

Strategi Perguruan Tinggi Islam dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus di Universitas Islam Indragiri Tembilahan Riau)

Humairatuz Zahrah¹⁾, Nurmadiyah Nurmadiyah²⁾, Maisah Maisah³⁾, Fadhilah Fadhilah⁴⁾

Email: humairatuzzahrah27@gmail.com¹

^{1,2,3,4)}UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Abstract

A university strategy that is competitive must have the role of being a center for fostering and producing human resources who have skills and professionals with nuances in science and technology and imtaq. The role of Higher Education in domestic science and technology must be able to support development, especially productive sectors which are conducted appropriately, effectively and efficiently. Science and technology development that is oriented towards market demand, highly competitive and far-sighted, will only be realized if it is supported by the creation of new developments and innovations through optimal and planned handling and utilization of science and technology. As for efforts to achieve excellence, it is necessary to reposition and re-actualize education by conducting various policies and educational transformations that are based on four aspects, first. Development of Higher Education's Tri Dharma. Second, HR Quality Improvement. Third, Development of Supporting Facilities and Infrastructure. Fourth. Quality Assurance System.

Keywords: *Strategy, competitiveness*

Abstrak

Strategi Perguruan Tinggi yang berdaya saing, haruslah berperan menjadi pusat pembinaan dan pencetak Sumber daya manusia yang memiliki skill dan profesional yang bernuansa pada Iptek dan Imtaq. Peranan Perguruan Tinggi pada Iptek dalam negeri harus dapat mendukung pembangunan terutama sektor-sektor produktif yang dilaksanakan secara tepat, efektif dan efisien. Pengembangan Iptek yang berorientasi pada permintaan pasar, daya saing yang tinggi dan jauh melihat ke depan, hanya akan terwujud apabila didukung oleh terciptanya pengembangan dan inovasi baru melalui penanganan dan pendayagunaan Iptek yang optimal dan terencana. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan upaya meraih keunggulan perlu melakukan adalah dengan menggunakan strategi reposisi dan reaktualisasi pendidikan dengan melakukan berbagai kebijakan dan transformasi pendidikan yang bertumpu pada empat aspek, *pertama*. Pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kedua, Peningkatan Kualitas SDM. Ketiga, Pengembangan Sarana dan Prasarana Pendukung. Keempat. Sistem Penjaminan Mutu

Kata Kunci: *Strategi, Daya Saing*

Cara Mensitasi Artikel:

Zahrah, H., Nurmadiyah, N., Maisah, M., & Fadhilah, F. (2023). Strategi perguruan tinggi Islam dalam meningkatkan daya saing (Studi kasus di Universitas Islam Indragiri Tembilahan Riau). *Al-Liqo: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 149-164. <https://doi.org/10.46963/alliqo.v8i1.1120>.

*Corresponding Author:

humairatuzzahrah27@gmail.com

Editorial Address: Kampus Parit Enam, STAI Auliaurasyidin Tembilahan. Jl. Gerilya No. 12 Tembilahan Barat, Riau Indonesia 29213.

Histori Artikel:

Diterima : 28/06/2023

Direvisi : 29/06/2023

Diterbitkan : 30/06/2023

DOI: <https://doi.org/10.46963/alliqo.v8i1.1120>



This Work is Licensed
under (CC-BY-SA)

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi sebagai pusat untuk pembinaan dan pencetakan sarjana dan tenaga profesional yang mampu untuk melihat jauh ke depan, dengan memadukan peran Iptek dan Imtaq. Kita harus berani menghadapi kenyataan yang penuh tantangan dan persaingan, baik tantangan perubahan iptek yang cepat dan dinamis maupun tantangan untuk menghasilkan sarjana yang berkualitas.

Peranan Perguruan Tinggi pada ilmu pengetahuan dan teknologi dalam negeri harus dapat mendukung pembangunan sektor-sektor produktif yang dilaksanakan secara tepat, efektif dan efisien. Pengembangan iptek yang berorientasi pada permintaan pasar, daya saing yang tinggi serta jauh melihat ke depan hanya akan terwujud apabila didukung oleh terciptanya pengembangan dan inovasi baru melalui penanganan dan pendayagunaan iptek yang optimal dan terencana.

Strategi kompetisi dalam menghadapi pesaing yang meningkat dan ketat diantaranya: core competence, terdiri dari resources dan capabilities institusi meliputi; sumber daya manusia, tempat, sarana dan prasarana, skill, kontrol dan biaya; dan positioning, keunggulan posisi meliputi, produk, promosi, harga, pelayanan, networking dan partnership. Strategi di atas akan mendorong perguruan tinggi untuk menduduki posisi pesaing yang diperhitungkan bagi para konsumen dibandingkan institusi lain (Aceng Muhtaram, 2012, p. 182).

