



MANAJEMEN STRATEGIS PEMETAAN PROGRAM PENDIDIKAN DALAM PENDEKATAN PRAKTIS

Oleh:

Asrulla¹, Maisah², Lukman Hakim³, Deassy Arestya Saksitha⁴, Dwi Wahyuni⁵

^{1,2,3,4} Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

⁵ Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam An-Nur Lampung

*Email: ¹rightasrul@gmail.com, ²dr.maisah@yahoo.com, ³Lukmanhakim70.dr@gmail.com,

⁴deassyarestyasaksitha@stiq-kepri.ac.id, ⁵Dwiwahyuni0414@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.37081/jipdas.v5i1.2582>

Article info:

Submitted: 09/12/24

Accepted: 21/02/25

Published: 28/02/25

Abstrak

Di abad ke-21, ada tren positif di dunia pendidikan, dengan hadirnya lembaga pendidikan berbasis keislaman yang dinaungi oleh sebuah yayasan. Model lembaga pendidikan ini dapat diidentifikasi ke dalam empat kategori, di antaranya pesantren, sekolah islam terpadu, madrasah, dan sekolah umum. Sebagai sebuah institusi pendidikan, SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM, telah mencoba menyusun strategi pengembangan program pendidikan sesuai dengan sumber daya yang ada berdasarkan analisis SWOT yang telah disusun secara matang. Hal ini dibuat untuk digunakan sebagai pedoman pelaksanaan pembelajaran di sekolah yang merujuk pada kebijakan pendidikan nasional dan analisis kontekstual sekolah dan lingkungan mulai dari diri peserta didik, pendidik, warga sekolah, dan lembaga kemitraan di luar sekolah. Strategi pengembangan program pendidikan ini telah dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga kegiatan belajar mengajar di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM menjadi lebih menyenangkan, menantang, mencerdaskan, dan sesuai dengan keadaan daerah dan kebutuhan peserta didik setempat. Hal tersebut sebagai upaya menciptakan keunggulan bersaing sehingga menjadi diferensiasi yang kuat bagi para pesaingnya.

Kata Kunci: Strategi, SWOT, Keunggulan Bersaing.

1. PENDAHULUAN

Pendidikan pada dasarnya berorientasi pada proses perubahan. Perubahan yang diorientasikan pada perubahan transformatif menuju peradaban yang berbudi luhur sehingga dapat terwujud masyarakat madani. Tidak hanya itu saja, pendidikan harus tampil sebagai media solutif menyelesaikan problematika yang terjadi di tengah masyarakat. Selain itu, pendidikan menjadi sarana yang menopang manusia menuju keberlangsungan kehidupannya. Dipandang sebagai proses belajar, pendidikan harus dapat menelurkan individu yang berkualitas dan masyarakat yang bernuasa religius dengan mengedepankan integritas yang tinggi serta memiliki kecerdasan dalam berpikir dan bertindak. Dalam proses ekonomi, pendidikan dipandang sebuah aset penting yang menjadi investasi jangk panjang yang dapat menghasilkan keuntungan individu maupun kelompok. Sedangkan pada proses sosial budaya, pendidikan merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari proses budaya dan kebiasaan yang dimiliki oleh masyarakat. Proses budaya ini dibentuk sebagai upaya membentuk karakter dan keunikan suatu bangsa.

Prinsip pendidikan adalah berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan yang maha esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab Namun permasalahan pendidikan seakan terus menghantui bangsa Indonesia. Di antaranya adalah rendahnya mutu pendidikan di setiap jenjang dan satuan pendidikan, khususnya pada pendidikan dasar dan menengah. Isu ini terus



berkembang hingga saat ini. Berbagai solusi tengah dilakukan segenap insan pendidikan untuk meningkatkan mutu pendidikan di Indonesia, baik di tingkat lokal maupun di tingkat nasional. Tindakan itu diharapkan dapat menjadi terobosan solutif guna menyelesaikan permasalahan mutu pendidikan. Tidak sampai di situ saja, pemerintah juga menggalakkan pelatihan-pelatihan guna meningkatkan kualitas dan kompetensi pendidik. Para kepala sekolah juga menjadi sasaran pelatihan yang berkaitan dengan manajerial sekolah. Hal ini dilakukan dengan satu konsep bahwa suksesnya pendidikan tidak lepas dari peran tenaga pendidik dan kependidikan yang berada di sekolah sebagai barisan terdepan dalam dunia pendidikan.

Pemerintah juga membuat kebijakan berkaitan dengan pengadaan buku dan alat pelajaran, penyiapan sarana dan prasarana serta meningkatkan mutu sekolah di daerah-daerah terpencil. Namun upaya tersebut belum terimplementasi menyeluruh pada seluruh satuan pendidikan yang berada di wilayah Indonesia sehingga mutu pendidikan secara komprehensif belum dirasakan oleh seluruh peserta didik khususnya di daerah yang memiliki akses pendidikan yang masih sulit. Terlebih lagi di masa pandemi, kekurangan sarana dan prasarana semakin membuat pendidikan menjadi menurun dibanding tahun-tahun sebelumnya. Maka perlu ada kebijakan pemerintah yang komprehensif sehingga bisa menghasilkan kebijakan pemerataan pendidikan di berbagai daerah tanpa terkecuali. Berbagai permasalahan pendidikan yang tengah kita hadapi membuat perlu dirumuskan kembali pendidikan yang ada saat ini. Sebuah penyelenggaraan pendidikan harus mengedepankan aspirasi, karakteristik, dan kebutuhan dari masyarakat. Ketiga aspek tersebut menjadi kunci utama kesuksesan perencanaan strategi pendidikan yang relevan dengan perkembangan zaman.

Pada prinsipnya pendidikan harus mampu memberikan respon kontekstual sesuai dengan orientasi pembangunan daerah. Ini berarti bahwa perumusan strategi pendidikan tidak bisa lepas dari aspirasi yang berkembang di dalam suatu masyarakat sehingga sangat objektif jika strategi pendidikan ditetapkan berdasarkan daerah-daerah masing-masing sehingga dapat mengangkat kebudayaan dan keunikan suatu daerah. Maka dapat dikatakan bahwa strategi pendidikan merupakan panduan yang bersifat umum yang harus mempunyai operasional sehingga dapat diimplementasikan untuk mencapai tujuan pendidikan yang telah ditetapkan dalam undang-undang. Oleh karena itu, sudah semestinya strategi pendidikan harus ditetapkan oleh para ahli yang memiliki kemampuan mumpuni sehingga mampu menghasilkan strategi pendidikan yang tepat dan sesuai kebutuhan masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Har Tilaar, perumusan strategi pendidikan harus didasarkan pada kebutuhan peserta didik, bukan karena aspek kepuasaan birokrasi. Terlebih lagi yang berorientasi pada politik sehingga sangat tepat jika strategi pendidikan mengacu pada pemerdekaan peserta didik.

Dalam proses merumuskan strategi pendidikan ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan, dan tulisan ini akan mengupas secara lengkap bagaimana proses perumusan strategi pendidikan yang diawali dengan pengertian kebijakan, pengertian strategi Pendidikan. Aspek-aspek yang tercakup dalam strategi pendidikan, kriteria strategi pendidikan, dan proses perumusan strategi Pendidikan. Siagian memiliki pandangan bahwa strategi pendidikan lebih berorientasi Penilaian yang dilakukan secara simultan terhadap lingkungan eksternal dan profil perusahaan memungkinkan manajemen mengidentifikasikail berbagai jenis peluang yang mungkin timbul dan dapat dimanfaatkan. Berbagai peluang tersebut berupa kemungkinan yang wajar untuk dipertimbangkan. Dalam melakukan analisis tentang berbagai kemungkinan tersebut manajemen mutlak perlu melakukan penyaringan yang cermat sehingga terlihat perbedaan nyata antara kemungkinan sebagai peluang dan kemungkinan yang diinginkan.

