

PENERAPAN *BLUE OCEAN STRATEGY ADAPTED* (BOSA) DAN PENDEKATAN COMMUNITY DEVELOPMENT APPROACH (CDA) DALAM MANAJEMEN PENDIDIKAN TINGGI ISLAM

Oleh:

Zulfikar

Prodi Teknologi Informatika STMIK Bahrul 'Ulum Jombang

Email: zulfikardia@gmail.com

Abstrak

Perkembangan lembaga pendidikan tinggi islam yang cukup pesat akan menimbulkan persaingan makin kompetitif. Hal ini membuat manajemen pendidikan tinggi islam harus mampu membuat inovasi dalam pengelolaan pendidikan yang tangguh, karena lembaga pendidikan tinggi islam yang tidak mampu bersaing akan jatuh. Agar pendidikan tinggi islam tetap bertahan dan mampu bersaing perlu terobosan baru dalam mengadopsi strategi-strategi manajemen yang up to date.

Adaptasi strategi dalam perusahaan yang terkenal adalah BOSA (*Blue Ocean Strategy Adapted*), yaitu strategi bertahan dalam persaingan dengan strategi yang tidak perlu bersaing secara ketat, namun mampu mencari peluang-peluang yang strategis untuk menciptakan strategi yang tangguh terhadap manajemen pendidikan tinggi islam.

Selain mengkaji strategi BOSA juga perlu dipadukan dengan pengembangan *Community Development* (CD) secara simultan sebagai bentuk dari kepedulian lembaga pendidikan tinggi terhadap lingkungan. Dengan terbentuknya hubungan antara BOSA dan CD diharapkan akan membentuk manajemen pendidikan tinggi islam yang tangguh dan mampu bertahan secara berkesinambungan.

Kata kunci: Blue Ocean Strategy, Community Development, Pendidikan Tinggi Islam

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perguruan Tinggi Islam saat ini tengah memasuki tahap-tahap baru dengan begitu pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di era globalisasi. Era ini ditandai oleh sejumlah fenomena; *Pertama*, mobilitas kelembagaan yang semakin tinggi di antara universitas berkelas dunia (*world class university*). *Kedua*, disamping mobilitas kompetensi dasar, era globalisasi ini ditandai dengan persaingan antar universitas yang menuntut performa unggul dari masing-masing universitas. Konsekuensinya, universitas yang tidak memiliki performa yang unggul akan tergilas oleh roda perubahan global; hanya universitas dengan kondisi dan performa unggul yang akan bertahan dalam peta persaingan global.

Hasil survey *Asia Week* menunjukkan rendahnya peringkat perguruan tinggi (PT) terbaik di tanah air di antara PT-PT terbaik di Asia Pasifik. Dari 77 PT yang disurvei, empat PT terbaik dalam standar Indonesia menempati urutan bawah, UI peringkat ke-61, UGM ke-68, Undip ke-73, dan Unair ke-75³. Tiada satu pun dari PTAIN dan PTAIS yang masuk dalam daftar PT terbaik di Asia Pasifik, bahkan tidak satu pun dari PTAI yang tercatat dan terdaftar dalam PT di Indonesia yang ikut dikompetisikan (Musa, 2008).

Kondisi sekarang menunjukkan bahwa secara umum PT Islam masih ditandai oleh berbagai kelemahan, selain kelemahan SDM, manajemen maupun dana juga belum mampu mengoptimalkan terwujudnya Islam sebagai cita-cita idealnya sebagai *Rahmatan Lil Alamin*. Selain itu juga masih banyak PT Islam yang belum mampu mewujudkan Islam secara transformative, dimana masyarakat islam dalam mengamalkan ajaran agamanya telah terhenti

pada dataran symbol dan formalistik (Ibrahim, 2010). Data menunjukkan bahwa baru ada 41 persen saja lembaga dari 600-an pendidikan tinggi islam yang memenuhi standar nasional maupun internasional (Republika, 2012). Hal ini menjadi perhatian serius dan tindakan nyata agar semakin banyak pendidikan tinggi islam yang tumbuh menjadi perguruan tinggi unggul dan mampu bersaing di dunia global.

Terciptanya performa yang unggul perguruan tinggi islam tidak terlepas dari konsep yang dibangun untuk mewujudkan keunggulan berdasarkan potensi yang dimiliki. Salah satu konsep yang digunakan adalah *Blue Ocean Strategy*, merupakan konsep yang dibangun bagaimana menciptakan manajemen yang bebas dari persaingan. Konsep ini sesuai diterapkan pada PT Islam berdasarkan potensi yang dimilikinya (Mardia, 2011). Selain mengadopsi *Blue Ocean Strategy* juga perlu dikembangkan konsep *Community Development Analysis*, sebagai bentuk kepedulian PT Islam terhadap kondisi lokal terutama perannya dalam pemberdayaan masyarakat sekitar. Konsep ini untuk membangun paradig masyarakat yang merupakan nilai tambah (*added value*) terhadap terbentuknya PT Islam unggul. Semakin citra dan reputasinya baik, semakin baik pula image yang berkembang dimasyarakat. Jika image positif terhadap PT Islam telah dimiliki oleh masyarakat akan muncul kepercayaan masyarakat terhadap PT Islam (Fauzi, 2009). Dengan mengadopsi *Blue Ocean Strategy* dan *Community Development Analysis* diharapkan menjadi salah satu strategi manajemen untuk membangun pencitraan PT Islam unggul.