Peningkatan daya kompetitif perguruan tinggi sering dilakukan melalui pemasaran. Namun pemasaran perguruan tinggi tidak dapat hanya dengan pembentukan tim promosi, berbagi brosur, memasang spanduk, baliho, dan membuat iklan yang bombastis. Karena perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan yang sangat ditentukan oleh orientasi prestasi sebagai daya Tarik perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang mampu meraih keunggulan bagi pesaing lain merupakan lembaga yang menawarkan mutu pendidikan, reputasi, prospek bagi lulusan, pilihan program studi maupun fakultas sesuai minat dan bakat konsumen (Sihite, 2016). Di era teknologi informasi, bentuk daya kompetitif terjadi perubahan yang harus diadaptasi oleh para pengelola perguruan tinggi Islam. Dalam mewujudkan keunggulan kompetitif perguruan tinggi perlu menyusun langkah sebagai rumusan strategi awal dengan menentukan posisi dan mengidentifikasi

faktor-faktor kritikal dalam ruang lingkup organisasi, eksternal maupun internal. Proses identifikasi tersebut menjadi langkah awal untuk mengelaborasi kekuatan, dan peluang yang ada. Menginventarisasi kelemahan lembaga serta berbagai ancaman sebagai potensi awal sebelum merumuskan strategi keunggulan kompetitif perguruan tinggi (Andriani, 2001; 10).

Saat ini, perguruan tinggi Islam berupaya untuk mengimbangi perkembangan tekanan eksternal pada pencapaian kepatuhan dengan standar, ada kelemahan dalam kemampuan inovatif dan kecepatan responsif terhadap tekanan eksternal. Maka sangat penting arah strategi pimpinan universitas dalam membangun budaya organisasi kompetitif (Haryanto, 2019: 67). Perguruan tinggi Abad 21 pendidikan diarahkan kepada upaya yang spesifik dalam menjamin keterampilan belajar, berinovasi, skill teknologi dan media informasi (literasi digital) serta bertahan dan memenuhi kebutuhan (Wijaya et al., 2016: 263).

Perguruan tinggi menghadapi persaingan sebagaimana entitas bisnis pada umumnya. Beberapa persaingan yang dihadapi oleh perguruan tinggi yaitu pertumbuhan perguruan tinggi, menarik minat calon mahasiswa dan profesor sebagai pendidik serta penggalangan dana. Salah satu mekanisme perguruan tinggi dalam menghadapi persaingan tersebut adalah dengan menampilkan keunggulan maupun sumberdaya yang dimiliki (Constantine, *The Intellectual Capital of Universities*. Bucharest: Academy of Economic Studies, 2017). Sumberdaya atau aset yang paling berharga yang dimiliki perguruan tinggi adalah para pendidik dan mahasiswa yang berintegrasi membentuk organisasi. Keunggulan atas aset inilah yang menjadi pembanding antar perguruan tinggi. Tidak ada cara yang jitu perguruan tinggi dalam menghadapi persaingan, tetapi perguruan tinggi harus mampu mengelola sumber daya dan membangun kapasitas organisasi, terus berinovasi menerapkan inisiatif baru serta kemampuan menjalin hubungan positif dengan pemangku kepentingan (stakeholder) serta melibatkan eksternal stakeholder dalam menciptakan dan memelihara sinergi antara perguruan tinggi dan pihak-pihak lain. Terlebih karena perguruan tinggi berkompetisi tidak hanya di area nasional tetapi juga internasional maka dalam mengelola perguruan tinggi perlu

mengenal dan mempelajari faktor- faktor penentu kinerja dan daya saing. (Fazlagic J. d., 2014)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, dengan menggunakan metode wawancara dengan dan observasi. Dengan mewawancarai para pimpinan dan beberapa dosen Universitas Islam Indragiri Hilir untuk mengetahui dan menganalisis strategi dalam meningkatkan daya saing perguruan tinggi Islam. Lalu kemudian hal-hal yang diobservasi adalah berkaitan dengan: (1) kualitas mahasiswa yang diterima; (2) pembiayaan; (3) penggunaan sumber daya; (4) kualitas tata kelola; (5) kualitas pembelajaran; (6) kualitas lulusan; (7) pengembangan kemampuan teknologi; dan (8) pengakuan lembaga nasional dan internasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya Saing dalam Konteks Pendidikan dan Perguruan Tinggi (PT)

Secara umum daya saing terdiri dari 2 kata, yaitu daya artinya kekuatan, sedangkan saing bermakna berlomba-lomba atau lebih baik dari yang lainnya, atau berbeda dari pesaing baik secara kualitas, kepuasan maupun keunggulan dari berbagai aspek lainnya. Makna keunggulan bersaing juga bisa dilihat dari sisi proses yang efektif dan efisiensi, ditandai juga dengan eksistensi organisasi yang memiliki sasaran tepat, menentukan kebijakan, rencana, strategi, arah, dan hasil yang sesuai dengan harapan serta tujuan akhir dalam menghadapi kompetisi. Hal senada dijelaskan Sumihardjo bahwa daya saing dimaknai sebagai kekuatan, dorongan, usaha untuk menjadi lebih baik dari kompetitor yang lainnya atau memiliki keunggulan dalam hal-hal tertentu, baik yang dilakukan orang per orang (personal), komunitas (communal) bahkan institusi tempatnya bekerja (Sumihardjo, Penyelenggaraan pemerintah daerah melalui pengembangan daya saing berbasis potensi daerah, 2008).

