

STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING LEMBAGA PENDIDIKAN DAN PELATIHAN MAGISTRA UTAMA JEMBER

Nurita Kustiari Ningrum
Institu Agama Islam Al-Qodiri Jember
nuritakustiariningrum@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the competitive advantage strategy of educational and training institutions for the Magistra Utama Jember. The research method uses descriptive qualitative. The results of the research: 1) master masters carry out marketing strategies to achieve competitive advantage such as optimizing marketing activities in order to minimize costs, empower and optimize social use; 2) the educational program innovation strategy prioritizes job distribution for graduates providing assistance in finding jobs for graduates, facility innovation and learning advice, learning methods and information technology innovation. Magistra Utama provides job training designed with a work internship program and debriefing to face the world of work; 3) the low cost advantage applied is that it offers relatively affordable educational costs, several cost reduction efforts are also carried out through increasing the use of student learning processes and time, simplifying work and work procedures, automation and the use of cheaper information and communication technology, changing -changes in work rules and flexibility of work assignments; and 4) differentiation advantage is developed through the development of programs and systems of teaching, education and training in order to keep up with developments in the world of work; and curriculum development, creating innovation and creativity both in teaching methods inside and outside the classroom, providing skills training according to their fields, and fostering and guiding students. Magistra Utama also cooperates with the world of work so that many companies use Magistra Utama graduates.

Keywords: Competitive Advantage Strategy, Education and Training Institutions

Absrtak

Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan strategi keunggulan bersaing lembaga pendidikan dan pelatihan Magistra Utama Jember. Metode penelitiannya menggunakan kualitatif diskriptif. Hasil penelitian: 1) magistra utama melakukan strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing seperti optimalisasi kegiatan pemasaran agar meminimalkan biaya, memberdayakan dan mengoptimalkan penggunaan sosial; 2) strategi inovasi program pendidikan mengedepankan penyaluran kerja bagi lulusannya memberikan bantuan mencarikan pekerjaan bagi para lulusan, inovasi fasilitas dan sarana pembelajaran, metode pembelajaran dan inovasi teknologi informasi. Magistra Utama menyediakan pelatihan kerja dirancang dengan program magang kerja dan pembekalan menghadapi dunia kerja; 3) keunggulan *low cost* yang diterapkan yaitu menawarkan biaya pendidikan yang relatif terjangkau, beberapa upaya pengurangan biaya juga dilakukan melalui peningkatan penggunaan proses dan waktu belajar peserta didik, penyederhanaan kerja dan prosedur-prosedur pekerjaan, otomatisasi dan penggunaan teknologi informasi komunikasi yang lebih murah, perubahan-perubahan aturan kerja dan

fleksibilitas penugasan kerja; dan 4) keunggulan diferensiasi dikembangkan melalui pengembangan program dan sistem pengajaran, pendidikan dan pelatihan agar dapat mengikuti perkembangan dunia kerja; serta pengembangan kurikulum, menciptakan inovasi dan kreativitas baik metode pengajaran di dalam dan di luar kelas, memberikan latihan ketrampilan sesuai bidangnya, dan membina dan membimbing peserta didik. Magistra Utama juga menjalin kerja sama dengan dunia kerja sehingga banyak perusahaan yang menggunakan lulusan Magistra Utama.

Kata Kunci: Strategi Keunggulan Bersaing, Lembaga Pendidikan dan Pelatihan

PENDAHULUAN

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 ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara (UU No. 20 Tahun 2003 “ *Tentang Sistem pendidikan Nasional* “, 22).

Pendidikan tidak hanya menjadi tanggung jawab individu tetapi juga merupakan tanggung jawab pemerintah namun juga menjadi tanggung jawab masyarakat dan pihak pihak swasta yang berkecimpung di bidang pendidikan yang dituntut menyiapkan strategi untuk mampu menghadapi tantangan pasar kerja global dimana persaingan dunia kerja tidak hanya dari tenaga kerja dalam negeri tetapi juga dari luar negeri.

Lembaga pendidikan merupakan salah satu pihak yang berperan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui penyelenggaraan pendidikan dituntut dapat memenuhi kualifikasi program-program pendidikan yang ditawarkan oleh suatu lembaga pendidikan.