Kajian Riset Sebelumnya

Mardia (2011), dalam penelitiannya berjudul “Manajemen Pendidikan Tinggi Islam dalam Spektrum *Blue Ocean Strategy*” menyatakan bahwa analisis konsep perspektif integrasi *Blue Ocean Strategy* sebagai kekuatan pendorong (*Driving Force*) bagi umat islam dalam menjawab problematika PT Islam pada era global. Hasil penelitian ini terbatas pada konsep dan belum ada data pendukung bila penelitiannya bisa diimplementasikan.

Selanjutnya Zamhariri (2008) dalam penelitiannya berjudul “Pengembangan Masyarakat: Perspektif Pemberdayaan dan pembangunan” menyebutkan bahwa organisasi pendidikan memformulasikan *Community Development* dalam meningkatkan perekonomian masyarakat salah satunya adalah memberikan arahan pencapaian sasaran dan tujuan pembangunan masyarakat secara optimal dan berkelanjutan. Namun juga belum ada implementasi data pendukung untuk memperkuat hasil penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka perlu dirumuskan bentuk penelitian dengan mengkaji hubungan antara konsep *Blue Ocean Strategy* dan *Community Development Analysis* terhadap terbentuknya keunggulan potensial PT Islam.

TINJAUAN PUSTAKA

Kerangka Teori

1. *Blue Ocean Strategy Adapted*

Blue ocean strategy dimaknai sebagai strategi samudra biru oleh Kim & Mauborgne (2006) : “*Blue oceans strategy are defined by untapped market space, demand creation, and the opportunity for highly profitable growth*”.⁴ *Blue Ocean Strategy* adalah bagaimana membuat ruang pasar yang belum terjelajahi, yang bisa menciptakan permintaan dan memberikan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Intinya, bagaimana bersaing dengan tangkas dalam kompetisi; bagaimana secara cerdik membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan pasar tak terbatas.

Blue ocean strategy Adapted memiliki kerangka kerja analitis untuk menciptakan samudra biru yang diadaptasi dari prinsip-prinsip mengelola resiko secara efektif. Kerangka kerja analitis tersebut terdiri dari beberapa komponen penting. *Pertama*, kanvas strategi yang berfungsi untuk merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. *Kedua*, kerangka kerja empat langkah (*the four action framework*). *Ketiga*, Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan (*The Eliminate-Reduce-Raise-Create Gird*) (Mardia, 2011).

2. *Community Development Approach*

Penguatan masyarakat adalah melakukan analisis kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan keberdayaan masyarakat miskin, marjinal, terbelakang dan tertindas dari pihak yang kuat atau berkuasa agar masyarakat bisa hidup mandiri dan memiliki status posisi tawar yang kuat dengan pihak lain. Kegiatan ini di kalangan para aktifis pemerhati masyarakat biasa disebut dengan pemberdayaan masyarakat, pembangunan masyarakat atau pengembangan masyarakat yang disebut dengan *Community Development Approach* (CDA). Jadi Mustaqim Sirathal (2008) menyebutkan bahwa CDA adalah suatu bentuk metode yang menggunakan pendekatan pembangunan yang biasa di pakai oleh pemerhati masyarakat seperti lembaga swadaya masyarakat (LSM) baik lokal, nasional maupun international dan keterlibatan pendidikan tinggi islam dalam memerangi kemiskinan atau keterbelakangan dan pendekatan ini menitik beratkan pada pengembangan sumberdaya masyarakat lokal yang ada.