Konsepsi Daya Saing menurut beberapa Pakar atau Ahli:

No	Ahli	Tahun	Definisi Daya Saing
1	Buckleydkk	1988	Daya saing memiliki arti kemampuan menghasilkan dan mendistribusikan atau

			produk barang, benda dan jasa berupa layanan yang berkualitas unggul, dengan penggunaan biaya daya saing dimaknai sebagai etos kerja jangka waktu yang lama dari unit kerja dan kemampuan mendistribusikan keuntungan pada segenap pegawai maupun pemiliknya (owner).
2	Krugman	1994	Daya saing bermakna cara lain untuk meningkatkan produktivitas, atau kemampuan mendongkrak standar hidup berdasarkan kemampuan meningkatkan produktivitas dan kreativitas.
3	Chao- Hung dan Li-Chang	2010	Daya saing merupakan bisa berupa kekuatan ekonomi dari seseorang atau unit kerja terhadap kompetitornya berupa barang atau layanan, orang, dan inovasi untuk bergerak bebas meskipun terbatas secara geografis.
4	WEF(Schwab Salai-Martin)	2013	Daya saing merupakan seperangkat yang membangun institusi, terdiri dari kebijakan dan faktor yang menentukan tingkat produktivitas.
5	Ketels	2016	Daya saing juga diartikan sebagai kemampuan seseorang atau unit kerja untuk bersaing dipasar kerja lokal maupun internasional.

(Sumber: Diadaptasi dari Siudek, 2014)

Lebih lanjut daya saing memiliki karakteristik dan keberagaman tergantung pada konteks apa, unit kerja mana daya saing itu diterjemahkan. Penggunaan kata daya saing menjadi *trending* saat ini, sering kali orang menyisipkan dalam berbagai pembicaraan, mulai dari menjelaskansuatu teori, maupun konsep multi dimensi dan mekanisme *market*. Daya saing di sektor pendidikan, bisa dicermati dari daya saing sekolah, Madrasah dan perguruan tinggi. Zayadi menjelaskan Madrasah yang berdaya saing dalam pemahamannya adalah Madrasah yang memiliki keunggulan, dibuktikan dengan berbagai prestasi yang diraihny baik dilevel nasional maupun internasional (Zayadi, 2005). Madrasah tersebut juga memberikan layanan pendidikan yang

berkualitas dari aspek ilmu pengetahuan dan teknologi yang digunakan maupun pendidikan karakter unggul yang ditanamkan, dibuktikan dengan akhlaqul karimah peserta didiknya. Hasil penelitian yang dilakukan Tholkhah menyimpulkan daya saing Madrasah merupakan kemampuan lembaga pendidikan Madrasah melaksanakan dan mengimplementasikan manajemen tata kelola untuk menaikkan mutu pendidikan agar memiliki keunggulan dan kemampuan berdaya saing dengan lembaga pendidikan lainnya yang setara (*equal*) (Tholkhah.I, 2017).

Selanjutnya daya saing PT dimaknai sebagai penyelenggara layanan pendidikan tinggi untuk masyarakat (*public*) yang berkualitas unggul, berdaya saing serta mampu memuaskan segenap stake holdernya. Daya saing PT menjadi seksi dan menarik untuk dikuliti, karena unit ini berperan penting menghasilkan SDM yang profesional untuk memasuki dunia kerja. Sekaligus perguruan tinggi mesti sukses dalam mengimplementasikan tridharma PT berupa pengajaran, pengabdian pada masyarakat. Sehingga betul-betul dinikmati masyarakat dan keberadaan perguruan tinggi tersebut menaikkan taraf kehidupan masyarakat. Daya saing PT ini memberikan pesan moral bahwa kekuatan mewujudkan keunggulan, atau ada pembeda berdasarkan kualitas produksi, jasa layanan tridharma PT menjadi keharusan untuk menjadi yang terbaik (Chotimah, 2019). Arti kekuatan harus diinterpretasikan oleh PTN maupun PTS guna menjadikan sumber daya yang dimiliki lebih unggul dari pada PT lainnya pada aspek-aspek tertentu (Sumihardjo, Penyelenggaraan pemerintah daerah melalui pengembangan daya saing berbasis potensi daerah, 2008)

