

STRATEGI KEPEMIMPINAN REKTOR IAIN DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM NEGERI (Studi Kasus Institut Agama Islam Negeri Jember)

Oleh: Muhammad Ghafar

Dosen Institut Agama Islam Darussalam Blokagung

Abstrak

Penulisan makalah ini ingin memberikan wawasan tentang kajian implementasi manajemen pemasaran di perguruan tinggi keagamaan Islam Negeri, mengingat dimana perkembangan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dalam beberapa tahun telah mengalami peningkatan, baik secara kelembagaan melalui perubahan status dari STAIN menjadi IAIN maupun IAIN menjadi UIN. Peningkatan status yang terjadi pada PTKI ternyata dibarengi dengan meningkatnya minat masyarakat untuk melanjutkan ke PTKI. Sehingga kompetisi diantara PTKI dalam meyakinkan konsumen pendidikan tidak dapat dihindari, dimana masing-masing PTKI berupaya untuk mencari mahasiswa sebanyak-banyaknya, sehingga strategi marketing yang sebelumnya lebih banyak digunakan dalam bidang bisnis mulai banyak di implementasikan di bidang jasa non profit seperti PTKI.

Kemampuan kepemimpinan Rektor IAIN Jember dalam membangun STAIN Jember menjadi IAIN Jember dan menjadikan IAIN Jember menjadi perguruan tinggi yang paling banyak diminati oleh para siswa di Jawa Timur setelah UIN Maulana Malik Ibrahim dan UIN Sunan Ampel telah menarik penulis untuk melakukan kajian penelitian di IAIN Jember terkait strategi pemasaran yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember dalam membangun Keunggulan Bersaing IAIN Jember.

Temuan penelitian diketahui bahwa Strategi kepemimpinan Rektor IAIN Jember dalam membangun keunggulan bersaing IAIN Jember yaitu dengan membuat differensiasi pelayanan pada program studi di IAIN Jember dan Valuable bagi pelanggannya.

Kata kunci: *Manajemen Pemasaran, Keunggulan Bersaing, Kepemimpinan Rektor, PTKI*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan terbaru tentang pendidikan tinggi di Indonesia ialah dengan diterbitkannya UU No 12 Tahun 2012 tentang pendidikan tinggi yang didalamnya juga memberikan kesempatan kepada perguruan tinggi luar negeri untuk membuka dan menyelenggarakan perguruan tinggi di Indonesia.¹ Dengan diperbolehkannya perguruan tinggi luar negeri untuk membuka perguruan tinggi di Indonesia maka secara tidak langsung akan menimbulkan kompetisi

dengan perguruan tinggi yang ada di Indonesia.

Kompetisi antar perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan pendidikan kepada masyarakat sebenarnya bukan realita yang baru terjadi karena adanya UU No 12 Tahun 2012. Persaingan didalam memberikan pelayanan pendidikan tersebut terjadi karena perkembangan globalisasi teknologi dan informasi, hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Darlyn Damasco dalam penelitiannya yang menguraikan kondisi di atas bahwa *Globalization is a growing challenge to higher education institutions worldwide. It refers to the phenomenon where the borders separating countries are disappearing. Globalization is very closely*

¹ Undang-undang Republik Indonesia No 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi pada BAB VI pasal 90 penyelenggaraan pendidikan tinggi oleh lembaga negara lain

*intertwined with internationalization.*² Berdasarkan penelitian Darlyn Damasco dapat dipahami bahwa globalisasi yang berkembang sudah membuat perubahan di dalam perguruan tinggi, di mana globalisasi tidak mengenal batasan wilayah, semua perguruan tinggi berlomba-lomba untuk menjadi pemenang baik di tingkat nasional maupun internasional.