Jika proses demikian dilalui dengan tepat, hasilnya ialah suatu pilihan yang sifatnya strategik Suatu pilihan strategik harus bermuara pada penggabungan antara sasaran jangka panjang dan strategi dasar organisasi yang pada gilirannya menempatkan perusahaan pada posisi yang optimal dalam menghadapi lingkungannya dalam rangka mengemban misi yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika manajemen suatu perusahaan merasa bahwa perusahaan sudah terlalu tergantung pada suatu produk tertentu mungkin saja timbul keinginan untuk melakukan suatu analisis yang mengarah pada suatu pilihan yang sifatnya strategik. mudah membayangkan bahwa berbagai alternatif yang mungkin ditempuh dapat segera tampak, seperti pengembang produk baru, mempertahankan keunggulan produk yang sudah dikenal oleh para pelanggan, mempertahankan *status quo* dalam arti tidak



mengambil keputusan baru atau sebagai suatu langkah yang ekstrem, menjual perusahaan kepada pihak lain. Analisis selanjutnya mungkin menunjukkan bahwa semua alternatif di atas dapat saja ditempuh. Akan tetapi seandainya misi yang diemban oleh manajemen puncak menuntut pengelolaan perusahaan dengan orientasi kelestarian keberadaannya disertai oleh tingkat pertumbuhan tertentu, serta merta beberapa alternatif menjadi tidak relevan lagi untuk dipertimbangkan lebih lanjut.

Pada umumnya disadari bahwa menentukan pilihan yang sifatnya strategik bukanlah hal yang mudah. Tidak mudah oleh karena seperti telah terlihat di atas, sebelum pilihan dijatuhkan pada satu alternatif tertentu, diperlukan terlebih dahulu suatu analisis strategik yang dimaksudkan untuk menyetarakan setiap peluang yang diperkirakan akan timbul dengan tujuan atau sasaran jangka panjang tertentu. Pada gilirannya tujuan dan sasaran jangka panjang tersebut dikaitkan pula dengan cara-cara yang paling memberikan harapan. Cara-cara tersebut dikenal dengan strategi induk. Agar semuanya itu tercapai, manajemen puncak harus mampu menemukan dan menentukan berbagai kriteria dalam menilai berbagai alternatif yang menurut hasil analisis layak untuk diper- timbangkan. Berbagai kriteria yang biasanya digunakan ialah sikap manajemen puncak mengenai pengambilan risiko, fleksibilitas, stabilitas pertumbuhan, tingkat keuntungan dan diversifikasi produk. Di samping itu tidak boleh dilupakan pentingnya analisis oleh manajemen puncak tentang kondisi lingkungan eksternal -apakah tenang atau bergejolak siklus kehidupan produk yang sedang jadi sorotan perhatian komitmen manajemen terhadap struktur organisasi yang sedang digunakan, akses kepada sumber-sumber yang diperlukan, keunggulan kompetitif yang secara tradisional sudah dimiliki oleh perusahaan serta perhitungan yang matang tentang berbagai reaksi yang mungkin timbul dari berbagai pihak seperti dari pengguna produk yang dihasilkan dan bahkan juga dari pihak-pihak berkepentingan tertentu di dalam organisasi.

Manajemen strategik sangatlah penting dalam menjalankan suatu roda kelembagaan pendidikan yang mana dengannya akan melahirkan prestasi-prestasi dan juga akan tercapainya target dari suatu lembaga tersebut. Imam Qori berpendapat bahwa hal terpenting dalam manajemen strategik yaitu memudahkan suatu organisasi/lembaga dalam menguraikan berbagai strategik yang kompeten dan bijak melalui penggunaan pendekatan yang lebih sistematis, logis, dan rasional pada alternatif strategi. Dengan adanya manajemen strategik membuat seluruh elemen terkait harus berpartisipasi gunanya agar setiap elemen mempunyai perasaan ikut memiliki (*sense of belonging*), juga memiliki perasaan ikut bertanggung jawab (*sense responsibility*), dan perasaan untuk ikut berpartisipasi (*sense of participation*).

Menurut Maisah berikut beberapa alasan mengapa manajemen strategik itu penting diantaranya: Pertama, Suatu organisasi dapat dinilai seberapa baik kinerja yang telah dicapai dengan menggunakan manajemen strategik; Kedua, Organisasi harus selalu siap berhadapan dengan yang namanya perubahan situasi; dan Ketiga, Setiap keputusan yang di ambil oleh pimpinan selalu melibatkan manajemen strategik maka dari itu manajemen strategik sangat berperan dalam hal ini.

Pemetaan strategi adalah alat yang digunakan di lembaga pendidikan untuk menyelaraskan dan mengatur tujuan penelitian, pengajaran, dan pelayanan yang penting. Hal ini memberikan kerangka kerja bagi pendidik untuk merangkum pengetahuan, keterampilan, dan sistem yang mereka perlukan untuk berinovasi dan berinvestasi dalam kegiatan yang tepat. Prosesnya melibatkan penciptaan representasi visual dari tujuan dan sasaran institusi, sering kali terinspirasi oleh visi pribadi atas kontribusi unik pendidik terhadap universitas, masyarakat, dan dunia. Pemetaan strategi biasanya mencakup empat perspektif: keuangan, pelanggan, internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Perspektif finansial dan pelanggan berfokus pada apa yang ingin dicapai oleh institusi, sedangkan perspektif internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan berfokus pada bagaimana institusi dapat mencapai tujuan tersebut.

Dalam proses pembuatan peta strategi Graham Hubbard, langkah-langkah berikut: Domain strategi, Ini adalah kolom pertama pada peta, yang berisi empat kuadran. Definisi strategi: Ini adalah kolom kedua, yang mendefinisikan definisi kuadran. Harapan Universitas: Ini adalah kolom ketiga yang berisi harapan institusi akademik. Tujuan akademik: Tujuan ini dibuat dengan memfokuskan dan memilih tema dalam kolom ketiga yang relevan dengan tujuan institusi. Hasil yang spesifik: Ini adalah aktivitas spesifik yang dinegosiasikan untuk mengukur keberhasilan. Peta strategi harus dibuat pada



setiap awal tahun ajaran dan harus membantu pendidik pemula memprioritaskan berbagai tuntutan mereka, terutama dalam dua tahun pertama. Mereka juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan penetapan tujuan bagi pendidik baru dan sebagai alat untuk mengoptimalkan struktur dan arah dalam hubungan bimbingan formal. Di perguruan tinggi, pemetaan kurikulum merupakan pendekatan strategis yang mendukung pendidik dengan menyediakan kerangka kerja yang menjembatani strategi pengajaran dengan hasil pembelajaran. Proses ini melibatkan penetapan tujuan pendidikan, pemilihan pengalaman belajar yang sesuai, mengatur pengalaman belajar, dan mengevaluasi efektivitas kurikulum.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kajian kepustakaan. Kajian kepustakaan adalah proses sistematis dalam mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis literatur yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan sistematis melibatkan pengembangan protokol penelitian, pencarian literatur yang komprehensif, evaluasi kualitas literatur, dan analisis temuan yang terintegrasi. Kajian kepustakaan merupakan proses sistematis dan kritis dalam mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis literatur yang relevan dengan topik penelitian. Tujuannya adalah untuk memahami perkembangan penelitian sebelumnya, mengidentifikasi kekosongan pengetahuan, dan memberikan landasan teoritis yang kokoh bagi penelitian yang akan dilakukan. Teknik pengumpulan data dalam Penelitian ini ini dengan menggunakan dokumentasi yang diambil dari sekolah yang menjadi objek penelitian, dimana penulis mengumpulkan referensi berupa dokumen Kurikulum operasional Satuan Pendidikan, Rencana Strategis Yayasan, buku, dan jurnal relevan yang berkaitan dengan tema Penelitian ini, selanjutnya penulis menganalisis dokumen Kurikulum operasional Satuan Pendidikan dan Rencana Strategi Yayasan tersebut untuk ditarik kesimpulan yang berkaitan dengan Penelitian ini. Teknik analisis data dalam Penelitian ini ini menggunakan reduksi data, yakni penyederhanaan data-data yang telah dikumpulkan, selanjutnya penyajian data, yakni menyajikan data-data yang telah direduksi sebelumnya, dan verifikasi atau penarikan kesimpulan dari data yang telah didapatkan yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. POTENSI LOKASI PENELITIAN