Dinamika persaingan PT dan antusias menuntut terhadap mutu, memberikan efek agar penyelenggaraan kampus di era globalisasi meningkatkan standar mutu sehingga dapat memberikan kepastian terhadap daya saing negara (Marasabessy, 2016). Sejalan dengan itu, M. Natsir selaku Menteri Ristek Dikti(2018) memberikan saran agar PT mampu bersaing secara nasional maupun internasional maka paradigma yang dibangun PT mesti selaras dengan dinamika era industry 4.0. Keselarasan saran Menteri Ristek Dikti sesuai ungkapan Richar Levin dalam kapasitas beliau sebagai President Yale University beliau menjelaskan belum pernah dalam sejarah panjangnya (*as never before in their long history*), perguruan

tinggi telah menjadi instrumen kompetisi nasional atau *university become instrument for national competition* (Orr, 2007). Kompetisi PT yang dimaksudkan di atas memberikan makna kemampuan perguruan tinggi bersaing pada peluang dan layanan yang sama dengan perguruan tinggi lainnya, tidak sampai kalah atas keunggulankompetitornya, sekaligus mendapat tingkat keuntungan dan manfaat dan lebih banyak. Misalnya pada level nasional, perguruan tinggi dapat memperhatikan secara seksama kecenderungan masyarakat dalam menaruh minat hingga menentukan perguruan tinggi pilihannya, khususnya bagi calon mahasiswa baru untuk mengambil keputusan sesuai minat atau pilihan Program Studi (Prodi) diinginkan. Termasuk kiprah bagi dosen muda, senior maupun guru besar sebagai pendidik dalam mengembangkan kepakarannya untuk kepentingan masyarakat. PT juga bisa menggenjot partisipasi masyarakat (public) dalam penggalangan dukungan dana pendidikan bagi kebutuhan perguruan tinggi menuju bereputasi.

Mekanisme PT dalam menghadapi kompetisi adalah dengan menampilkan kelebihan, keunikan, dan keunggulan kompetitif yang dimilikinya (Constantine, *The Intellectual Capital of Universities*, Academy of Economic Studies., 2005). Keunggulan kompetitif suatu PT bersifat kolektif, terdiri dari pendidik, mahasiswa, uang, sarana dan prasarana (infrastruktur), penggunaan teknologi tingkat tinggi, kerja sama yang terintegrasi dengan pengguna lulusan membentuk organisasi PT yang modern dan daya saing yang hebat sebagai konsekuensi adanya kompetisi antar perguruan tinggi (Hamid, 2008). Oleh sebab itu, strategi marketing, berupa servis layanan tridharma PT sangat diperlukan untuk menjadi PT yang terdepan (winner) dalam kompetisi antar PT guna meningkatkan kualitas dan profesionalisme tata kelola PT (Mufidah, 2019), harapannya keunggulan PT dalam bersaing bisa dipertahankan bahkan sangat memungkinkan untuk ditingkatkan agar mengukuhkan eksistensi PT yang terdepan atau *leading university* (Hidayat, 2013).

Daya saing PT yang dimaksudkan di sini adalah ketika perguruan tinggi bersaing pada peluang dan layanan yang sama dengan perguruan tinggi lainnya tidak sampai kalah atas keunggulan kompetitornya, sekaligus mendapat tingkat keuntungan dan manfaat dan lebih banyak. Elemen penting yang perlu diperhatikan dalam usaha meningkatkan daya saing PT termasuk yang semestinya harus

diketahui semua pihak agar menjadi perhatian bersama, antara lain: 1) potensi daya saing, 2) posisi daya saing, dan 3) kinerja yang dihasilkan perguruan tinggi. Daya saing PT menjadi suatu prosesi yang bersifat dinamis, bukan hanya sekedar output yang dihasilkan. Justru berusaha menggali segenap potensi daya saing PT, berupa sumber daya manusia (SDM) Professional ditandai dengan keterampilan, potensi kepemimpinan, kompetensi mengajar bagi dosen dan kinerja pegawai penunjang akademik, infrastruktur yang memadai, serta potensi lainnya. Semakin bagus kualitas potensi sumber daya yang ada di PT, makin mudah PT itu untuk memilih beragam strategi, upaya dan pendekatan yang dilakukan mengimplementasikan berbagai rencana strategis (Renstra). Misalnya PT menghasilkan lulusan bermutu sehingga terserap di berbagai lapangan kerja potensial, memiliki jejaring alumni yang kuat, memiliki kecakapan unggul, dan kemampuan menarik berupa *public trust* atas potensi yang dimiliki, kemampuan menggunakan teknologi dan hardskill lainnya. Begitu juga segenap potensi keahlian (*expert*) dan sumber daya yang ada di PT juga diperlukan untuk memiliki tata kelola yang sangat rapi dan profesional, diantaranya pengawasan serta tahapan analisis jalannya tridharma PT secara keseluruhan (Suharto, 2015).