3. Keunggulan Potensial

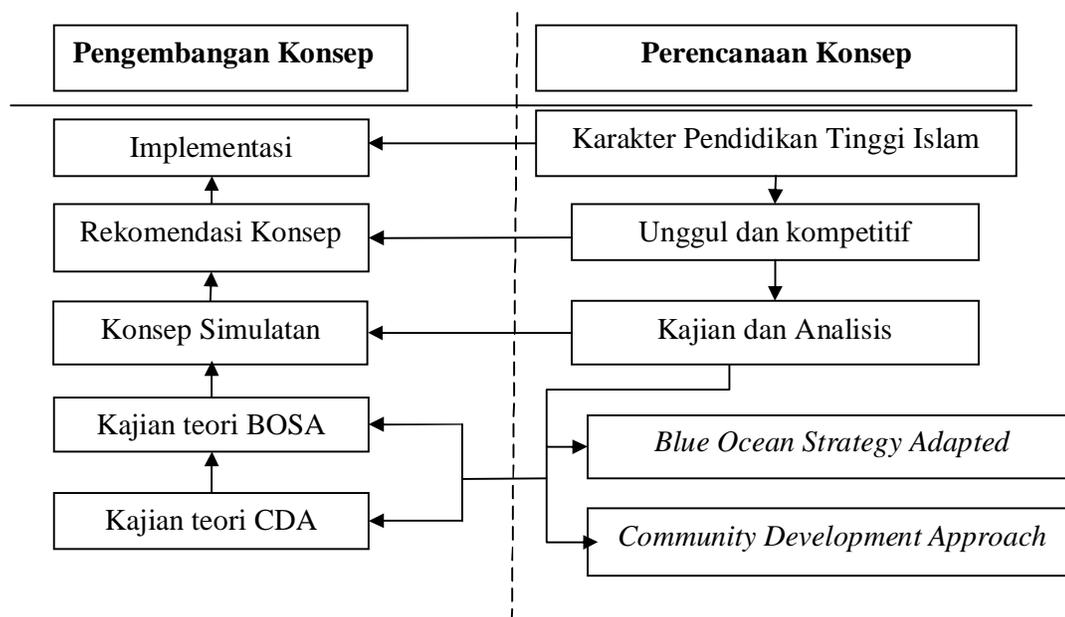
Keunggulan potensial (*potencial advantage*) dapat dicapai oleh suatu pendidikan tinggi islam dengan menciptakan *customer value* yang lebih baik daripada kompetitor dengan harga yang sama atau menciptakan *customer value* yang sama dengan kompetitor, tetapi harga lebih rendah (Hansen & Mowen, 1997). *Customer value* adalah selisih antara sesuatu yang diterima konsumen dengan sesuatu yang telah dikorbankan oleh konsumen. Menurut Shrivastava (1994), sumber keunggulan potensial suatu perusahaan adalah aset atau sumber daya yang dapat menyediakan efisiensi dan pengurangan biaya serta perolehan pasar. Hal-hal yang termasuk di dalamnya adalah biaya relatif dan pengendalian manajemen, tenaga kerja ahli, lini produk jasa yang terdiferensiasi dengan baik, pengendalian, konsumen yang layak, reputasi perusahaan, serta teknologi yang lebih maju.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan mengkaji secara mendalam konsep *Blue Ocean Strategy Adapted* (BOSA) dan *Community Development Approach* (CDA) terhadap keunggulan potensial pendidikan tinggi islam. Dari hasil pengajian ini didapatkan pembuktian teori yang dibangun dari konsep *Blue Ocean Strategy* dan analisis *Community Development Approach* (CDA) terhadap pembentukan sistem pendidikan islam berkarakter pada pendidikan tinggi yang unggul.

Tahapan pengkajian meliputi kajian teoritis konsep BOSA terhadap keunggulan kompetitif PTAI, kajian teori CDA dan kajian secara simultan antara konsep BOSA dan CDA terhadap terbentuknya keunggulan kompetitif PTAI. Bentuk kajian meliputi pengembangan konsep teori dan analisis komponen teori dengan menggunakan diagram tulang ikan. Kerangka konsep metodologi yang dibangun seperti terlihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Rancang Bangun Penelitian, diadopsi dari Bungin, Burhan (2009).

PEMBAHASAN

Untuk membangun pendidikan tinggi islam yang unggul dan kompetitif perlu dilakukan pendekatan analisis, yaitu analisis BOSA dan CDA. Analisis ini menyangkut identifikasi sumber daya dan pengoptimalan potensi yang dimiliki pendidikan tinggi islam.

Blue Ocean Strategy Adapted (BOSA)

Analisis BOSA merupakan strategi manajemen yang diterapkan pendidikan tinggi untuk menetralkan resiko yang muncul dalam manajemen operasionalnya. BOSA merupakan metode yang digunakan untuk menciptakan peluang baru, ketika peluang tersebut sudah mengalami kejenuhan atau dengan kata lain tidak ada pangsa pasar yang lebih yang didapat diambil di peluang tersebut. Metode ini diciptakan oleh W.Chan Kim dan Renee Mauborgne yang merupakan 2 professor dari Harvard Business School.

1. Adaptasi penggunaan Red Ocean Strategy menuju ke Blue Ocean Strategy

Red Ocean Strategy adalah strategi bisnis yang menonjolkan persaingan yang ketat pada semua competitor yang bermain pada bidang usaha yang sama. Persaingan yang sangat ketat ini digambarkan sebagai persaingan berdarah-darah sehingga hanya muncul satu pesaing yang menang dalam persaingan tersebut. Memahami konsep strategy antara Red Ocean Strategy dan Blue Ocean Strategy dalam dilihat pada table berikut:

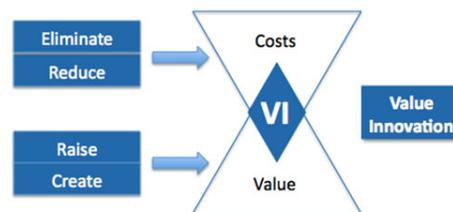
Table 1. **Comparative of Red Ocean and Blue Ocean**

Red Ocean	Blue Ocean
Compete in existing market	Create a new market
Concern with competition	Make competition irrelevant
Focus on existing customers	Focus on non-customers
Work with existent demand/ market share	Create a new demand and market share
Deal with value and cost trade-off (creating value at higher cost OR creating reasonable value at low cost)	Don't use value/cost trade-off (create both, greater values and low cost)
Whole company is aligned with the strategy of differentiation OR low cost	Company is aligned with the strategy of differentiation AND low cost.

