J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)
Vol. 10 ● No. 2 ● 2026
ISSN : 2581-1320 (Print) ISSN : 2581-2572 (Online)
Homepage: http://ejurnal.ikippgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS

PENDAMPINGAN MANAJEMEN DAN MARKETING SEKOLAH DI LEMBAGA PENDIDIKAN MA'ARIF DIY

Kiromim Baroroh[1], Tejo Nurseto[2], Ahmad Chafid Alwi[3], Ratna Rosita Pangestika[4]

[1]Universitas Negeri Yogyakarta. Email: kiromim_b@uny.ac.id
[2]Universitas Negeri Yogyakarta. Email: tejo@uny.ac.id
[3]Universitas Negeri Yogyakarta. Email: ahmadchafidalwi @uny.ac.id
[4]Universitas Negeri Yogyakarta, Email: ratnarositapangestika@uny.ac.id

ABSTRACT

This community service program aims to enhance leadership and managerial competencies of prospective school principals (BCKS) and strengthen school marketing strategies within Ma'arif Educational Institutions in Yogyakarta through the implementation of Talent Pool Training (TPT). The program employed a participatory approach involving training, hands-on practice, and mentoring, covering school management, Business Model Canvas (BMC) implementation, and digital marketing strategies. A total of 72 participants, consisting of school principals and marketing teams, were involved. The results indicate significant improvements in principals' competencies (97.2%), marketing competencies (83.3%), and perceived training benefits (86.1%). In addition, sustainable mentoring was rated highly effective (87.5%). The program also produced key outputs, including TPT modules, partnership documents (IA and MoA), and school marketing products. Overall, the program successfully improved participants' capacities and strengthened school competitiveness in a sustainable manner.

Keywords: *Talent Pool Training (TPT), School Leadership, School Management, Business Model Canvas (BMC), School Marketing, Digital Marketing, Principal Succession, Community Service*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi kepemimpinan dan manajerial Bakal Calon Kepala Sekolah (BCKS) serta memperkuat strategi pemasaran sekolah di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY melalui implementasi Talent Pool Training (TPT). Program dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan yang mencakup manajemen sekolah, penerapan Business Model Canvas (BMC), serta pemasaran berbasis digital. Peserta berjumlah 72 orang yang terdiri dari kepala sekolah dan tim marketing. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada kompetensi kepala sekolah (97,2%), kompetensi marketing (83,3%), serta persepsi manfaat pelatihan (86,1%). Selain itu, pendampingan berkelanjutan juga dinilai sangat efektif oleh peserta (87,5%). Program ini juga menghasilkan luaran berupa modul TPT, dokumen kerja sama (IA dan MoA), serta produk pemasaran sekolah. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas peserta dan memperkuat daya saing sekolah secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Talent Pool Training (TPT), Kepemimpinan Sekolah, Manajemen Sekolah, Business Model Canvas (BMC), Pemasaran Sekolah, Digital Marketing, Kaderisasi Kepala Sekolah, Pengabdian kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Lembaga Pendidikan Ma'arif merupakan salah satu lembaga yang membawahi 31 sekolah swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta dan memiliki peran strategis dalam penyelenggaraan pendidikan menengah dan kejuruan (MA'ARIF NU PWNU (PWLPM) DIY,

n.d.). Dalam upaya mempertahankan eksistensi serta menjamin keberlanjutan operasional sekolah-sekolah yang dinaunginya, Lembaga Pendidikan Ma'arif menghadapi berbagai tantangan, baik dari aspek manajerial, sumber daya manusia, maupun daya saing lembaga pendidikan swasta di tengah dinamika perubahan sosial dan kebijakan pendidikan (Handayani & Prasetyo, 2018; Joshi, 2018).

Salah satu faktor utama yang menopang keberlangsungan operasional sekolah swasta adalah jumlah peserta didik yang terdaftar (Hardian et al., 2025a). Keberadaan siswa menjadi prasyarat mutlak bagi keberlanjutan sekolah swasta, mengingat sumber pendapatan utama berasal dari biaya pendidikan yang dibayarkan oleh orang tua (Bruder Frans Sugi, 2009; Hardian et al., 2025b; Pebriyanti & Aliyyah, 2024). Oleh karena itu, jumlah siswa memiliki pengaruh signifikan terhadap stabilitas keuangan dan perkembangan sekolah (Misnan et al., 2023; Oktaviana et al., 2024). Semakin tinggi minat masyarakat terhadap suatu sekolah swasta, semakin besar pula jumlah peserta didik yang mendaftar, yang pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan pendapatan dan kemampuan sekolah dalam mengelola operasional pendidikan (Ansor, 2018; Fauyan, 2021).

Minat masyarakat terhadap sekolah swasta dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain kualitas pendidikan, ketersediaan fasilitas, serta reputasi sekolah di mata publik (Khasana, 2024; Rahayu & Trisnawati, 2022). Sekolah yang mampu menarik minat masyarakat tidak hanya memperoleh peningkatan pendapatan, tetapi juga memiliki ruang yang lebih luas untuk berinvestasi dalam pengembangan kurikulum, peningkatan kompetensi pendidik, serta penyediaan sarana dan prasarana pendukung pembelajaran (Baroroh et al., n.d.). Dengan demikian, hubungan antara jumlah peserta didik dan pendapatan sekolah menjadi aspek krusial dalam menentukan keberlangsungan dan perkembangan sekolah swasta.

Lembaga Pendidikan Ma'arif Nahdlatul Ulama (LPMNU) mengelola sejumlah sekolah swasta yang terus berkembang secara bertahap, baik melalui penambahan satuan pendidikan, pembukaan program keahlian, maupun penguatan sistem pendidikan. Secara struktural, LPMNU dikelola oleh satu LPMNU tingkat Pengurus Wilayah dan lima LPMNU tingkat Pengurus Cabang(Rahmah, 2023). Namun demikian, dalam praktiknya masih ditemukan berbagai permasalahan tata kelola dan manajemen, khususnya terkait sistem kepemimpinan dan regenerasi kepala sekolah (Abdullah et al., 2025; Fauyan, 2021).

