

Menggagas Kampus Islam yang Unggul Melalui Penerapan Blue Ocean Strategy (Studi di STAIS Dharma Segeran Indramayu)

Arwani

Dosen Tetap Program Studi Ekonomi Syariah STAIS Dharma Segeran Indramayu

arwani.amma.1977@gmail.com

DOI : 10.55656/ksij.v5i2.138

Disubmit: (22 Juni 2019) | Direvisi: (11 Juli 2019) | Disetujui: (12 September 2019)

Abstract

This paper aims to find alternative solutions towards superior educational institutions by applying the concept of Blue Ocean Strategy (BOS). Blue Ocean Strategy is defined as a blue ocean strategy by Kim & Mauborgne (2014): "Blue oceans strategy are defined by untapped market space, demand creation, and the opportunity for highly profitable growth". Blue Ocean Strategy is how to create unexplored market space, which can create demand and provide highly profitable growth opportunities. In essence, how to compete with agile in the competition; how to cleverly read the competition, develop a systematic strategy and framework to create an unlimited market. The method used in the implementation of this research is a qualitative method and is a photo shoot of phenomena that occur in the field, through observation, documentation studies and interviews with interested parties in the STAIS Dharma Segeran Indramayu environment. Based on the results of data capture in the analysis of the implementation of the blue ocean strategy using the erase-reduce-increase-create scheme and the strategy canvas, based on the principle of the blue ocean strategy, namely to innovate value by increasing the value of benefits while reducing costs. In this case, STAIS Dharma Segeran Indramayu creates a value curve by innovating by improving the quality of good service and improving product quality with the support of a strong reason, namely eliminating the high price aspect. The brand image of STAIS Dharma Segeran Indramayu itself also supports the creation of a value curve. The results of the study also looked at the position of STAIS Dharma Segeran Indramayu in the blue ocean area where STAIS Dharma Segeran Indramayu was carrying out a blue ocean strategy based on analysis using a strategy canvas.

Keyword : Blue Ocean Strategy (BOS), Excellent Campus

Abstrak

Tulisan ini memiliki tujuan untuk mencari alternatif solusi menuju lembaga pendidikan yang unggul dengan menerapkan konsep Blue Ocean Strategy (BOS). Blue Ocean Strategy dimaknai sebagai strategi samudra biru oleh Kim & Mauborgne (2014) : "Blue oceans strategy are defined by untapped market space, demand creation, and the opportunity for highly profitable growth". 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 cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan pasar tak terbatas. Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah metode kualitatif dan bersifat pemotretan terhadap fenomena yang terjadi di lapangan, melalui observasi, studi dokumentasi dan

wawancara dengan pihak-pihak yang berkepentingan di lingkungan STAIS Dharma Segeran Indramayu. Berdasarkan hasil pemotretan data dalam analisis penerapan blue ocean strategy menggunakan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan dan kanvas strategi, berdasarkan prinsip strategi samudra biru yaitu melakukan inovasi nilai dengan meningkatkan nilai manfaat sekaligus mengurangi biaya. Dalam hal ini STAIS Dharma Segeran Indramayu menciptakan kurva nilai dengan melakukan inovasi dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik serta peningkatan kualitas produk dengan didukung alasan yang kuat yaitu mengilangkan aspek harga mahal. Brand image dari STAIS Dharma Segeran Indramayu sendiri juga mendukung terciptanya kurva nilai. Hasil penelitian juga melihat posisi STAIS Dharma Segeran Indramayu ini berada di area samudra biru dimana STAIS Dharma Segeran Indramayu sedang menjalankan strategi samudra biru berdasarkan analisis menggunakan kanvas strategi.

Kata Kunci : Blue Ocean Strategy, Kampus Unggul

Latar Belakang Masalah

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. Tidak ada 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). 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 diharapkan menjadi salah satu strategi manajemen untuk membangun pencitraan PT Islam unggul.