Konsep Red Ocean strategy sekarang ini banyak digunakan di kalangan perguruan tinggi dengan berbagai cara dan metode sehingga mereka bisa memenangkan persaingan. Bila perguruan tinggi islam menerapkan strategi ini sangat berat, pesaing yang mulai awal sudah besar dan merupakan korporatif dari berbagai gabungan usaha akan sangat sulit untuk ikut berlomba. Ada celah yang bisa di cermati bagi perguruan tinggi islam, yaitu dengan melihat segmen pasar dan konsumen yang berbeda bila dibandingkan dengan perguruan tinggi lain. Dengan demikian strategy dengan meilihat ranah yang khusus ini yang ditawarkan dari pengembangan konsep Blue Ocean strategy yang lebih menfokuskan pada konsep inovasi.

2. **Blue Ocean Strategy sebagai Value Innovation (VI)**

Blue Ocean Strategy mengembangkan konsep inovasi dalam arti usaha manajemen yang menerapkan peningkatan nilai-nilai inovasi terhadap usaha yang dijalankan. Dalam dunia pendidikan tinggi strategy ini sangat bagus dan merupakan strategy yang sangat tepat bila perguruan ingin tetap bisa bertahan dan mampu tumbuh dan berkembang tanpa pesaing yang berat. Value innovation merupakan alat kerangka kerja dari Blue Ocean strategy yang prinsip kerjanya sama dengan SWOT. Komponen-komponen yang ada dalam Value Innovation yaitu eliminate, reduce, raise dan create dengan mempertimbangkan penggunaan cost dan nilai untuk membentuk Valui Innovation. Ilustrasi dari hubungan komponen-komponen untuk membentuk Value Innovation dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Pembentukan *Value Innovation*

Sebuah value-innovation yaitu menciptakan nilai tambah atau meningkatkan suatu produk/jasa yang tidak pernah ditawarkan pasar bagi pelanggan + menghilangkan atau mengurangi biaya yang timbul akibat suatu produk / jasa yang akan diciptakan. Kedua elemen tersebut harus ada, karena jika kita hanya meningkatkan *value* saja tanpa memikirkan biaya yang timbul maka akan tercipta suatu produk yang harganya mahal yang mungkin malah akan menghasilkan kerugian. sedangkan kita hanya menurunkan *cost* atau biaya saja, mungkin tidak ada yang dapat diciptakan atau nilai tambah bagi produk tersebut. *value-innovation* merupakan hal yang harus dipegang ketika kita ingin menciptakan produk/jasa yang baru. Tahapan dalam blue ocean pada dasarnya tidak terlepas dari targetting, segmenting

dan penetrating tersebut hanya saja, blue ocean strategy ini mirip dengan sebuah pisau. Bilahnya bermata dua sekaligus, yaitu menekan cost dan membuat inovasi. Lebih lengkapnya dengan istilah Eliminate, Reduce, Raise, Create (ERRC).

3. Kerangka kerja Blue Ocean Strategy untuk Pendidikan Tinggi Islam

Setelah kita mengenal *blue ocean strategy* bagaimana caranya agar kita mendapatkan *value-innovation* yang baik bagi perusahaan dan pada akhirnya kita dapat menciptakan suatu *blue ocean* yang baik? untuk dapat memahami cara -caranya, Kim dan Renee membaginya kedalam beberapa bagian :

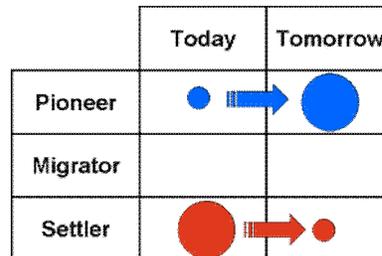
Analytical Tools and Frameworks merupakan *tools* yang digunakan sebagai dasar pemahaman kita dalam *blue ocean strategy* karena *tools* ini akan digunakan diseluruh buku *blue ocean strategy*.

Setelah kita mengetahui mengenai *tools* yang digunakan kita masuk kedalam prinsip2 formulasi *blue ocean strategy* :

- Ciptakan kembali batasan – batasan pasar
- Fokus kepada “*big picture*” bukan kepada angka
- Capailah permintaan pasar yang melebihi dari permintaan yang sudah ada
- Pastikan bahwa langkah demi langkah perencanaan strategis, dilakukan dengan benar.

Setelah *formulasi blue ocean strategy* diciptakan maka masuk pada tahap berikutnya yaitu prinsip2 eksekusi/ penerapan *blue ocean strategy* :

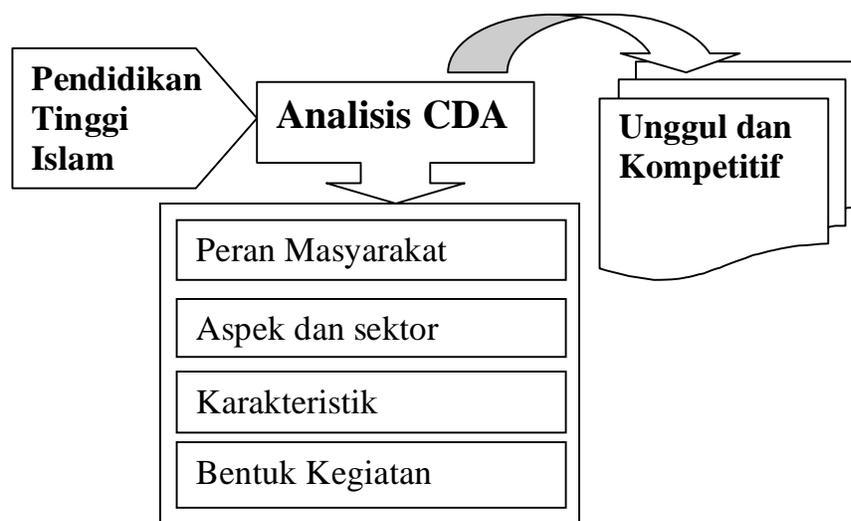
- Atasi permasalahan-permasalahan kunci organisasi
- Buatlah penerapan yang masuk kedalam strategi yang telah dibuat



