

Penerapan Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Dalam Kompetisi Bisnis

Aziz Prasetya^{1,*}, Chusnul Chotimah², Agus Zaenul Fitri³

¹azizprasetya84@guru.sma.belajar.id

^{1,2,3} Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah
Tulungagung.

Abstract

In this 5.0 modernization era, education is required to reform innovation towards an ideal education system, namely education that is able to preserve existing cultural values and is also able to develop technology so that it can go hand in hand in terms of benefits or demands for innovation. The presence of Management Information Systems is required to be able to translate the needs of the Technology-Education-Business correlation. This development explains that Education and Technology are like two currencies that need each other. In business management, education and technology are able to create transactions in buying and selling (exchange value) in the form of non-physical value (satisfaction or comfort). The method used by the author is the library research method or commonly referred to as secondary data sources. The approach taken in reviewing this writing is a pedagogical approach. The research shows that in the development of technology in the modern era 5.0, the study of education and business management produces a study of Excellent Service management, which explains that service is part of a transaction that is included in business management as profit or profit values categorized as non-physical profit.

Keywords : Management, Education, Business, Marketing, Service

Abstraksi

Di era modernisasi 5.0 ini pendidikan di tuntut untuk melakukan reformasi inovasi menuju pada sistem pendidikan yang ideal, yaitu pendidikan yang secara mutu mampu melestarikan nilai-nilai kebudayaan yang ada dan juga mampu mengembangkan Teknologi agar dapat berjalan beriringan dari segi manfaat ataupun tuntutan secara inovasi. Hadirnya Sistem Informasi Manajemen dituntut untuk mampu menerjemahkan keterbutuhan korelasi Teknologi-Pendidikan-Bisnis. Perkembangan tersebut menjelaskan bahwa Pendidikan dan Teknologi merupakan ibarat dua mata uang yang saling membutuhkan. Dalam manajemen bisnis, pendidikan dan Teknologi mampu menciptakan transaksi yang dalam jual-beli (nilai tukar) berupa nilai non fisik (kepuasan atau kenyamanan). Metode yang digunakan penulis adalah metode kepustakaan atau library research atau biasa disebut dengan sumber data sekunder. Pendekatan yang dilakukan dalam mengkaji di penulisan ini adalah pendekatan pedagogis. Penelitian menunjukkan bahwa dalam perkembangan teknologi di era modern 5.0 ini mengkajian manajemen pendidikan dan bisnis menghasilkan kajian tentang manajemen Excellent Service (Pelayanan Prima), dimana menjelaskan bahwa pelayanan adalah bagian dari sebuah transaksi yang secara manajemen bisnis masuk sebagai nilai-nilai profit atau keuntungan yang dikategorikan sebagai keuntungan non fisik.

Kata Kunci : Manajemen; Pendidikan, Bisnis; Pemasaran, Pelayanan

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi(Wibowo, 2002, hlm. 396) merupakan salah satu bagian dari arah pergerakan reformasi pendidikan yang tumbuh dan berkembang pada saat ini. Kemampuan teknologi juga memberikan cara pandang komplementer(Chaidar, 2000, hlm. 69) (*saling melengkapi*) kepada kita, khususnya dalam dunia pendidikan. Bahwa pada era modern(Sarup, 2007, hlm. 222) ini teknologi adalah bagian dari salah satu sarana komunikasi yang mampu meningkatkan dan melakukan inovasi pada lembaga pendidikan.

Berbicara tentang sistem pendidikan, bentuk sistem pendidikan yang ideal adalah sistem pendidikan yang mampu memelihara dan mengembangkan kebudayaan. Dalam hal ini sistem pendidikan yang dalam proses pembelajaran atau *edukasi* mempunyai unsur-unsur vital bagi kelestarian dan pengembangan kebudayaan(Sudradjat dkk., 2021, hlm. 12) yang secara perkembangan dunia modernisasi(Baso, 1999, hlm. 56) mengalami pengaburan arah(Jurdi, 2010, hlm. 269) dan nilai-nilai karakter dalam dunia pendidikan(Sudradjat dkk., 2021, hlm. 1)

Seiring waktu kita melihat semua instansi dalam proses perkembangannya, khususnya dalam pendidikan. Hampir semua kelembagaan menggunakan teknologi yang berbasis komputer, dimana teknologi ini mengubah sistem informasi menjadi data yang keberadaannya merupakan bagian terpenting dalam era modernisasi saat ini. Karena dengan data informasi ini nantinya menjadi salah satu pemicu untuk menjadi standar kemampuan lembaga tersebut untuk terus maju dan mengukur secara modernisasi, apakah lembaga tersebut masuk dalam era modernisasi atau belum, secara global menjelaskan kepada masyarakat pada era globalisasi ini apakah lembaga tersebut mampu melakukan *up to date* dengan sumber daya manusia yang ada di lembaga tersebut atau belum. Alasan yang lain adalah sistem informasi yang menggunakan teknologi semakin tinggi, maka akan mendapatkan keuntungan biaya yang lebih murah dalam proses sirkulasi pendataan yang didapatkannya(Rusdiana, 2019, hlm. 11).

Kemampuan dalam mengolah sistem data informasi yang didapat untuk menjadi pondasi dalam membangun *brand image*(Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 3) suatu lembaga agar melaju lebih cepat, digambarkan seperti perusahaan yang sudah mampu berdiri dalam ekosistem bisnis yang dikembangkan adalah Mc Donaldisasi(Susilo, 2007, hlm. 24) (*The McDonald-ization Of Society*), bahwa *term* yang digambarkan oleh perusahaan Mc Donal merupakan cerminan dari keinginan secara *dinamis* dari apa yang diharapkan oleh masyarakat yang secara mekanis dan berkemampuan mampu memenuhi kebutuhan secara kenyamanan dan juga standar kelayakan secara umum. Bahwa masyarakat menciptakan cara pandang *term* modernisasi itu seperti memaksa keinginan tiap individu untuk menuntut dirinya sendiri untuk berupaya mampu memenuhi kebutuhannya sendiri dengan cepat.

Kebutuhan yang memaksakan setiap individu harus mampu memenuhi kebutuhannya sendiri ini menjadi sebuah budaya dalam cara pandang masyarakat merupakan kebutuhan secara rohani untuk bagaimana tiap individu hidup dengan cara tersebut. Dalam kajian Mc Donal ini ada 4 prinsip *The McDonald-ization Of Society* tersebut diantaranya :

1. *Efficiency.*

Konsep yang diangkat, bahwa efisiensi merupakan bagian dari proses yang diinginkan oleh semua masyarakat sebagai upaya dalam mengoptimalkan kebutuhan *Self Service* sebagai bentuk penyederhanaan pelayanan yang dalam masyarakat modernisasi adalah bagian dari sisi kebudayaan masyarakat tersebut (Susilo, 2007, hlm. 25).