Strategi *Blue Ocean* pertama kali dikemukakan oleh W. Chan Kim dan Renee Mauborgne. *Blue Ocean Strategy* adalah strategi yang menekankan perusahaan untuk tidak memenangkan persaingan dengan cara melakukan strategi *head to head* dengan pesaing. Dengan arti lain, *Blue Ocean Strategy* adalah strategi melepaskan Anda dari kondisi *Red Ocean*. *Kondisi Red Ocean* adalah kondisi di mana adanya persaingan sangat ketat untuk mendapatkan pasar yang sama dengan kompetitor. Hal ini memungkinkan adanya persaingan dengan kompetitor menjadi sangat ketat dan saling menjatuhkan. Sedangkan, pada strategi *Blue Ocean* nyaris tidak ada persaingan, karena dari awal bisnis dimulai sudah berani tampil beda dari pesaing. Karena berbeda dengan para pesaing, maka pasar yang tertarik dengan produk Anda termasuk segmen yang khusus. Hal tersebut akan menciptakan permintaan yang lebih tinggi.

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.

Blue Ocean Strategy dimaknai sebagai strategi samudra biru oleh Kim & Mauborgne (2014) : "*Blue oceans strategy are defined by untapped market space, demand creation, and the opportunity for highly profitable growth*". 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 cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan pasar tak terbatas. Blue ocean strategy 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 Grid) (Mardia, 2011).

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia, landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian

sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Sifat penelitian ini adalah deskriptif yaitu suatu bentuk metode penelitian yang mengikuti proses pengumpulan data, penulisan dan penjelasan atas data dan setelah itu dilakukan analisis. (Surahmat, 1998:132)

Deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan dimana penjelasan ini menggunakan metode kualitatif kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Agama Islam Pangeran Dharma Kusuma Segeran Indramayu, Provinsi Jawa Barat.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah pendekatan sosiologis karena peneliti melakukan interaksi lingkungan sesuai dengan unit sosial, individu, kelompok, lembaga atau masyarakat.

Jenis dan Sumber Data

a) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dilakukan dengan pengambilan informasi secara langsung.

b) Sumber Data

1. Data Primer, Sumber utama yang dijadikan bahan penelitian adalah Primer yaitu data yang diperoleh dari pihak-pihak yang berkepentingan di lingkungan STAIS Dharma Segeran Indramayu melalui pengamatan dan wawancara.
2. Data Sekunder, yaitu yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Pengumpulan data

Untuk mendapatkan data yang valid dan akurat, penulis melakukan:

a) Survei Pustaka

yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian baik yang didapat dari buku-buku teori yang membahas pasar tradisional dalam perspektif ekonomi Islam, hasil-hasil seminar, skripsi-skripsi yang mempunyai korelasi terhadap penelitian ini.

b) Observasi

yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek yang akan diteliti. Tujuannya adalah untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang penerapan Blue Ocean Strategy.

c) Wawancara

yaitu suatu cara untuk mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden dalam hal ini kepada para pedagang pasar Karangampel, pembeli dan pemerintah setempat guna melengkapi data yang diperlukan.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu unsur yang amat penting dalam suatu penelitian, karena fungsinya sebagai sarana pengumpul data yang banyak menentukan keberhasilan suatu penelitian yang dituju. Oleh karena itu, instrumen penelitian yang digunakan disesuaikan dalam dengan situasi dan kondisi dari penelitian itu sendiri. Adapun alat-alat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

a) Handphone sebagai alat perekam

Alat perekam digunakan sebagai alat bantu agar tidak ada informasi yang terlewatkan dan selama wawancara peneliti dapat berkonsentrasi pada apa yang ditanyakan tanpa harus mencatat. Alat perekam ini juga memudahkan peneliti mengulang kembali hasil wawancara agar dapat diperoleh data yang utuh, sesuai dengan apa yang disampaikan responden dalam wawancara. Hal ini berguna untuk meminimalkan kesalahan biasa yang sering terjadi karena keterbatasan dan subjektivitas peneliti. Alat perekam ini digunakan dengan seizin responden. Selain alat perekam peneliti juga menggunakan catatan sebagai alat bantu untuk menggambarkan situasi dan keadaan saat berlangsungnya proses wawancara dan semua respon non verbal yang ditunjukkan oleh informan.