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik suatu sintesis daya saing (*competitiveness*) PT sebagai potensi atau kemampuan dari PT yang ditunjukkan dari keunggulan bersaingnya, dan memberikan penawaran nilai kinerja tinggi dalam berbagai hal yang tidak dimiliki PT lain. Misalnya kemampuan civitas akademika memperhitungkan situasi dan kondisi (s ikon) paling menguntungkan (*profit*), dibandingkan dengan PT lainnya, terdiri dari; 1) mutu mahasiswa yang diterima, 2) sumber pendanaan yang memadai, 3) sumber daya yang difungsikan, 4) mutu tata kelola, 5) mutu pembelajaran, 6) mutu lulusan, 7) pengembangan kemampuan teknologi, 8) dan pengakuan lembaga akreditasi, lembaga pemeringkatan PT dilevel nasional dan internasional. Semakin baik daya saing suatu PT, berimplikasi pada peningkatan kepercayaan (*trust*) masyarakat, termasuk peningkatan kesejahteraan civitas akademika juga semakin membaik.

Strategi Peningkatan Daya Saing Perguruan Tinggi

Kajian tentang strategi bersaing PT, mengadaptasi istilah daya saing yang telah diperkenalkan Porter sejak tahun 1980, dan terus berkembang dalam berbagai konteks kajian. Hahn and Powers, dan Pertusa-Ortega, Molina-Azorín, Claver Cortés (2010), melakukan kajian strategi daya saing unit usaha dalam konteks hubungan antara sumber daya. (Wers, 2010) Menguc, Auhand Shih (2007), Wooldrid geand Floyd (1990), Schroeder, Congden, and Gopinath (1995) juga melakukan kajian mendalam tentang strategi daya saing dalam konteks teknologi dan banyak lagi tokoh populer lainnya yang mengkaji strategi daya saing dalam berbagai konteks yang beragam dan berbeda.

Adapun ayat yang berkaitan dengan strategi terdapat dalam Al-Qur'an surat Al-Ghasyiyah ayat 17

Artinya: Tidakkah mereka memperhatikan unta, bagaimana ia diciptakan? Bagaimana langit ditinggikan? Bagaimana gunung-gunung ditegakkan? Bagaimana pula bumi dihamparkan?

Di samping itu ada juga yang memahami strategi bersaing (daya saing) PT berfokus pada usaha meningkatkan posisi atau peringkat suatu PT dalam konteks jasa layanan pendidikan, produk teknologi, dan segmen pasar tertentu di mana mereka saling bersaing satu sama lainnya (Wheelen, 2017). Strategi berdaya saing PT sebagai lembaga pendidikan tinggi tentu perlu strategi menghadapi kompetitor PT yang akan muncul setiap saat mengalahkan segenap keunggulan yang dimilikinya. Hubbard dan Beamish mendefinisikan strategi bersaing PT sebagai usaha dari PT memosisikan tata kelola dan atau kegiatan yang dilakukan agar lebih terdepan dan kompetitif dibandingkan PT lainnya (Hubbard, 2011).

Dalam melaksanakan strategi daya saing PT ada lima pertanyaan kunci yang perlu diperhatikan pengelola, yaitu 1) tingkat pertumbuhan dan profitabilitas PT yang diinginkan atau diharapkan; 2) produk dan jasa layanan pendidikan tinggi seperti apa yang akan dihasilkan atau dilaksanakan; 3) karakteristik *stakeholder* PT yang dilayani; 4) strategi generik yang memosisikan PT dibandingkan kompetitor dalam klaster yang sama klaster yang lebih tinggi maupun rendah darinya; 5) posisi dalam kompetisi PT selalu dikuasai oleh pemenangnya. (Umar, 2001).

Persaingan antar PT yang terjadi saat ini, sangat begitu atraktif, karena PT di pandang sebagai pemberi layanan pendidikan tinggi yang selalu berupaya berinovasi dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa sebagai mitra pelanggan yang memiliki beragam kebutuhan serta harapan dari para stakeholdernya, dengan cara terus memperbaharui mutu layanan pendidikan tinggi, seperti, akademi, sekolah tinggi, institut dan universitas. Mutu pendidikan tinggi merupakan gambaran dan karakteristik menyeluruh dari pada jasa layanan pendidikan tinggi secara internal ataupun eksternal yang menunjukkan kemampuannya memberikan kepuasan (satisfaction) kebutuhan layanan pendidikan tinggi yang diharapkan (Sagala, 2011).

Hal yang sama disampaikan Edward Sallis manajemen mutu pendidikan tinggi merup akan filosofi perbaikan berkelanjutan, terus menerus memberikan pemahaman yang praktis pada institusi pendidikan tinggi dalam memenuhi harapan dan kebutuhan stakeholdernya. Saat ini dan untuk masa depan PT perlu meningkatkan kualitas layanan pendidikannya melalui strategi yang tepat demi tercapai kepuasan stakeholders (Sallis, 2007). Rahayu menjelaskan perguruan tinggi sebagai satuan pendidikan tinggi dituntut senantiasa melakukan revitalisasi, perbaikan strategi, guna menjawab dan memenuhi tuntutan dan dinamika lingkungan serta interaksi kompetisi dengan memperhatikan kekuatan internal yang dimiliki PT. Terjadinya penurunan daya saing serta terhambatnya kinerja PT, merupakan dampak dari ketidakmampuan PT dalam menangkap peluang (opportunity) serta ancaman dari lingkungan eksternal (Rahayu, 2008).

