

MANAJEMEN CORPORATE DALAM MENINGKATKAN MUTU LEMBAGA PENDIDIKAN

Kuni Azizah¹

¹Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Email kontributor: kuniazizah02@gmail.com

Abstrak

Pendidikan saat ini harus mengikuti perkembangan zaman yang begitu pesat. Dengan adanya teknologi memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi. Pendidikan yang baik akan dapat diperoleh dari lembaga yang bermutu. Lembaga pendidikan yang memiliki mutu baik akan menghasilkan produk yang baik pula maka dari itu manajemen corporate sangat dibutuhkan oleh lembaga pendidikan. Kepala sekolah yang memiliki karakteristik wirausahaawan akan memudahkan lembaga untuk mencapai visi misinya. Maka jurnal ini akan membahas tentang manajemen corporate dalam lembaga pendidikan, karakteristik kepala sekolah sebagai wirausahawan dan strategi kewirausahaan bagi sekolah. Penulisan jurnal ini dengan menggunakan studi literatur yang didapatkan dari berbagai sumber yaitu buku-buku, artikel dan berbagai jurnal.

KataKunci:Manajemen, corporate, lembaga pendidikan

Abstrack

Education today must keep up with the times that are so rapid. With the existence of technology makes it easy for humans to get information. Good education will be obtained from quality institutions. Educational institutions that have good quality will also produce good products, therefore corporate management is needed by educational institutions. Principals who have entrepreneurial characteristics will make it easier for institutions to achieve their vision and mission. So this journal will discuss corporate management in educational institutions, the characteristics of school principals as entrepreneurs and entrepreneurial strategies for schools. This journal writing uses literature studies obtained from various sources, namely books, articles and various journals

Keywords: Management, corporate, educational institutions

PENDAHULUAN

Salah satu persoalan nasional dalam menghadapi masa depan bersama adalah peningkatan kemampuan pembangunan (*development capability*). Peningkatan ini paling utama terletak pada kemampuan sumber daya manusia sebagai subyek sekaligus obyek dari pembangunan itu dengan dilandasi penanaman sikap dasar yang benar terhadap usaha pembangunan itu sendiri (Buchori, 1994: 13). Sikap dasar yang benar dan bijaksana itu akan mampu melahirkan tindakan membangun yang sebenarnya (*genuine development act*) yang membawa kepada kesejahteraan masyarakat luas, tidak hanya sekedar tindakan membangun semu yang hanya semata-mata mengejar target.

Terkait dengan persoalan tersebut di atas, program-program pendidikan sebagai pencetak pelaku pembangunan harus senantiasa berorientasi ke masa depan, mengembangkan wawasan serta sikap yang futuristik sekaligus antisipatoris. Dengan itu pendidikan akan mampu melahirkan generasi yang dewasa, peka serta peduli terhadap problematika yang akan muncul di masa depan. Di sisi lain pendidikan demikian akan mampu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan yang berakselerasi dengan sangat cepat yang pada gilirannya akan dapat mengubah cara dan gaya hidup manusia (Istiarsono: 2016).

Kualitas suatu pendidikan akan tercapai apabila komponen-komponen untuk meningkatkan kualitas pendidikan memenuhi syarat tertentu. Komponen yang berperan dalam peningkatan mutu pendidikan salah satunya adalah kepala sekolah sebagai manajer, tenaga pendidik yang berkualitas juga, yaitu yang mampu menjawab tantangan-tantangan dengan cepat dan bertanggung jawab. Kepala Sekolah dan Tenaga pendidik mempunyai peran yang sangat strategis dalam pembentukan pengetahuan, ketrampilan, dan karakter peserta didik, karena itu kepala sekolah dan tenaga pendidik yang profesional akan melaksanakan tugasnya secara profesional sehingga menghasilkan siswa yang lebih berkualitas juga. salah satu kompetensi yang harus dikuasai kepala sekolah adalah kewirausahaan yang akan mendukung tugas dan fungsinya dalam meningkatkan mutu pendidikan (Fitrihana: 2009).

Melihat fenomena di atas pada penelitian ini penulis akan memaparkan tentang manajemen corporate dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan yang meliputi konsep manajemen corporate dalam lembaga pendidikan, karakteristik kepala sekolah sebagai wirausaha dan strategi kewirausahaan bagi sekolah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi literatur yang memusatkan keberadaan sistem informasi manajemen dalam pengambilan keputusan pada lembaga pendidikan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Studi literatur ini bersumber dari beberapa buku, jurnal dan artikel yang dijadikan rujukan. Setelah data yang diperoleh sudah mencukupi kemudian diolah dan disimpulkan di akhir penelitian.

