

Strategi Keunggulan Kompetitif Peguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (PTKIS) di wilayah Sidoarjo

Oleh:

Avivatul Abidah

Anita Puji Astutik

Manajemen Pendidikan Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2024



Pendahuluan

Persaingan antara institusi pendidikan yang semakin meningkat, menuntut pendidikan tinggi dapat menyusun dan membentuk keunggulan kompetitif agar menghasilkan produk berkualitas tinggi dan berdayasaing global[1].

Data emis dirjen pendidikan islam dari total Perguruan Tinggi lembaga, 93% diantaranya merupakan swasta ,788 lembaga Pemerintah menganggap pertumbuhan pesat ini seperti dua mata sisi uang yang salin berkaitan, tantangan dan peluang besar yang harus dipecahkan oleh perguruan tinggi yang terkait.

Michael E. Porter menyatakan bahwa untuk mencapai keunggulan kompetitif, manajemen strategi merupakan elemen yang krusial bagi suatu lembaga. Porter meringkas tiga strategi yang dapat digunakan untuk mencapai keunggulan kompetitif, yaitu: strategi keunggulan biaya, strategi diferensiasi, strategi fokus[7].

Beberapa komodifikasi keunggulan kompetitif PTKIS antara lain, 1) Inovasi Kurikulum 2) Program Studi Berbasis Industri 3) Kemitraan dengan Industri 4) Pengembangan Sumber Daya Manusia 5) Penggunaan Teknologi 6) Pemasaran yang Efektif 7) Pelayanan Mahasiswa yang Unggul

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana Keunggulan kompetitif & Komodifikasi masing-masing PTKIS dalam keunggulan kompetitif ?

Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif

Sumber data yang dikumpulkan oleh peneliti dari informan 2 PTKIS tersebut, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Terkait keunggulan kompetitif PTKIS dan beberapa komodifikasi keunggulan 2 PTKIS antara lain, 1) Inovasi Kurikulum 2) Program Studi Berbasis Industri 3) Kemitraan dengan Industri 4) Pengembangan Sumber Daya Manusia 5) Penggunaan Teknologi 6) Pemasaran yang Efektif 7) Pelayanan Mahasiswa yang Unggul.

Hasil

- Hasil wawancara, peneliti mengungkapkan bahwa PTKIS A memiliki Strategi differensiasi dan kekuatan dari segi pembelajaran, riset dan teknologi serta memiliki berbagai kemajuan dalam bidang penelitian dan dari segi pemasaran secara kreatif mempromosikan ke tempat-tempat ujian masuk perguruan tinggi dan melakukan pekerjaan sesuai kapasitas yang dimiliki. Jadi, poinnya adalah selling poin yang PTKIS A fokus pada strategi differensiasi Jadi keunggulan bersaingnya itu satu sisi yang dimiliki yaitu beasiswa kader, guru, dan bagi mahasiswa yang berprestasi. Kemudian terkait komodifikasi yang dilakukan oleh PTKIS A mencakup berbagai aspek, mulai dari Inovasi Kurikulum hingga pelayanan mahasiswa yang unggul. Hasil penelitian lainnya pada PTKIS A mengungkapkan bahwa dari total penerimaan mahasiswa baru di tahun 2022 mayoritas 93% diisi oleh non kader, hal ini menjadi unik karena hasil survei menunjukkan bahwa pendaftar lebih tertarik Pelayanan mahasiswa yang unggul hingga sarana dan prasarana yang memadai, “PTKIS A ini memiliki khas gedungnya yang tinggi-tinggi, inilah kekuatan kami”, ujar kepala UPT PMB kampus A. Keunggulan kompetitif pada PTKIS A sebagaimana penjelasan berikut:
- Sedikit berbeda biaya namun kualitas yang lebih diunggulkan
- Memunculkan inovasi-inovasi baru dalam pembelajaran dan teknologi
- Akreditasi program studi yang unggul
- Pelayanan mahasiswa yang excellent.

Hasil

Komodifikasi Strategi differensiasi yang dilakukan oleh PTKIS A antara lain:

- **Inovasi Kurikulum:**

Hasil penelitian PTKIS A yang telah melakukan inovasi kurikulum adalah kampus UMSIDA, kampus UMSIDA telah melakukan pengembangan kurikulum OBE (*Out come Best Educations*) sejak 2023 penyusunan dan kegiatan lokakarya OBE dilakukan guna mendukung transformasi pendidikan tinggi menuju rekognisi internasional, kampus UMSIDA juga salah satu kampus merdeka belajar yang mana menghimpun mahasiswa/i dari penjuru negeri yang ingin mengembangkan softskill di dunia pendidikan.

- **Penggunaan Teknologi**

Memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung proses pembelajaran dan administrasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas PTKIS. Penggunaan platform e-learning, aplikasi mobile, atau sistem manajemen pembelajaran adalah contoh dari ini.