Dalam menghadapi persaingan lembaga pendidikan dan pelatihan harus mempunyai kemampuan dalam mengembangkan pilihan strategi supaya dapat beradaptasi dengan lingkungan bisnis pendidikan yang dinamis. Lembaga pendidikan dan pelatihan yang ada di Jember ada 2 yaitu Magistra Utama dan PIKMI CLEdS Jember. Peneliti lebih tertarik meneliti pada lembaga pendidikan dan pelatihan Magistra Utama Jember dibandingkan dengan PIKMI CLEdS Jember, dengan alasan: (1). Magistra Utama merupakan lembaga pendidikan dan pelatihan yang besar dan berskala nasional sedangkan PIKMI CLEdS Jember hanya berada di kota Jember saja. (2). Magistra Utama memiliki 7 program pendidikan sedangkan PIKMI CLEdS Jember hanya

memiliki tiga program (3). Biaya pendidikan pada Magistra Utama lebih murah yaitu Rp 7.000.000,00 per tahun sedangkan pada PIKMI CLEdS Jember sebesar Rp 10.000.000,00. (4) Masa belajar aktif pada Magistra Utama lebih singkat yaitu 10 bulan sedangkan pada PIKMI CLEdS Jember selama 12 bulan. (5) Magistra Utama merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan siap kerja yang menyalurkan lulusannya bekerja di perusahaan, instansi pemerintah dan menjadi wirausaha, (6). Magistra merupakan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan yang memiliki hubungan kerjasama dengan beberapa perusahaan untuk menyalurkan lulusannya bekerja pada perusahaan tersebut.

KAJIAN TEORI

1. Pengertian Strategi

Menurut Jack dan Glueck dalam buku Jatmiko¹ strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh atau terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan. Umar² menyatakan bahwa strategi adalah hal menempatkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi suatu kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan didalam pasar. Jadi, strategi ini penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dan sumber daya yang ada.³

Menurut Griffin⁴ terdapat 3 tingkatan strategi yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi Pada Tingkat Perusahaan (*coporate-level strategy*), ialah straregi yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan persaingan antar perusahaan dalam sektor bisnis yang di jalankannya secara keseluruhan.

¹ Rammad Dwi Jatmiko. *Manajemen Stratejik*. Malang. (Universitas Muhammadiyah: Malang Press, 2003), 5.

² Husein Umar. *Strategic Management In Action*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 7.

³ Villatus Sholikhah, 'Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro', *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2.2 (2021), 113–29 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan.tabur.v2i2.4187>>.

⁴ Ricky Griffin. *Management*. Edisi 2. (Jakarta: Erlangga, 2000). 44.

- b. Strategi Pada Tingkat Bisnis (*business-level strategy*), ialah alternatif strategi yang di lakukan oleh perusahaan sehubungan dengan persaingan bisnis yang di jalankannya pada beberapa jenis bisnis yang di perdagangkan.
- c. Strategi Pada Tingkat Fungsional (*funcional level strategy*), ialah strategi perusahaan pada bagian pemasarannya, khususnya di tingkat periklanan.

2. Strategi Persaingan

Kemampuan perusahaan dalam memperoleh keunggulan bersaing merupakan aspek penting untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan. Kotler dan Gary Armstrong⁵ menyatakan keunggulan bersaing adalah keunggulan terhadap pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih rendah maupun dengan memberikan manfaat lebih besar karena harganya lebih tinggi. Misalnya menawarkan biaya pendaftaran yang murah namun program yang dilaksanakan tetap bagus bahkan mungkin sama dengan program yang biayanya mahal.

Porter⁶ menjelaskan keunggulan bersaing terdiri dari beberapa komponen di bawah ini:

- a. Biaya Rendah (*Low Cost*) yaitu Strategi yang mengandalkan keunggulan biaya yang relatif rendah dalam menghasilkan barang dan jasa.
- b. Deferensiasi yaitu Kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa unik dan memiliki nilai lebih dalam bentuk kualitas, sifat-sifat khusus/ ciri khas dan pelayanan lainnya.
- c. Fokus yaitu Strategi yang berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran tertentu.

3. Strategi Diferensiasi

Fokus utama strategi diferensiasi adalah pada loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan. Kodrat⁷ berpendapat strategi diferensiasi lebih fokus pada pelanggan ketimbang pada biaya. Strategi ini berusaha untuk membangun persepsi pelanggan akan keunggulan kualitas, desain produk, teknologi, jaringan distribusi, berat,

⁵ Kotler dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. (Jakarta : Erlangga.2004), 311

⁶ Porter, Michael E. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007).