Selama ini, pola manajemen sekolah di lingkungan LPMNU menunjukkan tiga kecenderungan, yaitu manajemen tradisional, manajemen modern, dan manajemen campuran. Manajemen tradisional memusatkan pengambilan keputusan pada kepala sekolah sebagai figur sentral, menyerupai pola kepemimpinan pesantren (Jannah et al., 2021; Sari et al., 2025). Sebaliknya, manajemen modern menekankan proses pengambilan keputusan secara kolektif dan kolegial berbasis prinsip demokrasi (Anugrah et al., 2022; Tobroni & Firmansyah, 2022). Adapun manajemen campuran berupaya mengakomodasi kedua pendekatan tersebut. Perbedaan pola manajemen ini sering kali memengaruhi efektivitas pengelolaan sekolah dan proses regenerasi kepemimpinan (Kusuma & Widiarti, 2018; Nupusiah & Aziz, 2024; Utami & Nasution, 2020). Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY, proses pergantian kepala

sekolah belum berjalan secara sistematis dan mudah. Proses tersebut membutuhkan tahapan negosiasi serta pendekatan dengan berbagai pihak, termasuk tokoh masyarakat, kepala sekolah yang sedang menjabat, dan pemangku kepentingan lainnya. Pada tahun berjalan, dari 31 sekolah yang ada, terdapat lima kepala sekolah yang berstatus pelaksana tugas, dengan masa jabatan sejumlah kepala sekolah lainnya akan berakhir pada Maret 2026.

Untuk merespons kondisi tersebut, Lembaga Pendidikan Ma'arif merencanakan pelaksanaan Talent Pool Training (TPT) sebagai program penguatan sumber daya manusia yang disusun secara bertahap dan sistematis (Foerster-Pastor et al., 2019; Vanderpyl, 2012). Pada tahap awal, TPT difokuskan sebagai program percontohan (piloting) untuk menjawab kebutuhan mendesak para Bakal Calon Kepala Sekolah (BCKS). Pelaksanaan tahap awal ini diharapkan menjadi fondasi bagi pengembangan kurikulum, materi, dan perangkat pelatihan yang komprehensif, sebelum dikembangkan ke dalam sistem Talent Pool Training LPMNU yang berkelanjutan dan berjenjang.

Dari 31 kepala sekolah yang menjadi sasaran kegiatan, lima sekolah ditetapkan sebagai prioritas, yaitu SMK Ma'arif 2 Sleman dengan lima calon, SMK Ma'arif 1 Wates dengan sembilan calon, SMK Ma'arif Playen dengan tiga calon, SMK Ma'arif 2 Piyungan dengan tiga calon, serta SLB Ma'arif Bantul dengan dua calon. Penetapan prioritas ini didasarkan pada urgensi kebutuhan regenerasi kepemimpinan di masing-masing satuan pendidikan. Selama ini, belum terdapat sistem kaderisasi kepala sekolah yang baku di lingkungan yayasan, sehingga masa jabatan kepala sekolah cenderung berlangsung tanpa batasan yang jelas. Menyikapi kondisi tersebut, pengurus yayasan bersama tim pengabdian kepada masyarakat menyusun kurikulum kegiatan kaderisasi yang terstruktur, dengan salah satu fokus utama pada penguatan kompetensi manajerial yang mencakup fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

Permasalahan lain yang turut dihadapi adalah menurunnya minat pendaftar pada sejumlah sekolah di bawah naungan Lembaga Pendidikan Ma'arif. Upaya pendampingan melalui penguatan pemasaran sekolah berbasis media sosial telah dilakukan pada tahun 2025, khususnya bagi tim humas sekolah. Namun, hasil yang dicapai belum optimal karena masih diperlukan peran strategis kepala sekolah dalam mengoordinasikan dan menguatkan implementasi strategi pemasaran tersebut agar berdampak signifikan terhadap peningkatan jumlah pendaftar.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana meningkatkan kompetensi manajerial calon kepala sekolah di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY melalui program Talent Pool Training yang terstruktur dan sistematis?
2. Bagaimana merancang sistem kaderisasi dan regenerasi kepemimpinan kepala sekolah yang efektif dan berkelanjutan di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY?
3. Bagaimana memperkuat peran kepala sekolah dalam mengoptimalkan strategi pemasaran sekolah untuk meningkatkan minat dan jumlah peserta didik?

4. Bagaimana mengintegrasikan aspek manajemen sekolah dan strategi marketing pendidikan dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing sekolah swasta di bawah naungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY?

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis praktik (*participatory action approach*) yang menekankan keterlibatan aktif peserta, khususnya calon kepala sekolah dan pengelola pendidikan, sebagai subjek utama dalam proses peningkatan kapasitas manajerial dan strategi pemasaran sekolah. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendorong perubahan tidak hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada sikap kepemimpinan dan praktik manajerial secara berkelanjutan.

Desain kegiatan mengadopsi model pelatihan dan pendampingan berbasis reflektif (*reflective training and mentoring model*) yang mengintegrasikan pembelajaran konseptual, praktik langsung, serta evaluasi berbasis data. Evaluasi dilakukan tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga pada persepsi, kesiapan, dan keterampilan manajerial peserta, sehingga dampak program dapat diukur secara komprehensif mencakup dimensi kognitif, afektif, dan perilaku. (Da Rocha, 2014).

Subjek dan Lokasi Kegiatan

Subjek dalam kegiatan ini adalah calon kepala sekolah dan pengelola pendidikan di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY yang mengikuti program Talent Pool Training (TPT) sejumlah 72 orang. Peserta berasal dari 36 sekolah dibawah lembaga Maarif NU dengan latar belakang pengalaman yang beragam, sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran pengalaman dan penguatan kapasitas dalam bidang manajemen serta strategi pemasaran sekolah.

Kegiatan dilaksanakan di Gedung Program Magister dan Doktoral Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta pada tanggal 23 Mei, serta dilanjutkan di sekolah-sekolah Ma'arif sebagai lokasi pendampingan implementasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada kebutuhan integrasi antara penguatan konsep melalui pelatihan terpusat dan praktik langsung di satuan pendidikan, sehingga hasil kegiatan dapat diimplementasikan secara optimal dan berkelanjutan.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan terdiri atas data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui angket berbasis skala Likert untuk mengukur persepsi, pemahaman, dan kesiapan peserta terhadap materi manajemen dan marketing sekolah. Data kualitatif diperoleh melalui observasi, wawancara, dan diskusi kelompok (FGD) untuk menggali pengalaman peserta, kendala dalam pengelolaan sekolah, serta perubahan praktik manajerial dan strategi pemasaran. Sumber data berasal dari peserta kegiatan, pengelola lembaga, serta dokumen terkait manajemen dan marketing sekolah.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam kegiatan ini dilakukan secara terpadu menggunakan beberapa metode yang saling melengkapi, yaitu angket, observasi, wawancara, diskusi kelompok (FGD), dan dokumentasi. Angket digunakan untuk mengukur persepsi, pemahaman, dan kesiapan peserta terhadap materi manajemen dan marketing sekolah dengan menggunakan skala Likert. Observasi dilakukan untuk menilai keterampilan peserta dalam praktik penyusunan rencana strategis dan implementasi strategi pemasaran. Wawancara dan FGD digunakan untuk menggali secara mendalam pengalaman peserta, kendala yang dihadapi, serta perubahan praktik manajerial setelah mengikuti kegiatan. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa rencana strategis sekolah, program marketing, serta laporan kegiatan sebagai bukti implementasi hasil pendampingan.

Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui tahapan yang sistematis dengan pendekatan partisipatif berbasis pelatihan, praktik, dan pendampingan. Tahap awal dimulai dengan sosialisasi program untuk menyamakan persepsi peserta mengenai pentingnya peningkatan kompetensi manajerial dan strategi pemasaran sekolah melalui Talent Pool Training (TPT). Selanjutnya, dilakukan pelatihan konseptual dan praktik dengan pendekatan learning by doing, di mana peserta tidak hanya mempelajari konsep manajemen sekolah, Business Model Canvas (BMC), dan pemasaran digital, tetapi juga secara langsung mempraktikkan penyusunan perencanaan strategis dan strategi pemasaran berbasis media digital.

Tahap berikutnya adalah penerapan praktik dan pendampingan intensif yang dilakukan secara berkelanjutan di masing-masing satuan pendidikan guna memastikan implementasi hasil pelatihan berjalan optimal. Pendampingan ini juga menjadi ruang refleksi untuk mengatasi kendala yang dihadapi peserta di lapangan. Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan melalui angket, observasi, dan refleksi peserta untuk mengukur tingkat pemahaman, keterampilan, serta dampak program. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan keberlanjutan program pengabdian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data angket dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa rata-rata, persentase, dan kategori interpretasi. Skor angket kemudian dikategorikan ke dalam kriteria tertentu, seperti sangat baik, baik, cukup, dan kurang, untuk memudahkan interpretasi hasil. Analisis ini digunakan untuk melihat tingkat penerimaan dan persepsi guru terhadap program. Data pre-test dan post-test dianalisis untuk melihat peningkatan pemahaman guru secara kognitif. Sementara itu, data kualitatif dianalisis melalui proses reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Integrasi antara data kuantitatif dan kualitatif dilakukan untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas kegiatan pengabdian.

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditetapkan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program Talent Pool Training (TPT) dalam meningkatkan kompetensi peserta. Keberhasilan program ditandai dengan tingkat partisipasi aktif peserta, peningkatan kompetensi manajerial dan kepemimpinan, serta kemampuan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran sekolah berbasis digital. Selain itu, persepsi peserta terhadap manfaat kegiatan dan efektivitas pendampingan juga menjadi tolok ukur penting dalam menilai keberhasilan program secara keseluruhan.

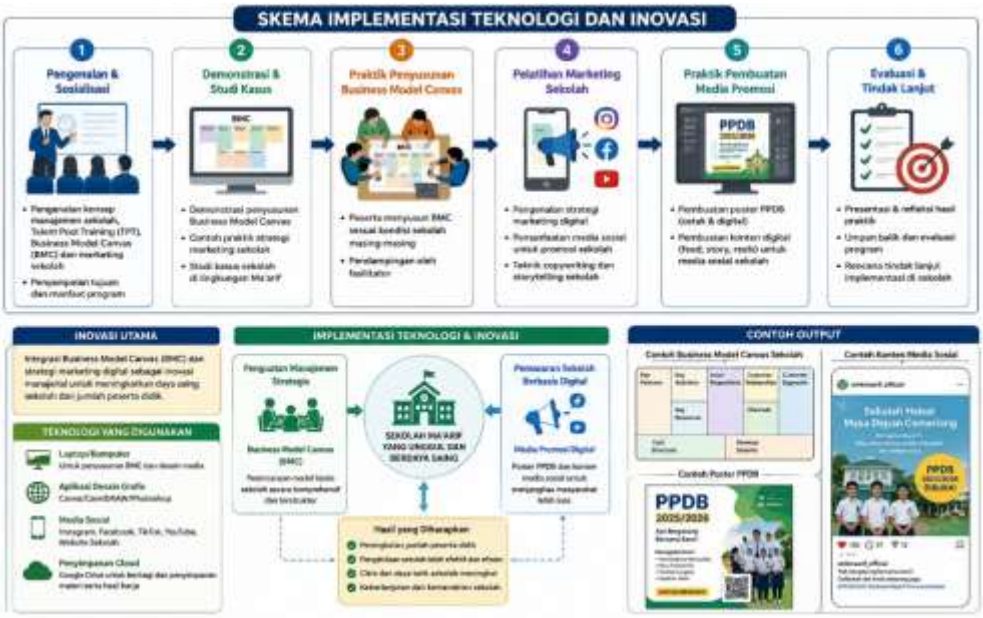
Secara operasional, indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi: (a) minimal 80% peserta (kepala sekolah dan tim marketing) berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan; (b) minimal 80% peserta mengalami peningkatan kompetensi dalam aspek manajerial dan kepemimpinan sekolah setelah mengikuti kegiatan; (c) minimal 80% peserta mengalami peningkatan kompetensi dalam bidang marketing sekolah, khususnya dalam strategi promosi dan pemanfaatan media digital; (d) minimal 80% peserta menyatakan bahwa kegiatan pelatihan memberikan manfaat nyata dalam mendukung tugas dan kinerja mereka di sekolah; (e) minimal 80% peserta menilai bahwa pendampingan yang diberikan berjalan efektif dan mendukung implementasi hasil pelatihan secara berkelanjutan; serta (f) minimal 80% peserta memberikan respon positif (kategori “sesuai” dan “sangat sesuai”) terhadap keseluruhan pelaksanaan program pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi dan inovasi yang diimplementasikan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah penerapan Business Model Canvas (BMC) dan strategi pemasaran sekolah berbasis digital sebagai alat bantu penguatan manajemen dan daya saing sekolah di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma’arif DIY. Inovasi ini dirancang untuk membantu kepala sekolah dan tim marketing dalam merencanakan, mengelola, serta mengembangkan strategi sekolah secara sistematis, terstruktur, dan berbasis kebutuhan pasar pendidikan.

Inovasi utama dari penerapan BMC terletak pada kemampuannya dalam memetakan model bisnis sekolah secara komprehensif, meliputi segmen pelanggan (peserta didik), proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, mitra strategis, serta struktur biaya. Dengan pendekatan ini, pengelolaan sekolah tidak hanya berfokus pada aspek akademik, tetapi juga pada strategi keberlanjutan dan peningkatan daya saing lembaga.