2. *Calculability.*

Penekanan tentang mengkalkulasi dalam tujuan efisiensi tersebut adalah bagaimana sistem mampu pada tahap merencanakan, standarisasi, dan memproduksi dengan jumlah yang banyak secara kuantitas (Darmadji, 2001, hlm. 11) Sehingga jika dikaji dalam pelayanan, maka kalkulasi ini pada tahap bagaimana produsen dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Karena secara *by Desain* sistem memberikan sugesti kepada konsumen bahwa produk yang digambarkan atau diimajinasikan sudah mampu sesuai dengan takaran perencanaan atau tahapan yang sesuai dengan standar yang diinginkan oleh konsumen dalam memilih dan meyakini produk yang akan dibeli.

3. *Uniformity and Predictability.*

Tindakan *Uniformity and Predictability* atau penyeragaman dan konsumen dapat menebak sebuah sistem yang berjalan adalah beberapa hal yang dalam masyarakat modern merupakan salah satu pilihan tercepat sebagai imajinasi tiap individu sebagai menentukan arah dan juga keinginan yang ingin dicapai.

Tindakan-tindakan yang berupa aturan, disiplin, sistematis, formalitas, rutinitas, konsistensi metode atau langkah. Semuanya itu merupakan salah satu manajemen bagaimana konsumen diberikan pilihan dengan kategori yang sudah ditentukan oleh lembaga yang sudah menyiapkan “ramalan” konsumen yang diinginkan dalam pola pikirnya untuk memilih apa yang akan dibeli (Michelli, 2007, hlm. 64).

4. *Control Through Automation.*

Upaya standarisasi dan juga efisiensi yang pernah dijabarkan pada point sebelumnya, salah satunya konsumen diajak berimajinasi dalam proses penyajiannya dan juga pilihan menu makanan dan minuman dengan penyamaan atau standarisasi daftar menu yang dipasang. Sehingga konsumen diajak menyepakati sebuah aturan yang dibuat secara *universal* tentang standarisasi yang diterapkan. Artinya dalam prosesnya cara pandang masyarakat secara umum menginginkan kebutuhan secara pelayanan (Ma'ruf dkk., 2021, hlm. 44) yang cepat dan akurat diberikan dengan pilihan menu daftar makanan yang disajikan secara *universal*. Proses yang bekerja secara efisiensi dan kecepatan ini, butuh sebuah mesin. Kebutuhan mesin ini merupakan sebuah alat yang secara mekanik adalah alat yang standar bagi pelayanan dalam memenuhi keinginan konsumen (Susilo, 2007, hlm. 29).

Sehingga penulis berupaya menjabarkan bahwa manajemen pendidikan dalam dunia kompetisi bisnis menjelaskan bahwa memaknai dunia bisnis pendidikan bukan berarti pendidikan dapat dibisniskan dengan uang yang kemudian dunia pendidikan diterjemahkan sebagai lembaga-lembaga pendidikan yang hadir saling berkompetisi dengan jumlah nominal uang sebagai salah satu bentuk bisnis yang diartikan dengan keuntungan berupa mendapatkan uang yang banyak (Susilo, 2007, hlm. 104).

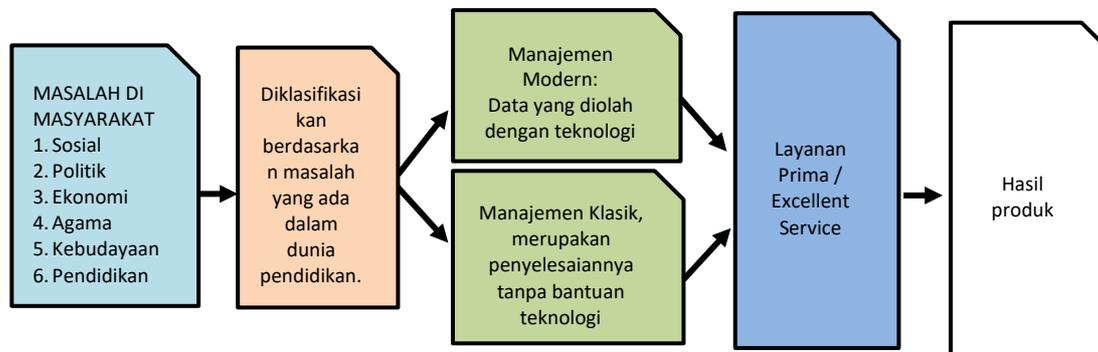
Akan tetapi penulis mengajak bagaimana dunia pendidikan tersebut mampu berkompetisi layaknya berbisnis yang dilihat dari kaca mata manajemen pendidikan dan juga manajemen bisnis. Kompetisi tersebut bukan diartikan sebagai keuntungan fisik atau uang, akan tetapi sebagai bentuk kepuasan konsumen dalam mendapatkan kebutuhan yang diinginkan yang dinilai secara non fisik (Harto dkk., 2021, hlm. 86).

Sebagaimana tertulis dalam Permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 menjelaskan standar proses dalam pendidikan perlu, karena sebagai upaya standarisasi yang dalam dunia pendidikan menandakan bahwa lembaga tersebut diminati oleh pelanggan sebagai upaya daya saing dipemasarkan dunia pendidikan (Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 79).

Penerjemahan permendiknas Nomor 41 Tahun 2007 tersebut kemudian dilahirkan sebuah manajemen Informasi atau disebut dengan Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang dimasukkan dalam kajian dunia pendidikan atau disebut dengan Sistem Informasi Manajemen Pendidikan (SIMP). Dalam hal ini secara garis besar menjelaskan bahwa keterkaitan manajemen informasi dengan dunia pendidikan dalam kompetisi bisnis dari kaca mata manajemen bisnis, bahwa perkembangan Sistem Informasi Manajemen merupakan sistem yang dipergunakan dalam pengambilan keputusan manajerial (Nurdin, 2006, hlm. 242) (pembuat kebijakan (Prasetyantoko, 2001, hlm. 73) atau kepala bidang) dengan tahap operasional (teknis). Sebagai upaya mendapatkan data informasi yang tepat, akurat, dan mampu menjadi standar pengambilan keputusan (Rusdiana, 2019, hlm. 41)

Sistem Informasi Manajemen dalam dunia pendidikan adalah salah satu bagian *edukasi* yang diberikan kepada masyarakat berupa pelayanan tentang dunia pendidikan sebagai upaya untuk memaksimalkan dan juga mampu memanagerkan keberlangsungan pendidikan sebagai alat ukur keterbutuhan sumber daya manusia melalui pemaksimalan penggunaan kemampuan *Artificial Intelligence* sebagai basis teknologi informasi dalam serangkaian sistem dalam pengolahan data yang nantinya dapat dijadikan pengambilan keputusan bagi kelembagaan pendidikan tersebut.

Keterbutuhan Sistem Informasi Manajemen tersebut dalam dunia pendidikan, maka diperlukan sebuah sistem yang secara aliran data dan informasi mampu menerjemahkan kebutuhan dan seberapa detail dalam dunia pendidikan menjadi salah satu motor penggerak yang beriringan antara *Modernisasi-Teknologi* dan juga dunia pendidikan di era 5.0 dengan melalui sebuah teknologi yang menyediakan pendistribusian informasi tersebut secara cepat, akurat, dan aman (Rusdiana, 2019, hlm. 81).



METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, penulis mendeskripsikan kajiannya dengan penelitian diskriptif (Creswell, 2019, hlm. 217) yaitu memaparkan kajiannya dengan menganalisis fakta secara sistematis dari objek pembahasan yang dikaji (Mahmud, 2011, hlm. 106).

Untuk sumber data yang kaji dari data-data (A. dan N. H. Z. Fitri, 2020, hlm. 30) kepustakaan atau *library research* atau biasa disebut dengan sumber data sekunder. Yaitu data-data yang dihimpun dari literatur kepustakaan, baik dokumen, karya ilmiah, ataupun buku-buku lain. Pendekatan yang dilakukan dalam mengkaji di penulisan ini adalah *pendekatan pedagogis*, yaitu pendekatan penulisan dari kaca mata ilmu pengetahuan (Mahmud, 2011, hlm. 31).

PEMBAHASAN

1. Pengertian Sistem Informasi Manajemen Pendidikan dan Manajemen Bisnis.

a. Pengertian Sistem

Dalam kamus Bahasa Indonesia (Sugono, 2008, hlm. 1477), sistem diartikan : (1) Perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan hingga membentuk suatu totalitas, (2) Susunan yang teratur dari pandangan, teori, asas, dsb, (3) Metode / cara. Sistem juga diartikan sebagai suatu cara yang mekanisme langkah dan kerjanya berpola, ada juga dalam mekanismenya berjalan dengan otomatis dan bersifatnya konsisten (Kantaprawira, 2004, hlm. 3).

Dari pemahaman pengertian sistem diatas diambil kesimpulan bahwa, sistem merupakan sebuah program atau mekanisme yang sudah tertata yang secara tidak sadar menciptakan korelasi dan interaksi yang berjalan dengan subsistem secara terbagi dan terencana.

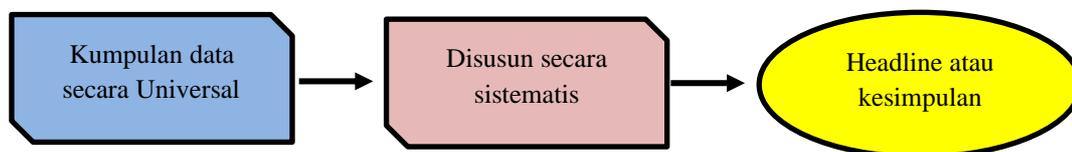


b. Pengertian Informasi

Informasi merupakan bagian dari kumpulan data-data yang dalam prosesnya sebagai salah satu pilihan dalam menentukan atau memilih sesuatu. Selain itu juga, informasi merupakan salah satu *literatur* dalam pengambilan keputusan, apakah literatur berupa dokumen-dokumen tertentu atau pun catatan tangan ataupun digital yang dinilai mempunyai history pendukung yang kuat dalam menentukan keputusan.

Dalam Kamus Bahasa Indonesia(Sugono, 2008, hlm. 586), informasi dapat diartikan sebagai (1) Penerangan, (2) pemberitahuan. Sedangkan dalam kajian lain informasi merupakan data yang diambil lagi sebagai salah satu bentuk data untuk diolah lagi sebagai salah satu penentu data informatif atau argumentasi untuk perencanaan keuntungan atau pengendalian tertentu(Rusdiana, 2019, hlm. 4)

Secara garis besar dari uraian diatas mengambil kesimpulan bahwa, Informasi adalah bagian dari data yang secara terstruktur belum tersusun secara sistematis, informasi adalah bagian data-data yang terpisah dan tercerai-berai dengan kumpulan histori-histori yang kuat sebagai penunjang kesimpulan dari kajian yang dipaparkan.



c. Pengertian Manajemen

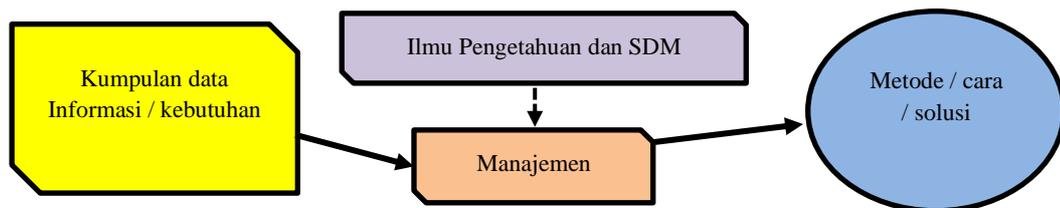
Penjelasan pada kamus besar Bahasa Indonesia merupakan sistem yang memproses data dan menyiapkan informasi yang diperlukan(Sugono, 2008, hlm. 1475). Dalam penjelasan lain manajemen(Sugono, 2008, hlm. 979–980) adalah (1) Proses pemakaian sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran yang ditentukan, (2) Penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran.

Menurut G.R. Terry Manajemen merupakan proses khas yang terdiri atas beberapa tindakan yang direncanakan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya(Saefullah, 2013, hlm. 4).

Manajemen dapat diartikan sebuah proses atau kerangka kerja yang melibatkan bimbingan atau pengarahan pada kelompok manusia ke arat tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata(Saefullah, 2013, hlm. 3).

Sehingga dari makna manajemen yang dijelaskan diatas memberikan gambaran, bahwa manajemen punya keterkaitannya dengan sumber daya manusia. Keterkaitannya

ini secara struktur progressnya menjelaskan bahwa manajemen sumber daya manusia dapat menunjang ketercapaiannya aliran budaya dan pengembangan ilmu pengetahuan untuk nantinya dapat dikontribusikan pada bentuk program yang strategis.



d. Pengertian Manajemen Pendidikan

Manajemen pendidikan dapat diartikan sebagai salah satu bentuk perencanaan untuk mengelola lingkungan belajar dengan sengaja agar seseorang belajar berperilaku tertentu dalam kondisi tertentu (Wildan, 2021, hlm. 109).

Dalam pemahaman lain manajemen pendidikan merupakan strategi yang dibuat dengan sistem yang disesuaikan dengan kebutuhan yang mendukung dalam setiap proses dalam aktivitas dunia pendidikan dalam fungsi dan kebutuhan yang diperlukan, apakah itu tentang *planning, organizing, staffing, directing, evaluating, coordinating, dan budgeting* (Saefullah, 2013, hlm. 20).

Manajemen pendidikan merupakan salah satu usaha dalam melakukan evaluasi bagaimana pendidikan menuju pada sebuah landasan mutu atau standar pendidikan yang diakui dan menjadi bagian tolak ukur sebuah kesuksesan suatu pendidikan tersebut. Sesuai dengan standarisasi pendidikan yang bermutu maka sudah tepat jika melihat ketetapan dari GBHN 1999 sampai 2004 Bab IV E yang berbunyi tentang pendidikan. Butir 1 berbunyi “mengupayakan pendidikan bermutu tertinggi bagi seluruh rakyat Indonesia menuju terciptanya manusia Indonesia berkualitas”.