Gambar 3. Formulasi *Blue Ocean Strategy*

Community Development Approach (CDA)

Analisis Community Development Approach dibangun dengan berdasarkan peran masyarakat, aspek dan sector, karakteristik serta bentuk kegiatan CDA. Secara lebih jelasnya konsep membangun pondok pesantren yang unggul dan kompetitif dengan pendekatan *Community Development* seperti yang dikembangkan oleh Porter (1985) dapat dijelaskan seperti pada gambar berikut:



Gambar 4. Analisis *Community Development Approach* Terhadap Terbentuknya Pendidikan Tinggi Islam Unggul dan Kompetitif (Sumber: Porter (1985) diolah)

Ruang lingkup analisis CDA untuk membentuk pondok pesantren unggul dan kompetitif meliputi berbagai hal antara lain:

1. Berdasarkan Peran Masyarakat

Keterlibatan pendidikan tinggi islam dalam pelaksanaan program *community development* untuk menguatkan masyarakat sipil bila ditinjau dari aspek peran masyarakat dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) bentuk kategori yaitu:

- Pembangunan untuk masyarakat (*Development for community*);
- Pembangunan dengan masyarakat (*Development with Community*);
- Pembangunan oleh masyarakat (*Development of community*).

Pembangunan untuk masyarakat (*Development for community*) adalah bentuk praktek pembangunan masyarakat yang pada dasarnya masyarakat hanya menjadi obyek pembangunan karena inisiatif, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan pembangunan dilaksanakan oleh pihak aktor dari luar. Walaupun aktor dari luar ini telah melakukan penelitian, melakukan konsultasi, dan melibatkan tokoh setempat namun apabila keputusan dan sumberdaya pembangunan berasal dari luar maka pada dasarnya masyarakat tetap menjadi objek pembangunan. Hal ini dapat terjadi apabila masyarakat yang kesadaran dan budayanya terdominasi. Agar pendekatan dapat cukup efektif maka menurut Paulo Freire diperlukan pendidikan yang membebaskan (*Liberative Education*) bagi masyarakat untuk mengembangkan kesadaran kritis dan budaya tanding (*Counter Culture*) yang sesuai. Berbagai temuan lapangan menunjukkan bahwa *development for community* saja hanya akan menimbulkan ketergantungan yang semakin besar dari masyarakat.

Pembangunan dengan masyarakat (*Development with Community*) ditandai secara khusus dengan kuatnya pola kolaborasi antara aktor dari luar dengan masyarakat setempat. Keputusan yang diambil merupakan keputusan bersama dan sumberdaya yang dipakai berasal dari kedua belah pihak. Bentuk CD ini adalah yang paling populer dan banyak diaplikasikan oleh berbagai pihak. Dasar pikiran pola ini adalah dapat dikembangkannya sinergi dari potensi yang dimiliki oleh masyarakat lokal dengan yang dikuasai oleh aktor dari luar. Keterlibatan masyarakat dalam upaya pembangunan juga diharapkan dapat mengembangkan rasa memiliki terhadap inisiatif pembangunan yang ada sekaligus membuat proyek pembangunan menjadi lebih efisien.

Pembangunan oleh masyarakat (*Development of community*) adalah proses pembangunan yang baik inisiatif, perencanaan, dan pelaksanaannya dilaksanakan sendiri oleh masyarakat. Masyarakat menjadi pemilik dari semua proses pembangunan. Paron aktor dari luar dalam kondisi ini lebih sebagai sistem pendukung bagi proses pembangunan. Bentuk CD seperti ini yang diidealkan oleh berbagai pihak khususnya LSM dan pemerintah, namun dalam kenyataannya komunitas yang mampu membangun dirinya sendiri tidaklah terlalu banyak. Dan untuk mengarah pada bentuk pendekatan CD ini berbagai program peningkatan kapasitas (*Capacity Building*) untuk masyarakat lokal harus banyak dilakukan dengan harapan bila kapasitas masyarakat meningkat maka mereka akan mampu membangun dirinya sendiri.

2. Berdasarkan Aspek dan Sektor *Community Development* (CD)

Setelah bejalan sekian lama, saat ini CD telah mengalami perkembangan pengayaan yang lebih luas sehingga menjadi sebuah pendekatan pembangunan yang multi aspek dan multi sektor. Pendekatan CD berdasarkan aspek meliputi: aspek politik, ekonomi, sosial budaya, lingkungan, teknologi, dll. Sedangkan pendekatan CD berdasarkan sektor diantaranya: sektor pertanian, pendidikan, peternakan, kelautan, pemerintahan, dll.