b) Kamera

Kamera digunakan sebagai alat bantu pada saat penelitian. Kamera ini berguna sebagai alat dokumentasi berupa foto.

c) Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk mengingatkan peneliti mengenai aspek-aspek yang harus digali, serta apa yang sudah atau belum ditanyakan. Adanya pedoman wawancara juga akan memudahkan peneliti membuat kategorisasi dalam melakukan analisis data. pedoman wawancara yang didasari oleh kerangka teori yang ada, guna menghindari penyimpangan dari tujuan penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Dalam rangka menjawab rumusan masalah yang ditetapkan penulis maka analisis data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan Miles dan Huberman (1984) (Sugiyono, 2013:335)

- a. Pengumpulan data baik melalui observasi langsung di lapangan kemudian wawancara mendalam terhadap informan yang *compatible* terhadap penelitian untuk menunjang penelitian yang dilakukan agar memperoleh data sesuai dengan yang diharapkan. ataupun dengan menelaah literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian.
- b. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dari catatan-catatan yang diperoleh dari pengumpulan data. Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan informasi dalam bentuk teks naratif atau grafik jaringan yang bertujuan mempertajam pemahaman penelitian terhadap informasi yang dipilih kemudian disajikan dalam uraian penjelasan.
- c. Pada tahap akhir adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan data yang didapatkan. Dimana dalam Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep-konsep yang mendukung pembahasan yang relevan kemudian diperoleh kesimpulan

dari permasalahan penelitian ini.

Pengujian Keabsahan Data

Dalam pengujian keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknis triangulasi dimana lebih mengutamakan efektifitas proses dan hasil yang diinginkan. Triangulasi dilakukan dengan menguji apakah proses dan hasil metode yang diinginkan sudah berjalan dengan baik. Seperti:

- a) Pastikan apakah setiap hari telah terhimpun catatan wawancara dengan informan serta catatan harian observasi
- b) Dilakukan uji silang terhadap materi catatan-catatan harian itu untuk memastikan apakah tidak ada informasi yang bertentangan antara catatan wawancara dan catatan observasi. Apabila ternyata ada informasi yang tidak relevan, peneliti harus mengonfirmasi perbedaan itu.
- c) Hasil konfirmasi itu perlu di uji lagi dengan informasi-informasi sebelumnya. Hal ini dilakukan terus menerus sampai peneliti yakin bahwa tidak ada lagi yang harus dikonfirmasi kepada informan.

Triangulasi juga dilakukan dengan menguji pemahaman peneliti dengan pemahaman informan tentang hal-hal yang diinformasikan kepada peneliti. Hal ini perlu dilakukan mengingat pemahaman makna suatu hal bisa jadi berbeda antara satu orang dan lainnya.

Setelah draft laporan selesai, sebelum dipublikasikan peneliti memintainforman untuk membaca kembali draft laporan penelitian itu. langkah ini untuk mengonfirmasi berbagai informasi yang peneliti peroleh. Apabila proses ini dilakukan tanpa complain dan komentar dari informan maka laporan sudah dapat di publikasikan. Uji keabsahan melalui triangulasi ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat uji statistik. Sesuatu yang dianggap benar apabila kebenaran itu mewakili kebenaran orang banyak atau kebenaran *stakeholder*. Kebenaran bukan hanya muncul dari wacana etik, namun juga menjadi wacana etnik dari masyarakat yang diteliti. (Burhan, 2015: 203-205)

Pembahasan

1. Kerangka Kerja Blue Ocean Strategy

a) Menghapus (Eliminate)