1. POTENSI BENTANG ALAM

Sekolah SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM terletak di dalam Komplek Perumahan Bambu Kuning, Kelurahan Bukit Tempayan, Kecamatan Batu Aji. Sekolah ini berdiri di atas tanah seluas 20.000-meter persegi, dimana terdapat 20 rombongan belajar dgn 1-unit bangunan yang terdapat di dalamnya ruang Kepala Sekolah, Tata usaha, perpustakaan, Laboratorium, yang terdiri dari Laboratorium IPA dan Laboratorium Komputer, serta ruang meeting. 3-unit bangunan yang terdapat di dalamnya 20 ruang untuk kelas, dua ruangan untuk kantor guru. 1-unit bangunan untuk rumah sehat (UKS), 3-unit lapangan, di antaranya lapangan *Mini Soccer*, lapangan takraw, dan lapangan volly. 5-unit bangunan untuk asrama putra dan putri. Selain itu, terdapat 1-unit bangunan untuk kantin. Bangunan-bangunan tersebut difungsikan untuk menunjang kegiatan pembelajaran di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM.

2. KARAKTERISITIK MASYARAKAT DAN LINGKUNGAN SEKOLAH

Lokasi SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM yang berada di dalam tiga kompleks perumahan, di antaranya perumahan Masyeba, perumahan Sierra, dan perumahan Bambu Kuning sehingga membuka peluang usaha bagi penduduk di sekitarnya sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat di sekitar. Tipologi masyarakat sekitar sekolah di antaranya sebagai karyawan swasta, Aparatur Sipil Negara (ASN), dan Wiraswasta. Tidak jauh dari lokasi sekolah juga terdapat perkantoran Kelurahan Bukit Tempayan, perkantoran Kecamatan Batu Aji, dan beberapa Bank milik pemerintah maupun Swasta. SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM juga telah membangun kemitraan dengan pihak Puskesmas, Kelurahan, Lembaga Swadaya Masyarakat, dan beberapa perusahaan swasta yang berada di Batam. Kemitraan tersebut telah membawa dampak positif bagi sekolah.



SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM juga membangun kemitraan dengan RT dan RW Perumahan Bambu Kuning untuk mencari solusi alternatif terhadap kemacetan yang terjadi terutama ketika kondisi hujan dimana terjadi penumpukan kendaraan di sekitar lingkungan sekolah. Kemitraan tersebut telah membawa solusi terbaik untuk mengurai kemacetan pada saat pengantaran siswa dan juga pada saat penjemputan kepulangan siswa.

3. KEKHASAN/TRADISI YANG CUKUP KUAT DI SEKOLAH

Mengembangkan kearifan budaya lokal telah dilakukan di sekolah ini. Salah satunya yaitu Kesenian Tari dan Kesenian hadroh Melayu dijadikan kegiatan ekstrakurikuler. Kesenian hadroh melayu, merupakan alat musik yang memainkannya dengan cara dipukul. Untuk menghasilkan suara alat musik tersebut, harus dimainkan dengan tiga orang, dengan pukulan yang berbeda. Yang biasa disebut, anak satu, anak dua, dan anak tiga. Untuk posisi, anak satu di tengah, anak dua di sebelah kiri, dan anak tiga sebelah kanan. Barulah ketika dipukul mengeluarkan irama pukulan yang khas dari alat musik tersebut. Kesenian hadroh melayu merupakan seni budaya Melayu yang berfungsi pada acara-acara tradisi melayu, penyambutan tamu khusus, dan kegiatan penting lainnya. Selain itu ekstrakurikuler Tari juga menjadi salah satu cara sekolah untuk membudayakan tari Melayu sebagai kebudayaan lokal.

SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM merupakan salah satu sekolah islam swasta yang mendepankan nilai-nilai keagamaan dominan dalam setiap lini kegiatan guru dan siswa. Di antaranya di pagi hari akan melakukan muraja'ah hafalan, menghafal Al-Qur'an, Asma'ul Husna bersama, sholat Dhuha dan mentoring kesislaman di setiap pagi. Selain itu, guru juga melakukan aktivitas mentoring Al Qur'an, Dauroh Islamiyah, khataman Al Qur'an dan kegiatan-kegiatan keislaman lainnya. Bukan hanya itu saja, seluruh organisasi sekolah baik itu Osis, PMR, dan Pramuka akan menggalakkan program berbagi di bulan Ramadhan seperti berbagi takjil di tempat-tempat umum dan juga memberikan bantuan sembako kepada yang membutuhkan. Tidak lupa pula, mereka juga menginisiasi penggalangan dana jika terdapat bencana alam atau musibah yang terjadi pada saudara-saudara kita di seluruh wilayah Indonesia.

4. PROFIL GURU

Berdasarkan data Dapodik Bulan Mei 2023, jumlah guru SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM yaitu 50 orang. Jumlah guru yang telah menempuh jenjang S1 sebanyak 68% (34 orang Guru Mata Pelajaran), 26% jenjang SMA (16 orang Staf pengajar Tahfidzul Qur'an), dan 6% (3 orang manajemen sekolah) telah menempuh jenjang Magister yang sudah memiliki sertifikat pendidik sebanyak 68%. Lokasi tempat tinggal guru yang berada di kawasan zonasi sekolah kecamatan Batam Kota sebanyak 95%. Semua tenaga pendidik saling bekerjasama dan menjunjung rasa toleransi karena adanya perbedaan dan keberagaman dari berbagai suku bangsa di antaranya Melayu, Makassar, Minangkabau, Lombok, Banjar, Jawa, Sunda, Batak dan Palembang. Hampir 100% bisa menggunakan media digital dengan baik.

5. PROFIL ORANG TUA

Secara umum latar belakang ekonomi orangtua/wali peserta didik berada pada level menengah ke atas. Sekitar 20% bermata pencaharian wiraswasta, 70% karyawan swasta, dan 10% PNS/TNI/Polri. Latar belakang Pendidikan orangtua: kualifikasi S1 40%, dan kualifikasi SMA 60%. Kualifikasi Pendidikan orang tua dan latar belakang ekonomi menjadi salah satu faktor pendukung dalam suksesnya program dan kegiatan sekolah.

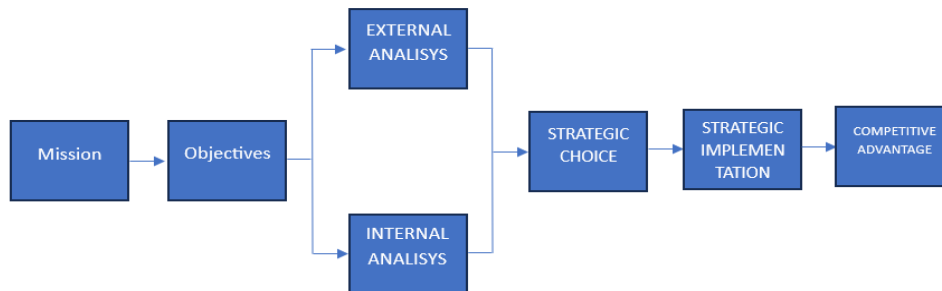
B. PEMETAAN STRATEGI SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH

I. PERPSEKTIF PROSES

Langkah-langkah sistematis dari perencanaan strategik dapat kita lihat pada Ginter (dalam AB Susanto) yang menjelaskan bahwa proses strategik mengandung lima elemen yaitu: visi dan misi (*vision and mission*), penentuan tujuan (*objective setting*), pemeriksaan lingkungan eksternal (*external environmental scanning*), pemeriksaan lingkungan internal (*internal environmental scanning*), alternatif strategi (*strategic alternatives, crafting strategy*), implementasi (*implementation*) dan pengendalian (*control*). Tahapan perencanaan strategis Ginter ini digunakan secara konsisten oleh beberapa pakar terkemuka seperti Thompson dan Strickland (1998), Hill dan Jones (1998), Stahl and Grigsby (1992), Viljoen (1994) sampai kemudian Hamel (1998) menunjukkan kelemahan pada elemen pembuatan alternatif strategi (*crafting strategy*) dengan menyatakan bahwa dalam industri strategi tidak



ada teori pembuatan strategi Barney dan Hesterly (*Strategic Management and Competitive Advantage*), 2010) mendefinisikan strategi adalah teori mengenai bagaimana mendapatkan keunggulan bersaing. Strategi yang baik adalah strategi yang secara aktual menghasilkan keunggulan bersaing. Proses manajemen strategik dijelaskan oleh Barney dan Hesterly (2010) yang dapat digambarkan pada Gambar berikut:



