baik. dibuktikan peningkatan jumlah siswa setiap tahun. Sarana dan prasarana yang dimiliki sekolah sudah memenuhi serta kelas telah meruntut standar operasional sekolah (SOP) dan boleh digunakan untuk aktifitas belajar mengajar. Terdapat sumbangan seperti Dana bantuan yang di berikan oleh pemerintah seperti bantuan operasional dari pemerintah daerah (BOSDA) dan Dana komite sumbangan sekolah yang diberikan oleh sekolah atas rapat komite dan para orang tua wali dalam biaya sekolah atas dasar kesepakatan wali murid sehingga berpengaruh pada rasa puas pelanggan yakni siswa. SMP Holy Faithful Obedient Depok sudah membuat kelompok pemasaran jasa pendidikan, Secara khusus terbentuk tim pemasaran dari bagian PPDB, yaitu Admin dan Staff, Melibatkan guru dan staff dari jenjang SMP Holy Faithful Obedient Depok, dan untuk kegiatan penyampaian informasi ke media sosial sudah ada Admin PPDB yang akan bertanggung jawab.
2. Kegiatan pemasaran jasa pendidikan SMP Holy Faithful Obedient Depok telah terlaksana dengan baik. Langkah penyampaian informasi sekolah melalui digital yaitu dengan menyebarkan brosur PPDB ke media sosial seperti website sekolah, WhatsApp, Instagram dan Facebook juga melakukan promosi secara langsung di gereja GBI Kamboja Depok dan GBI Sawangan pada hari minggu setelah ibadah. Kendala terima pada pihak sekolah yaitu tidak semua para orang tua wali yang akan mendaftar paham akan ITE. Banyak orangtua wali siswa yang belum mengetahui web resmi Yayasan Pokok Kegirangan Bangsa Depok dan SMP Holy Faithful Obedient Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Fahrudin, Murtadlo, Warih Handayani grum. — *Implementasi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Di MTs Ma ' Arif 1 Ponorogo*. Jurnal Ilmiah Mandala Education 7, no. 3 (2021): 329–34.
- Amiruddin k. *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*. Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, Dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.

- Buchari Alma. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- . *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Buchari Alma dan Ratih Hurriyati. *Manajemen Corporate Dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu Dan Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Fahriati, Sessi Rewatty Rivilla, Muhamad Sabirin. — *Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Masyarakat Di SMAN 2 Amuntai*. Anatasari Journal of Islamic Education 1, no. 2 (2018).
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing, 2007.
- Fira, Frizkania Lutfi Annisa, Nurul Ulfatin, and Djum Djum Noor Benty. — *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Menarik Minat Masyarakat Melalui Program Kelas Khusus*. Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan 3, no. 3 (2020): 249–61. <https://doi.org/10.17977/um027v3i32020p249>.
- Muhaimin, dkk. *Manajemen Pendidikan: Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Kotler, Philip. *Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition*. New York: Prentice-Hall, Inc., 2000.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. United State: Pearson Education, 2018.
- Samsu. *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA), 2017
- Siyoto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sherly, dkk. *Manajemen Pendidikan: Tinjauan Teori Dan Praktis*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2020.
- Mariani, Siti, Ahmad Fuadi, Muhammad Saleh. — *Strategi Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam Di Mts Madinatul Ilmi Desa Lubuk Kertang Kecamatan Berandan Barat*. Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies 1, no. 1 (2020): 95–104. <https://doi.org/10.51178/cjerss.v1i1.246>.
- Syahrial Labaso. — *Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta*. MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam 3, no. 2 (2018): 289–311. <https://doi.org/10.14421/manageria.2018.32-05>.
- Yoyon Bahtiar Irianto dan Eka Prihatin. *Manajemen Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2009. <https://sekolahypkbdepok.com/school/sd-smp-holy-faithful-obedient-depok/>
- Analisis SWOT SMP Holy Faithful Obedient Depok, 2023.
- Buku Dokumen 1 SMP Holy Faithful Obedient Depok, 2023. Profil SMP Holy Faithful Obedient Depok, 2023.
- Data Guru SMP Holy Faithful Obedient Depok, 2023.
- Data Siswa SMP Holy Faithful Obedient Depok, 2023.