⁷ Sukardi David Kodrat. *Manajemen strategi*. (Graha Ilmu. Yogyakarta, 2009), 9-10.

bahan dan pelayanan. Bila korporasi mengimplementasikan strategi ini, maka korporasi dapat menaikkan harga untuk mendapatkan keuntungan yang optimal tetapi harus menciptakan produk yang bagi pelanggan tampak berbeda ketimbang produk lain yang sudah ada.

4. Strategi *Low Cost*

Dalam strategi *low cost* suatu lembaga yang hendak menerapkan strategi *low cost* ini akan membuat produk atau jasa yang dijual dengan harga yang murah. Harga yang murah mencerminkan rendahnya biaya. Beberapa cara yang dapat diterapkan dalam strategi *low cost* adalah:

- a. Membuat desain produk yang sederhana dan menstandarisasi komponen-komponennya
- b. Berusaha mendapatkan bahan baku yang murah
- c. Melakukan inovasi baru pada proses produksi
- d. Mengembangkan jaringan pemasaran yang berbiaya murah.
- e. Mengusahakan pengurangan biaya overhead seperti biaya penyimpanan, tenaga kerja dan pemeliharaan.⁸

Dengan harga yang lebih rendah dibandingkan pesaing yang lain, akan menjadi keuntungan bagi perusahaan karena banyak pelanggan yang memilih produk yang *low cost* dibandingkan dengan produk sejenis dari perusahaan lain namun tidak menerapkan *low cost*.

5. Pemasaran Jasa Pendidikan

Pemasaran jasa pendidikan ini juga tidak terlepas dari kualitas jasa pendidikan yang ditawarkan. Kualitas jasa pendidikan yang bagus dan bermutu akan meningkatkan minat pelanggan untuk menggunakan jasa pendidikan tersebut. Berikut ini adalah 5 kriteria kualitas jasa pendidikan yang dikemukakan oleh Lovelock dan Wright⁹ yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*); apakah perusahaan dapat diandalkan dalam menyediakan jasa seperti yang telah dijanjikan dari waktu ke waktu?

⁸ Sukardi David Kodrat. *Manajemen strategi*, 9

⁹ Christopher H. Lovelock dan Laurent K Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: PT. Indeks, 2007), 99

- b. Keberwujudan (*tangible*): seperti apa terlihat fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan bahan komunikasi penyedia jasa tersebut?
- c. Daya tanggap (*responsiveness*); apakah karyawan perusahaan tersebut senang membantu dan mampu memberikan jasa yang cepat?
- d. Jaminan (*assurance*); apakah karyawan jasa memiliki pengetahuan yang cukup, sopan, kompeten, dan dapat dipercaya?
- e. Empati (*Emphaty*); apakah perusahaan jasa tersebut memberikan perhatian yang besar dan khusus?

METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka pendekatan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dalam rangka akan melakukan pengamatan-pengamatan mengenai strategi keunggulan bersaing pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember melalui pendekatan yang bersifat induktif dengan cara menggali data sedalam-dalamnya baik tertulis maupun secara lisan dari sumber-sumber yang terkait untuk kemudian dituangkan ke dalam teks secara naratif dan deskriptif.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 sumber data yaitu data primer dan data sekunder: Data primer pada penelitian ini diperoleh misalkan data yang diperoleh dari keterangan pimpinan Magistra Utama atau data yang diperoleh dari tenaga pendidik yang ada di lembaga Magistra Utama Jember.

Data sekunder dapat berupa dokumen, catatan, laporan, majalah ilmiah, makalah, karya tulis ilmiah, dan sebagainya yang mendukung penelitian. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diterbitkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama Jember yang berkaitan dengan strategi keunggulan bersaing dalam meningkatkan kualitas.

Observasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipasi pasif (*passive participation*), artinya mengamati situasi tertentu tanpa melibatkan diri dalam aktifitas tersebut. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan metode campuran (semi struktur), yaitu mula-mula pewawancara menanyakan serentetan

pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut. Tahapan wawancara ini dilakukan dengan: (1) mempersiapkan wawancara; (2) melakukan wawancara yang produktif; (3) mengakhiri dengan rangkuman hasil wawancara.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Bisnis

Magistra Utama bertujuan untuk mencetak generasi muda usia produktif menjadi tenaga kerja yang terampil, juga mempersiapkan peserta didik untuk menjadi seorang wirausaha (*entrepreneur*) untuk membuka usaha dan lapangan kerja baru. Selain melakukan pendidikan dan pelatihan kerja, Magistra Utama juga membantu para lulusan untuk mendapatkan pekerjaan pertamanya dengan cara memberikan program pelatihan menghadapi interview pekerjaan, membuat lamaran pekerjaan yang benar, dan program magang kerja untuk melatih kesiapan para lulusan menghadapi pekerjaan barunya.

Strategi bisnis yang juga diterapkan Magistra Utama adalah menciptakan keunggulan dan inovasi secara berkesinambungan berupa desain-desain program penyaluran kerja dan pendampingan kerja. Hal ini dilakukan Magistra Utama agar memudahkan peserta didik untuk mendapatkan pekerjaan pertamanya setelah lulus dan menjadi partner bagi perusahaan yang memerlukan tenaga kerja dengan cara menyalurkan lulusan peserta didik ke perusahaan-perusahaan tersebut.

2. Keunggulan Bersaing

a. *Low Cost*

Pada *low cost* ini adalah untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dimana ukuran produktivitas mengacu pada efektivitas dan efisiensi perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Efektivitas mengacu pada seberapa banyak pegawai yang mendukung beberapa kegiatan program pendidikan dan pelatihan, seberapa banyak jumlah calon peserta didik yang dapat menyerap dan menerapkan ilmu yang diajarkan, dan seberapa banyak peserta didik yang mendapatkan pekerjaan sebelum menyelesaikan program pendidikan dan pelatihan selama setahun. Sedangkan efisiensi diukur dari seberapa biaya tenaga kerja per orang yang dikeluarkan oleh perusahaan, kesesuaian harga jual jasa program

pendidikan yang ditawarkan dengan manfaat yang diperoleh peserta didik, serta seberapa banyak anggaran pendanaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasional Magistra Utama.

Magistra Utama Jember lebih menekankan menggunakan strategi *low cost* dan diferensiasi, dimana keunggulan *low cost* Magistra Utama menyediakan paket pendidikan dengan harga terjangkau dan memungkinkan peserta didik untuk mengangsur biaya pendidikan selama waktu pendidikan dengan biayanya Rp 7.000.000,00. peserta didik mendapatkan ilmu, pembekalan ketrampilan soft skill, dan pembinaan magang kerja.

b. Diferensiasi

Magistra Utama memiliki beberapa program pendidikan dan tidak berfokus pada satu program pendidikan saja. Dengan adanya pilihan program pendidikan ini diharapkan para peserta didik dapat memilih program pendidikan yang sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki serta latar belakang pendidikan yang telah ditempuh selama di SMU atau SMK.

Keunggulan yang ditawarkan Magistra Utama antara lain program pendidikan yang singkat namun disertai dengan pelatihan *soft skill*, fasilitas dan proses pendidikan yang kondusif dan layanan pasca pendidikan seperti mencarikan lapangan pekerjaan dan membina calon *entrepreneur* bagi lulusan Magistra Utama. Selain itu, dalam menghadapi persaingan global Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), Magistra Utama juga bekerja sama dengan dunia bisnis/kerja sebagai tempat magang sekaligus menerima lulusan sebagai tenaga kerja yang terampil dan mahir.

Keberhasilan penggunaan strategi diferensiasi didukung beberapa faktor diantaranya: kemampuan dan pemberdayaan karyawan yang memadai, kemampuan pemasaran yang kuat dan didukung dengan tenaga pemasaran yang handal sehingga memudahkan Magistra Utama untuk memperluas area pemasaran hingga ke kota-kota sekitar Jember dan meningkatkan jumlah calon peserta didik, inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan, dan keunikan program pendidikan yang ditawarkan.

3. Inovasi

Inovasi yang dilakukan oleh Magistra Utama dalam hal ini juga berkaitan dengan kurikulum dengan menetapkan BUKTI BELAJAR DAN BERLATIH 50 TEKNIK

AJAR (BB50TA) dan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) yang berisi 50 tehnik belajar mengajar yang menjadi acuan di Magistra Utama. Magistra Utama juga mempersiapkan program keahlian pendukung seperti program fotografi, video editing, program teller dan pendeteksian uang palsu dan pelatihan penjilidan.