Sumber: *Manajemen Strategik Komprehensif Untuk Mahasiswa dan Praktisi*, Ab Susanto, 2014

Penetapan langkah-langkah strategis perencanaan sejalan dalam pandangan islam. Hal ini dapat kita telusuri kisah-kisah nabi dan para sahabat, di antaranya kisah Sahabat nabi Ali bin Abi Thalib, beliau pernah berpesan bahwa *“al haqqu bi laa nidzaam, yaghlibuhul-bathil bi an-nidzam”* artinya Kebatilan yang terorganisir akan mengalahkan kebaikan yang tidak terorganisir. Inti pelajaran dari pernyataan Ali bin Abi Thalib ra. tersebut adalah untuk mendorong kaum muslimin agar dalam melakukan sesuatu yang haq, hendaknya diorganisasikan secara baik. Rasulullah saw. juga jauh-jauh hari telah berpesan kepada kita *“Di antara baiknya, indahnya keislaman seseorang adalah yang selalu meninggalkan perbuatan yang tidak ada manfaatnya.”*(HR Tirmidzi).

Perbuatan yang tidak ada manfaatnya adalah sama dengan perbuatan yang tidak direncanakan. Jika perbuatan itu tidak pernah direncanakan, maka tidak termasuk dalam kategori manajemen yang baik. Allah Swt. sangat mencintai perbuatan-perbuatan yang ter-manage dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari firman Allah Swt. dalam Alquran surat Ash-Shaaff:4

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُورٌ

Artinya:

Sesungguhnya Allah sangat mencintai orang-orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan- akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

Pengertian kokoh di sini adalah adanya sinergi yang rapi antara bagian yang satu dengan bagian yang lain. Jika hal ini terjadi, maka akan menghasilkan sesuatu yang maksimal. Beberapa Langkah-langkah perencanaan strategis yang telah dilakukan oleh SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, di antaranya sebagai berikut:

a. Merumuskan visi & Misi

Berdasarkan analisis kondisi eksternal dan internal di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam maka ditetapkan Visi, sebagai berikut:

“Membentuk Generasi Robbani yang Berakhlak Qur’ani, Berkompetisi dalam Ilmu Pengetahuan dan teknologi”.

Visi ini tentunya ingin menjadikan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, sebagai lembaga pendidikan dasar yang profesional dan berkualitas melalui penerapan serta *mengedepankan mutu*, kondusif dalam pembelajaran dengan Budaya Belajar, Budaya Religius serta Kerjasama Kemitraan dengan berbagai unsur dan elemen masyarakat sekitar sekolah. Memandang kepada visi tersebut di atas,



“Misi” SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, yaitu: Membudayakan perilaku yang didasari nilai-nilai IMTAQ & IPTEK, Menjadikan Siswa yang mampu menjadi penghafal Al Qur’an, Mampu menguasai Teknologi Komputer dan Informatika, dan Menjadikan Siswa yang terampil berbahasa Arab & Inggris.

b. Menganalisis Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal

Sebagai sebuah organisasi yang bergerak di bidang pendidikan dalam memasuki Tahun Ajaran 2023/2024 merupakan tahun kedua dari strategi pengembangan program pendidikan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, berdasarkan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Treat* (SWOT) atau dalam bahasa Indonesia analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman (KEKEPAN) dari ketercapaian pelaksanaan program pengembangan program pendidikan tahun sebelumnya maka dirumuskan *Strength, Weakness, Opportunity, Treat* (SWOT), yaitu sebagai berikut:

- 1) Aspek Kekuatan (*Strength*)
 - a) Kepemimpinan Kepala Sekolah dan Kinerja Guru memadai untuk terwujudnya pengelolaan pendidikan yang bermutu. Hal tersebut merupakan wujud nyata dari Visi SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, yang memposisikan dirinya sebagai “organisasi Pembelajaran”
 - b) Terjalannya hubungan yang harmonis dan kooperatif antara Kepala Sekolah, guru, pegawai tata usaha/tenaga administratif dengan Orang tua Siswa, pengurus Komite Sekolah, dan Stakeholders untuk sama-sama mengembangkan pendidikan yang bermutu di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam,
 - c) Lulusan Sekolah nantinya akan memiliki daya saing yang cukup tinggi, dan berinteraksi serta bersosialisasi dalam kehidupan bermasyarakat.
- 2) Aspek Kelemahan (*Weakness*)
 - a) Kelemahan yang selama ini dirasakan adalah belum lengkap dan terbatasnya fasilitas sekolah seperti sarana dan prasarana yang mendukung pelaksanaan pembelajaran di sekolah yang lebih bermakna.
 - b) Perlu penyamaan persepsi dan dukungan antara visi, tujuan sekolah dengan orang tua.
- 3) Peluang (*Opportunity*)
 - a) Adanya kepercayaan (*trust*) yang cukup tinggi di masyarakat terhadap keberadaan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya angka pendaftaran siswa baru setiap tahunnya.
 - b) Terjalannya hubungan edukatif antara sekolah dengan pihak-pihak yang terkait dalam dunia Pendidikan khususnya perhatian berbagai pihak yang peduli akan keberadaan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam.
- 4) Tantangan / Ancaman (*Treat*)

Sebagai Sekolah Swasta yang mendapat kepercayaan dari masyarakat dan Pemerintah Kota Batam diharapkan berbagai predikat yang membanggakan dapat tercapai, antara lain :

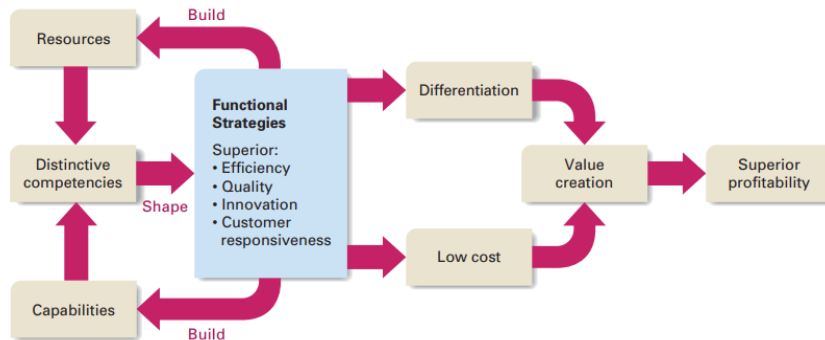
 - a) Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Berbasis Pesantren menjadi percontohan Manajemen Berbasis Sekolah (MBS) dengan menjalin kerja sama yang harmonis dengan komite sekolah,
 - b) Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Berbasis Pesantren yang bersih dan asri menjadikan setiap orang yang datang dan melihat rindu untuk kembali,
 - c) Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Berbasis Pesantren yang peduli dengan lingkungan, dan
 - d) Memberdayakan kurikulum yang mandiri dan terpadu serta mempunyai nilai tambah untuk meningkatkan tingginya animo masyarakat.