Sehingga realisasi dunia pendidikan Indonesia melakukan reformasi pendidikan dimulai dengan dikembangkannya standarisasi pendidikan dengan Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK), kemudian dikembangkannya lagi menjadi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP), setelah itu disempurnakan dengan Kurikulum 2013 (K-13), setelah itu dikembangkan lagi dengan Kurikulum Merdeka (Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 7).

e. Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen bisnis pendidikan adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang mempergunakan dengan baik sumber-sumber daya yang terdapat pada sebuah lembaga/perusahaan agar digunakan seefektif dan seefisien mungkin sehingga menghasilkan keuntungan materil (uang) maupun non materil bagi lembaga /

perusahaan tersebut dan maupun menjadikan lembaga/perusahaan yang mandiri, khususnya dalam melihat lembaga pendidikan(Wahyuni, 2019, hlm. 83).

Menurut Raymond E. Glos menjelaskan bahwa bisnis adalah sebuah kegiatan yang diorganisir oleh beberapa orang yang terjun dalam kegiatan perindustrian, dimana dalam kegiatan tersebut melakukan standarisasi dan terus melakukan perbaikan-perbaikan untuk mencapai standar tersebut(Harto dkk., 2021, hlm. 83).

Dijelaskan juga bahwa dalam ruang lingkup bisnis ada beberapa komponen yang dinilai mempunyai standar(Harto dkk., 2021, hlm. 84), antara lain :

a) *Pasar*

Pasar adalah salah satu wilayah sebagai konsumen atau pemakai jasa/produk dalam sebuah lembaga, serta keberadaan pasar tidak bisa dikendalikan oleh lembaga. Sedangkan pasar terdapat pasar Monopoli, pasar oligopoli, Pasar Persaingan Sempurna, dll.

b) *Perusahaan*

Perusahaan atau disebut juga lembaga adalah sebuah wadah atau tempat untuk elemen-elemen internal lembaga yang mempunyai tingkatan fungsional dan manajerial kelembagaan tersebut(Darmadji, 2001, hlm. 24). Seperti pada tingkatan Fungsional meliputi Fungsional SDM, Pemasaran, Keuangan, Produksi, operasi dll. Sedangkan pada tingkat manajerial adalah pada tingkatan manajemen atas, manajemen menengah, dan manajemen bawah.

c) *Pihak eksternal*

Pihak eksternal dalam hal ini merupakan wilayah yang ada diluar lembaga atau perusahaan yang bersifat tidak bisa dikendalikan, seperti keadaan perpolitikan yang berkembang, perekonomian, sosial, teknis, dan lingkungan. Sedangkan hal lain juga terdapat dari bentuk persaingan-persainagan yang ada dilapangan serta sejauh mana lembaga dalam membuat strategi dalam pertahanan perusahaan untuk keberlangsungannya.

d) *Konsep perubahan*

Penjabaran dalam konteks perubahan ini, adalah salah satu bentuk konsep siklus yang terjadi dalam proses dinamisasi dunia(Husnan, 1991, hlm. 5). Artinya perubahan zaman ataupun pengaruh perkembangan teknologi secara integrasi menciptakan sebuah pola perubahan-perubahan cara pandang dan juga inovasi(Gania, 2011, hlm. 196) yang terus dituntut untuk melakukan reformasi perubahan yang salah satu hal tersebut sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar.

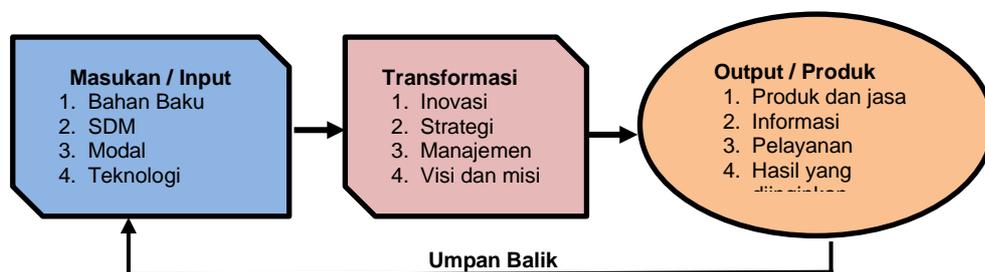
Dari keempat elemen diatas menjelaskan bahwa keterkaitan dalam bisnis adalah dibutuhkannya konsumen sebagai salah satu tujuan dari berbisnis yang mana konsumen berada pada wilayah pasar. Ketika pasar sudah tersedia maka butuh sebuah kendaraan

dalam melakukan bisnis, yaitu lembaga atau perusahaan. Lembaga tersebut mewadahi atau menampung segala komponen dalam hal legalitas ataupun kemampuan secara legal untuk memperkuat keyakinan kepada konsumen, dalam hal ini perusahaan diibaratkan kendaraan maka secara keamanan dan dari sisi hukum sudah memenuhi syarat dalam proses mobilitas bisnis yang dijalkannya(Harto dkk., 2021, hlm. 5).

Ketika pasar dan juga kendaraan dalam bisnis sudah terpenuhi maka sudah saatnya menentukan strategi(Akdon, 2016, hlm. 135) atau lebih tepatnya apa yang akan dilakukan ketika bisnis ini berjalan. Permasalahan secara eksternal pasti terjadi, mulai pada kebijakan-kebijakanyang akan didapatkan dalam hal kebijakan perekonomian atau mungkin dalam hal kebudayaan sosial-kultur, kemampuan perusahaan atau lembaga dalam meakukan strategi untuk membawa bisnis pada ranah kebudayaan yang lebih pada membantu melestarikan adalah salah satu bentuk lembaga bisnis yang secara langsung berhadapan dengan masyarakat. Dalam UU nomor 40 Tahun 2007 menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu bentuk tanggung jawab lembaga dalam rasa solidaritas kemanusiaan ataupun dengan alam dalam menjaga lingkungan yang lebih baik.

Oleh karena itu pada poin elemen ke empat menjelaskan pola perubahan adalah bagian dari perusahaan dalam merespon perkembangan dan pergerakan era modernisasi(Dupre, 2010, hlm. 200) ini menjadi sebuah tolak ukur dalam kemajuan(Paulo freire, 1999, hlm. 370) dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan strategi yang siap dengan kondisi yang ada.

Jika dilihat dari sistem bisnis, salah satu pakar manajemen bisnis Chester Bernard menjelaskan bahwa bisnis adalah sebuah wilayah yang terbuka dengan konsep ada sesuatu yang masuk, kemudian diolah danditerjemahkan dengan berbagai keperluan yang diinginkan oleh pasar, setelah itu hasil produk merupakan salah satu keinginan yang diinginkan olen konsumen.



f. Pengertian Manajemen Excellent Service / Pelayanan

Pengertian Excellent servis merupakan kata dari bahasa asing yang terdiri dari dua kata “*excellent*”(Echols & Shadily, 1992, hlm. 161) dan “*Service*”(Echols &

Shadily, 1992, hlm. 508). *Excellent* berasal dari baik, unggul, luar biasa. Sedangkan kata *Service* berasal dari jasa, pelayanan, melakukan sesuatu bagi orang lain.