Berdasarkan perkembangan realitas kompetisi antar perguruan tinggi di atas maka tidak heran apabila penerapan strategi pemasaran yang biasa digunakan dalam dunia bisnis saat ini mulai banyak digunakan pada perguruan tinggi. Hal ini sebagaimana penelitiannya Dorothy Leland and John Moore bahwa *Today's higher-education environment has become increasingly competitive, and many public colleges and universities have begun to adopt market-oriented strategies as a result.*³ Hasil penelitian yang dilakukan oleh Leland dan Moore juga menggambarkan bagaimana konsep pemasaran bisnis saat ini juga sudah banyak diadaptasikan oleh perguruan tinggi sebagai upaya untuk memenangkan kompetisi persaingan pelayanan pendidikan.

Ditegaskan pula oleh Hemsley dalam Luminița Nicolescu bahwa *Marketing theories and concepts, which have been effective in business, are gradually now being applied by many universities with the purpose to gain competitive advantage.*⁴

2 Prof. Dr. Darlyn Damasco Tagarino. *Positioning to Meet Global Competition : The Higher Education Challenge*. Makalah Dalam International forum: "Globalization and Integration in higher education" di unduh melalui www.international.ac.uk tanggal 01 Juni 2013

3 Dorothy Leland and John Moore. *Strategic Focusing: Securing Competitive Advantage*. public purpose. september/october 2007 di unduh melalui www.aascu.org tanggal 01 Juni 2013

4 Hemsley-Brown, J., Oplatka, I. *Universities in a competitive global marketplace*, International Journal of Public Sector Management, 19, no. 4 2006, hal. 316-338 and Luminița Nicolescu. *Applying*

Dari pandangan Hemsley dapat di pahami bahwa teori dan konsep pemasaran yang telah berkembang efektif di dunia bisnis saat ini mulai di terapkan di beberapa universitas. Penerapan teori dan konsep strategi pemasaran di beberapa universitas digunakan untuk menciptakan keunggulan bersaing.

Dalam proses pelayanan pendidikan di perguruan tinggi, program studi merupakan senjata utama yang ditawarkan oleh sebuah perguruan tinggi untuk mendapatkan mahasiswa dan menjaga kelangsungan hidup sebuah perguruan tinggi. Walaupun, beberapa mahasiswa tidak terlalu memperhatikan program studi sebagai pilihannya, akan tetapi lebih dikarenakan *image* perguruan tinggi itu sendiri, namun dalam pengamatan peneliti keberadaan program studi masih tetap menjadi pertimbangan utama calon mahasiswa dalam memasuki perguruan tinggi. Pertimbangan siswa dalam memilih program studi ini kemudian diperkuat dengan beberapa komponen lainnya, diantaranya status akreditasi, biaya masuk dan biaya perkuliahan, jenjang karir setelah menempuh studi, sarana dan prasarana, lokasi, dosen, dan juga citra lembaga pendidikan tersebut.

Berdasarkan hasil Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) 2014 yang diselenggarakan oleh Universitas Negeri di lingkungan Kementerian Pendidikan dan kebudayaan maupun kementerian Agama diketahui bahwa program studi favorit pilihan siswa yaitu untuk kategori kelompok ujian Sains dan Teknologi pilihan pertama yaitu program studi Teknik Informatika, kedua pendidikan Dokter, ketiga dan seterusnya ialah Teknik Sipil, Psikologi, dan Farmasi. Sedangkan untuk Kelompok ujian Sosial Humaniora

marketing to higher education: Scope and limits. Jurnal ilmiah Management & Marketing Vol. 4, No. 2 (Academy of Economic Studies, Bucharest.2009). hal. 35-44 diunduh melalui ideas.repec.org tanggal 01 Juni 2013

yaitu pertama program studi manajemen, Kedua dan seterusnya ialah program studi Akuntansi, Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD), Hukum, dan Ilmu Komunikasi.⁵ Berdasarkan hasil SBMPTN 2014 diketahui bahwa minat siswa untuk belajar di program studi perguruan tinggi agama islam masih rendah, melihat realitas tersebut maka diperlukan strategi yang tepat untuk mendorong siswa lebih berminat dalam memilih program studi yang ada di perguruan tinggi agama islam.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, selanjutnya penulis merumuskan rumusan masalah sebagaimana berikut:

- a. Bagaimana Konsep Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri?
- b. Bagaimana Strategi Rektor IAIN Jember dalam membangun keunggulan bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri?

3. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, selanjutnya penulis merumuskan tujuan dari makalah sebagaimana berikut:

- a. Mengetahui dan memahami Konsep Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri
- b. Mengetahui dan memahami Strategi Rektor IAIN Jember dalam membangun keunggulan bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri

A. PEMBAHASAN

1. Konsep Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri

a. Pengertian Strategi Keunggulan Bersaing

Pada dasarnya dalam persaingan usaha, setiap perusahaan dituntut untuk harus membedakan tawarannya dengan membangun sejumlah keunggulan bersaing. Menurut Kotler dan Armstrong keunggulan bersaing adalah keunggulan perusahaan terhadap perusahaan pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai lebih besar kepada konsumen, dengan harga lebih rendah maupun dengan memberikan mafaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.⁶

Selanjutnya Michael E. Porter mengungkapkan bahwa keunggulan bersaing adalah tentang bagaimana sebuah perusahaan benar-benar menerapkan strategi generik (keunggulan biaya, differensiasi, dan fokus) ke dalam strategi pemasaran. pada dasarnya keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh sebuah perusahaan bagi pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya, nilai tersebut adalah sesuatu yang pembeli bersedia membayar, dan nilai yang unggul tersebut berasal dari tawaran harga yang lebih rendah daripada harga yang di berikan pesaing. nilai tersebut memberikan manfaat yang sepadan atau memberikan manfaat unik yang lebih daripada nilai yang di berikan pesaing.⁷

Pendapat serupa dikemukakan oleh Bharadwaj yang menjelaskan bahwa keunggulan bersaing merupakan hasil dari implementasi strategi yang memanfaatkan berbagai sumberdaya yang dimiliki perusahaan. Keahlian dan asset yang unik dipandang sebagai sumber dari keunggulan bersaing. Keahlian unik merupakan kemampuan perusahaan untuk menjadikan para karyawannya sebagai bagian penting dalam mencapai keunggulan bersaing. Kemampuan perusahaan dalam

5 Saiful Munir. Berita. *Ini 10 prodi favorit di SBMPTN*. Diunggah pada tanggal 16 juli 2014 dan diunduh melalui SINDONEWS.COM tanggal 27 Oktober 2014

6 Philip Kotler & Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi. Ketujuh*. (Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hall. 2006) Hal 256

7 Michael E. Porter. *Keunggulan Bersaing*. (Tangerang. KARISMA Publishing Group.2008) Hal 9

mengembangkan keahlian para karyawannya dengan baik akan menjadikan perusahaan tersebut unggul dan penerapan strategi yang berbasis sumber daya manusia akan sulit untuk diiru oleh para pesaingnya. Sedang asset atau sumber daya unik merupakan sumber daya nyata yang diperlukan perusahaan guna menjalankan strategi bersaingnya. Kedua sumber daya ini harus diarahkan guna mendukung penciptaan kinerja perusahaan yang berbiaya rendah dan memiliki perbedaan dengan perusahaan lain.⁸ Pendapat di atas di dukung oleh pendapat Styagraha yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan.⁹

b. Bentuk-bentuk Keunggulan Bersaing

Menurut Kotler, jika perusahaan ingin mempunyai keunggulan bersaing maka perusahaan itu harus dapat terdeferensiasikan dengan para pesaing. diferensiasi dapat dilakukan melalui lima dimensi yaitu : produk, pelayanan, personil, citra, dan saluran.¹⁰ Selanjutnya Muzzarol dalam Hengky Widhiandono dan Tri Septin mengungkapkan bahwa keunggulan kompetitif diperlukan dalam menghadapi persaingan jasa. Keunggulan kompetitif menurut Muzzarol ada 2 macam, yaitu:

- 1) *Image* dan *resources* terdiri dari pemahaman profile pasar, kekuatan sumberdaya keuangan, reputasi kualitas, jumlah dan

pengaruh alumni, dan luasan tawaran program pendidikan.