Dalam bisnis akan selalu ada hal yang sebenarnya dianggap baik namun tidak berguna bagi masyarakat. Maka, sebaiknya Anda harus mengeliminasi atau menghapuskan hal-hal yang tidak bernilai dari produk. Hal ini dilakukan, agar produk mampu memaksimalkan fitur dan bagian yang tersedia. Dalam hal tersebut, Anda tidak perlu merasa kehilangan atau merasa ada yang kurang jika menghilangkan produk tersebut. Anda justru harus bisa menonjolkan karakter dari produk utama yang menjadi primadona bisnis Anda.

b) Mengurangi (Reduce)

Beda dengan eliminasi, mengurangi di sini yaitu dengan mengurangi unsur-unsur yang nilainya kurang namun tetap diperlukan. Jika Anda tidak ingin menghilangkan fitur yang tidak berguna secara menyeluruh, setidaknya Anda dapat menguranginya

di bawah standar industri. Dengan begitu, pengeluaran akan lebih hemat. Namun, jika fitur tersebut tidak memberikan banyak kontribusi sekaligus nilai pada masyarakat, sebaiknya hal tersebut dihilangkan. Sehingga, bisnis akan lebih terarah sekaligus menghasilkan keuntungan yang lebih baik.

c) Meningkatkan (Raise)

Jika Anda sudah mengurangi fitur yang kurang memberikan manfaat, maka Anda perlu meningkatkan standar dan juga fitur yang memiliki keunggulan. Hal tersebut akan menjadi peluang untuk Anda membuat sebuah pembeda dari produk pesaing.

d) Menciptakan (Create)

Tindakan yang harus Anda lakukan yaitu menciptakan hal-hal baru yang belum pernah ada dan dilakukan oleh industri baru. Hal tersebut akan menciptakan terobosan baru yang mampu memikat hati para konsumen. Anda harus menciptakan fitur yang terbukti mampu memberikan nilai dan manfaat lebih untuk konsumen. Karena, adanya hal tersebut akan membuat usaha Anda diterima oleh masyarakat luas.

Menurut Kim dan Mauborgane (2005:60) dengan mendorong perusahaan mengisi skema dengan tindakan-tindakan menghapuskan, mengurangi, meningkatkan, dan menciptakan, skema ini memberikan empat manfaat utama kepada perusahaan: 1. Dapat mendorong perusahaan untuk mengejar diferensiasi dan biaya murah secara bersamaan untuk mendobrak pertukaran nilai -biaya. 2. Dapat segera menghantam perusahaan yang hanya berfokus pada upayameningkatkan dan menciptakan, sehingga menaikkan struktur biaya mereka, serta menghantam perusahaan yang sering memodifikasi produk dan jasa secara berlebihan -kesalahan umum dalam banyak perusahaan. 3. Skema ini dengan mudah dipahamkan oleh manajer di level apa pun, sehingga menciptakan tingkat keterlibatan yang tinggi dalam penerapannya. 4. Karena penuntasan upaya-upaya dalam skema ini merupakan tugas menantang, skema ini mendorong perusahaan untuk bersemangat dalam menganalisis setiap faktor industri yang menjadi ajang kompetisi, sehingga ia menemukan berbagai asumsi implisit yang mereka buat secara tak sadar dan berkompentisi.

2. Prinsip Blue Ocean Strategy

Prinsip Blue Ocean Strategy, BOS memiliki enam prinsip yang mendorong kesuksesan penerapan dan pelaksanaannya. Setiap strategi pasti melibatkan peluang dan resiko di dalamnya, begitu juga dengan BOS. Pada keenam prinsip BOS tersebut juga terdapat resiko- resiko yang akan ditangani oleh setiap prinsipnya. Empat prinsip pertama merupakan pemandu keberhasilan dalam merumuskan BOS, sedangkan dua prinsip terakhir merupakan pemandu ketika BOS yang efektif dieksekusi.