Tujuan dari strategi bersaing PT adalah menentukan dan memastikan posisi PT dapat membentengi diri atau lembaganya dengan sebaik-baiknya, menghadapi kekuatan dan tekanan persaingan antar PT. Strategi bersaing juga dapat mempengaruhi tekanan secara positif bagi PT yang dikelola. Sehingga PT memerlukan kemampuan untuk bertahan dalam kondisi yang aman (defendable position). Karena, strategi bersaing efektif PT mencakup kemampuan untuk melakukan strategi menyerang (ofensif) dan bertahan (defensive). Oleh sebab itu, analisis segala sumber potensi dilakukan dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, dan dinamika lingkungan yang terdiri dari kesempatan dan ancaman dan hal tersebut merupakan kunci untuk mengembangkan strategi PT yang terbaik

dalam konteks layanan mutu (service quality), kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dan perilaku yang perhatian atau behavioral intentions (Hayduk, 2003) (Hurriyati, 2008).

Dinamika kekuatan persaingan antar PT sangat menentukan intensitas daya saing dalam tata kelola, dan yang paling mendasar akan menentukan sudut pandang perumusan manajemen strategis PT. Ada lima kekuatan daya saing PT yang saling menggerakkan dan bersifat interaktif, antara lain; 1) ancaman masuknya PT baru (threat of new higher educationen trants), PT asing mendirikan cabang di Indonesia, 2) kekuatan produk atau layanan jasa pendidikan yang diberikan PT pesaing lebih menjanjikan (bargaining power of supplier), misalnya kehadiran Jurusan/Prodi baru oleh PT kompetitor menarik minat calon mahasiswa, orang tua dan pengguna lulusan, dan naiknya peringkat PT lama yang lebih berkualitas, 3) Ancaman layanan pengganti PT ke stakeholder (threat of substitute products of higher education), berupa perubahan dan dinamika kebutuhan masyarakat pengguna lulusan PT. Misalnya kehadiran program pembelajaran jarak jauh (distance learning) yang ditawarkan berbagai PTN/PTS,4) kekuatan tawar-menawar pengguna (bargaining position of user) ke sekolah menengah atas (SMA/SMK dan sederajat)sebagai pemasok lulusan masuk ke PT, berupa perubahan mindset dan pola pikir dari calon mahasiswa atas jenis dan layanan PT yang diminati sesuai kebutuhan, kondisi kekinian dan kedepannya,5) kompetisi antar PT atau pesaing yang ada (rivalry among competitive higher education) di berbagai tingkatan nasional dan/atau internasional, termasuk ancaman dari PT yang sudah ada didukung dengan kemampuan ekonomi, finansial, dan tata kelola yang baik (Porter., 2001) (Anwar, 2009). Dari lima kompetisi PT, tentu menguntungkan stakeholders dalam sisi biaya yang dikeluarkan kualitas layanan, variasi layanan, dan sebagainya.

Lebih lanjut pengelola PT dapat mengadaptasi empat strategi daya saing yang bisa digunakan dalam tata kelolanya, antara lain; 1) strategi pemimpin PT berorientasi pasar kerja dan kebutuhan masyarakat; merupakan strategi di mana PT berusaha fokus menjadi pemimpin dalam suatu jasa layanan jasa pendidikan tinggi dengan pangsa pasar terbesar, terluas berkaitan dengan kekuatan PT yang

dikelolanya. Biasanya kebijakan penentuan market PT menjadi penentu dalam perubahan biaya operasional, besaran SPP/ atau besaran unit cost, pengenalan Prodi baru, cakupan distribusi (penyebaran) alumni, gagasan, ide, produk inovatif, besaran pengeluaran biaya, bentuk promosi baru dan lainnya, 2) strategi penantang pasar menjadikan PT untuk terus berusaha dan berupaya keras memperkuat pasarnya,3) strategi mengikuti pasar memberikan kesempatan bagi PT yang ingin berbagi strategi untuk mampu menjaga pangsa pasarnya dengan tidak membuat keseimbangan PT lain terganggu, dan 4) strategi peluang pasar di mana PT memberi layanan pada aspek kecil terlupakan atau terabaikan PT lainnya (Philip, 2001).