Selain itu, inovasi juga diwujudkan melalui pelatihan pemasaran sekolah berbasis digital, khususnya dalam pembuatan media promosi Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) berupa poster dan konten media sosial. Pemanfaatan teknologi digital ini memungkinkan sekolah untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas, efektif, dan efisien, serta meningkatkan citra dan daya tarik sekolah di mata publik.



Gambar 1. Skema Skema Implementasi Teknologi dan Inovasi

Teknologi dan inovasi yang diimplementasikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penerapan Business Model Canvas (BMC) dan strategi pemasaran sekolah berbasis digital sebagai pendekatan integratif dalam meningkatkan kualitas manajemen dan daya saing sekolah di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY. Inovasi ini dirancang untuk membantu kepala sekolah dan tim marketing dalam merancang model pengembangan sekolah secara sistematis, terstruktur, dan berbasis kebutuhan masyarakat. Business Model Canvas digunakan sebagai alat utama untuk memetakan komponen penting dalam pengelolaan sekolah, seperti segmen peserta didik, proposisi nilai, saluran pemasaran, hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, serta sumber daya dan aktivitas kunci. Sementara itu, pemasaran berbasis digital diwujudkan melalui pelatihan pembuatan media promosi PPDB, seperti poster dan konten media sosial, yang memungkinkan sekolah menjangkau masyarakat secara lebih luas dan efektif.

Dalam implementasinya, peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mempraktikkan secara langsung penyusunan BMC dan pembuatan konten promosi sekolah. Dengan demikian, inovasi ini mampu mentransformasi pengelolaan sekolah dari yang bersifat konvensional menjadi lebih strategis, adaptif, dan berorientasi pada peningkatan jumlah peserta didik serta keberlanjutan lembaga pendidikan.

Hasil Pelaksanaan Program

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif berbasis pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan kompetensi kepala sekolah dan tim marketing dalam pengelolaan sekolah serta strategi pemasaran berbasis digital. Program ini dikemas dalam bentuk Talent Pool Training (TPT), yaitu suatu model kaderisasi yang dirancang untuk menyiapkan calon pemimpin pendidikan secara sistematis dan

berkelanjutan. Melalui TPT, peserta tidak hanya diberikan pelatihan, tetapi juga dibekali dengan kompetensi manajerial dan kepemimpinan sebagai persiapan dalam mengisi posisi strategis di masa mendatang. Pelaksanaan program dilakukan melalui lima tahapan utama, yaitu sosialisasi program, pelatihan manajemen dan kepemimpinan sekolah, penerapan Business Model Canvas (BMC), pelatihan pemasaran sekolah, serta pendampingan dan evaluasi keberlanjutan program.

Pada tahap awal, sosialisasi program berhasil membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya kepemimpinan strategis dan pengelolaan sekolah yang adaptif dalam menghadapi persaingan pendidikan. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki perencanaan strategis yang terstruktur, khususnya dalam aspek pemasaran dan peningkatan jumlah peserta didik. Melalui interaksi dua arah, peserta mulai memahami pentingnya integrasi antara manajemen sekolah dan strategi pemasaran.

Tahap pelatihan manajemen dan kepemimpinan sekolah memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman peserta. Materi disampaikan secara kontekstual dengan mengaitkan pengalaman nyata di sekolah masing-masing. Peserta mulai memahami fungsi manajemen secara komprehensif, meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, serta pentingnya kepemimpinan yang kolaboratif dan adaptif dalam pengelolaan sekolah.



Gambar 2. Penyampaian Materi Manajemen Kepemimpinan Sekolah dan Business Model Canvas (BMC)

Pada tahap penerapan Business Model Canvas (BMC), peserta secara aktif menyusun model pengembangan sekolah berdasarkan kondisi masing-masing. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu mengidentifikasi segmen peserta didik, merumuskan proposisi nilai sekolah, menentukan strategi pemasaran, serta memetakan sumber daya dan aktivitas kunci. Pendekatan ini membantu peserta dalam merancang strategi pengembangan sekolah secara lebih sistematis dan terarah.

Pada tahap pelatihan pemasaran sekolah, peserta diberikan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Peserta secara langsung mempraktikkan pembuatan media promosi PPDB, seperti poster dan konten media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menghasilkan produk promosi yang kreatif dan sesuai dengan karakteristik sekolah masing-masing, sehingga berpotensi meningkatkan daya tarik sekolah di mata masyarakat.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran Sekolah dan Pemanfaatan Media Digital

Tahap pendampingan dan evaluasi menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mengintegrasikan hasil pelatihan ke dalam praktik nyata di sekolah. Peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikan strategi manajemen dan pemasaran secara lebih efektif. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong terbentuknya kesadaran akan pentingnya pengelolaan sekolah berbasis strategi dan data.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan ini menunjukkan bahwa integrasi antara manajemen strategis melalui Business Model Canvas dan pemasaran digital mampu meningkatkan kapasitas kepemimpinan sekolah serta memperkuat daya saing lembaga pendidikan. Program ini juga memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan sistem kaderisasi kepala sekolah yang berkelanjutan di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif berbasis pelatihan dan pendampingan efektif dalam meningkatkan kompetensi kepala sekolah dan tim marketing dalam pengelolaan sekolah dan strategi pemasaran. Keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan mendorong munculnya kesadaran, tanggung jawab, serta rasa memiliki terhadap program, yang menjadi faktor penting dalam keberlanjutan implementasi di masing-masing satuan pendidikan.

Pelatihan yang dikemas secara kontekstual dan berbasis pengalaman terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan teoritis semata. Hal ini sejalan dengan prinsip pembelajaran orang dewasa (andragogi), di mana pengalaman peserta menjadi sumber belajar utama. Diskusi berbasis kasus nyata memungkinkan peserta untuk mengaitkan konsep manajemen sekolah dan pemasaran dengan permasalahan yang dihadapi, seperti penurunan jumlah peserta didik dan keterbatasan strategi promosi.

Pemanfaatan Business Model Canvas (BMC) sebagai alat manajemen strategis menunjukkan bahwa pendekatan visual dan terstruktur dapat membantu peserta dalam merancang pengembangan sekolah secara lebih komprehensif. BMC tidak hanya mempermudah proses perencanaan, tetapi juga membantu peserta dalam memahami keterkaitan antar komponen sekolah, mulai dari nilai unggul (*value proposition*), segmen pasar, hingga strategi pemasaran dan sumber pendapatan.



Gambar 4. Foto Bersama Peserta, Tim PkM, dan Narasumber

Selain itu, pelatihan pemasaran sekolah berbasis digital menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam promosi pendidikan mampu meningkatkan efektivitas komunikasi dengan masyarakat. Pembuatan poster PPDB dan konten media sosial menjadi sarana praktis bagi peserta untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan adaptif. Kemudahan penggunaan platform digital juga menjadi faktor pendukung dalam adopsi strategi ini oleh sekolah.

Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya budaya pengelolaan sekolah berbasis strategi dan data. Peserta mulai memanfaatkan hasil pemetaan BMC dan analisis pemasaran sebagai dasar dalam pengambilan keputusan, baik dalam pengembangan program sekolah maupun peningkatan jumlah peserta didik. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari pengelolaan sekolah yang bersifat administratif menuju pengelolaan yang lebih strategis dan berorientasi pada keberlanjutan.

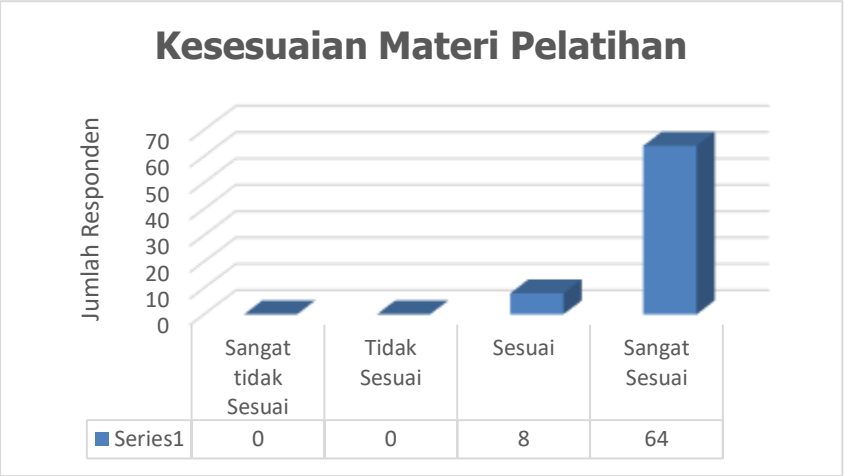
Pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan terbukti penting dalam memastikan implementasi program. Peserta tidak hanya membutuhkan pelatihan, tetapi juga dukungan dalam menerapkan strategi yang telah disusun. Dengan adanya pendampingan, kendala yang dihadapi dapat diatasi secara langsung, sehingga meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengelola sekolah dan mengimplementasikan strategi pemasaran secara efektif.

Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan secara komprehensif melalui pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan melalui penyebaran angket kepada guru peserta pelatihan untuk mengukur tingkat capaian indikator program, sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan melalui observasi, dokumentasi, serta diskusi reflektif. Pendekatan ini memungkinkan penilaian yang lebih menyeluruh, tidak hanya pada aspek hasil, tetapi juga proses dan perubahan praktik yang terjadi selama kegiatan berlangsung.

Berdasarkan hasil evaluasi pada aspek kesesuaian materi pelatihan, sebagaimana ditunjukkan pada grafik, mayoritas peserta memberikan penilaian sangat positif.

Sebanyak 64 guru (88,9%) menyatakan bahwa materi pelatihan sangat sesuai, dan 8 guru (11,1%) menyatakan sesuai, sementara tidak terdapat responden yang menilai tidak sesuai maupun sangat tidak sesuai. Temuan ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang diberikan telah relevan dengan kebutuhan guru serta mampu menjawab permasalahan yang dihadapi dalam praktik pembelajaran.



Gambar 6. Kesesuaian Materi Pelatihan

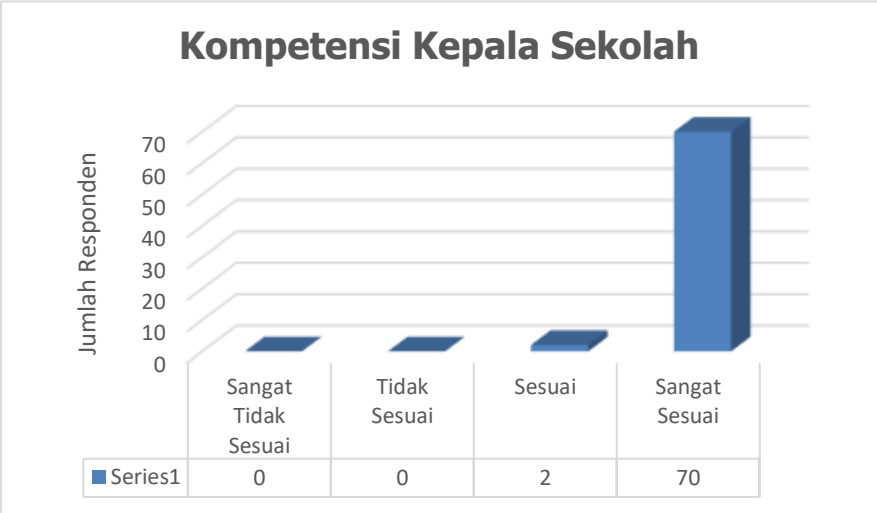
Grafik Kesesuaian Materi Pelatihan menunjukkan persepsi guru terhadap relevansi materi yang diberikan selama kegiatan pelatihan. Berdasarkan data yang ditampilkan, dari total 72 responden, sebanyak 64 orang (88,9%) menyatakan sangat sesuai, 8 orang (11,1%) menyatakan sesuai, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori "tidak sesuai" maupun "sangat tidak sesuai".

Dominasi pada kategori "sangat sesuai" menunjukkan bahwa sebagian besar guru menilai materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan mereka dalam praktik pembelajaran. Hal ini mengindikasikan bahwa perencanaan materi yang disusun telah tepat sasaran dan mampu menjawab permasalahan yang dihadapi guru, khususnya dalam meningkatkan kompetensi evaluasi pembelajaran. Jika digabungkan antara kategori "sangat sesuai" dan "sesuai", maka diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh peserta memiliki persepsi positif terhadap materi yang diberikan.

Tidak adanya respon negatif (tidak sesuai dan sangat tidak sesuai) juga menunjukkan bahwa materi pelatihan, metode penyampaian, serta pendekatan pendampingan yang digunakan telah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan peserta. Capaian ini sekaligus menegaskan bahwa program pelatihan berhasil memenuhi indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu minimal 80% peserta menyatakan materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada aspek Kompetensi Kepala Sekolah menunjukkan persepsi peserta terhadap tingkat kompetensi kepala sekolah setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Penilaian ini mencerminkan sejauh mana kegiatan yang dilaksanakan mampu meningkatkan kapasitas kepemimpinan, manajerial, serta pengambilan

keputusan kepala sekolah dalam pengelolaan satuan pendidikan. Data yang disajikan merupakan hasil evaluasi dari seluruh responden yang terlibat dalam kegiatan.