Tabel 1
Prinsip Perumusan Blue Ocean Strategy (Kim&Mauborgne, 2014)

No	Prinsip Perumusan		Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip
1.	Merekonstruksikan batasan -batasan pasar	↓	Risiko pencarian

2.	Fokus pada gambaran besar, bukan pada angka	↓	Risiko Perencanaan
3.	Menjangkau, melampaui permintaan yang ada	↓	Risiko skala
4.	Melakukan rangkaian strategis dengan tepat	↓	Risiko model bisnis
Prinsip-Prinsip Eksekusi Pelaksanaan			Faktor Resiko Yang Ditangani Oleh Setiap Prinsip
5.	Mengatasi hambatan -hambatan utama dalam organisasi	↓	Risiko organisasi
6.	Mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi	↓	Risiko manajemen

Pada prinsip perumusan menggunakan alat analisis yang sering disebut dengan istilah kanvas strategi. Kanvas strategi adalah kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi samudra biru yang baik. Kanvas ini merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal. Kurva nilai ini yang akan menjadi dasar membuat strategi biru.

Cara merekonstruksi batasan-batasan pasar

- 1) Mencermati industri-industri alternatif
- 2) Mencermati kelompok-kelompok strategis dalam industri
- 3) Mencermati rantai pembeli
- 4) Mencermati penawaran produk dan jasa pelengkap
- 5) Mencermati daya tarik emosional atau fungsional bagi pembeli
- 6) Mencermati waktu

Adapun cara membaca nilai dalam kanvas strategy dijelaskan sebagai berikut (Kim & Mauborgne, 2014)

a. Bila kurva nilai memenuhi tiga kriteria yang mendefinisikan strategi samudra biru, yaitu fokus, divergensi, dan mempunyai motto/tagline maka hal ini menunjukkan perusahaan berada di samudra biru.

b. Bila kurva nilai suatu perusahaan bertemu dengan kurva nilai pesaingnya, menunjukkan bahwa perusahaan terperangkap dalam kompetisi samudra merah.

c. Bila kurva nilai menunjukkan tingkat nilai yang tinggi dalam semua faktor, maka harus dipertanyakan apakah pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan mencerminkan investasi. Jika tidak, berarti perusahaan mungkin memberikan pasokan berlebih atau memberikan penawaran terlalu banyak kepada pelanggannya.

d. Jika kurva nilai suatu perusahaan terlihat tanpa pola yang jelas, dimana penawaran bisa digambarkan sebagai "naik-turun-naik-turun", maka menunjukkan perusahaan tidak mempunyai strategi yang koheren.

Hasil Pemotretan Data

1. Kerangka Kerja Empat Langkah

Dari pertanyaan yang diajukan oleh penulis pada Pengelola LPM STAIS Dharma Segeran Indramayu, penulis mendapatkan jawaban atas pertanyaan dari

1. Faktor apa saja yang harus dihapuskan dari faktor -faktor yang telah diterima begitu saja oleh STAIS Dharma Segeran Indramayu ?

Jawaban: Sistem manajemen di sini sedang mengalami perubahan dimana struktur organisasi hanya dikontrol oleh satu SDM saja dan itu membuat manajemen kampus tidak terkontrol dengan baik dengan semua tanggung jawab yang di pegang oleh satu orang. Kemudian SDM yang berlebihan juga menambah tidak efektifnya manajemen yang diaplikasikan. Rantai komando perusahaan yang tidak sesuai sasaran operasi bisnis.

2.Faktor apa saja yang harus dikurangi hingga di bawah standar STAIS Dharma Segeran Indramayu ?