- 2) *Coalition* dan *forward integration* terdiri dari kerjasama strategik internasional dan program pengajaran jarak jauh (*offshore teaching program*).¹¹

Selanjutnya dalam kajian Islam yang tertulis di dalam Alqur'an "*Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*"¹² Dalam kandungan ayat di atas ketika di tarik dalam konteks bisnis, maka dapat ditafsirkan bahwa makna berlomba-lomba dalam kebaikan tidak jauh berbeda dengan konsep keunggulan bersaing, Di mana ada suatu usaha untuk menjadi pemenang dan yang terbaik.

2. Strategi Rektor IAIN Jember dalam Membangun Keunggulan bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri

Mengadaptasikan konsep *Competitive Advantage* untuk di implementasikan pada pelayanan perguruan tinggi sesungguhnya tidak terlalu sulit, hal ini mengingat pelayanan perguruan tinggi merupakan salah satu jenis usaha jasa non profit. Didalam menerapkan strategi keunggulan bersaing yang terpenting untuk dilakukan ialah menganalisis apa yang diinginkan pelanggan perguruan tinggi (siswa) dan apa yang dimiliki oleh perguruan tinggi. Ketika mampu menganalisis hal tersebut maka

8 Sundar G Bharadwaj, P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn. *Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*“. Journal of Marketing. Vol.57,Oktober, 1993. hal.83-99 di unduh melalui ilmiah-jurnal.blogspot.com tanggal 01 Juni 2013

9 Hadi Satyagraha, *Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT*. Usahawan. No.4,Th.XXIII.1994. Hal 14

10 Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta.PT. Ikrar Mandiriabadi.2002) Hal 343

11 Hengky Widhiandono, S.E., M.Si. dan Dra. Tri Septin MR, M.Si. *Brand Position Dan Media Promosi Dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran Internasional*. Jurnal Media Ekonomi vol 8 no 1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Di unduh melalui <http://jurnal.ump.ac.id> pada tanggal 20 Mei 2013

12 Departemen Agama.Republik Indonesia. *Al-Qur'an Terjemahan*.(Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.2005). Q.S Al-Baqarah. Ayat : 148

perguruan tinggi akan mempunyai positioning yang pas dan kuat dibenak pelanggan. Melihat begitu pentingnya konsep strategi positioning di dalam strategi pemasaran, maka tidak mengherankan Michael E. Porter dalam Hermawan Kertajaya,¹³ mengungkapkan bahwa positioning merupakan *core*-nya strategi.

Selanjutnya, ketika perguruan tinggi sudah mampu membangun positioningnya dibenak pelanggan maka perguruan tinggi harus dapat memenangkan kompetisi dalam memberikan pelayanan pendidikan. Untuk mencapai hal tersebut perguruan tinggi membutuhkan strategi keunggulan bersaing. Berdasarkan uraian tentang konsep *Competitive Advantage* diatas dapat dipahami bahwa strategi Rektor IAIN Jember dalam membangun keunggulan bersaing Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri ialah dengan membangun IAIN Jember menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri yang unik (*differen*) dan *valuable* bagi pelanggannya. Selanjutnya strategi Rektor IAIN Jember dalam membentuk differensiasi pelayanan pada program studi di IAIN Jember dan *Valuable* bagi pelanggannya yaitu melalui bidang kurikulum, kualitas pendidikan dan pengajaran, bidang lulusan, bidang kerjasama, bidang tenaga pendidik. Secara detail tentang uraian bidang-bidang tersebut ialah sebagaimana berikut:

a. Bidang Kurikulum

Berdasarkan pengamatan penulis diketahui bahwa kurikulum pada program studi merupakan salah satu komponen yang tidak dapat terpisahkan dari pelayanan pendidikan, hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Oemar Hamalik,¹⁴ bahwa kurikulum merupakan seperangkat rencana pengaturan mengenai isi dan bahan

pelajaran serta cara yang digunakan sebagai pedoman penyelenggaraan kegiatan belajar mengajar. Sedangkan isi kurikulum merupakan susunan dan bahan kajian pelajaran untuk mencapai tujuan penyelenggaraan satuan pendidikan yang bersangkutan. Melihat betapa pentingnya kurikulum dalam pelayanan pendidikan maka perguruan tinggi harus mengimplementasikan kurikulum yang berbeda dengan kurikulum yang diterapkan oleh perguruan tinggi kompetitor dan kurikulum yang mempunyai nilai manfaat bagi pelanggan. Beberapa langkah strategi yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember ialah sebagaimana berikut:

- 1) Mengembangkan kurikulum yang berbeda dengan kurikulum di PTAI lainnya, seperti: pendidikan anti korupsi, perbandingan madzhab, kajian islam nusantara dan kewirausahaan.
- 2) Melakukan perencanaan dan evaluasi kurikulum sebagai upaya untuk mengevaluasi dan merencanakan ulang kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di masa depan.

Selanjutnya implementasi kurikulum merupakan jantungnya pendidikan di mana keberadaan kurikulum harus mampu menjadi jawaban kebutuhan di masa depan. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Vismaia S. Damaianti.¹⁵ Dimana agar lulusan pendidikan nasional memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif sesuai dengan standar mutu nasional dan internasional, maka kurikulum pada masa depan perlu dirancang sedini mungkin.

Usaha yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember dalam menyiapkan lulusan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di masa akan datang, selaras dengan apa yang

13 Hermawan Kertajaya. *Hermawan Kertajaya on Positioning seri 9 elemen marketing*. (Bandung: PT Mizan Pustaka.2004) Hlm 14

14 Oemar Hamalik. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Edisi I Cetakan 6 (Jakarta: Bumi Aksara.2007). Hlm 17-18

15 Vismaia S. Damaianti, M.Pd, Dr. *SPS UPI Kaji Kebijakan Pembaruan Kurikulum 2013*. Di tulis pada December 5, 2012 . dan diunduh melalui <http://berita.upi.edu/2012/12/05/sps-upi-kaji-kebijakan-pembaruan-kurikulum-2013/>. Dan diunduh pada tanggal 9 Maret 2014

menjadi acuan Balitbang Kementrian Agama,¹⁶ di mana secara prinsip, kebijakan dan implementasi kurikulum pendidikan dimaksudkan untuk membentuk manusia seutuhnya, menyiapkan generasi muda menghadapi kehidupan di masa datang, dan membangun sikap mental bangsa yang mandiri. Pembentukan manusia seutuhnya dan segala atribut yang termasuk di dalamnya, hanya bisa dilaksanakan apabila didukung dengan kesiapan semua pihak dan penyediaan fasilitas yang memadai secara merata.

b. Bidang Kualitas Pendidikan dan Pembelajaran

Pada dasarnya, pelayanan di perguruan tinggi agama islam merupakan pelayanan jasa pendidikan dan pembelajaran. Maka tidak mengherankan ketika perguruan tinggi berupaya untuk memberikan kualitas pendidikan dan pembelajaran sebagai nilai tawar kepada mahasiswa. Beberapa langkah strategi yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember dalam menyusun strategi keunggulan bersaing dalam bidang kualitas pendidikan dan pengajaran sebagaimana berikut:

- 1) Meningkatkan nilai akreditasi pada program studi Perguruan Tinggi Agama Islam dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT), nilai akreditasi program studi adalah A dan minimal B dari BAN PT.