PEMBAHASAN

Konsep Manajemen Corporate Dalam Lembaga Pendidikan

Coorporate adalah suatu bentuk usaha atau kerja sama. Koorporasi produksi pendidikan itu terdiri dari penyelenggaraan, peserta didik dan pengguna hasil pendidikan dengan peran yang berbeda. Penyelenggaraan pendidikan adalah satuan pendidikan yang didirikan oleh pemerintah maupun masyarakat swasta yang didukung oleh pimpinan tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Pengguna hasil pendidikan yaitu orang tua dan keluarga peserta didik masyarakat, dunia kerja, bangsa dan Negara. Dari uraian di atas manajemen *corporate* dalam lembaga pendidikan adalah kegiatan mengarur suatu organisasi produksi untuk menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh konsumen (Masrokan:2014).

Konsumen utama di lembaga pendidikan dalah siswa mahasiswa dan *stakeholder* pendidikan. Lembaga pendidikan akan diminati oleh konsumen jika suatu lembaga pendidikan memiliki mutu yang baik. Lembaga pendidikan mampu memasarkan produknya jika jasa yang ditawarkan dapat memuaskan konsumen. Contohnya jasa yang diberikan lembaga pendidikan memberikan nilai tambah bagi peningkatan kompetensi individu atau siswa. Jika sebaliknya layanan dan jasa yang dipasarkan akan tidak laku. Dampak dari ketidak lakuan produk yang di psarkan lembaga pendidikan akan mengalami kemunduran dan peminat terus berkurang jika tidak ada inisiatif untuk memperbaikinya dan akhirnya lembaga pendidikan akan mati di tutup (Rifai: 2012).

Berdasarkan pemaparan di atas lembaga pendidikan juga perlu menerapkan konsep bisnis, tetapi konsep bisnis ini tidak semata-mata untuk mencari keuntungan sebanyak banyaknya. Tetapi dapat menekankan pada efesiensi dalam meningkatkan produktivitas kualitas lembaga pendidikan. Dari hal tersebut dapat memuaskan konsumen dan dapat membuktikan kebenaran bahwa lembaga pendidikan ini benar-benar bermutu.

Karakteristik Kepala Sekolah sebagai Wirausahawan

Berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional nomor 13 tahun 2007, ada lima dimensi kompetensi kepala sekolah yaitu kompetensi kepribadian, kompetensi manajerial, kompetensi kewirausahaan, kompetensi supervisi, dan kompetensi sosial, yang menjadi fokus penelitian ini adalah pada dimensi kompetensi kewirausahaan, dengan kompetensi tersebut kepala sekolah bisa mengembangkan sekolah atau madrasah, mencapai keberhasilan sekolah atau madrasah sebagai pembelajar yang efektif, melaksanakan tugas pokok dan fungsinya sebagai pemimpin sekolah atau madrasah, pantnang menyerah dan selalu mencari solusi terbaik dalam menghadapi kendala yang dihadapi, dan memiliki naluri kewirausahaan dalam mengelola kegiatan sebagai sumber belajar peserta didik (Futaqi: 2020).

Kepala sekolah yang memiliki jiwa wirausaha pada umumnya mempunyai tujuan dan pengharapan tertentu yang dijabarkan dalam visi, misi, tujuan, sasaran dan rencana strategis yang realistik. Antara visi, misi, tujuan, dan sasaran ini saling sinergi dan tergambar dan terdeskripsikan. Realistik berarti tujuan disesuaikan dengan sumber daya, baik SDM dan sumberdaya pendukung lainnya yang dimiliki. Semakin jelas tujuan yang ditetapkan semakin besar peluang untuk dapat merealisasikan. Dengan demikian, kepala sekolah yang berjiwa wirausaha harus memiliki tujuan yang jelas dan terukur dalam mengembangkan sekolah (Winario: 2018).

Untuk mengetahui apakah tujuan tersebut dapat dicapai maka visi, misi, tujuan dan sasarannya dikembangkan ke dalam indikator yang lebih terinci dan terukur untuk masing-masing aspek atau dimensi, dimensinya seperti pada Permendiknas No. 13 Tahun 2007. Dari indikator tersebut juga dapat dikembangkan menjadi program-program dan sub-program yang akan lebih memudahkan implementasinya dalam pengembangan sekolah/madrasah.