2. PENETAPAN STRATEGI

Dalam menghadapi persaingan sebuah perusahaan atau organisasi haruslah merencanakan penawaran yang memuaskan konsumennya sebagai pasar sasaran yang lebih baik ketimbang penawaran pesaingnya. Oleh sebab itu, untuk menghadapi pesaing tidak hanya melihat kebutuhan konsumen



sasarannya tetapi juga harus memikirkan strategi dalam menghadapi pesaing lain agar lebih unggul. Hal tersebut dapat diterjemahkan ke dalam profitabilitas yang lebih tinggi. *Competitive Advantage* secara progresif dapat didetailkan ke dalam gambar berikut ini:



Sumber: *Strategic management: Theory & cases: An Integrated Approach* by Charles W.L. Hill & Gareth Richard Vaughan Jones, 2019

Berdasarkan gambar di atas, terdapat dua kondisi dasar yang menentukan profitabilitas sebuah sekolah: *pertama*, jumlah nilai (*Values*) yang diberikan orang tua (konsumen) pada jasa yang diberikan oleh sekolah. *Kedua*, biaya produksi (seluruh biaya yang dikeluarkan untuk membiayai keberlangsungan sebuah sekolah). Secara umum, semakin banyak nilai yang diberikan konsumen pada sebuah sekolah dengan layanan jasanya, maka akan semakin tinggi harga yang dapat dikenakan sekolah untuk layanan jasa pendidikannya tersebut. Namun, harga yang dikenakan sekolah untuk jasa pendidikan biasanya lebih rendah dari harga nilai yang diberikan jasa tersebut oleh rata-rata konsumen.

Hal ini terjadi karena rata-rata konsumen menangkap sebagian dari nilai tersebut dalam bentuk apa yang para ekonom disebut sebagai surplus konsumen. Konsumen dapat melakukan hal tersebut, karena sekolah bersaing dengan sekolah lainnya untuk menjaga loyalitas para konsumennya. Sebuah sekolah perlu menetapkan biaya terbaik (*Best Cost*) sehingga sekolah tersebut dapat memberikan layanan pendidikan terbaik, namun dengan biaya yang tidak jauh berbeda dengan para pesaingnya. Hal tersebut akan semakin menguatkan hati para konsumen loyalnya, dengan asumsi mereka mendapatkan layanan pendidikan terbaik dengan biaya yang masih dapat dijangkau oleh mereka. Strategi tersebut hingga kini masih dipercaya sebagai strategi yang dapat dilakukan oleh sebuah sekolah untuk menentukan segmentasi pasar yang mereka cari.

Jika mendiskusikan *Competitive Advantage* akan terasa memiliki harmonisasi dengan beberapa ayat-ayat Al-Qur'an dan Al-hadist. Dalam Islam memaksimalkan keunggulan dengan melakukan perbaikan secara terus-menerus merupakan sebuah keharusan yang perlu dilakukan sebagaimana sabda Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam*:

من كان يومه خيرا من امسه فهو راجح. ومن كان يومه مثل امسه فهو مغبون. ومن كان يومه شرا من امسه فهو ملعون. (رواه الحاكم)

Artinya:

“Barang siapa hari ini lebih baik dari hari kemarin, dialah tergolong orang yang beruntung, Barang siapa yang hari ini sama dengan hari kemarin dialah tergolong orang yang merugi dan Barang siapa yang hari ini lebih buruk dari hari kemarin dialah tergolong orang yang celaka.” (HR. Al Hakim).

Michael A. Porter tidak asing lagi di dalam dunia manajemen pemasaran. Ia adalah seorang profesor di *Harvard University* sekaligus pencetus teori *Competitive Advantage*, bidang keahliannya adalah manajemen strategis. Ia kerap kali diundang untuk memberikan wejangan-wejangan dalam kelas-kelas manajemen strategis, baik diundang oleh perusahaan maupun organisasi. Dalam manajemen strategis, Porter memiliki pandangan yang cukup fenomenal yaitu *five forces model* dan *generic strategic*. *Five forces model* adalah model strategi yang sangat berguna bagi organisasi atau perusahaan, dimana sebuah organisasi atau perusahaan dapat menentukan kemampuan dalam berkompetisi. *Generic strategic* adalah alternatif strategi yang dapat digunakan organisasi atau perusahaan untuk memposisikan diri sebagai pesaing tangguh dalam sebuah persaingan. Analoginya,



Five Forces Model dalam dunia pendidikan lebih pada cara sekolah mempersiapkan diri mereka dalam persaingan, menyiapkan program unggulan, membaca peta persaingan, sedangkan *Generic Strategic* lebih dimaknai alat-alat apa saja yang digunakan untuk bisa memenangkan sebuah persaingan.

Porter juga memiliki pandangan lain yang lebih komprehensif, menurutnya *Competitive Advantage* adalah pencarian akan posisi bersaing yang menguntungkan dalam suatu industri, karena fundamental tempat persaingan terjadi, dan *Competitive Advantage* adalah kemampuan perusahaan atau perusahaan yang diperoleh melalui karakteristik dan sumber dayanya untuk memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain pada industri atau pasar yang sama. Selain itu, *Competitive Advantage* dapat diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki perusahaan atau organisasi serta bagaimana perusahaan atau organisasi mampu merumuskan dan melakukan strategi-strategi dalam pemasarannya.

Kotler dan Armstrong memiliki pandangan yang berbeda, bagi mereka, *Competitive Advantage* adalah sebuah keunggulan atas pesaing yang didapatkan dengan menawarkan kepada konsumen nilai lebih. Lebih lanjut, *Competitive Advantage* lebih mengarah pada menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul. Kotler dan Armstrong juga menegaskan bahwa dalam pasar global yang lebih kompetitif, kunci *Competitive Advantage* adalah diferensiasi. Penawaran pasar dapat dibedakan berdasarkan produk, jasa, personel, saluran, dan gambar. Suatu perbedaan layak dibangun sejauh perbedaan itu penting, khas, unggul, berbeda, terjangkau, dan menguntungkan.

Competitive Advantage dapat dianalogikan sebagai sebuah prestasi yang diperoleh dengan usaha yang begitu keras dalam sebuah perlombaan. Hal inilah yang membuat sebuah sekolah harus terus berupaya merumuskan dan melakukan berbagai strategi guna mencapai *Competitive Advantage*. Ketika sebuah sekolah mampu menciptakan nilai unggul dari program yang dirancang dalam persaingan maka sekolah tersebut akan mendapat banyak keuntungan, mulai dari pandangan baik konsumen (orang tua siswa) terhadap layanan jasa pendidikan yang menjadi program unggulan sampai pada meningkatnya popularitas sekolah dengan semakin banyak peminat untuk masuk di sekolah tersebut. *Competitive Advantage* dapat menjadi strategi yang tepat untuk menjadi acuan sebuah sekolah semakin maju di masa yang akan datang. Hal ini akan dapat dicapai jika sekolah tersebut melaksanakan perbaikan secara terus-menerus (*Continuous Improvement*). Dalam Islam sangat mendorong perbaikan secara terus-menerus, sebagaimana yang diteladankan oleh baginda Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam*. Dari Ja'far bin Sulaiman berkata bahwa ia mendengar Robi'ah menasehati Sufyan Ats Tsauri:

إنما أنت أيام معدودة، فإذا ذهب يوم ذهب بعضك، ويوشك إذا ذهب البعض أن يذهب الكل وأنت تعلم، فاعمل

Artinya:

“*Sesungguhnya engkau adalah kumpulan hari. Jika satu hari berlalu, maka sebagian dirimu juga akan hilang. Bahkan hampir-hampir sebagian harimu berlalu, lalu hilanglah seluruh dirimu (baca: mati) sedangkan engkau mengetahuinya. Oleh karena itu, beramallah.*” (*Shifatush Shofwah*)

Hal menarik lain coba diungkapkan oleh Sudaryono mengenai *Competitive Advantage*, bahwa jika sebuah perusahaan atau organisasi dapat menghasilkan dan mewujudkan produk atau jasa yang dapat dinikmati dan memiliki keunggulan melebihi apa yang bisa dicapai perusahaan atau organisasi lainnya. Ketika sebuah perusahaan atau organisasi mencapai hal tersebut, maka perusahaan atau organisasi tersebut akan menghasilkan keuntungan yang lebih besar, selain itu perusahaan atau organisasi juga dapat mendapatkan manfaat lainnya di antaranya citra yang baik, loyalitas konsumen, dan ketika mampu meningkatkan penjualan maka berpeluang besar untuk memperoleh laba yang lebih besar.