Daya saing (competitiveness) PT secara konseptual merupakan kemampuan atau potensi yang dimiliki PT berupa keunggulan berkompetisi, kemampuan memberikan penawaran yang tinggi kinerjanya, kepedulian tinggi dengan memperhatikan situasi serta kondisi yang menguntungkan, ditandai berupa kualitas mahasiswa yang diterima, pembiayaan yang memadai, penggunaan sumber daya yang efektif dan efisien, kualitas tata kelola yang profesional, kualitas pembelajaran yang bagus, kualitas lulusan yang berkualitas bagus, pengembangan kemampuan teknologi dan pengakuan lembaga nasional maupun internasional. Pemahaman tentang daya saing perguruan tinggi ini, diturunkan menjadi beberapa indikator sebagai berikut 1) kualitas mahasiswa yang diterima, 2) pembiayaan (financial) yang mendukung,3) penggunaan sumber daya (resources) efektif dan efisien, 4) kualitas tata Kelola (management), 5) kualitas pembelajaran(iklim akademik), 6)kualitas lulusan (output), 7) pengembangan kemampuan dan penguasaan teknologi terbaru, dan 8) pengakuan lembaga nasional maupun internasional.

Berkenaan dengan hal tersebut, strategi pengembangan Universitas Islam Indragiri Tembilaan untuk meningkatkan daya saing meliputi:

Pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi

1. Bidang Pendidikan

Meliputi: penerapan kurikulum Merdeka secara efektif dan revisi secara berkala sesuai kebutuhan, peningkatan disiplin dosen dan mahasiswa (minimal 12 kali tatap muka dan 75 % kehadiran mahasiswa), efektifkan peran dosen PA dan peningkatan kualitas prodi

2. Bidang Penelitian

Meliputi: pemberdayaan Lembaga Penelitian dan pusat- pusat Studi yang dimiliki, peningkatan kualitas/kuantitas kegiatan penelitian (atas biaya Dikti Pemda dan penyandang dana lainnya), peningkatan intensitas kegiatan diskusi/kajian,/workshop, /buku ajar, jurnal ilmiah dan mengefektifkan pembimbingan karya ilmiah/tugas akhir atau skripsi bagi mahasiswa.

3. Bidang Pengabdian

Kepada Masyarakat, meliputi: Pemberdayaan Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat dan Pusat-pusat Study yang dimiliki, peningkatan intensitas kegiatan pengabdian pada masyarakat (atas biaya Dikti, Pemda dan penyandang dana lainnya), mengefektifkan kegiatan KKN, pemberdayaan masyarakat pola desa binaan, mengefektifkan peran Lembaga Kemahasiswaan dan PKM serta penerapan teknologi tepat guna.

Peningkatan Kualitas SDM

1. Penyempurnaan Rekrutmen Mahasiswa Baru.

- a. Rekrutmen Dosen tetap yang bermutu minimal S2/ dan S3, IPK 3,5, Toefl 450, linear)
- b. Memberikan izin kepada dosen untuk studi lanjut S3
- c. Mendorong dosen untuk meningkatkan kegiatan Riset dan Pengabdian pada masyarakat.
- d. Mendorong dosen/karyawan untuk mengurus pangkat/golongan. Jabatan fungsional dan sertifikasi secara teratur.
- e. Melakukan pelatihan dan magang untuk meningkatkan profesional dan kinerja pegawai/staf.
- f. Senantiasa melakukan penyesuaian kesejahteraan dosen dan karyawan (gaji dan tunjangan)
- g. Melakukan pembinaan pada lembaga kemahasiswaan dalam berbagai program ilmiah.

2. Pengembangan Sarana dan Prasarana Pendukung

- a. Pengadaan gedung dan kecukupan ruang kuliah
- b. Pengadaan fasilitas/media pembelajaran (LCD, Leptop, dll)

- c. Pengadaan Laboratorium dan peralatannya sesuai kebutuhan program studi, pusat komputer.
 - d. Pengembangan Perpustakaan Universitas dan Fakultas (koleksi, layanan, jurnal, riset, dan pengelolaan berbasis IT).
 - e. Pengembangan dan Pemeliharaan jaringan internet dan /komputer lokal untuk program layanan akademik serta keuangan secara online.
 - f. Pengadaan dan perbaikan sarana olahraga dan kesenian secara bertahap.
3. Sistem Penjaminan Mutu

Melalui Badan Penjaminan mutu yang dimiliki Universitas Islam Indragiri, melakukan kegiatan sebagai berikut:

- a. Merencanakan dan melaksanakan sistem penjaminan mutu akademik secara keseluruhan.
- b. Membuat perangkat yang diperlukan dalam rangka pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik.
- c. Memonitor pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik.
- d. Melakukan audit dan evaluasi pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik
- e. Melaporkan secara berkala pelaksanaan sistem penjaminan mutu akademik.