Inovasi layanan pasca selesainya program pendidikan dan pelatihan ini dilakukan oleh bagian pasar kerja, dimana bagian ini membantu para peserta didik/peserta program untuk mendapatkan tempat magang, memberikan informasi lowongan pekerjaan, mengadakan job market fair, mengajari cara membuat lamaran pekerjaan, membantu mengantar surat lamaran kerja peserta didik ke perusahaan-perusahaan. Hal ini dilakukan Magistra Utama sebagai upaya jemput bola ke perusahaan-perusahaan agar peserta didik dapat magang kerja dan diterima bekerja pada perusahaan-perusahaan tersebut.

Inovasi tehnik pembelajaran ini diantaranya melakukan penerapan metode pembelajaran secara terkomputerisasi dengan menggunakan komputer, LCD dan laboratorium komputer sehingga tidak lagi menggunakan sistem pembelajaran manual.

Inovasi pembelajaran lainnya yaitu dengan menggunakan aplikasi *Insight Teacher* untuk menjelaskan materi pembelajaran sehingga memudahkan peserta didik/peserta program bisa menggunakan chat untuk berkomunikasi dengan para instruktur.

a. Program Pendidikan Yang Terintegrasi

Program pendidikan yang terintegrasi meliputi beberapa komponen, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kurikulum yang berisi teori ilmu pengetahuan dan praktek.
- 2) Kerjasama dengan dunia usaha/kerja.
- 3) Kegiatan pemasaran yang efektif dan efisien.
- 4) Pembinaan dan layanan peserta didik.

Magistra Utama menggunakan konsep pendidikan *Tripple Competence* yang berupa kombinasi kurikulum ilmu pengetahuan secara teoritis dan praktek. Agar dapat menghasilkan penguasaan ilmu pengetahuan bagi peserta didik sesuai dengan minat dan bakat masing-masing peserta didik yang memiliki karakter, kepribadian dan sikap mental yang baik, serta pengenalan pendidikan kewirausahaan. Magistra Utama mengajak

peserta program mengenali situasi dunia kerja, maka setiap kelompok tetap diberi tugas untuk melakukan *factory visit* sekaligus mengenali dunia usaha/dunia kerja.

Banyak perusahaan swasta dan instansi pemerintah yang telah menjalin kerjasama dengan Magistra Utama Jember. Pada awalnya Magistra Utama menawarkan lulusannya agar dapat magang kerja di beberapa perusahaan besar seperti AQUA, COCA COLA, dan PT. YAMAHA. Setelah para peserta didik ditempatkan magang kerja pada perusahaan tersebut, dapat diketahui bahwa peserta didik Magistra Utama mempunyai kemampuan, ketrampilan dan pengetahuan yang baik sehingga menarik minat perusahaan-perusahaan tersebut untuk memperkerjakan lulusan Magistra Utama. Selain itu banyak perusahaan yang juga diminta untuk mengajarkan atau berbagi beberapa bidang ilmu dan praktek kerja yang berlaku di perusahaan tersebut seperti kuliah tamu dari Bank Bukopin, PT. JNE, PT. Pelangi Fortuna Global dan table manner oleh Hotel Bintang Mulia dan Hotel Safari.

Bagian pemasaran membuat dan mencetak brosur dan formulir pendaftaran calon peserta didik baru, kemudian juga membuat pengumuman dalam bentuk banner untuk dipasang di beberapa wilayah. Setelah menyiapkan brosur dan formulir pendaftaran, bagian pemasaran melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah baik SMU dan SMK yang ada di wilayah eks karesidenan Besuki yaitu Jember, Bondowoso, Situbondo, Lumajang dan Probolinggo. Selain itu Magistra Utama juga memberdayakan dan mengoptimalkan penggunaan *social media* baik *facebook*, *website* dan *group chat* lainnya agar membuka komunikasi dan interaksi dengan masyarakat agar mengetahui Magistra Utama dan juga dengan calon peserta didik serta para alumni. Setelah melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah, tenaga pemasaran membagikan brosur dan juga formulir pendaftaran serta mendapatkan nomer telpon calon peserta didik, tenaga pemasaran melakukan tindakan *follow up* dengan cara menghubungi calon peserta didik yang berminat mengikuti pendidikan dan pelatihan di Magistra Utama baik ke sekolah maupun ke wali murid.