Hill dan Jones juga memiliki pandangan yang tidak kalah menarik, bagi mereka *Competitive Advantage* adalah kekuatan spesifik perusahaan atau organisasi yang dapat menjadikan perusahaan atau organisasi mampu menciptakan produk atau jasa yang memiliki diferensiasi yang tinggi jika dibandingkan dengan produk atau jasa yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Bahkan perusahaan atau organisasi tersebut akan menetapkan harga yang terbaik sehingga tidak jauh berbeda dengan penetapan harga yang ditetapkan oleh para pesaingnya dan tentu saja dengan kualitas terbaik. Hal ini karena para konsumen cukup selektif dalam memilih harga ketika melakukan pembelian, konsumen akan cenderung memilih produk atau jasa yang diinginkan yang mempunyai harga lebih murah maka perusahaan atau



organisasi yang mampu menarik lebih banyak konsumen sudah tentu akan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya.

Dari beberapa pandangan para pakar dan juga dari perspektif pemikiran Islam di atas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa *Competitive Advantage* merupakan sebuah keunggulan yang dapat dicapai oleh perusahaan atau organisasi dengan menciptakan sebuah produk atau jasa yang memiliki keunggulan diferensiasi yang lebih kompetitif dibanding para pesaingnya. Hal ini dapat dianalogikan bahwa ketika sebuah sekolah sedang membangun *Competitive Advantage*, itu berarti sekolah tersebut sedang membangun benteng yang kuat di dalam persaingan pemasaran sekolah sehingga para pesaingnya akan terasa sulit untuk menghancurkan benteng tersebut. *Competitive Advantage* sebuah sekolah akan menciptakan nilai baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama.

Menurut pemikiran Kotler terdapat tiga hal yang menjadi ukuran kesuksesan sebuah *Competitive Advantage* yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Retensi konsumen (*Customer Retention*) merupakan tingkat kemampuan sebuah perusahaan atau organisasi dalam mempertahankan konsumen yang sudah ada. Tingkat retensi konsumen yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan atau organisasi tersebut mampu memberikan nilai yang baik dan memuaskan bagi para konsumennya, serta secara efektif mengatasi masalah atau keluhan yang dilontarkan oleh seluruh konsumennya. Dalam hal mempertahankan konsumen memang tidak semudah mendapatkan konsumen baru. Namun, jika mampu mempertahankan konsumen, maka konsumen tersebut akan menjadi semakin loyal. Dengan begitu, mereka akan sulit berpaling ke kompetitor lain dan bisa menstabilkan hingga meningkatkan penjualan.
- 2) Loyalitas konsumen (*Customers Loyalty*), merupakan situasi yang konsumen secara konsisten membelanjakan seluruh anggaran yang ada untuk membeli produk atau suatu layanan jasa dari penjual yang sama. Loyalitas konsumen adalah aset perusahaan yang tidak berwujud namun sangat berharga. Kemampuan untuk mengukur dan memodelkan loyalitas konsumen secara efektif merupakan elemen penting untuk mencapai tujuan Anda dalam mempertahankan dan memperluas hubungan dengan konsumen.
- 3) Kepercayaan konsumen (*Customers Trust*), merupakan kunci untuk mendorong loyalitas dan kesuksesan *Competitive Advantage*. Untuk memperolehnya, perusahaan atau organisasi harus memahami dan menghormati konsumen mereka serta memberikan pengalaman yang relevan sesuai dengan kebutuhan masing-masing konsumennya. Pada intinya, kepercayaan konsumen tidak berbeda dengan kepercayaan yang diberikan pada hubungan pribadi dan perusahaan. Membangun kepercayaan konsumen sama seperti kepercayaan lainnya, namun mendapatkannya dan harus berupaya melindunginya.

3. KEUNGGULAN STRATEGI SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH

a. Strategi Keunggulan Program Pendidikan

Kurikulum Nasional + Kurikulum Kepesantrenan AT-TAUBAH

Memuat 10 mata pelajaran umum yang dipadukan dengan muatan Islami dari Kepesantrenan At-taubah, muatan lokal, pelajaran khas dan pengembangan diri. Muatan lokal merupakan kegiatan kurikuler untuk mengembangkan kompetensi yang disesuaikan dengan ciri khas dan potensi daerah, termasuk keunggulan daerah, yang materinya tidak dapat dikelompokkan kedalam mata pelajaran yang ada. Substansi muatan lokal ditentukan oleh satuan pendidikan. Pengembangan diri bukan merupakan pelajaran yang harus diasuh oleh guru dan dapat bekerjasama dengan pihak lain yang profesional khususnya berhubungan dengan pengembangan bakat siswa. Pengembangan diri bertujuan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, bakat dan minat setiap peserta didik sesuai dengan kondisi sekolah. Kegiatan pengembangan diri difasilitasi dan atau dibimbing oleh konselor, guru atau tenaga kependidikan yang dapat dilakukan dalam kegiatan ekstrakurikuler. Kegiatan pengembangan diri dilakukan melalui kegiatan pelayanan konseling yang berkenaan dengan masalah diri pribadi dan kehidupan sosial, belajar dan pengembangan karir peserta didik.



Pelajaran Khas & Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI) yang disusun berdasarkan pendekatan *'tarbiyatul awlaad fil islam'* yang meliputi:

- 1) pelajaran pendidikan Al Qur'an (TTQ) dan Bahasa Arab, yaitu mengajarkan kemampuan membaca Al Qur'an dengan baik dan benar dan kemampuan menghafal Al Qur'an (3 Juz) Untuk Putri dan (6 juz) untuk putra selama memperoleh pendidikan di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam. Penguasaan Bahasa Arab bertujuan agar siswa memperoleh kemampuan berbicara, membaca dan menulis dengan baik. pelajaran pendidikan agama islam yang terdiri atas pelajaran aqidah, ibadah, akhlaq, fiqh, sirah, /tarikh dan *tsaqofah*.
- 2) pembinaan kesiswaan diarahkan dalam rangka terbentuknya pribadi yang islami (*syakhsiyah islamiyah*), yang tercermin dalam pola pikir, pola sikap dan pola perilaku sehari-hari. Instrumen yang digunakan dalam kurikulum ini adalah mentoring, yaitu program pembinaan berkelompok, didampingi mentor yang berasal dari guru, orang tua atau dari orang dari luar sekolah yang memenuhi kepatutan dari sebagai mentor.

Kegiatan Ekstrakurikuler

Kegiatan pengembangan diri adalah kegiatan di luar mata pelajaran sebagai integral dari kurikulum sekolah yang dilakukan melalui kegiatan pelayanan konseling, dan ekstra kurikuler. Tujuan umum pengembangan diri adalah untuk memberikan kesempatan peserta didik untuk tidak hanya mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, potensi, bakat, minat, kondisi dan perkembangan peserta didik yang disesuaikan dengan kondisi sekolah, tetapi juga untuk memaksimalkan potensi, bakat, minat untuk mencapai prestasi. Pengembangan diri terdiri atas 2 (dua) bentuk kegiatan, yaitu berbentuk Ekstrakurikuler dan diprogramkan dalam kegiatan pembelajaran.

Kegiatan pengembangan diri berbentuk Ekstrakurikuler, di antaranya sebagai berikut:

- 1) Ekstra kurikuler Wajib
 - a) Pramuka

Kegiatan ekstra kurikuler tersebut adalah dalam rangka mendukung pembentukan kompetensi sikap sosial peserta didik, terutamanya adalah sikap peduli. Disamping itu juga dapat dipergunakan sebagai wadah dalam penguatan pembelajaran berbasis pengamatan maupun dalam usaha memperkuat kompetensi keterampilannya dalam ranah konkrit. Dengan demikian kegiatan ekstra kurikuler ini dapat dirancang sebagai pendukung kegiatan kurikuler.

- b) Karate/silat

Memberikan pengetahuan dan teknik beladiri kepada setiap siswa dan mampu berkopetensi dengan BKC yang lainnya dalam rangka memperoleh prestasi

- c) *Life skill*

Merupakan sekumpulan berbagai keterampilan hidup yang akan diajarkan kepada siswa. Kurikulum kurikuler memperhatikan budaya dan potensi lokal daerah.