Kepala sekolah agar mampu menjalankan tugasnya dalam berwirausaha yaitu: 1) tidak takut mengambil resiko pada bisnisnya, 2) mendukung adanya perubahan dan inovasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif 3) bersaing secara agresif dengan sekolah lainnya. Dengan demikian kepala sekolah berjiwa wirausaha harus memiliki tujuan yang jelas dan terukur dan mampu mengambil resiko dan bertanggungjawab atas keputusan yang telah diambil dalam mengembangkan sekolah (Kusuma: 2014).

Strategi Kewirausahaan Bagi Sekolah

Kewirausahaan di sekolah tidak ada pola khusus melainkan menggunakan pola kebanyakan yang dipakai oleh perusahaan-perusahaan lainnya, hanya sajaranya saja yang bervariasi. Ada 4 (empat) tahapan yang dilakukan saat akan melakukan pengembangan kewirausahaan yang ada di sekolah, yaitu tahapan persiapan, tahapan perencanaan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pemasaran. Tahapan persiapan yang perlu dilakukan adalah mengunjungi pasar tradisional yang ada disekitar sekolah untuk melihat kebutuhan masyarakat terhadap suatu benda ataupun sesuatu yang belum ada dipasaran tetapi memiliki nilai jual tinggi (Kemal dan Hasibuan: 2017).

Tahapan perancangan yaitu Tahap ini melalui beberapa langkah sebagai berikut. Pertama, analisis potensi serta kemungkinan pengembangannya, yaitu menganalisis segala potensi di atas (fungsi-fungsi untuk mengembangkan kewirausahaan) dengan mempertimbangkan aspek kekuatannya (*strength*), kelemahannya (*weakness*), peluangnya (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Kedua, memilih dan menetapkan jenis kewirausahaan, dimana manakala potensi dan peluang lebih banyak didukung aspek *strength* dan *opportunity*, maka jenis kewirausahaan sekolah dapat dipilih dan ditetapkan sebab dipercaya berkembang ke depan. Agar efektif, dalam memilih jenis usaha dapat berkonsultasi dengan klub kewirausahaan, Komite Sekolah, alumni, donatur, Pemda, sponsorship, atau lembaga lain. Ketiga, kunjungan institusi usaha lokal relevan/sejenis yang bersifat kerakyatan, dimana untuk memberikan gambaran tentang peluang dan kendala-kendala pengembangan ke depan, dan atau menciptakan ide-ide usaha baru yang lebih produktif (Masrokan: 2014).

Tahapan pelaksanaan yaitu Tahap ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut. Pertama, mendirikan unit produksi/jasa kewirausahaan, yaitu membuat unit usaha profit taking yang melayani customer umum, dan keuntungannya digunakan untuk mendukung kecukupan modal dalam rangka efektifitas proses lembaga sekolah serta berkembang ke depan. Agar efektif, dalam mendirikan unit produksi/jasa dapat berkonsultasi dengan klub kewirausahaan, Komite Sekolah, alumni, donatur, Pemda, sponsorship, atau lembaga lain, sehingga dapat diperoleh rancangan strategis serta mendapatkan dukungan operasional.

Kedua, pendidikan dan pelatihan kewirausahaan terhadap siswa, dimana dilakukan dalam bentuk kegiatan kurikuler, kokurikuler, dan atau ekstrakurikuler, baik secara reguler (klasikal) atau merupakan program pilihan dalam bentuk klub kewirausahaan mikro. Materi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan siswa meliputi manajemen produksi dan

pemasaran komoditi unggulan sesuai potensi daerah, kemampuan berusaha, daya saing, pelayanan prima, pengelolaan ke-uangan tingkat sederhana, serta pengembangan kreativitas dan inovasi.

Ketiga, praktik kewirausahaan siswa, dilaksanakan setelah siswa memperoleh pendidikan dan pelatihan kewirausahaan teoritis di kelas dan dimaksudkan agar ilmu kewirausahaan yang telah siswa peroleh dari lembaga sekolah dapat diimplementasikan dalam dunia nyata (*real life*) yang empirik. Selain itu, siswa juga terangsang dapat menemukan kendal Kendala dan potensi unit usaha yang diamati sehingga diharapkan dapat menemukan ide-ide usaha baru yang dapat diadopsi kelak.