Usaha yang dilakukan Rektor IAIN Jember untuk mewujudkan pelayanan pendidikan dan pengajaran yang berkualitas diwujudkan dengan meningkatkan status kelembagaan yaitu STAIN Jember yang berubah status menjadi IAIN Jember, serta berupaya mendapatkan nilai akreditasi A dari BAN PT untuk program studi yang diselenggarakan, dimana yang terbaru diperolehnya nilai akreditasi untuk program studi pendidikan bahasa arab dengan nilai A dari BAN-PT dan program studi yang lain dalam proses re-akreditasi dari BAN-PT.

¹⁶ Balitbangdiklat. *Kurikulum pendidikan yang berkarakter*. Diunduh di <http://balitbangdiklat.kemenag.go.id>

Terkait dengan pentingnya meningkatkan nilai akreditasi telah ditegaskan oleh Indrajit,¹⁷ yang mengemukakan bahwa ukuran perguruan tinggi bermutu atau program studi bermutu ialah: program studi yang diselenggarakan mendapatkan nilai akreditasi A sesuai dengan penilaian Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT) atau badan akreditasi lain yang ditunjuk.

Hal senada juga disampaikan Serian Wijatno,¹⁸ yang merumuskan kriteria perguruan tinggi yang ideal yaitu: telah memperoleh akreditasi institusi atau akreditasi program studi dari BAN-PT dengan nilai A, atau minimal nilai B. Disamping kualitas program studi yang dapat dinilai berdasarkan nilai akreditasi, salah satu strategi Rektor IAIN Jember dalam meningkatkan kualitas pelayanan pendidikan di IAIN jember yaitu tersedianya fasilitas sarana dan prasarana pendidikan. Dengan tersedianya fasilitas sarana dan prasarana pendidikan maka akan memudahkan mahasiswa dalam proses belajar. Keunggulan pelayanan pendidikan pada perguruan tinggi agama islam dibandingkan dengan pelayanan pendidikan pada perguruan tinggi umum ialah tersedianya layanan asrama/ma'had sebagai bagian pelayanan pendidikan.

Terkait dengan pentingnya ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana pendidikan juga diungkapkan oleh Jamal dimana melengkapi sarana dan prasarana pendidikan merupakan salah satu kunci keberhasilan pendidikan.¹⁹

¹⁷ Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.2006) Hal 145

¹⁸ Serian Wijatno. *Pengelolaan Perguruan Tinggi secara efisien, efektif, dan ekonomis : untuk Meningkatkan Mutu Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan*. (Jakarta : Salemba Empat. 2009) hal 382

¹⁹ Jamal Ma'mur Asmani. *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Profesional*. (Jakarta. DIVA Press.2009). hlm 47

c. Bidang Lulusan

Usaha rektor IAIN Jember dalam mencetak lulusan yang berkualitas dan berbeda dengan lulusan (Perguruan Tinggi Keagamaan Islam) PTKI lainnya selaras dengan Kotler dan Armstrong.²⁰ Selanjutnya terkait dengan usaha untuk mencetak lulusan berkualitas yang mampu menjadi terbaik dibandingkan lulusan PTKI kompetitor lainnya selaras dengan firman Allah SWT, dimana Allah SWT berfirman dalam surat Al-Baqarah ayat : 148, yaitu:

“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”²¹

Dalam ayat tersebut dapat dipahami bahwa makna berlomba-lomba dalam kebaikan tidak jauh berbeda dengan konsep keunggulan bersaing, dimana perguruan tinggi dapat mencetak lulusannya menjadi lebih baik dibandingkan lulusan PTKI kompetitor. Dengan terciptanya lulusan yang lebih unggul maka akan menarik minat pelanggan untuk memilih pelayanan pendidikan pada program studi yang ditawarkan PTKI tersebut.