- 2) Ekstra kurikuler Pilihan

Ekstra kurikuler Pilihan adalah kegiatan yang bertujuan memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan dan mengekspresikan diri sesuai dengan kebutuhan, bakat, minat, setiap peserta didik sesuai dengan kondisi sekolah. Kegiatan pengembangan diri difasilitasi dan dibimbing oleh konselor, guru tamu, atau tenaga kependidikan yang dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan ekstrakurikuler. Jenis dan strategi pelaksanaan program layanan konseling dan atau layanan akademik, yaitu Secara klasikal (perkelas), Individu, dan Kelompok. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menerapkan program ini

- a) Jenis dan strategi pelaksanaan program pengembangan bakat, minat dan prestasi
 - b) Menyebarkan angket untuk pemilihan pengembangan bakat, minat sesuai dengan kemampuan
 - c) Menyeleksi kemampuan siswa untuk memilih sesuai dengan bakat dan minat; bagi siswa yang tidak lulus seleksi diminta kembali membuat pilihan yang kedua dan seterusnya dilakukan seleksi
 - d) Pengelompokan sesuai dengan bakat dan minat
 - e) Latihan secara rutin setiap hari sabtu dan hari lainnya sesuai kesepakatan dengan pelatih atau guru pembimbing.
- 3) Program Pembiasaan



Budaya Sekolah (Akhlak), merupakan pembiasaan yang telah dilakukan dikalangan siswa SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, yaitu dengan kegiatan saling menghargai serta menerapkan budaya 3 S (senyum, sapa dan salam) kepada sesama. Pengembangan diri Iman dan Taqwa (imtaq), adalah program pengembangan diri yang telah berjalan dan berkembang di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam antara lain: Tilawah dan Tahfiz Al-Qur'an (setiap pagi Senin – Jum'at), Sholat dhuha (setiap pagi Senin – jum'at), Sholat Dzuhur berjama'ah (setiap hari), Sholat Jum'at berjama'ah (putra), Sholat Asar berjama'ah (setiap hari senin - Kamis), Amal Ma'surot (setiap pagi selesai sholat dhuha), Mentoring (setiap Pagi jum'at), dan Mentoring Dewan Guru (Setiap Siang Jum'at). Program hidup bersih dan tertib, merupakan pembiasaan wajib bagi siswa dalam rangka menerapkan motto "*Kebersihan Sebagian dari Iman*". Kegiatan ini adalah mewajibkan seluruh siswa untuk menjaga kebersihan dan ketertiban di lingkungan sekolah. Dimulai dari kebersihan diri sendiri dan lingkungan. Dengan berpedoman pada daftar piket yang telah dibuat bersama.

4) Program Penunjang Kurikulum

a) Pendidikan kecakapan hidup

Pendidikan Kecakapan hidup bertujuan untuk membantu guru dalam pelaksanaan pembelajaran yang kontekstual dan mengembangkan potensi peserta didik dalam menghadapi perannya di masa mendatang. Kecakapan hidup di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam dirumuskan melalui kegiatan-kegiatan pembelajaran yang ada pada mata pelajaran, sehingga tidak berdampak pada alokasi waktu yang ditetapkan. Pendidikan Kecakapan Hidup di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH antara lain : Protokol/MC, Zikir dan Do'a Al Ma'tsurat, Kultum, dan Hafalan Al-Qur'an (3 Juz Putri dan 6 Juz Putra)

b) Pendidikan Berbasis Keunggulan Lokal Dan Global

Pendidikan Berbasis Keunggulan Lokal di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH antara lain Sablon, Blog. Selain itu, setiap pembelajaran dirancang khusus untuk melakukan tes formatif di rumah dengan menggunakan gawai/*smartphone* (menggunakan web *Quiziz* dan *Kahoot*). Bukan hanya itu saja, sekolah juga mengembangkan literasi guru dan siswa, dimana siswa dibimbing secara khusus untuk membuat tulisan yang kemudian dibukukan. Untuk guru sendiri, dituntut untuk membuat tulisan berkaitan dengan masalah kronik yang ditemukan di dalam kelas beserta solusinya untuk kemudian dibukukan dan menjadi bahan referensi bagi guru lainnya. Dalam rangka melatih kreativitas siswa di kelas, dikembangkan juga *design* kelas agar ruang kelas ramah dan nyaman bagi siswa untuk belajar. Pendidikan Berbasis Keunggulan Global yaitu Pelaksanaan English dan Arabic Club dalam menyongsong perdagangan bebas dunia (WTO) dan AFTA.

c) Sistem Pembelajaran Yang Dikembangkan

Sistem belajar yang digunakan dalam pembelajaran adalah *PAIKEM* yaitu, Pembelajaran Aktif, Inovatif, Kreatif, dan Menyenangkan serta berbasis teknologi pembelajaran

Untuk kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan guru dianjurkan menggunakan metode yang tepat pada setiap pembelajaran yang dilaksanakan. Oleh karena itu setiap guru dituntut untuk terampil dalam menyusun CP, ATP, Modul ajar, dan berbagai program yang menyangkut tentang administrasi yang harus dipersiapkan oleh setiap guru.

d) Program Gerakan Literasi

Literasi tidak sekedar membaca dan menulis, namun mencakup keterampilan berpikir menggunakan sumber-sumber pengetahuan dalam bentuk cetak, visual, digital, dan auditori. Literasi merupakan keterampilan penting dalam hidup. Sebagian besar proses pendidikan bergantung pada kemampuan dan kesadaran literasi. Budaya literasi yang tertanam dalam diri peserta didik memengaruhi tingkat keberhasilannya, baik di sekolah maupun dalam kehidupan bermasyarakat. Gerakan Literasi Sekolah (GLS) adalah sebuah upaya yang dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan untuk menjadikan sekolah sebagai organisasi pembelajaran yang warganya literat sepanjang hayat melalui pelibatan publik.

Hal yang paling mendasar dalam praktik literasi adalah kegiatan membaca. Keterampilan membaca merupakan fondasi untuk mempelajari berbagai hal lainnya. Kemampuan ini penting bagi pertumbuhan intelektual peserta didik. Melalui membaca peserta didik dapat menyerap pengetahuan dan mengeksplorasi dunia yang bermanfaat bagi kehidupannya. Membaca memberikan pengaruh



budaya yang amat kuat terhadap perkembangan literasi peserta didik. Sayangnya, sampai saat ini prestasi literasi membaca peserta didik di Indonesia masih rendah, berada di bawah rata-rata skor internasional. Dari laporan hasil studi yang dilakukan Central Connecticut State University di New Britain, diperoleh informasi bahwa kemampuan literasi Indonesia berada pada peringkat 60 dari 61 negara yang disurvei (Jakarta Post, 2016). Rendahnya literasi membaca tersebut akan berpengaruh pada daya saing bangsa dalam persaingan global. Hal ini memberikan penguatan bahwa pembiasaan wajib baca sangat penting diterapkan dalam pendidikan di Indonesia, karena wajib baca mempunyai tujuan yang sangat luas dan mendasar yakni: a) membentuk budi pekerti luhur; b) mengembangkan rasa cinta membaca; c) merangsang tumbuhnya kegiatan membaca di luar sekolah; d) menambah pengetahuan dan pengalaman; e) meningkatkan intelektual; f) meningkatkan kreativitas; g) meningkatkan kemampuan literasi tinggi.