Tahap pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler terdapat 5 (lima) konsep yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya, yaitu sebagai berikut:

Pertama, Konsep Produksi yang merupakan salah satu konsep tertua dalam bisnis. Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia di banyak tempat dan ditawarkan dengan harga yang murah. Asumsi ini berlaku paling tidak dalam dua situasi. Pertama, jika permintaan atas produk melebihi penawaran, dimana konsumen lebih tertarik mendapatkan produk daripada keistimewaan produk tersebut. Kedua, ketika biaya produk tinggi dan harus diturunkan untuk memperluas pasar. Pusat perhatian perusahaan pada upaya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan distribusi yang luas (Ramlan dan Nikamat: 2019).

Kedua, Konsep Produk yang menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Dengan konsep ini, perusahaan memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakannya.

Ketiga, Konsep Penjualan yang menyatakan bahwa konsumen jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif.

Keempat, Konsep Pemasaran merupakan konsep yang menentang tiga konsep sebelumnya. Konsep ini menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai pasar sasaran.

Kelima, Konsep Pemasaran Berwawasan Sosial merupakan perluasan dari konsep pemasaran. Konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan mempertahankan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat (Masrokan: 2014). Konsep ini mengajak para pemasar membangun pertimbangan sosial dan etika dalam praktik pemasaran mereka, karena sering terjadi konflik kepentingan antara kepentingan untuk meningkatkan laba perusahaan, kepentingan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Sama halnya dengan yang ada di sekolah unsur-unsur institusi yang ada di sekolah perlu dikembangkan dan ditingkatkan kualitasnya agar mampu melaksanakan proses produksi kompetensi yang berorientasi kepada lembaga.

KESIMPULAN

Lembaga pendidikan perlu menerapkan konsep bisnis, tetapi konsep bisnis ini tidak semata-mata untuk mencari keuntungan sebanyak banyaknya. Tetapi dapat menekankan pada efisiensi dalam meningkatkan produktivitas kualitas lembaga pendidikan. Dari hal tersebut dapat memuaskan konsumen dan dapat membuktikan kebenaran bahwa lembaga pendidikan ini benar-benar bermutu. Kepala sekolah sebagai pimpinan lembaga juga harus memiliki jiwa kewirausahaan, dengan menerapkan strategi kewirausahaan yang akan berdampak pada lembaga yang diampunya. Untuk memenuhi kebutuhan mutu yaitu unsur-unsur institusi yang ada disekolah perlu dikembangkan dan ditingkatkan kualitasnya agar mampu melaksanakan proses yang berorientasi kepada lembaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Futaqi, S. (2020). Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. *TA'LIM: Jurnal Studi Pendidikan Islam*.
- Kemal, I., & Hasibuan, R. A. (2017). Manajemen kewirausahaan melalui strategi berbasis sekolah di Islamic Solidarity School. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*.
- Kusuma, A. I. (2017). Strategi manajemen sekolah dasar dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. *Jurnal JPSPD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar)*.
- Kusuma, N. A. (2014). *Strategi kepala sekolah dalam mengembangkan sumber pembiayaan pendidikan berbasis wirausaha: Studi kasus di SMP dan SMA Nurul Hikmah Pamekasan Madura* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Mutohar, P. M. (2013). Manajemen mutu sekolah: Strategi peningkatan mutu dan daya saing lembaga pendidikan Islam. *Yogyakarta: Ar-Ruzz Media*.
- Ramlan, P., & Nikmat, R. (2019). Pendekatan Manajemen Strategik dalam meningkatkan Minat Wirausaha Mahasiswa melalui Program Kreativitas Mahasiswa-Kewirausahaan (PMK-K). *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*,
- Rifa'i, A., & Nugraha, T. E. (2019). Rencana Strategi Dalam Menerapkan Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi Melalui Proses Pembelajaran yang Berkelanjutan.(Studi Kasus Pada Universitas Banten Jaya Kota Serang-Banten). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Winario, M., & Irawati, I. (2018). Pengaruh kepala sekolah yang berjiwa wirausaha terhadap pengembangan sekolah. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*.

Wulandari, A. (2020). *IMPLEMENTASI MANAJEMEN BISNIS PENDIDIKAN di SMA AI-KAUTSAR BANDAR LAMPUNG* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).