Jika berbicara tentang esensi *service*, bahwa jasa atau *service* merupakan salah satu bentuk kegiatan yang menghasilkan produk yang secara fisik tidak terlihat atau tidak berwujud atau disebut dengan *intangible*. Seperti perbankan, pendidikan, kesehatan, telekomunikasi, transportasi, asuransi, rekreasi, travel, ekspedisi, dan lain sebagainya. Dikatakan juga oleh Philip Kotler (Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 163) sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa memang tidak terlihat atau berwujud seperti produk-produk yang diharapkan oleh beberapa orang, akan tetapi memproduksi berupa penawaran-penawaran yang dinilai dapat melayani keinginan oleh konsumen yang ada.

Excellent Service merupakan salah satu bentuk pengembangan dalam bidang pelayanan (Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 164) yang mempunyai 6 nilai prinsip, yaitu : (1) Sikap / *Attitude*. (2) Perhatian / *Attention*, (3) Tindakan / *Action*, (4) Kemampuan / *Ability* (5) Penampilan / *Appearance*, (6) Tanggung Jawab / *Accountability*. Mencoba menjabarkan secara sekilas tentang :

a) *Attitude* atau Sikap.

Bahwa salah satu perilaku yang harus ditampilkan kepada pelanggan atau konsumen agar mampu memuaskan secara lahir perlu nilai-nilai sosial yang secara kebudayaan harus dipahami, dengan arti lain bahwa ada nilai-nilai secara rohani yang dinilai baik dan menjadi salah satu kepuasan konsumen untuk menikmati dan merasakan senang dari apa yang kita upayakan dalam pelayanan.

b) *Attention* atau Perhatian,

Menjelaskan bahwa dalam memahami keinginan dari konsumen untuk terus *update* dan juga baik dari segi eksternal ataupun internal dari lembaga itu sendiri dan bisa juga dalam hal pelayanan yang prima konsumen harus dijadikan raja dalam prosesnya, artinya raja bahwa dalam hal perbaikan dan evaluasi kinerja untuk melakukan inovasi (Teknowijoyo & Marpelina, 2022, hlm. 175) dan juga kreativitas dalam manajemen perusahaan mampu bergerak dengan cepat.

c) *Action* atau Tindakan.

Menjelaskan bahwa dalam suatu perusahaan mampu melakukan tindakan yang secara responsif mampu bergerak cepat untuk memenuhi segala sesuatu dari apa yang diinginkan oleh konsumen.

d) *Ability* atau kemampuan.

Dalam hal kemampuan ini adalah kewajiban perusahaan untuk mampu membangun SDM (Chotimah & Fathurrohman, 2014, hlm. 207) dalam sebuah perusahaan agar mampu melakukan perubahan dengan perkembangan zaman era 5.0 yang lebih inovatif dan punya daya saing yang kompetitif.

e) *Appearance* atau Penampilan.

Merupakan bentuk yang secara fisik dapat terlihat dan merupakan pandangan pertama dari konsumen dari apa yang pelayanan yang diberikan dari perusahaan kepada konsumen, mungkin dari beberapa konsumen memberikan keinginan untuk terlihat rapi dan bersih dalam berpakaian ataupun penampilan dari kantor yang dinilai indah dan sempurna dalam hasil produk yang ditawarkan ke konsumen.

f) Kemudian yang terakhir adalah *Accountability* atau tanggung jawab.

Merupakan salah satu bentuk kesadaran dari perusahaan atas pelayanan yang diberikan, apakah sudah mampu memenuhi semua keinginan secara fisik ataupun non fisik yang diinginkan oleh konsumen

Jika melihat dari konsep-kajian dari Philip Kotler tentang memahami manajemen pemasaran adalah manajemen yang menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengendalikan program atau strategi untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Hamdat, 2020, hlm. 9).

Dalam manajemen pemasaran metode yang dikemukakan dalam kajian Karta Negara Salam, menjelaskan bahwa ada 5 konsep (Hamdat, 2020, hlm. 9) : (1) *Konsep Produksi / Production Concept*. (2) *Konsep Produk / Product Concept*. (3) *Konsep Penjualan / Selling Concept*. (4) *Konsep Pemasaran / Marketing Concept*. (5) *Konsep Pemasaran Sosial / Societal Marketing Concept*.

Dari 5 konsep yang dipaparkan hampir mempunyai kemiripan bahwa dalam manajemen pelayanan adalah sebuah bisnis yang dapat dinilai produknya bukan fisik akan tetapi pelayanan yang dengan cara tersebut ada sebuah kebutuhan yang mampu dipenuhi dan ternyata butuh dalam menganalisa ataupun menilai sesuatu untuk memperoleh keinginan konsumen yang didadapkannya.

2. Memahami Sistem Informasi Manajemen Pendidikan.

Manajemen Sistem Informasi Pendidikan (MSIP) adalah sistem yang didesain untuk kebutuhan manajemen dalam upaya mendukung fungsi-fungsi dan aktivitas manajemen pada suatu organisasi pendidikan (Kantaprawira, 2004, hlm. 82). Maksud dilaksanakannya MSIP adalah sebagai pendukung kegiatan fungsi manajemen (Boedi, 2021, hlm. 8) ; *planning, organizing, staffing, directing, evaluating, coordinating, dan budgeting* dalam rangka menunjang tercapainya sasaran dan tujuan fungsi-fungsi operasional dalam organisasi pendidikan.

Kelembagaan organisasi pendidikan dalam fungsinya tidak terlepas dari bagaimana kita mampu memaksimalkan kondisi modernisasi menjadi bagian perubahan yang terus melakukan perbaikan dengan inovasi dan juga strukturisasi yang kuat dalam pendidikan

agar dalam proses pemanfaatan data dan informasi menjadi suatu yang harus benar-benar menjadi solusi sebagai upaya untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan institusi pendidikan.

Kebutuhan institusi pendidikan atau kelembagaan pendidikan dalam pemanfaatan data dan informasi sangat penting, karena jika pemenuhan data dan informasi ini kurang, maka akan mengalami kegagalan dalam mengontrol sumber daya yang ada dikelembagaan itu. Sehingga keputusan-keputusan yang bersifat penting dan perlu sebagai upaya keberhasilan dalam visi dan misi kelembagaan di era modernisasi ini menjadi suatu hal yang jauh dari kata sukses atau berhasil.

Salah satu tujuan dari SIM Pendidikan antara lain bagaimana sistem ini dibangun menjadi sebuah solusi dalam membangun aliran data dan juga informasi yang mampu mengintegrasikan pendistribusian data dan informasi tersebut terkirim dan terproses secara tepat, cepat, dan aman pada bagian-bagian kelembagaan dalam pendidikan.