Jawaban: Saluran birokrasi yang berlebihan perlu dikurangi untuk menurunkan biaya ini. Banyaknya saluran birokrasi menyebabkan biaya operasional organisasi yang berlebihan juga harus dikurangi. Kegiatan yang kurang peminatnya dalam arti slow moving juga harus dikurangi mengingat biaya operasional organisasi. Promosi yang kurang efektif dengan media cetak seperti brosur juga akan dikurangi karena sekarang, promosi mudah dan murah dengan menggunakan media internet dan sosial media. Fasilitas juga akan dikurangi terutama pada buku-buku perpustakaan manual, karena banyaknya buku justru menyebabkan biaya pemeliharaan semakin tinggi, sementara hari ini sudah jarang mahasiswa yang berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan buku-buku itu, mereka sudah mulai terbiasa dengan e-book.

3.Faktor apa saja yang harus ditingkatkan hingga di atas standar STAIS Dharma Segeran Indramayu ?

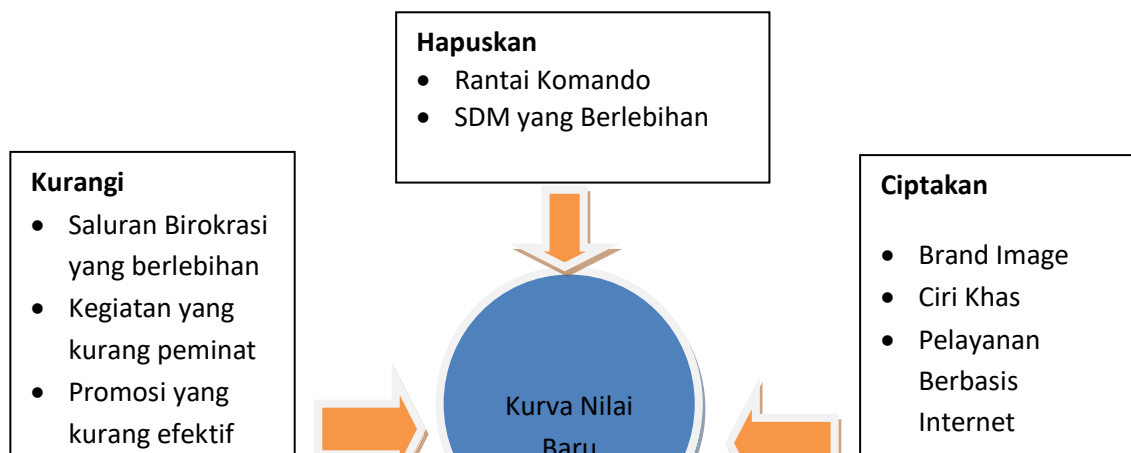
Jawaban: Efektifitas SDM yang sesuai SOP harus ditingkatkan. Promosi berupa diskon juga harus ditawarkan dengan intensitas yang lebih ditingkatkan lagi. Kerja sama dengan pihak ketiga untuk meningkatkan jumlah peminat seperti, seperti lembaga-lembaga pendidikan di bawah naungan kemenag atau organisasi keprofesian seperti Pergunu atau IGRA atau Persatuan Guru MI.

4.Faktor apa saja yang belum pernah ditawarkan STAIS Dharma Segeran Indramayu sehingga harus diciptakan ?

Jawaban: Yang harus diciptakan saat ini adalah keinginan pasar yang baru. Dengan menciptakan suasana baru, disain interior kelas yang lebih modern yang diperbaharui dan ciri khas yang baru dari kampus ini, yakni menyajikan kampus yang beradaptasi dengan teknologi informasi. Selain itu, Pelayanan kepada mahasiswa dengan layanan berbasis internet, baik dari aspek pembiayaan maupun pembelajaran.

Dari jawaban atas pertanyaan –pertanyaan tersebut, penulis menggambarkan kerangka kerja empat langkah dalam menciptakan kurva nilai baru.