- **Pemasaran yang Efektif**

Melalui kajian pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada PTKIS-X biaya promosi untuk penerimaan mahasiswa baru pada periode tahun 2020-2022 dalam kurun waktu 3 tahun terakhir biaya promosi mengalami fluktuasi yang relative meningkat dengan rata-rata sebesar 23%, prosentase kenaikan tersebut relative tinggi apakah sebanding dengan peningkatan mahasiswa baru pada PTKIS-X. Tabel 1.1 menunjukkan grafik perkembangan biaya promosi penerimaan mahasiswa baru di PTKIS-X di sidoarjo. Hal tersebut sebanding dengan perolehan jumlah mahasiswa baru sebanyak 2.475.

- **Pelayanan yang unggul**

Hasil analisa penelitian sebanyak 61% mahasiswa baru memilih alasan kuliah PTKIS A karena pelayanannya yang ramah dan cepat. Komodifikasi pelayanan mahasiswa yang unggul membantu institusi pendidikan tinggi untuk menarik dan mempertahankan mahasiswa dengan menyediakan layanan yang meningkatkan pengalaman kampus mereka. Dengan memasarkan layanan-layanan ini secara efektif, kampus dapat menunjukkan komitmen mereka terhadap kesejahteraan dan keberhasilan mahasiswa, serta memperkuat daya tarik dan citra institusi di mata calon mahasiswa dan pemangku kepentingan lainnya

Hasil

- Hasil wawancara, peneliti mengungkapkan bahwa PTKIS B memiliki kekuatan dari biaya dan beasiswa. selling poin yang dimiliki PTKIS B focus pada strategi biaya Jadi keunggulan bersaingnya itu satu sisi yang dimiliki seperti terjangkau biaya pendidikan, terdapat beasiswa kader serta beasiswa bagi disabilitas. Hasil penelitian lainnya pada PTKIS B mengungkapkan bahwa dari total penerimaan mahasiswa baru di tahun 2022 mayoritas 100% diisi oleh kader-kader dari PTKIS B, hal ini menjadi unik karena hasil survei menunjukkan bahwa pendaftar lebih tertarik pada biaya yang terjangkau, PTKIS B ini memiliki khas biayanya yang terjangkau, inilah kekuatan kami”, ujar kepala UPT PMB kampus B. Keunggulan kompetitif pada PTKIS B sebagaimana penjelasan berikut :
- Biaya pendidikan terjangkau
- Tersedia beasiswa dengan syarat tertentu.

Pembahasan

Berdasarkan Strategi differensiasi yang dilakukan oleh PTKIS A dan B peneliti mengungkap bahwa Lima kekuatan Porter (*Porter Five Force*) ada yang telah dan belum dilakukan oleh PTKIS A antara lain:

- (1) *Rivalry Among Existing Firms* (Persaingan Antar perusahaan dalam satu industri) merupakan strategi dengan menganalisa kekuatan para pesaing yang ada pada perguruan tinggi swasta berupa mengukur kualitas produk ataupun layanan dari para pesaingnya,
- (2) *Threats of Potential New Entrants* (Ancaman Masuknya Pesaing Potensial) merupakan salah satu tantangan perguruan tinggi untuk mempertahankan produk dari perguruan tinggi baru yang memiliki produk yang lebih baik ataupun biaya pendidikan yang lebih rendah,
- (3) *Threats of Substitute Products* (Ancaman dari produk substitusi) merupakan salah satu ancaman ketika terdapat perguruan tinggi dapat menciptakan produk atau jasa yang dapat digunakan sebagai substitusi yang dekat sehingga pelanggan memiliki alternatif produk lain,
- (4) *Bargaining Power of Supplier* (DayaTawar Pemasok) merupakan peluang bagi perguruan tinggi untuk memasok barang atau jasa yang merupakan kebutuhan utama serta keinginan para pelanggan karena sangat mempengaruhi keunggulan bersaing perguruan tinggi tersebut,
- (5) *Bargaining Power of Buyer* (Daya Tawar Pembeli) merupakan analisis untuk mengetahui seberapa besar basis pelanggan yang loyal pada perguruan tinggi tersebut ketika menggunakan jasa pendidikan.

Temuan Penting Penelitian

Temuan penting dari penelitian ini mungkin meliputi strategi-strategi khusus yang diterapkan oleh PTKIS di Sidoarjo untuk membedakan diri dari institusi lain, seperti penguatan kurikulum berbasis keagamaan, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan kualitas layanan pendidikan. Penelitian ini mungkin juga mengidentifikasi faktor-faktor lokal yang memengaruhi keberhasilan strategi tersebut dan bagaimana PTKIS dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif untuk menarik mahasiswa dan meningkatkan reputasi.

Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dapat meliputi pemahaman yang lebih dalam tentang strategi yang efektif untuk PTKIS di Sidoarjo, panduan bagi institusi lain dalam mengembangkan strategi keunggulan kompetitif, serta kontribusi terhadap peningkatan kualitas pendidikan tinggi keagamaan Islam. Ini juga dapat memberikan wawasan bagi pengambil kebijakan dan pihak manajemen dalam merancang kebijakan dan praktik yang lebih baik untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Referensi

- [1] M. Manajemen, P. Islam, and U. M. Sidoarjo, "Middle European Scientific Bulletin , Volume 31 | Dec-2022 Middle European Scientific Bulletin , Volume 31 | Dec-2022," vol. 31, pp. 120–127, 2022.
- [2] A. Warits, "Pengembangan Mutu Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Pesantren Melalui Pendekatan Total Quality Manajemen," *Pros. Semin. Nas. & Temu Ilm. Jar. Peneliti*, vol. 66, no. 1, pp. 184–201, 2017, [Online]. Available: <http://ejournal.iaida.ac.id/index.php/proceeding/article/view/148/142>
- [3] T. D. Diktis, *Grand Disign Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam 2020-2045*. 2022.
- [4] P. Gea Brillkatrin, M. Ramaditya, S. Tinggi Ilmu Ekonomi, and I. Jakarta, "Strategi Pengembangan Perguruan Tinggi (PTS) Di Indonesia Dalam Menghadapi Era Perubahan," vol. 4, no. 1, pp. 175–184, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.universitaskarimun.ac.id/index.php/akuntansi/article/download/831/574/>
- [5] S. Aminah, "Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Swasta (Studi Kasus di Universitas Mercu Buana Jakarta)," *Tesis*, 2022, [Online]. Available: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/64521>
- [6] B. Mochammad Danu Kurniadi, "Strategi Membangun Keunggulan Kompetitif Perguruan Tinggi Islam di Sebuah Universitas di Surabaya," *Acad. Open*, vol. 6, pp. 1–15, 2022.
- [7] M. P. Dr. As'ad and M. P. I. Dr. Fridiyanto, *Refensi* 5. 2020.
- [8] Porter, "Aspek-aspek keunggulan bersaing perguruan tinggi," *Mimbar*, vol. XX, no. 1, pp. 179–193, 2008.
- [9] I. Gozali and Nurchayati A, "Penerapan Model Strategi Keunggulan Bersaing Berorientasi Lingkungan Pada Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Di Kota Semarang," *Serat Acitiya*, vol. 4, no. 2, pp. 33–45, 2015.
- [10] Lena Ellitan, "Praktik-Praktik Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 2, p. pp.65-76, 2002, [Online]. Available: <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/man/article/view/15623>
- [11] Abdul Kadir, "Peranan brainware dalam sistem informasi manajemen jurnal ekonomi dan manajemen sistem informasi," *Sist. Inf.*, vol. 1, no. September, pp. 60–69, 2018, doi: 10.31933/JEMSI.
- [12] E. A. Rachmayuni and R. Lestari, "Pengaruh Budaya Organisasi dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif," *Pros. Akunt.*, pp. 48–51, 2020, [Online]. Available: <https://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/19763>
- [13] M. R. Fadli, "Memahami desain metode penelitian kualitatif," *Humanika*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.
- [14] A. H. Wanto, "Strategi Pemerintah Kota Malang Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Berbasis Konsep Smart City," *JPSI (Journal Public Sect. Innov.*, vol. 2, no. 1, p. 39, 2018, doi: 10.26740/jpsi.v2n1.p39-43.
- [15] Evans, D. S. & P., *Das Kapital untuk Pemula*, (Yogyakarta: Resist Book, 2004), dalam ibid, hal. 16
- [16] Fitriani, Lelawati, N., & Rahayu, S. R. (2021). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PENMARU) UM Metro. *Jurnal Lentera Pendidikan Pusat Penelitian LPPM UM Metro*, 155-165.
- [17] Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S.-H. (2019). *Strategic management : text & cases*. New York: McGraw-Hill Education.
- [18] K. Marzuki, A. Setyanto, and A. Nasiri, "Audit Tata Kelola Teknologi Informas Menggunakan Cobit 4 . 1 Domain Monitoring Evaluasi Pada Perguruan Tinggi Swasta," *Semin. Nas. Sist. Inf. dan Teknol. Inf.*, pp. 412–416, 2018.
- [19] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- [20] Sugiyono. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [21] Dedi Purwana. (2017). *Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan. Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, Vol. 1, No. 1.*
- [22] Baety, Dwindi Nur & Munandar, Dadang Rahman. (2021). *Analisis Efektifitas Pembelajaran Daring Dalam Menghadapi Wabah Pandemi Covid-19*. Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan Vol 3 No 3.
- [23] Kotler, Phillip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid I (edisi Bahasa Indonesia)*. Jakarta: PT Prenhalindo Indonesia.
- [24] Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- [25] Ria, Restuti. 2015. *Pengaruh Biaya Periklanan Dan Biaya Promosi Penjualan Terhadap Volume Penjualan Pada Pt. Agung Automall Soetomo Pekanbaru, Jom FEKON*.