Peluang dan kemampuan masyarakat untuk bisa akses pada proses pengambilan keputusan politik, akses pada sumberdaya ekonomi, akses pada akseptasi dan penghargaan sosial, akses pada teknologi terapan, Kapasitas (Kemampuan) untuk memperjuangkan aspirasi politik, kapasitas untuk mengelola usaha ekonomi produktif, kapasitas untuk mengelola perubahan sosial budaya, kapasitas untuk memanfaatkan teknologi terapan secara optimal.

Kelembagaan masyarakat dapat dijadikan basis politik, kelembagaan masyarakat dapat dijadikan mobilisasi sumberdaya ekonomi, kelembagaan masyarakat dapat dijadikan basis perubahan sosial, kelembagaan masyarakat dapat menjadi basis proses pembelajaran dan pengembangan sehingga masyarakat menjadi kuat.

Proses diatas jelas menunjukkan bahwa CD pada saat ini telah menjadi wacana dan praktek pengembangan masyarakat pada lintas sektoral. Pengembangan CD menjadi sangat luas cakupannya karena disebabkan oleh adanya pengenalan bahwa persoalan kemiskinan dan keterbelakangan merupakan persoalan yang sangat spesifik dan memiliki karakteristik yang berbeda untuk setiap tempat. Melakukan generalisasi persoalan kemiskinan dan keterbelakangan seperti telah banyak dilakukan oleh pemerintah di negara-negara berkembang hanya menghasilkan dampak yang tidak nyata dan sebaliknya sering kali merusak berbagai modal (*Human capital, nature capital, social capital, financial capital, physical capital*) yang telah dimiliki oleh masyarakat.

3. Berdasarkan Karakteristik *Community Development* (CD)

Ada berbagai pendekatan pembangunan yang juga sering digunakan oleh pemerhati masyarakat sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dalam mengatasi persoalan kemiskinan dan keterbelakangan selain pendekatan *Community Development* (CD). Seperti *Community Organizing* (CO), Pendekatan Sektoral, *Rural Development*, dll. Namun CD memiliki karakteristik yang berbeda dengan pendekatan-pendekatan tersebut.

Berdasarkan pendekatan tersebut maka CD bisa terbagi pada berbagai karakteristik-karakteristik yang secara umum dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Sebuah Proses “Akar Rumput”

Merupakan proses yang terjadi di masyarakat lokal dan dilaksanakan didalam konteks mereka. Jadi pendekatan *Community Development* (CD). bukanlah proses yang didesain dan diproses dari atas. Pendekatan CD dikembangkan dan dilaksanakan dilapangan dimana lokal hidup dan dimana permasalahan kemiskinan serta keterbelakangan terjadi.

b. Pengembangan Keswadayaan (*Self Relience*)

Banyak kegiatan yang dinamakan *Community Development* (CD) namun namun dalam kenyataanya justru menumbuhkan ketergantungan masyarakat lokal terhadap aktor luar. Apabila hal ini terjadi, maka kegiatan yang dilakukan pada dasarnya bukanlah CD, karena CD pada dasarnya adalah upaya untuk masyarakat agar mereka dapat menolong dirinya sendiri, ringkasnya membuat masyarakat menjadi lebih ber-swadaya.

c. Pengembangan Komunitas Pembelajar (*Learning Community*),

Hidup ber-swadaya menuntut masyarakat lokal untuk mampu belajar dari pengalamannya sendiri untuk menjawab tantangan yang akan muncul dikemudian hari dan juga mampu memberdayakan diri mereka sendiri.

d. Pengurangan Kerentanan dan kemiskinan secara kongrit

Indikator keberhasilan CD bukan sekedar bahwa kegiatan yang direncanakan telah dilaksanakan (*output*). Apapun kegiatannya dan oleh siapa saja, program CD hanya akan dianggap berhasil bila mampu mengurangi kerentanan dan kemiskinan yang dihadapi oleh masyarakat secara kongrit. Indikator-indikator pembangunan sosial seperti yang dikembangkan dalam *Millenium Development Goal* (MDG) adalah merupakan contoh indikator yang dapat dipakai untuk menentukan apakah program CD sungguh-sungguh dapat menjawab tantangan kemiskinan atau tidak. Pengembangan peluang ekonomi dan mata pencaharian yang berkelanjutan sebagai pintu masuk persoalan yang paling mendesak bagi masyarakat miskin dan terbelakang adalah ketidaktersediaan peluang ekonomi dan mata pencaharian yang berkelanjutan. Tanpa menjawab ini terlebih dahulu akan sangat sulit berbagai sektor dan aspek dari CD yang lain dapat dilaksanakan serta dampak dari CD yang berkelanjutan. Peluang ekonomi dan matapencaharian yang berkelanjutan juga merupakan prasyarat agar masyarakat menjadi berswadaya.

e. Penguatan Modal Masyarakat

Pada setiap komunitas masyarakat miskin, selalu terdapat berbagai modal (*Human capital, nature capital, sicial capital, financial capital, phisycal capital*) yang memungkinkan mereka bertahan dalam situasi kemiskinan dan keterbelakangan. Modal ini seringkali sangat terbatas dan terdistribusi secara tidak merata. Pendekatan CD menuntut untuk pertama-tama mengidentifikasi berbagai modal yang ada di masyarakat, seberapa besar, bagaimana ditribusinya, dan kemudian modal mana yang paling perlu untuk diperkuat sehingga meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengatasi tantangan kehidupan yang mereka hadapi.

f. Penyeimbang Tujuan Sosial, Ekonomi, Budaya dan Lingkungan.