Keunggulan lulusan IAIN Jember dibandingkan dengan lulusan PTKI lainnya yaitu, kompetensi lulusan IAIN Jember mempunyai pemahaman tentang pendidikan anti korupsi dan pengetahuan kebudayaan Islam di Nusantara serta wawasan kewirausahaan karena hal tersebut diajarkan pada seluruh mahasiswa IAIN Jember.

d. Bidang Kerjasama

Strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember ialah dengan menjalin kerjasama pelayanan pendidikan dengan perguruan tinggi lainnya baik perguruan tinggi dalam negeri maupun perguruan tinggi luar negeri. Bentuk-bentuk kerjasama pelayanan pendidikan yang telah dilakukan oleh Rektor IAIN Jember ialah kerjasama penelitian, peningkatan kompetensi dosen dengan perguruan tinggi dalam negeri seperti UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan perguruan tinggi luar negeri seperti University of Malaya Malaysia. Salah satu bentuk kerjasama yang telah dilakukan yaitu praktek pembelajaran bagi mahasiswa di thailand yang dilakukan oleh mahasiswa dan penelitian yang dilakukan oleh para dosen IAIN Jember.

Jalinan kerjasama dengan perguruan tinggi luar negeri maupun dalam negeri bukan hanya dilakukan untuk membina hubungan baik, namun kerjasama ini merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan kualitas perguruan tinggi, hal ini mengacu kepada Serian Wijatno,²² sebagaimana dalam Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT), bahwa kerjasama merupakan salah satu indikator perguruan tinggi berkualitas. Jalinan kerjasama ini akan menjadi strategi keunggulan bersaing PTAI untuk menarik minat siswa belajar pada program studi yang ditawarkan PTAI tersebut.

e. Bidang Tenaga Pendidik

Berdasarkan pengamatan penulis, peran tenaga pendidik (Dosen) didalam proses belajar-mengajar sangat penting. Melihat betapa pentingnya keberadaan dosen dalam proses belajar-mengajar tersebut maka kualitas dosen harus ditingkat. Peningkatan kualitas dosen yang dilakukan oleh Rektor IAIN Jember ialah melalui pelatihan,

20 Philip Kotler & Gary Armstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi. Ketujuh.* (Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hall. 2006) Hal 256

21 Depag. *Al-Qur'an dan terjemahannya.....* Q.S Al-Baqarah. Ayat : 148

22 Serian Wijatno. *Pengelolaan Perguruan Tinggi secara efisien, efektif, dan ekonomis : untuk Meningkatkan Mutu Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan.* (Jakarta : Salemba Empat 2009) hlm 52

workshop, maupun melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi (Doktor S3).

Pentingnya meningkatkan kualitas tenaga pendidik melalui pendidikan doktor (S3) tidak terlepas dari salah satu instrumen BAN PT yang mengungkapkan bahwa perguruan tinggi yang berkualitas ditandai dengan dikelola oleh tenaga pendidik berkualifikasi doktor dan profesor. Mengacu terhadap konsepnya Indrajit,²³ tentang perguruan tinggi bermutu dimana perguruan tinggi yang bermutu harus memiliki dosen dengan Sumber Daya Manusia yang berkualitas (SDM) maka usaha yang dilakukan Rektor IAIN Jember sebagaimana terungkap di atas merupakan salah satu usaha untuk membangun keunggulan bersaing IAIN Jember.

B. PENUTUP

1. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pembahasan makalah diatas dapat disimpulkan sebagaimana berikut:

- a. Konsep keunggulan bersaing yang diadaptasikan dari konsep bisnis kedalam konsep pelayanan jasa non profit yaitu dengan membangun keunggulan bersaing PTKI dengan menawarkan nilai lebih besar kepada konsumen, dengan harga lebih rendah maupun dengan memberikan mafaat lebih besar karena harganya lebih tinggi.
- b. Strategi Rektor IAIN Jember dalam membangun keunggulan bersaing IAIN Jember yaitu dengan membuat differensiasi pelayanan pada program studi di IAIN Jember dan Valuable bagi pelanggannya, bentuk diferensiasi dan valuable yaitu melalui bidang kurikulum, kualitas pendidikan dan pengajaran, bidang lulusan, bidang kerjasaman, bidang tenaga pendidik.