Dalam ketersediaan kebutuhan data dan informasi yang tepat dan cepat ini dalam pendidikan, maka proses data dan informasi ini terkait dengan pengembangan tentang siswa, tenaga guru, tendik, sarana, prasarana, keuangan, evaluasi pembelajaran, dan lain-lain.

Teknologi merupakan bagian dari perkembangan zaman yang digunakan untuk melakukan pendataan, memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu sebuah informasi yang relevan, akurat, dan juga waktu yang tepat. Selain itu juga mampu memenuhi kebutuhan dalam hal data dan informasi bisnis, juga pribadi, dan juga beberapa bagian strategis sebagai salah satu bentuk upaya untuk pengambilan keputusan. Dalam hal ini teknologi diwakili salah satunya oleh seperangkat komputer dan juga handphone. Teknologi bergerak dalam pengolahan data, sistem jaringan sebagai upaya penghubung pada jaringan antar komputer sebagai upaya dalam mempercepat akses pemenuhan kebutuhan data dan informasi yang dibutuhkan (Rusdiana, 2019, hlm. 82).

Kebutuhan teknologi ini dalam pengambilan keputusan tidak terlepas dari penerapan manajemen yang berperan dalam tiga kategori (Rusdiana, 2019, hlm. 84), yaitu: (1) berperan yang bersifat interpersonal, (2) berperan informasional, dan (3) berperan sebagai pengambil keputusan. Salah satu peran sebagai interpersonal yaitu mampu berperan sebagai suatu hal yang simbolis (Kantaprawira, 2004, hlm. 169) yang kredibel dan juga mampu mengambil keputusan yang efektif, serta mampu memberikan informasi ke publik dengan baik dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh lembaga.

Yang kedua mampu menjadi informasional, artinya sebagai lembaga yang punya integritas baik dalam pendidikan harus mampu menyediakan manajemen keorganisasian yang secara administrasi mampu diperkenalkan kepada masyarakat secara akuntabel dan juga terstruktur yang baik, serta mampu memonitor arus data dan informasi tersebut dengan baik. Dan yang terakhir adalah bagaimana kelembagaan itu mampu menjadialah satu

pengambil keputusan yang cepat dan efektif dari data dan informasi yang tersistematis tersebut.

3. Bentuk pelayanan konsumen dalam kajian Sistem Informasi Manajemen Pendidikan.

Pada dasarnya suatu sistem informasi dibangun dengan beberapa tahap pengembangan serta melibatkan sumber daya dari beberapa disiplin ilmu yang berbeda, baik sisi manajemen, teknologi informasi, keuangan, dan lain sebagainya. Salah satu hasil produk pembangunan sistem informasi adalah suatu perangkat lunak (Krippendorff, 1993, hlm. 12) yang terpadu, ditambah dengan tata aturan yang di terapkan untuk mengelola sistem sehingga tujuan dari suatu sistem dapat tercapai. Pembangunan suatu sistem informasi baik dalam skala besar maupun kecil, tetap membutuhkan langkah-langkah tersusun dan terkoordinasi karena pembangunan sistem informasi merupakan suatu proyek pengembangan memiliki tujuan sehingga sistem informasi dapat berjalan dengan baik.

Sistem informasi memiliki 5 komponen utama (Rusdiana, 2019, hlm. 124) pembentuk yaitu :

- 1) Komponen Perangkat Keras (Hardware) (Padlurrahman, 2014, hlm. 291)
- 2) Komponen Perangkat Lunak (Software)
- 3) Komponen Sumber Daya Manusia (Brainware)
- 4) Komponen Jaringan komputer (Netware)
- 5) Komponen Sumber Daya Data (Dataware)

Ide membangun sistem informasi pada dasarnya merupakan ide ringan akan tetapi dengan keterlibatan beberapa unsur yang mendukung atas pembangunan tersebut, ide tersebut akan berkembang menjadi kompleks ataupun sangat kompleks.

Seperti yang kita ketahui ide membangun sistem informasi sekolah sangat erat dengan konsep dasar dari sistem pendidikan. Di Indonesia, sistem pendidikan menurut Undang-undang nomor 20 tahun 2003 dikatakan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Sedangkan dalam proses pengambilan keputusannya (Rusdiana, 2019, hlm. 114) harus melingkupi, yaitu (1) Lembaga Sekolah (Murid, Guru, Penyelenggaraan Administrasi sekolah), (2) Orang Tua / Wali Murid, (3) Pemerintah (Departemen Pendidikan Nasional), (4) Pihak-Pihak lain (Instansi pemerintah maupun swasta, LSM atau pihak manapun yang memerlukan informasi data pendidikan).

Antara lain (Rusdiana, 2019, hlm. 115) dalam pelayanan yang diberikan seperti :

- a) Sistem Manajemen Akademik (Maunah, 2017, hlm. 217)

Sistem ini bertujuan untuk menggantikan sistem lama yang telah berjalan menggunakan sekema penerimaan murid atau siswa atau anak didik yang baru secara manual. Proses akademik ini berlangsung mulai dari penerimaan anak didik baru hingga pada persiapan proses kelulusan. Dalam hal ini secara garis besar menyiapkan tentang, (1) *sistem registrasi ujian masuk online*, (2) *sistem registrasi/herregistrasi*, (3) *sistem informasi akademik*

b) **Sistem Manajemen Pengetahuan**

Dalam sistem ini terdiri dari sejumlah modul/ perangkat aplikasi yang berfungsi untuk mengelola aset pengetahuan secara elektronik, terdiri atas: (1) *sistem informasi perpustakaan*, (2) *sistem informasi penelitian*, (3) *e-learning*.

c) **Sistem Manajemen Sumber Daya**

Pada bidang ini menjalankan sistem manajemen pengelolaan Sumber Daya Manusia (Rahmawati dkk., 2019, hlm. 161) yang ada pada lembaga tersebut, bagaimana secara administrasi struktural terjaga dan tersusun secara rapi dan terorganisir dengan baik, antara lain pada bidang ini yang ditangani adalah (1) *Sistem Informasi Kepegawaian*, (2) *Sistem Informasi Keuangan dan Akuntansi*, (3) *Sistem Informasi Manajemen Aset*.

d) **Sistem Manajemen Hubungan Komunitas**

Yang dibangun dari manajemen lembaga ini adalah sebuah ikatan persaudaraan dan juga secara akademisi mempunyai nilai secara historis bahwa dalam proses pendidikan ada sebuah misi yang selalu menjaga dan juga melakukan evaluasi secara bergenerasi yang ada sejarah yang baik dalam lembaga tersebut. Ada beberapa hal yang dalam proses personalia terdapat sistem yang membangun berdasarkan : (1) *Sistem Informasi Alumni*, dan yang (2) *Sistem Informasi Rekrutmen Kerja Online*

e) **Sistem Informasi Eksekutif**

Sistem Informasi Eksekutif (SIE) (Rusdiana, 2019, hlm. 156) adalah sistem berbasis web untuk melakukan integrasi data dengan sistem-sistem aplikasi yang ada di lingkungan dengan tujuan menyajikan laporan-laporan untuk menunjang eksekutif dalam mengambil keputusan. Dengan kemampuan integrasi data yang ada pada SIE maka proses penyediaan laporan-laporan untuk kebutuhan eksekutif bisa dilakukan dengan cepat dan akurat.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi dalam era modernisasi ini ternyata telah membawa pengaruh yang besar bagi perubahan dunia pendidikan dalam masyarakat. Secara empiris (Saptono, 2011, hlm. 108) masyarakat telah banyak menikmati fasilitas yang didapat dari teknologi, yaitu dari proses pencarian, penemuan, hasil analisa, mendapatkan informasi, dan juga perbandingan dari berbagai sumber sebagai salah satu evaluasi perkembangan yang ada.