Gambar 7. Kompetensi Kepala Sekolah

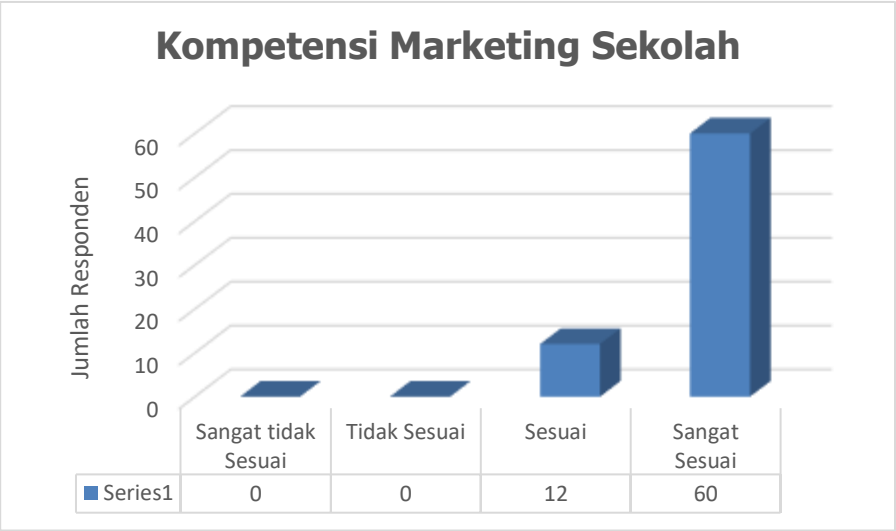
Grafik "Kompetensi Kepala Sekolah" menunjukkan persepsi peserta terhadap tingkat kompetensi kepala sekolah setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan data yang ditampilkan, dari total 72 responden, sebanyak 70 orang (97,2%) menyatakan sangat sesuai, 2 orang (2,8%) menyatakan sesuai, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori "tidak sesuai" maupun "sangat tidak sesuai".

Dominasi pada kategori "sangat sesuai" menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta menilai kompetensi kepala sekolah mengalami peningkatan yang sangat baik setelah pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa program yang dilaksanakan berhasil memperkuat kemampuan kepemimpinan dan manajerial kepala sekolah secara signifikan. Jika digabungkan antara kategori "sangat sesuai" dan "sesuai", maka diperoleh tingkat persetujuan sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap peningkatan kompetensi kepala sekolah.

Pada aspek Kompetensi Marketing Sekolah menunjukkan persepsi peserta terhadap tingkat kompetensi tim marketing sekolah setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Penilaian ini mencerminkan sejauh mana kegiatan yang dilaksanakan mampu meningkatkan kemampuan promosi, komunikasi, serta strategi pemasaran sekolah berbasis kebutuhan dan perkembangan digital. Data yang disajikan merupakan hasil evaluasi dari seluruh responden yang terlibat dsekolahalam kegiatan.

Grafik "Kompetensi Marketing Sekolah" menunjukkan persepsi peserta terhadap tingkat kompetensi marketing sekolah setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan data yang ditampilkan, dari total 72 responden, sebanyak 60 orang (83,3%) menyatakan sangat sesuai, 12 orang (16,7%) menyatakan sesuai, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori "tidak sesuai" maupun "sangat tidak sesuai".

Dominasi pada kategori “sangat sesuai” menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menilai kompetensi marketing sekolah mengalami peningkatan yang sangat baik setelah pelatihan. Hal ini mengindikasikan bahwa program yang dilaksanakan berhasil memperkuat kemampuan strategi pemasaran, komunikasi publik, serta pemanfaatan media promosi sekolah secara signifikan. Jika digabungkan antara kategori “sangat sesuai” dan “sesuai”, maka diperoleh tingkat persetujuan sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap peningkatan kompetensi marketing sekolah

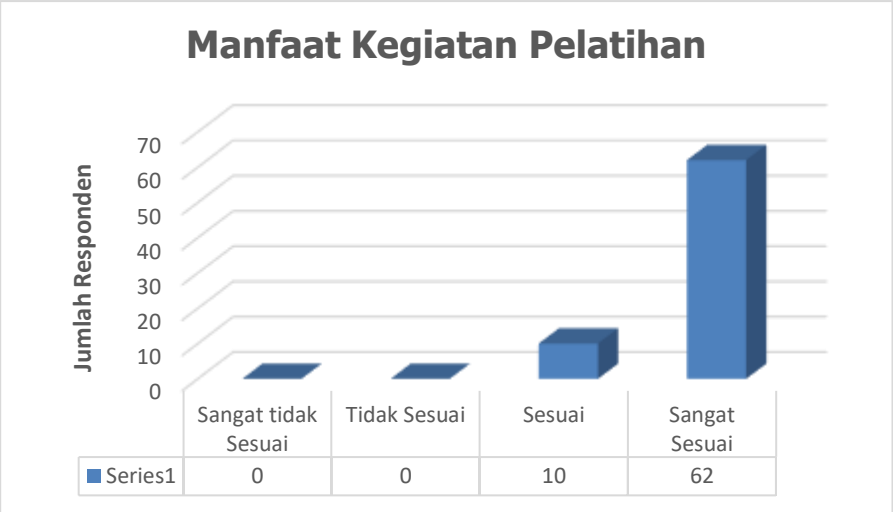


Gambar 8. Kompetensi Marketing Sekolah

Tidak adanya respon negatif juga menegaskan bahwa materi, metode pelatihan, serta pendampingan yang diberikan telah tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Capaian ini sekaligus menunjukkan bahwa program telah melampaui indikator keberhasilan yang ditetapkan, yaitu minimal 80% peserta menunjukkan peningkatan kompetensi kepala sekolah.

Pada. aspek Manfaat Kegiatan Pelatihan menunjukkan persepsi peserta terhadap sejauh mana kegiatan pelatihan dan pendampingan memberikan manfaat nyata bagi peningkatan kapasitas dan kinerja mereka. Penilaian ini mencerminkan efektivitas program dalam memberikan dampak positif, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan, maupun penerapan hasil pelatihan dalam konteks kerja. Data yang disajikan merupakan hasil evaluasi dari seluruh responden yang terlibat dalam kegiatan.