Pada pelaksanaan program CD sering kali justru terjadi mengubah keseimbangan elemen-elemen dalam masyarakat yang ada. Apabila hal ini terjadi maka dalam jangka panjang akan merugikan masyarakat lokal. CD sebaiknya dilaksanakan dengan mempertahankan perspektif keseimbangan yang ada di masyarakat lokal. Dengan kata lain program CD perlu menjadi upaya pembangunan yang berkelanjutan dalam skala lokal (*Local Sustainable development*).

Bila ditelaah secara seksama maka tujuan utama pendekatan CD adalah bukan sekedar membantu memberi barang kepada si penerima. Melainkan berusaha agar si penerima memiliki kemampuan atau kapasitas untuk mampu menolong dirinya sendiri. Dengan kata lain, semangat utama CD adalah pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu kegiatan CD biasanya diarahkan pada proses pemberi kekuasaan, peningkatan kekuasaan atau penguatan kemampuan para penerima pelayanan (Suharto, 2007:110).

Konsep CD dapat dilihat dari 3 aspek. Pertama pemeberdayaan dengan menciptakan susasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat lokal berkembang. Kedua

pemberdayaan untuk memperkuat potensi ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat lokal di daerah industri. Untuk memperkuat potensi ini, upaya utama adalah peningkatan taraf pendidikan dan derajat kesehatan serta akses terhadap sumber-sumber kemajuan ekonomi seperti modal, teknologi, informasi, lapangan kerja dan pasar. Ketiga, pemberdayaan melalui pengembangan ekonomi rakyat dengan cara melindungi dan mencegah terjadinya persaingan yang tidak seimbang, serta menciptakan kebersamaan dan kemitraan antara yang sudah maju dan belum berkembang. Pemberdayaan masyarakat bukan membuat masyarakat menjadi makin tergantung pada program-program pemberian (*charity*), sebab tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah yang lebih baik secara berkesinambungan.

4. Berdasarkan Bentuk-bentuk Kegiatan

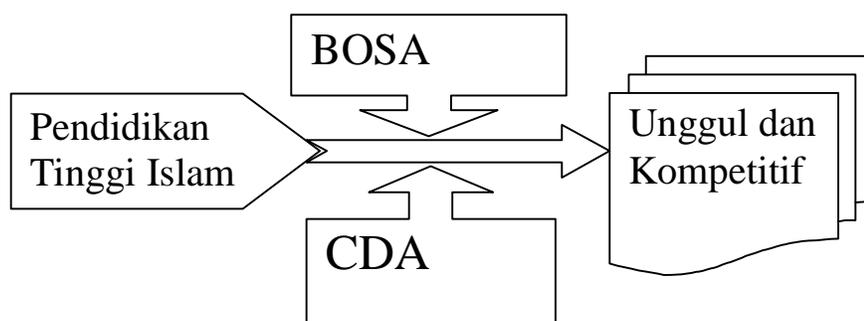
Bentuk-bentuk kegiatan CD dapat berupa bantuan pengembangan UKM (Usaha Kecil dan Menengah), pelatihan keterampilan produktif dan harus bersifat berkelanjutan. Agar program CD dapat berjalan secara optimal ada beberapa hal yang harus dilakukan terlebih dahulu. *Pertama, social mapping* yaitu kegiatan pemetaan untuk mengetahui potensi sosial dan ekonomi masyarakat calon sasaran program CD. Melalui *social mapping* perusahaan akan mengetahui potensi masyarakat yang akan dikembangkan melalui kegiatan CD (Mustaqim Sirathal. 2008).

Kedua, public consultative atau konsultasi publik (PC). Secara sederhana, *public consultation* diartikan sebagai media pertemuan antara pihak perusahaan dan pihak masyarakat dalam rangka sosialisasi. Dalam kegiatan PC perusahaan mengundang masyarakat yang menjadi sasaran CD. Masyarakat diberi kesempatan untuk mengungkapkan pendapatnya dalam program CD, selain itu kegiatan ini juga mensosialisasikan hasil *social mapping* yang telah dilakukan sebelumnya.

CD yang diawali dengan kegiatan *social mapping* dan *public consultative* akan menghasilkan sebuah program yang tepat guna. Tidak ada program yang tidak sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Sehingga pada akhirnya tujuan CD tercapai, masyarakat dapat berdaya. Masyarakat yang berdaya akan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya dan pada akhirnya persoalan kemiskinan dapat teratasi.

Konsep Simultan *Blue Ocean Strategy Adapted* dan *Community Development Approach*

Salah satu strategi untuk mampu bertahan dalam persaingan global pendidikan tinggi islam adalah mampu mengadaptasi *Blue Ocean Strategy* dalam manajemennya. Strategi ini merupakan upaya lembaga pendidikan tinggi islam mampu bersaing tanpa dengan melakukan persaingan secara ketat. Selain menerapkan strategi BOSA, perlu juga mempertimbangkan kondisi lingkungan yang artinya kondisi lingkungan yang kondusif merupakan syarat mutlak terhadap terbentuknya pendidikan tinggi islam yang unggul dan kompetitif. Bentuk kepedulian lingkungan adalah menggunakan konsep *Community Development Approach* (CDA) untuk mewujudkan keserasian lembaga pendidikan tinggi islam dengan lingkungan. Hubungan tersebut dibangun secara simultan seperti pada gambar 3 berikut:



Gambar 3. Hubungan antara BOSA dan CDA terhadap Pembentukan Pendidikan Tinggi Islam Unggul dan Kompetitif (Sumber: Andrew H, (2009) diolah).