Gambar 1
Kerangka Kerja Empat Langkah STAIS DHARMA Segeran Indramayu



2. Skema Hapuskan – Kurangi – Tingkatkan – Ciptakan

Untuk menciptakan samudra biru, ada alat penting yang berperan sebagai pelengkap dalam analisis bagi kerangka kerja empat langkah. Alat ini disebut skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan. Skema ini mendorong perusahaan untuk tidak hanya menanyakan empat pertanyaan dalam kerangka kerja empat langkah, tapi juga bertindak berdasarkan keempat pertanyaan itu untuk menciptakan suatu kurva nilai baru. Dengan perusahaan mengisi skema dengan tindakan -tindakan menghapuskan, mengurangi, meningkatkan dan menciptakan.

Berdasarkan hasil pertanyaan yang dilakukan dengan kerangka kerja empat langkah, penulis menganalisis nilai kepentingan dari atribut kebutuhan pelanggan dan faktor penawaran dari faktor kompetisi yang ada. Adapun hasil yang diperoleh digambarkan dalam lembar skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan yang disusun dan dijelaskan pada gambar berikut ini.

Gambar 2
Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan Di STAIS Dharma Segeran Indramayu

Eliminate (Menghapus)	Reduce (Mengurangi)
<ul style="list-style-type: none">• Rantai Komando• SDM yang Berlebihan	<ul style="list-style-type: none">• Saluran Birokrasi yang berlebihan• Kegiatan yang kurang peminat• Promosi yang kurang efektif• Fasilitas yang mengeluarkan biaya tinggi

Raise (Meningkatkan)	Create (Menciptakan)
<ul style="list-style-type: none">• Efektivitas SDM Sesuai SOP• Promosi berupa diskon• Kerja Sama Pihak ketiga	<ul style="list-style-type: none">• Brand Image• Ciri Khas• Pelayanan Berbasis Internet

3. Kanvas Strategi

Dalam menggambar Kanvas Strategi, penulis harus mengetahui penilaian dari setiap faktor -faktor persaingan yang didapatkan dari Skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan pada STAIS Dharma Segeran Indramayu . Adapun indikator bobot penilaian yang dibuat oleh penulis berdasarkan hasil wawancara di lapangan, yakni pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2
Indikator Bobot Penilaian

No	Faktor Persaingan	Bobot Penilaian
1	Hapuskan <ul style="list-style-type: none">• Rantai Komando• SDM yang Berlebihan	5 5
2	Kurangi <ul style="list-style-type: none">• Saluran Birokrasi yang berlebihan• Kegiatan yang kurang peminat• Promosi yang kurang efektif• Fasilitas yang mengeluarkan biaya tinggi	5 7 8 8
3	Tingkatkan <ul style="list-style-type: none">• Efektivitas SDM Sesuai SOP• Promosi berupa diskon• Kerja Sama Pihak ketiga	5 8 8
4	Ciptakan <ul style="list-style-type: none">• Brand Image• Ciri Khas• Pelayanan Berbasis Internet	8 8 8

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemotretan data dalam analisis penerapan blue ocean strategy menggunakan skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan dan kanvas strategi, berdasarkan prinsip strategi samudra biru yaitu melakukan inovasi nilai dengan meningkatkan nilai manfaat sekaligus mengurangi biaya. Dalam hal ini STAIS Dharma Segeran Indramayu menciptakan kurva nilai dengan melakukan inovasi dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik serta peningkatan kualitas produk dengan didukung alasan yang kuat yaitu menghilangkan aspek harga mahal. Brand image dari STAIS Dharma Segeran Indramayu sendiri juga mendukung terciptanya kurva nilai. Hasil penelitian juga melihat posisi STAIS Dharma Segeran Indramayu ini berada di area samudra biru dimana STAIS Dharma Segeran Indramayu sedang menjalankan strategi samudra biru berdasarkan analisis menggunakan kanvas strategi.

Sumber Bacaan/Referensi

- Bungin, Burhan, 2017. Metodologi Penelitian Kualitatif. Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer, Penerbit RajaGrafindo Persada, Jakarta
- 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.
- 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 Pebruari.
- 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*. NewYork: 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 Industtri 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