DAFTAR PUSTAKA

Asmani, Jamal Ma'mur.2009. *Manajemen Pengelolaan dan Kepemimpinan Pendidikan Profesional*. Jakarta: DIVA Press

Balitbangdiklat. *Kurikulum pendidikan yang berkarakter*. Diunduh di <http://balitbangdiklat.kemenag.go.id>

Bharadwaj, Sundar G; P.R.Varadarajan, & Fahly, Jihn.1993.*Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions*“. Journal of Marketing. Vol.57,Oktober, 1993 di unduh melalui ilmiah-jurnal.blogspot.com tanggal 01 Juni 2013

Damaianti, Vismaia S. M.Pd, Dr. *SPS UPI Kaji Kebijakan Pembaruan Kurikulum 2013*. Di tulis pada December 5, 2012 . dan diunduh melalui <http://berita.upi.edu/2012/12/05/sps-upi-kaji-kebijakan-pembaruan-kurikulum-2013/>. Dan diunduh pada tanggal 9 Maret 2014

Departemen Agama.Republik Indonesia. 2005.*Al-Qur'an Terjemahan*. Jakarta: PT. Syamil Cipta Media

Hamalik, Oemar.2007. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Edisi I Cetakan 6. Jakarta: Bumi Aksara.

Hemsley, Brown. J., Oplatka, I. 2006.*Universities in a competitive global marketplace*, International Journal of Public Sector Management, Vol 19, no. 4

Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto.2006. *Manajemen*

23 Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto. *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.2006) Hal 158

Perguruan Tinggi Modern.
Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.

www.international.ac.uk tanggal 01
Juni 2013

Kertajaya, Hermawan.2004. *Hermawan Kertajaya on Positioning seri 9 elemen marketing.* Bandung: PT Mizan Pustaka.

Undang-undang Republik Indonesia No 12
Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi

Kotler, Philip & Gary
Armstrong.2006.*Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi. Ketujuh.* Jakarta: Salemba Empat Prentice-Hal.

Widhiandono, Hengky. S.E., M.Si. dan Dra. Tri Septin MR, M.Si. *Brand Position Dan Media Promosi Dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta Dengan Pendekatan Strategi Pemasaran Internasional.* Jurnal Media Ekonomi vol 8 no 1 Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Di unduh melalui <http://jurnal.ump.ac.id> pada tanggal 20 Mei 2013

Kotler, Phillip.2002.*Manajemen Pemasaran* . Jakarta: PT. Ikrar Mandiri abadi.

Leland, Dorothy and John Moore.2007.Strategic. public purpose. september/October di unduh melalui www.aascu.org tanggal 01 Juni 2013.

Wijatno, Serian.2009.*Pengelolaan Perguruan Tinggi secara efisien, efektif, dan ekonomis : untuk Meningkatkan Mutu Penyelenggaraan Pendidikan dan Mutu Lulusan.* Jakarta : Salemba Empat

Munir,Saiful.Berita. *Ini 10 prodi favorit di SBMPTN.* Diunggah pada tanggal 16 juli 2014 dan diunduh melalui SINDONEWS.COM tanggal 27 Oktober 2014

Porter, Michael E.2008.*Keunggulan Bersaing.* Tangerang. Karisma Publishing group

Satyagraha, Hadi.1994.*Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT.* Usahawan. No.4,Th.XXIII.

Tagarino, Prof. Dr. Darlyn Damasco. *Positioning to Meet Global Competition : The Higher Education Challenge.* Makalah Dalam International forum: “*Globalization and Integration in higher education*” di unduh melalui