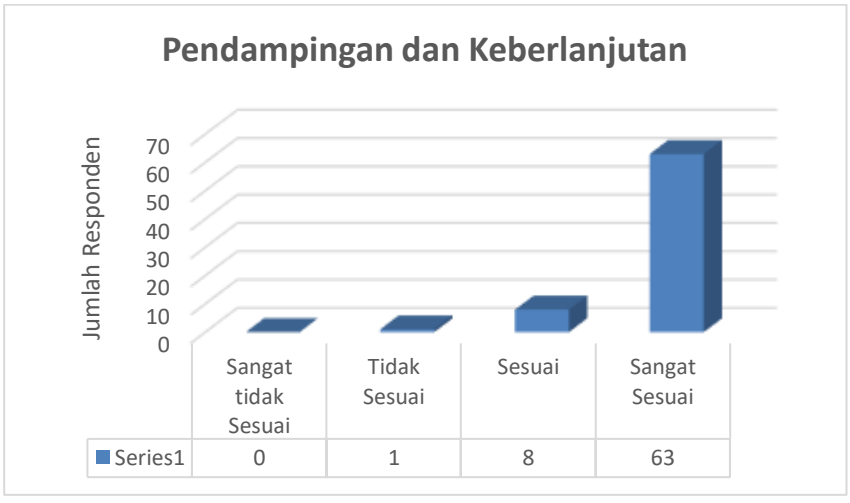
Grafik “Manfaat Kegiatan Pelatihan” menunjukkan persepsi peserta terhadap manfaat yang diperoleh setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan. Berdasarkan data yang ditampilkan, dari total 72 responden, sebanyak 62 orang (86,1%) menyatakan sangat sesuai, 10 orang (13,9%) menyatakan sesuai, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori “tidak sesuai” maupun “sangat tidak sesuai”.



Gambar 8. Manfaat Kegiatan Pelatihan

Dominasi pada kategori "sangat sesuai" menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasakan manfaat yang sangat tinggi dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan. Hal ini mengindikasikan bahwa program tidak hanya relevan dengan kebutuhan peserta, tetapi juga mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi dan kinerja mereka. Jika digabungkan antara kategori "sangat sesuai" dan "sesuai", maka diperoleh tingkat persetujuan sebesar 100%, yang menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap manfaat kegiatan pelatihan.

Pada aspek Pendampingan dan Keberlanjutan menunjukkan persepsi peserta terhadap kualitas proses pendampingan serta keberlanjutan program setelah pelatihan dilaksanakan. Penilaian ini mencerminkan sejauh mana kegiatan tidak hanya berhenti pada pelatihan, tetapi juga dilanjutkan dengan dukungan berkelanjutan yang mampu memperkuat implementasi hasil pelatihan di lapangan. Data yang disajikan merupakan hasil evaluasi dari seluruh responden yang terlibat dalam kegiatan.



Gambar 9. Pendampingan dan Keberlanjutan

Grafik "Pendampingan dan Keberlanjutan" menunjukkan persepsi peserta terhadap efektivitas pendampingan dan keberlanjutan program. Berdasarkan data yang ditampilkan, dari total 72 responden, sebanyak 63 orang (87,5%) menyatakan sangat sesuai, 8 orang (11,1%) menyatakan sesuai, 1 orang (1,4%) menyatakan tidak sesuai, dan tidak terdapat responden yang memilih kategori "sangat tidak sesuai".

Dominasi pada kategori "sangat sesuai" menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menilai pendampingan yang diberikan serta keberlanjutan program berjalan dengan sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa program tidak hanya सफल dalam tahap pelatihan, tetapi juga mampu memberikan dukungan lanjutan yang signifikan bagi peserta dalam mengimplementasikan hasil pelatihan. Meskipun terdapat sebagian kecil responden yang menyatakan "tidak sesuai", secara keseluruhan tingkat persetujuan tetap sangat tinggi. Jika digabungkan antara kategori "sangat sesuai" dan "sesuai", maka diperoleh tingkat persetujuan sebesar 98,6%, yang menunjukkan bahwa hampir seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap aspek pendampingan dan keberlanjutan program.

Tidak ditemukannya respon negatif yang signifikan pada seluruh aspek menunjukkan bahwa pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan berjalan dengan sangat efektif. Hal ini terlihat dari dominasi penilaian pada kategori "sangat sesuai" dan "sesuai" pada kelima grafik, yang mencerminkan bahwa peserta merasakan manfaat nyata serta peningkatan kompetensi baik dalam aspek kepala sekolah, marketing sekolah, pemanfaatan program, hingga pendampingan berkelanjutan. Temuan ini juga mengindikasikan bahwa materi, metode, serta pendekatan yang digunakan dalam kegiatan telah sesuai dengan kebutuhan peserta dan mampu menjawab tantangan yang dihadapi di lapangan.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi pada kelima grafik menunjukkan bahwa program pengabdian yang dilaksanakan berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan tidak hanya meningkatkan kompetensi individu, tetapi juga memperkuat sistem pengelolaan dan pengembangan sekolah secara lebih komprehensif. Dengan tingkat persetujuan yang sangat tinggi dari responden, program ini memiliki potensi besar untuk direplikasi dan dikembangkan secara berkelanjutan, sehingga dapat memberikan dampak jangka panjang dalam peningkatan kualitas pendidikan, khususnya dalam aspek manajerial, pemasaran sekolah, serta pemanfaatan teknologi dan pendampingan yang berkesinambungan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi program, kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Talent Pool Training (TPT) terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi kepala sekolah dan tim marketing di lingkungan Lembaga Pendidikan Ma'arif DIY. Sebagian besar peserta telah mampu memahami dan mengimplementasikan manajemen sekolah secara lebih sistematis melalui penerapan Business Model Canvas (BMC), serta mengembangkan strategi pemasaran sekolah berbasis digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang dikombinasikan

dengan praktik langsung mampu memperkuat kapasitas kepemimpinan dan manajerial secara signifikan.

Pemanfaatan teknologi melalui pemasaran berbasis digital juga menunjukkan hasil yang sangat baik, di mana mayoritas peserta mampu menghasilkan media promosi seperti poster dan konten media sosial secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan dan persepsi positif yang sangat tinggi, di antaranya peningkatan kompetensi kepala sekolah sebesar 97,2%, kompetensi marketing 83,3%, serta manfaat kegiatan sebesar 86,1%. Selain itu, aspek pendampingan dan keberlanjutan program juga dinilai sangat efektif dengan capaian 87,5%, yang menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami materi, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam praktik nyata di sekolah.

Selain itu, program ini berhasil mendorong terbentuknya budaya pengelolaan sekolah yang lebih strategis, adaptif, dan berbasis data. Peserta mulai memanfaatkan hasil pemetaan BMC dan strategi pemasaran sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan sekolah, khususnya dalam meningkatkan daya tarik dan jumlah peserta didik. Hal ini menandakan adanya pergeseran dari pola pengelolaan konvensional menuju pengelolaan yang lebih modern dan berorientasi pada keberlanjutan lembaga pendidikan.

Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, tetapi juga pada perubahan praktik manajemen dan pemasaran sekolah yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, model Talent Pool Training (TPT) berbasis BMC dan pemasaran digital ini berpotensi untuk direplikasi dan dikembangkan secara lebih luas sebagai upaya peningkatan mutu dan daya saing sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, A. F. A., El Rizaq, A. D. B., & Rahman, M. H. (2025). Eksistensi pendidikan Nahdlatul Ulama dalam keberlanjutan pendidikan nasional. *Entita: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan Ilmu-Ilmu Sosial, 1,* 781–794. https://doi.org/10.19105/ejpis.v1i.19158

Anugrah, A., Amrullah, A. M. K., & Esha, M. I. (2022). Tipologi manajemen tradisional dan modern dan klasifikasinya dalam manajemen pendidikan Islam. *Journal of Islamic Education: The Teacher of Civilization, 3(1).* https://doi.org/10.30984/jpai.v3i1.1792

Ansor, A. S. (2018). Pengaruh kualitas pendidikan dan promosi terhadap perolehan jumlah siswa pada sekolah menengah atas swasta Maarif Kota Cilegon Banten. *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 1(2),* 317–338. https://doi.org/10.30868/im.v1i2.282

Baroroh, K., Setyorini, D., & Adhi Nugroho, M. (2025). Pendampingan manajemen keuangan sekolah guna meningkatkan pemberdayaan sekolah. *Jurnal Punakawan, 1(1),* 27–39. https://doi.org/10.21831/punakawan.v1i01.899

da Rocha, K. (2014). Europe's got talent: Setting the stage for new teachers by educative mentoring. *Center for Educational Policy Studies Journal, 4(4),* 99–120. https://doi.org/10.26529/cepsj.187

Fauyan, M. (2021). Penguatan manajemen madrasah menuju madrasah hebat bermartabat. *BASICA: Journal of Arts and Science in Primary Education, 1(2),* 115–133. https://doi.org/10.37680/basica.v1i2.1067

Foerster-Pastor, U. S., Golowko, N., Hell, C. R., & Marquardt, K. (2019). Creating talent pools through coopetition: A case study on vocational training programs in Romania. *Management & Marketing, 14(2),* 203–219. https://doi.org/10.2478/mmcks-2019-0014

Handayani, R., & Prasetyo, A. E. (2018). Implementasi sistem informasi keuangan pada sekolah swasta di Kabupaten Lamongan guna mewujudkan transparansi dan pelayanan prima kepada masyarakat. *Community Development Journal, 2(2),* 367–372.

Hardian, D. E., Erik, A., Heri, Rusdi, S. B., & Gunawan. (2025). Studi eksploratif tentang mekanisme pembiayaan pendidikan di sekolah dasar negeri dan swasta. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora, 5(2),* 2871–2878. https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i2.1558

Jannah, A. M., Arni, I. H., & Jaisyurohman, R. A. (2021). Kepemimpinan dalam pesantren. J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 1(1), 42–49. https://doi.org/10.56799/jceki.v1i1.17

Joshi, R. (2018). *Pendanaan publik untuk sekolah swasta berbiaya rendah.* Center for Indonesian Policy Studies.

Khasana. (2024). Pemasaran jasa pendidikan. *ENGGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya, 4(2),* 22–42. https://doi.org/10.37304/enggang.v4i2.13300

Kusuma, F. T. A., & Widiarti, P. W. (2018). Strategi humas dalam pengelolaan citra sekolah SMK Ma'arif Kretek Bantul. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(1).* https://doi.org/10.21831/lektur.v1i1.12606

MA'ARIF NU PWNU (PWLPM) DIY. (n.d.). *Data satuan pendidikan LP Ma'arif NU PWNU (PWLPM) DIY.* https://simnu-data.id/

Misnan, M., Irfan, M., & Sihombing, D. A. (2023). Manajemen strategi dalam meningkatkan jumlah peserta didik di Madrasah Tsanawiyah Swasta Ar Ridha Medan Marelan. *PENDALAS: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas dan Pengabdian Masyarakat, 3(1),* 37–51.

Nupusiah, U., & Aziz, A. R. (2024). Peran kepala sekolah dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan mutu pendidikan di MTs Ma'arif Curug Cijulang. *Belalek, 2(1).* https://doi.org/10.37567/belalek.v2i1.2778

Oktaviana, D., Purwoko, B., & Naqiyah, N. (2024). Can the CIPP model evaluation be applied to high schools or vocational secondary schools?: Evaluation study at SMA NU Gresik. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia, 10(2).* https://doi.org/10.31602/jmbkan.v10i2.13597

Pebriyanti, D., & Aliyyah, R. R. (2024). Manajemen keuangan: Pengelolaan dana bantuan operasional sekolah (BOS) pada sekolah dasar. *Karimah Tauhid, 3(3),* 2716–2737. https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i3.12221

Rahayu, P., & Trisnawati, N. (2022). Strategi humas di SMK IPIEMS Surabaya dalam meningkatkan citra dan kepercayaan publik pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP), 10(2),* 124–139. https://doi.org/10.26740/jpap.v10n2.p124-139

Rahmah, A. M. (2023). Manajemen kepala sekolah dalam upaya meningkatkan mutu sekolah di SMP Plus Ma'arif NU Pangandaran. *Sosiosaintika, 1(1).* https://doi.org/10.59996/sosiosaintika.v1i1.31

Sari, E. R., Ma'ruf, I., Triana, M., & Hidayat, R. (2025). Praktek kepemimpinan pendidikan Islam di lembaga pendidikan pesantren. *Invention: Journal Research and Education Studies, 6(2).* https://doi.org/10.51178/invention.v6i2.2688

Sugi, F. (2009). *Sekolah gratis: Ancaman, tantangan, dan peluang.* Yayasan Pangudi Luhur.

Tobroni, & Firmansyah, E. (2022). Tipologi manajemen tradisional dan modern dalam perkembangan pendidikan pesantren. *Research and Development Journal of Education, 8(1),* 333–338. https://doi.org/10.30998/rdje.v8i1.13087

Utami, I. H., & Nasution, U. (2020). Kebijakan kepala sekolah dalam meningkatkan mutu melalui manajemen peserta didik. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam, 10(1).* https://doi.org/10.24042/alidarah.v10i1.5981

Vanderpyl, T. H. (2012). Covenant creates a healthy talent pool: Training program solves the succession problem. *Human Resource Management International Digest, 20(5),* 38–40. https://doi.org/10.1108/09670731211249413