Dengan perkembangan yang ada, dunia pendidikan dituntut untuk melakukan proses yang lebih detail dan solutif yang mampu dipahami oleh siapapun. Dunia digital merupakan salah satu langkah pemanfaatan dalam era modernisasi 5.0 sebagai salah satu inovasi dalam dunia pendidikan untuk melakukan kajian secara akademik (Maunah, 2017, hlm. 181) untuk dikembangkan dengan pemanfaatan teknologi yang ada, khususnya pemanfaatan digital teknologi.

Sistem Informasi Manajemen atau yang disebut dengan SIM menggambarkan bahwa pendidikan yang berkembang harus mampu menawarkan kepada masyarakat bahwa teknologi harus hadir dan mampu mencerdaskan masyarakat yang ingin mengenyam pendidikan.

Dalam upaya teknologi menawarkan kemudahan dalam pendidikan ada 2 cara pandang melihat pendidikan dan bisnis, antara lain :

a. Teknologi digital sebagai SIM Pendidikan.

Pada era modernisasi digital (Rahmawati dkk., 2019, hlm. 2), keberadaan SIM Pendidikan menggambarkan bahwa perkembangan teknologi tidak bisa dilepaskan dari perubahan zaman yang selalu menuntut akademisi untuk terus belajar memahami dan mempergunakan dengan maksimal ilmu pengetahuan yang secara dinamis melakukan keinginan-keinginan yang terbaik dari setiap perubahan.

b. Teknologi digital sebagai SIM Bisnis

Sedangkan dalam SIM Bisnis, menjelaskan kepada kita bahwa cara pandang masyarakat tentang SIM bisnis adalah sebuah cara pandang yang dalam proses transaksi (A. Z. Fitri, 2013, hlm. 103) dari hasil / produk yang diperoleh berbasis kebutuhan kepuasan secara digital teknologi.

Sehingga perpaduan antara SIM pendidikan dan juga SIM bisnis adalah melahirkan sebuah *institutional decisions* (Mutohar & Masduki, 2023, hlm. 170) atau sebuah keputusan yang diperoleh secara mendalam tentang kebutuhan layanan yang dibutuhkan pada saat tersebut. Kebutuhan tersebut merupakan simbol-simbol dari ruang teknologi yang dipaparkan berupa layanan-layanan kepuasan sebagai alat tukar jual-beli dalam kepuasan bisnis pendidikan.

Sehingga peneliti memberikan gambaran, bahwa data informasi yang ada dimasyarakat merupakan data secara keilmuan yang dalam dunia pendidikan merupakan sumber dari ilmu pengetahuan yang pastinya akan di uji coba secara akademisi ataupun aplikatif dalam memenuhi kebutuhan perubahan-perubahan yang ada di masyarakat sebagai standar (Safitri, 2017, hlm. 126) di era modernisasi ini.

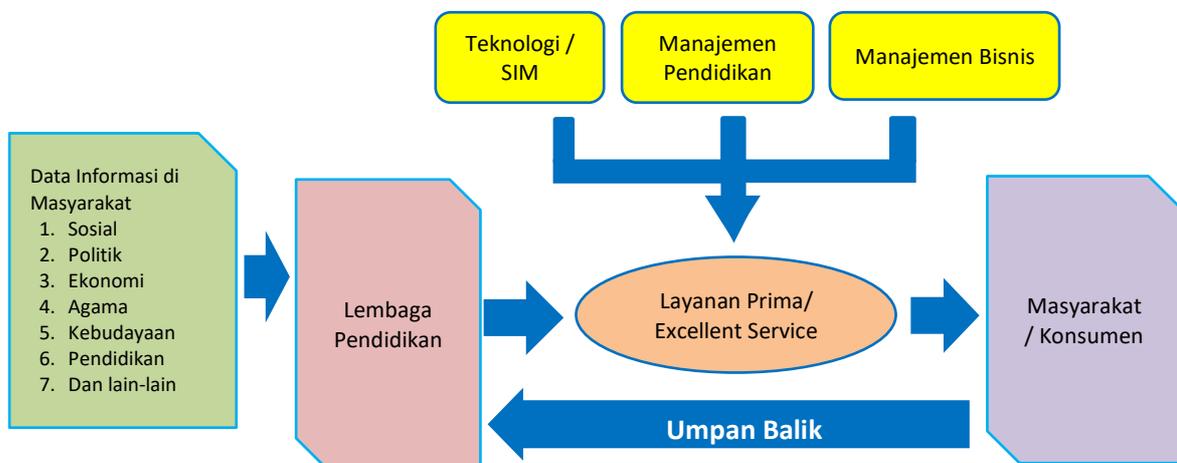
Digital teknologi (Lase dkk., 2021, hlm. 62) dari kaca mata pendidikan menjelaskan bahwa, layanan yang diberikan merupakan teknis dari transaksi tersebut, kemudian hasil dari teknis tersebut apakah mampu dipertanggung jawabkan dalam prosesnya atau tidak. Kita berikan contoh gambaran, ketika lembaga pendidikan menyediakan fasilitas teknologi (Sabirin & Sulistiyarini, 2020, hlm. 120) yang berupa alat kelengkapan proses pendidikan yang mewadahi, conoth pemasangan wifi, komputer yang lengkap, LCD yang selalu di *upgrade*,

ruang yang nyaman, lingkungan yang stabil, dan juga SDM lingkungan sekolah yang secara keilmuan selalu di *update* untuk mau melakukan penyesuaian dengan perkembangan yang ada.

Secara teknis memberikan gambaran yang sempurna dalam prosesnya, kemudian hal tersebut butuh *progress* yang matang, artinya butuh perencanaan yang secara manajemen pendidikan mempunyai tolak ukur dalam pencapaian kebutuhan dalam dunia pendidikan yang ditawarkan untuk nantinya anak didik mampu untuk beradaptasi dengan perubahan-perubahan zaman dari apa yang didapatkan keilmuan yang ada disekolah tersebut.

Dalam kesimpulan ini juga, peneliti berusaha memberikan gambaran tentang pelayanan yang diberikan oleh lembaga mempunyai dampak atau *effect* dari apa yang diberikan kepada konsumen atau masyarakat yang merasakan keberadaan lembaga tersebut, khususnya lembaga pendidikan itu.