KESIMPULAN

Untuk meraih Perguruan Tinggi yang berkualitas dan berdaya saing tidak cukup dengan membaca teori berulang-ulang, akan tetapi harus memiliki keberanian untuk memulai. Untuk memulai sesuatu yang ingin dicapai maka haruslah bersikap optimis, bekerja keras dan memiliki sumber daya manusia yang Handal pada tataran pengelolaannya. Oleh karena itu peningkatan kualitas sumber daya manusia terutama pengelolanya (pimpinan, dosen dan karyawan) harus terlebih dahulu tersedia sebelum melakukan pembenahan yang lainnya. Perguruan tinggi yang berdaya saing, adalah yang memiliki kemampuan mengelola input menjadi output yang terbaik, output yang baik adalah para lulusan/alumni yang memenuhi sesuai tuntutan masyarakat atau kebutuhan pembangunan atau pasar, baik berkala regional, nasional bahkan internasional.

Temuan dan analisis teoritis di atas memberikan gambaran singkat mengenai strategi daya saing perguruan tinggi Islam sebagai upaya dalam membawa perguruan tinggi Islam ke persaingan perguruan tinggi di dunia. Namun dalam meningkatkan daya saing masih jauh dari konsep ideal. Perguruan tinggi Islam belum secara praktis di antaranya adalah pentingnya menjadikan kegiatan riset sebagai modal utama daya saing universitas.

REFERENSI

- Anwar, S. (2009). Peningkatan Mutu, Relevansi dan Daya Saing Perguruan Tinggi) Studi tentang Kebijakan di Universitas Negeri Bengkulu). Jakarta.
- Chotimah, C. (2019). *Blue Ocean Strategy Humas dalam Pengembangan Lembaga Perguruan Tinggi Keagamaan Islam*, . Surabaya: IAIN Tulung Agung.
- Constantine. (2005). *The Intellectual Capital of Universities, Academy of Economic Studies*. Bucharest.
- Constantine. (2017). The Intellectual Capital of Universities. Bucharest: Academy of Eco-nomic Studies. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 18 (2) , 153-162.
- Fazlagic, a. S. (2014). The Role of Intellectual Capital in Building Competitive Advantage of Non-Public Universities. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, (p. 547).
- Hamid, E. S. (2008). *Membangun Daya Saing Institusi Pendidikan Berbasis Kompetensi Dasar Organisasi*. . UNISIA, 31(67).
- Hayduk, H. d. (2003). *Communication in Organization*. singapore: Prentice Hall.
- Hidayat, R. (2013). Pengaruh Manajemen Strategik dan Biaya Pendidikan terhadap Daya Saing Sekolah di Sekolah Dasar Negeri se-Kecamatan Mangkubumi Kota Tasikmalaya. Administrasi Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pascasarjana*, 1(2) , 187-192.
- Hubbard, G. &. (2011). *Strategic Management: Thinking. Analysis, Action*, 4.
- Hurriyati, B. A. (2008). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan; Fokus pada Mutu Layanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Marasabessy, M. J. (2016). *Manajemen Peningkatan Mutu Akademik Menuju World Class University: Studi Multikasus di Universitas Islam Negeri Malang dan Universitas Brawijaya*,. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim,

- Mufidah, N. (2019). *Strategi Meningkatkan Daya Saing SMK Negeri 3 Batu Jurusan Broadcasting, Disertasi*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Orr, D. J. (2007). Performance Based Funding as an Instrument of Competition in German Higher Education. *Journal of Higher Education Policy and management*, 29 (1), 3-32.
- Philip, K. (2001). *Marketing Management*. Printice Hall Inc. USA: Upper Sadlle River New Jersey
- Porter, M. E. (2001). *Competitive Advantage*. Alih Bahasa Indonesia Jakarta. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Rahayu, A. (2008). *Strategi Meraih Keunggulan dalam Industri Jasa Pendidikan (Suatu Kajian Manajemen Stratejik)*. Bandung: Alfabeta.
- Sagala, S. (2011). *Manajemen Strategik dalam Peningkatan Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sallis, E. (2007). *Total Quality Management in Education*. Yogyakarta: IRCISoD.
- Siudek, &. Z. (2014). *Competitiveness in Economic Concepts, Theories and Empirical Research*. *Oeconomia Warsaw University of Life Sciences – SGGW 13 (1)*, 91-108. *volume13/issue1/abstract-91*.
- Suharto, H. B. (2015). *Marketing Pendidikan; Menata Ulang PTKI Menghadapi Pasar Bebas Asean*. Yogyakarta: LKIS Pelangi Aksara; Bantul.
- Sumihardjo, T. (2008). *Penyelenggaraan pemerintah daerah melalui pengembangan daya saing berbasis potensi daerah*. Bandung: Fokusmedia.
- Tholkhah.I. (2017). Strategi Peningkatan Daya Saing Madrasah; Studi Kasus Madrasah Ibtidaiyah Negeri Madiun. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*. *Balitbang dan Diklat Kemenag RI*.
- Umar, H. (2001). *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wheelen, T. L. (2017). *Strategic Management and Business policy*. boston: Pearson.
- Zayadi, A. (2005). *Desain Pendidikan Madrasah*. Jakarta: Dirjend Kelembagaan Pendidikan Islam Departemen Agama