b. Pembinaan dan Layanan Peserta Didik

Kegiatan pembinaan sebelum mengikuti magang kerja pada Lembaga Pendidikan dan Pelatihan Magistra Utama berguna membekali secara mantap sekaligus memperbesar peluang peserta program lolos tahapan seleksi/rekrutmen kerja. Maka sebelum peserta

program mengikuti rekrutmen kerja wajib mengikuti pembinaan pra rekrutmen dengan jadwal yang telah ditetapkan oleh manajemen Magistra Utama. Magang kerja merupakan program yang diperuntukkan bagi peserta didik Magistra Utama agar bisa siap bekerja. Sebagai calon tenaga kerja usia produktif, lulusan Magistra Utama dipersiapkan secara teknis sesuai bidang keilmuannya maupun secara non teknis yaitu bekal mental, kemampuan untuk menghadapi pekerjaan, dan ketrampilan pendukung yang memadai.

Magistra Utama juga melakukan pendampingan selama kegiatan magang kerja agar peserta didik yang mengalami kesulitan saat magang dapat berkonsultasi dengan para pengajar. Setelah selesai melakukan kegiatan magang, peserta didik diwajibkan untuk membuat laporan kegiatan magang untuk mengetahui kegiatan apa saja yang dijalani selama mengikuti magang serta pengalaman apa saja yang dialami selama mengikuti magang.

c. Evaluasi Program Pendidikan dan Pelatihan

Evaluasi dilakukan setiap akhir periode pembelajaran dimana terdapat beberapa komponen sistem pembelajaran, metode pembelajaran, pengembangan kurikulum yang disesuaikan dengan kurikulum pemerintah, peningkatan dan perbaikan sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan belajar mengajar, dan peningkatan kemampuan dan keahlian tenaga pengajar.

KESIMPULAN

1. Magistra Utama melakukan strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan bersaing seperti optimalisasi kegiatan pemasaran agar dapat meminimalkan biaya, memberdayakan dan mengoptimalkan penggunaan social.
2. Strategi inovasi program pendidikan mengedepankan penyaluran kerja bagi lulusan Magistra Utama memberikan bantuan mencari pekerjaan bagi para lulusan, inovasi fasilitas dan saran pembelajaran, metode pembelajaran dan inovasi teknologi informasi. Magistra Utama menyediakan pelatihan kerja dirancang dengan program magang kerja dan pembekalan menghadapi dunia kerja.
3. Keunggulan *low cost* yang diterapkan yaitu menawarkan biaya pendidikan yang relatif terjangkau, beberapa upaya pengurangan biaya juga dilakukan melalui

peningkatan penggunaan proses dan waktu belajar peserta didik, penyederhanaan kerja dan prosedur-prosedur pekerjaan, otomatisasi dan penggunaan teknologi informasi komunikasi yang lebih murah, perubahan-perubahan aturan kerja dan fleksibilitas penugasan kerja.

4. Keunggulan diferensiasi dikembangkan melalui pengembangan program dan sistem pengajaran, pendidikan dan pelatihan agar dapat mengikuti perkembangan dunia kerja. Pengembangan kurikulum, menciptakan inovasi dan kreativitas baik metode pengajaran di dalam dan di luar kelas, memberikan latihan ketrampilan sesuai bidangnya, dan membina dan membimbing peserta didik. Magistra Utama juga menjalin kerja sama dengan dunia kerja sehingga banyak perusahaan yang menggunakan lulusan Magistra Utama sebagai tenaga kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, Ricky. 2000. *Management*. Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Jatmiko, Rammad Dwi. 2003. *Manajemen Stratejik*. Malang. Universitas Muhammadiyah: Malang Press.
- Kodrat, Sukardi David. 2009. *Manajemen strategi*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Lovelock, Christopher H. dan Laurent K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Indeks.
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- Sholikhah, Villatus, 'Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro', *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 2.2 (2021), 113–29
<[https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan tabur.v2i2.4187](https://doi.org/https://doi.org/10.1234/lan%20tabur.v2i2.4187)>
- Umar, Husein. 2002. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.