Pelayanan atau *excellent servis* ternyata mempunyai adil besar dalam terjadinya transaksi tersebut, sehingga jika pelayanan yang diberikan tidak berstandar atau tidak memenuhi kriteria baik dalam manajemen bisnis dan juga manajemen pendidikan. Maka beberapa *effect* dari apa yang diterima oleh konsumen mempunyai dampak dalam umpan balik. Sehingga lembaga pendidikan yang mempunyai standar mutu pada skala pelayanan tidak akan terpenuhi.



PERNYATAAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa artikel ini belum pernah diterbitkan dalam jurnal manapun

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Online :

Wildan, W. (2021). Peranan Teknologi dalam Meningkatkan Kualitas Pengajaran Bahasa di SMA Negeri 1 Janapria. *Educatio*, 16(2), 108–120.

Lase, M., Hawarri, Z., & Arifin, R. W. (2021). Sistem Informasi Penjualan Panda Antivirus Berbasis Web. *Information Management for Educators and Professionals*, 6(1), 61–70.

- Ma'ruf, F. A., Rusbandi, R., Ali, I., Anwar, S., & Nining, R. (2021). Sistem Informasi Pembuatan Kartu Tanda Anggota Nahdatul Ulama Online Menggunakan Metode System Development Life Cycle (SDLC). *Information Management for Educators and Professionals*, 5(2), 43–52.
- Padlurrahman, P. (2014). PENGEMBANGAN PAKET PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA BERBASIS DRILL AND PRACTICE MELALUI MODEL PEMBELAJARAN BERBANTUAN KOMPUTER: ANALISIS KEBUTUHAN DI SMA/MA DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR. *Educatio*, 9(2), 278–292.
- Rahmawati, Y., Solikin, S., & Herlawati, H. (2019). Metode Analytical Hierarchy Process Pemilihan Karyawan Sales Terbaik Pada PT Bakul Impor Jaya Bekasi. *INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS: Journal of Information Management*, 3(2), 161–172.
- Sabirin, F., & Sulistiyarini, D. (2020). Evaluasi Sistem Informasi Administrasi Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kinerja Program Studi. *Educatio*, 15(2), 115–124.
- Safitri, M. (2017). Sistem Aplikasi Uji Kompetensi Penerimaan Karyawan Berbasis Web. *INFORMATION MANAGEMENT FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS: Journal of Information Management*, 1(2), 125-134-125–134.
- Teknowijoyo, F., & Marpelina, L. (2022). Relevansi Industri 4.0 dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia. *Educatio*, 16(2), 173–184.
- Wahyuni, S. (2019). Peningkatan Mutu Standar Isi Dan Standar Proses Pendidikan Dengan Mendesain Pembelajaran Berbasis Inkuiri Melalui Workshop Dan Pendampingan. *Educatio*, 14(2), 82–92.

Buku

- Akdon. (2016). *Strategic Management For Educational Management (Managemen Strategik untuk MANajemen Pendidikan)* (kelima). Alfabeta.
- Baso, ahmad. (1999). *Civil Society Versus Masyarakat Madani*. Pustaka Hidayah.
- Boedi, A. (2021). *Manajemen Pendidikan Islam*. CV Pustaka Setia.
- Chaidar, A. (2000). *Islam Sosialisme dan Kapitalisme*. Madani Press.
- Chotimah, C., & Fathurrohman, M. (2014). *Komplemen Manajemen Pendidikan Islam (KonsepIntegratif Pelengkap manajemen Pendidikan Islam)*. Teras.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design (Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran)* (keempat). Pustaka Pelajar.
- Darmadji, T. (2001). *Restrukturisasi (Memulihkan dan Mengakselerasi Ekonomi Nasional)*. PT Gramedia.
- Dupre, B. (2010). *50 Big Ideas You Really Need To Know*. Erlangga.
- Echols, J. M., & Shadily, H. (1992). *Kamus Indonesia—Inggris*. PT Gramedia.
- Fitri, A. dan N. H. Z. (2020). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. PT Cita Intrans Selaras.

- Fitri, A. Z. (2013). *Manajemen Kurikulum Pendidikan Islam*. Cv Alfabeta.
- Gania, G. (2011). *Rahasia Inovasi Steve Jobs (Prinsip Berbeda untuk Melakukan Trobosan)*. Erlangga.
- Hamdat, A. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi, dan Implementasi*. CV Diandra Primamitra Media.
- Harto, B., Nugroho, joko R., Saragih, S. M. M., Syadzilli, R. F. M., & Fachrurazi, H. (2021). *Dasar Manajemen Bisnis* (Nomor November). Yayasan Cendekia Mulia Mandiri.
- Husnan, S. (1991). *Perencanaan Perusahaan*. BPFE Yogyakarta.
- Jurdi, S. (2010). *Sosiologi Islam dan Masyarakat Modern (Teori, Fakta, dan Aksi Sosial)*. Kencana Prenada Media Group.
- Kantaprawira, R. (2004). *Sistem Politik Indonesia*. Sinar Baru Algensindo Offset.
- Krippendorff, K. (1993). *Analisis Isi (Pengantar Teori dan metodologi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. CV Pustaka Setia.
- Maunah, B. (2017). *Supervisi Pendidikan Islam (Teori dan Praktik)*. Kalimedia.
- Michelli, J. A. (2007). *The Starbucks Experience*. Erlangga.
- Mutohar, P. M., & Masduki. (2023). *Visionary Leadership*. Deazha Prima Nusantara.
- Nurdin, A. (2006). *Quranic Society*. Erlangga.
- Paulo freire, I. illich. (1999). *Menggugat Pendidikan (Fundamentalis Konservatif Liberal Anarkis)*. Pustaka Pelajar.
- Prasetyantoko, A. (2001). *Arsitektur Baru Ekonomi Global (Belajar dari keruntuhan Ekonomi Asia Tenggara)*. PT Elex Media Komputindo.
- Rusdiana. (2019). *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan (Konsep, Prinsip, dan Aplikasi)*. Pusat Penelitian UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Saefullah. (2013). *Manajemen Pendidikan Islam*. CV Pustaka Setia.
- Saptono. (2011). *Dimensi-dimensi Pendidikan Karakter (Wawasan, Strategi, dan Langkah Praktis)*. Erlangga.
- Sarup, M. (2007). *Posstrukturalisme dan Posmodernisme*. Jendela.
- Sudradjat, A., Hoerunisa, I. A., Atmaja, R. K., & Ramadan, R. (2021). *Animasi Interaktif Ragam Kebudayaan Jawa Tengah Berbasis Android*. 6(1).
- Sugono, D. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Susilo, R. K. D. (2007). *Memahami Kecerdasan Orang-orang Sukses*. Studia Press.
- Wibowo, B. S. (2002). *SHOOT (Sharpening our concept and tools)*. PT Syaamil cipta Media.