Hal yang mendasar terkait konsep BOSA dan CDA adalah sama-sama mempertimbangkan lingkungan, dimana kondisi lingkunganlah yang bisa menciptakan kedua konsep tersebut bisa saling terkait. Konsep BOSA tercipta dari lingkungan yang kurang kondusif yang dipenuhi dengan persaingan yang ketat sehingga mampu menciptakan konsep strategi untuk keluar dari kondisi lingkungan tersebut. Artinya konsep BOSA mampu menciptakan kondisi baru yang mampu bersaing secara mudah tanpa menghadapi pesaing-pesaing tangguh lainnya. Konsep CDA tercipta dengan memberdayakan lingkungan dan masyarakat bila konsep BOSA sudah terwujud. Dengan menghubungkan konsep BOSA dan CDA dalam manajemen pendidikan tinggi islam akan mampu tercipta pendidikan tinggi yang tangguh dan kompetitif.

Kesimpulan

- Konsep BOSA merupakan strategi menghadapi pesaing-pesaing besar dan kuat dari lembaga pendidikan tinggi lain dengan cara menemukan terobosan baru dan inovatif sehingga pendidikan tinggi islam mampu bersaing secara mudah. Konsep ini menghantar manajemen pendidikan tinggi islam keluar dari persaingan yang cukup ketat dan masuk pada lingkungan usaha yang tidak memerlukan persaingan.
- Konsep CDA adalah kajian terhadap manajemen untuk memperhatikan kondisi lingkungan dan mampu menciptakan lingkungan yang kondusif. Konsep ini mampu membangun lingkungan dengan program pemberdayaan masyarakat dan kelestarian lingkungan.
- Konsep penggabungan BOSA dan CDA secara simultan terhadap manajemen pendidikan tinggi islam sebagai strategi utuh dan berkesinambungan sehingga akan terbentuk manajemen pendidikan tinggi islam tangguh dan kompetitif.

Sumber Bacaan/Referensi

Bungin, Burhan, 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada media Group

Fauzi. 2009. Revitalisasi Sistem Pemasaran Perguruan Tinggi Islam di Era Globalisasi. Dalam *Insania, Jurnal pemikiran alternative kependidikan*. Vol. 14. NO. 1/Jan-April. Purwokerto.

Hansen Don, R and Maryane M.Mowen.1997. *Cost Management : Accounting and Control*. Cincinnati : South-Western College Publishing.18

Ibrahim, Sulaiman. 2010. Kondisi Pendidikan Tinggi Islam. Dalam

<http://edukasi.kompasiana.com>. 6 Februari.

- Kadir, 2010. *Statistika untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Penerbit Rosemata Sampurna.
- Kim, W. Chan and Mauborgne. 2006. *Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi tak Lagi Relevan*. Harvard Business School Publishing, edisi Indonesia.
- Mardia. 2011. Manajemen Pendidikan Tinggi Islam dalam Spektrum *Blue Ocean Strategy*. Dalam *Ulumuna*, Volume XV No.1 Juni. Makasar.
- Musa, Ibrahim. 2008. Hasil Survey Asia Week. Dalam *Republika*, 22 April.
- Mustaqim Sirathal. (2008). Penguatan Masyarakat Dengan Program CD. Dalam <http://1.blot.spot.com>. 27 Februari.
- Porter, Michael, E . 1985. *Competitive Strategy*. Ney York : The Free Press.
- Republika*. 2012. Pendidikan Tinggi Islam Perlu Perbaikan. 30 Januari. Jakarta.
- Sembiring, Eddy R. 2003. “Meraih Competitive Advantage Melalui Learning Organization”. *Media Akuntansi* 36, 52—53.
- Shank, J.K., and Govindarajan. 1993. *Strategic Cost Management*. New York: The Free Press.
- _____. J.K., dan Govindarajan. 1997. *Reading In Management Accounting*. New York: The Free Press.
- Srimindarti, Ceacilia dan MG. Kentris Indarti. 2003. “Value Chain Analysis: Pengelolaan Aktivitas untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif”. *Fokus Ekonomi* 2, 1-7, Semarang : STIE Stikubang
- Srivastava, Paul.1994. *Strategic Management: Concept and Practices*. Ohio: South-Western Publishing Co
- Wahyudi. Hari. (2010). *Beauty Preneurship*. Entrepreneur Muda dalam Industri Beauty, Fashion & Lifestyle, Jakarta: PPM
- Wijayanto, Bonifacius R. 2003. Sumber Daya Manusia, Kreatifitas, Inovasi : Pengetahuan sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif Berkesinambungan. *Fokus Ekonomi* 2, 123—135. Semarang : STIE Stikubang.
- Zamhariri (2008), Pengembangan Masyarakat: Perspektif Pemberdayaan dan Pembangunan, *Komunitas, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, Vol 4, no. 1