Adapun tujuan gerakan literasi sekolah yakni: Menumbuhkembangkan budaya literasi membaca dan menulis siswa di sekolah., Meningkatkan kapasitas warga dan lingkungan sekolah agar literat, Menjadikan sekolah sebagai taman belajar yang menyenangkan dan ramah anak agar warga sekolah mampu mengelola pengetahuan, dan Menjaga keberlanjutan pembelajaran dengan menghadirkan beragam buku bacaan dan mewadahi berbagai strategi membaca.

b. Strategi Keunggulan Pengembangan SDM

Dalam upaya mewujudkan visi dan misi lembaga, maka dirumuskan strategi penerapan manajemen SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam sebagai berikut :

- 1) Mengembangkan pola mangement atau pengelolaan sekolah yang berbasis pada prinsip-prinsip *Total Quality Management*, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi.
- 2) Memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada para guru untuk meningkatkan kualifikasi pendidikan dan kompetensinya, baik melalui jalur pendidikan formal strata satu dan strata dua (S1, S2), maupun dalam kegiatan *In House Training* yang berkaitan dengan tugas mengajar atau pembelajaran.
- 3) Mengembangkan inovasi pembelajaran melalui kegiatan Musyawarah Sekolah, gugus dan kecamatan seperti pada Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) yang terprogram dan berkesinambungan.
- 4) Mempersiapkan sarana dan prasarana penunjang pembelajaran sehingga tercipta suasana pembelajaran yang aktif, efektif dan menyenangkan.
- 5) Melakukan Kerjasama Kemitraan dengan Lembaga Pendidikan Latihan (Diklat) Pendidikan maupun dengan pihak lain yang memiliki kompetensi dan komitmen dalam pengembangan inovasi pembelajaran.
- 6) Melakukan komunikasi dan kerjasama dengan sekolah di lingkungan atau berdekatan dengan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, dan sekolah diluar daerah dalam negeri maupun luar negeri yang memiliki ivisi yang sama (studi banding, sharing pengalaman) dalam upaya menciptakan SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH Batam, sebagai tempat belajar yang kondusif, nyaman dan menyenangkan.

c. Strategi Keunggulan Marketing Communication At-taubah

Sebuah lembaga otonom di bawah Direktorat Pendidikan yang mengeksekusi seluruh proses: dari hubungan klien, Public Relations, strategi pemasaran, sisi kreatif literatur promosi, periklanan, dan karya seni. Pekerjaan MARCOM AT-TAUBAH melibatkan beberapa tugas pokok termasuk: Membuat rencana pemasaran dan analisis data, Mengorganisir media Sosial, *Customers events*, Mengelola anggaran pemasaran, Mengembangkan materi pemasaran untuk menghasilkan keunggulan sekolah, **dan** Memproduksi *press release*. Beberapa kunci sukses Marcom ataubah dalam melaksanakan kerjanya dalam pemasaran digital, di antaranya sebagai berikut.

- 1) Fokus pada Kualitas

Salah satu kunci sukses dari MARCOM AT-TAUBAH adalah fokus serta konsisten pada tujuan dasarnya sebagai *social enterprise* di bidang pemasaran pendidikan, yaitu sebuah lembaga yang memiliki proyeksi membantu sekolah menemukan keunggulan-keunggulan hingga menjadi ide pemasaran sekolah



2) Terus Berinovasi

Inovasi sangat bermanfaat untuk menambah nilai guna dari layanan yang telah ditawarkan oleh MARCOM AT-TAUBAH. Melalui beragam inovasi yang diberikan oleh MARCOM AT-TAUBAH, dengan target lulusan menjadikan para alumnyanya menjadi berdaya dengan keterampilan-keterampilan yang dapat menunjang masa depannya.

3) Meningkatkan *Networking*

MARCOM AT-TAUBAH harus mampu menjaga hubungan yang baik dengan siapapun, mulai dari konsumen, karyawan, donatur, bahkan kompetitor. Jalinan hubungan yang baik akan meningkatkan kredibilitas dari MARCOM AT-TAUBAH. Banyaknya relasi akan membuka peluang kerja sama dari berbagai rekan bisnis yang lain.

4. SIMPULAN

Sebagai sebuah institusi pendidikan yang penting, SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM, telah mencoba menyusun strategi pengembangan program pendidikan sesuai dengan sumber daya yang ada, hal ini dibuat untuk digunakan sebagai pedoman pelaksanaan pembelajaran di sekolah yang merujuk pada kebijakan pendidikan nasional dan analisis kontekstual sekolah dan lingkungan mulai dari diri peserta didik, pendidik (guru) warga sekolah, RT, RW, Kelurahan, Kecamatan Batu Aji Kota Batam Provinsi Kepulauan Riau. Strategi pengembangan program pendidikan ini diharapkan dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga kegiatan belajar mengajar di SMP BP TAHFIDZ AT-TAUBAH BATAM menjadi lebih menyenangkan, menantang, mencerdaskan, dan sesuai dengan keadaan daerah dan kebutuhan peserta didik setempat. Di samping itu, sementara para guru menerapkan kurikulum Merdeka Belajar ini, mereka diharapkan dapat melakukan evaluasi secara informal terhadap dokumen kurikulum Merdeka Belajar maupun pelaksanaannya. Dalam pelaksanaannya strategi pengembangan program pendidikan ini akan terus disesuaikan dengan kondisi dan situasi lapangan, dengan catatan tidak bertentangan dengan maksud pokok dari kegiatan-kegiatan yang dimaksudkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Armai.2022.*Reformasi Pendidikan Islam*. Ciputat: Ciputat Press Group
- Asrulla, Asrulla, Risnita Risnita, M. Syahrani Jailani, and Firdaus Jeka. "Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (2023): 26320-26332.
- Asrulla, Asrulla, Tuti Indriyani, and Firdaus Jeka. "Tantangan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pendidikan Era Society 5.0 ." *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 161-178.
- Asrulla, Asrulla. "Pengaruh Pelatihan, Pengalaman Kerja, dan Reward terhadap Kinerja Tenaga Pendidik Pada Direktorat Pendidikan Nurul Islam Group Batam." *Indonesian Journal of Islamic Educational Management* 5, no. 1 (2022): 35-45.
- Asrulla, Asrulla, Kasful Anwar, and M. Y. Mahmud. "Membangun Competitive Advantage Sekolah Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi Pendidikan." *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 1-10.
- Basri, Hasan dan Rusdiana.2018. *Manajemen Pendidikan & Pelatihan*. Bandung: Pustaka Setia
- Fattah, Nanang.2019. *Analisis strategi pendidikan*.Bandung: Rosda
- Jeka, Firdaus, and Tuti Indriyani. "Penerapan Fungsi-Fungsi Manajemen dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Islam." *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 1 (2024): 189-197.
- Hesterley, & Barney. *Strategic Management and Competitive Advantage*.New York: Pearson Prentice Hall,2019.
- Hidayat, Rahmat & Candra.2017 *Ayat-Ayat Alquran Tentang Manajemen Pendidikan Islam*. Medan: LPPPI



- Hubbard, Graham.2020. *Strategic Management*. Pearson Education Australia: Australia
- J. Dward, Blocher. *Cost Management a Strategic Emphasis*. New York: Mcgraw Hill,2018.
- Jin, Byoungho, & Cedrola, Elena. *Fashion Branding and Communication*. New York: Palgrave Macmillan,2017.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong.2022. *Marketing: An Introducing Edition 15*. (New York: Pearson
- Kotler, Philip & Hermawan Kertajaya. *Marketing 3.0, From Product to Customers to Human Spirit*.Canada: John Wiley & Sons, Inc,2017
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Marketing Management Edition 16*. New York: Pearson Education, 2022.
- Kotler, Philip, & Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*.Jakarta: Erlangga, 2020.
- Maisah.2016.*Manajemen Strategik dalam Perspektif Pendidikan Islam*.(Jambi: Salim Median Indonesia
- Porter, Michael.2019. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (terjemahan)*. Jakarta: Kharisma
- Siagian. 2018.*Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sudaryono.2020.*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*.(Yogyakarta: Andi PublisherSuriasumantri, Jujun S. 2006. *Ilmu dalam Perspektif*.Jakarta: Yayasan Obor
- Sugiyono.2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.Bandung: Alfabeta
- Susanto, AB. 2024.*Manajemen Strategik Komprehensif Untuk Mahasiswa dan Praktisi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Tilaar, Har dan Riant Nugroho.2008. *Strategi pendidikan*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar UU Sisdiknas No. 20 Tahun 2003
- W.L., Charles Hill & Gareth Richard Vaughan Jones.2019. *Strategic Management: Theory & Cases: An Integrated Approach*. Boston: Cengage Learning