

**REINVENTING PERGURUAN TINGGI
DALAM BLUE OCEAN STRATEGY
(Suatu Studi Analisis teoritik)**

Gusti Irhami

irhamni_gt@gmail.com

FKIP Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin

ABSTRACT

The status of college which is social/nonprofit which means not profit oriented to many universities to enliven its social character, only get the receipt of money from Education Development contribution (SPP) of students, the obstacle is if the students are few, so the budget for the cost of Tri Dharma can be disrupted when the function of universities is to implement Tri Dharma.

Reinventing is allowed as long as it is nonprofit because the profits earned are used for institutional development, not for the personal benefit of foundations and lecturers. While the purpose of this research is to know the role of reinventing in developing universities and developing reinventing colleges by establishing Blue Ocean Strategy. The research methodology used by using descriptive qualitative approach, that is using empirical experiences and sources of secondary data/literature.

The result of this research is that universities especially (PTS) are non profit/ social, which rely solely on the receipt of money SPP students, so PTS less developed, then PTS in the need to open additional branches of business/business/reinventing. The reinventing remains a nonprofit status because of the profit gained for institutional development.

Private universities (PTS) have advantages: technology, human resources, and market segment such as: students, lecturers, alumni/family (alma mater) so that they can move in blue ocean strategy.

Kata Kunci: PTS, Reinventing, Blue Ocean Strategy

PENDAHULUAN

Menurut undang-undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan nasional, bahwa fungsi dan tujuan pendidikan adalah: mengembangkan kemampuan dan membentuk watak Peradaban bangsa yang bermanfaat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, sedangkan tujuan untuk berkembangnya potensi anak 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 serta bertanggung jawab. Pada intinya untuk menyelenggarakan sistem tersebut tidak bisa lepas dari sumber pendanaan, sehingga juga di atur dalam Peraturan Pemerintah No 48 tahun 2008, tentang Pendanaan Pendidikan, baik di Perguruan Tinggi Negeri (PTN), maupun Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Khususnya Perguruan Tinggi Swasta, bagaimana untuk mendapatkan pendapatan untuk operasional akademik, baik dari Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP), bantuan donatur serta membuka usaha lain/Business.

Semakin banyak kegiatan belanja langsung dan belanja tidak langsung, maka semakin banyak pula pembiayaan yang dibutuhkan, untuk itu diperlukan kreativitas dalam mengelola dana dan sumber-sumber dana perguruan tinggi swasta. PTS di tantang untuk ber kreativitas mencari sumber sumber dana seperti berwirausaha/reinventing.

Pertumbuhan dan perkembangan perguruan tinggi di Indonesia semakin pesat, baik yang berstatus Akademik, Sekolah Tinggi maupun Universitas, seperti halnya investasi di Perguruan Tinggi cukup feasible atau prospeknya meyakinkan, dibuka/didirikannya Perguruan Tinggi karena alasan meningkatkan kualitas sumber daya

manusia dan pemerataan pendidikan seluruh daerah. Alasan tersebut bisa diterima karena negara Indonesia sebagai negara berkembang yang perlu di pacu pertumbuhannya terutama menyangkut bidang pendidikan, yang harus ditingkatkan kualitasnya untuk bisa bersaing/konpetitif, terbukti selama ini perkembangan Perguruan tinggi indonesia berada pada posisi 67 (Universitas Indonesia) di tingkat ASEAN; dan justru sangat di bawah Negara Malaysa yang dulunya dibawah Indonesia.

Rendahnya tata kelola Perguruan Tinggi karena disebabkan oleh beberapa hal seperti;

- a. pengelolaan yang tidak profesional.
- b. Sarana dan prasarana yang tidak memadai
- c. Kurangnya Mutu Dosen
- d. Rendahnya nilai kegiatan tridarna perguruan tinggi

e. Adanya pergeseran dari pengelolaan orientasi nirlaba ke orientasi profit/hanya mencari keuntungan semata.

Masalah tersebut diatas, banyak dialami oleh PTS, akibat keterbatasan alokasi dana operasional, karena rata-rata PTS hanya mengandalkan uang SPP mahasiswa. Jika mahasiswanya sedikit, maka PTS tidak bisa bergerak/berkembang. Untuk mengatasi masalah ini maka PTS harus mampu mencari terobosan-terobosan untuk mencari dana tambahan tidak semata-mata pasrah dengan tergantungnya uang SPP mahasiswa. Salah satu cara yang ditempuh adalah dianjurkan PTS membuka usaha-usaha bisnis/reinventing, walaupun PTS bersifat sosial/nirlaba, tetapi keuntungan/profit dari usaha bisnis/reinventing tersebut tetap digunakan untuk keperluan lembaga/PTS tidak dibenarkan untuk kepentingan pribadi anggota

yayasan/dosen. Jadi tetap *reinventing* Perguruan Tinggi bersifat nirlaba.

Pendidikan tinggi/perguruan tinggi swasta (PTS) memiliki lembaga badan penyelenggara perguruan tinggi/yayasan, yayasan sebagai payung dari cabang-cabang usaha sosial yang didirikannya, sehingga yayasan bertanggung jawab atas keberlangsungan operasional usaha-usahanya seperti perguruan tinggi untuk memenuhi pembiayaan perguruan tinggi, yayasannya mempunyai tanggung jawab mencari pendanaan. Disatu sisi yayasan sebagai lembaga nirlaba atau tidak bersifat profit bersifat sosial. Walaupun yayasan membuka cabang-cabang usaha lain yang orientasi profit, tetapi sifatnya hanya semata-mata membiayai operasional perguruan tinggi. Pada intinya profit yang diperoleh bukan untuk kepentingan/kebutuhan masing-masing pribadi pengurus yayasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *reinventing*

dalam mengembangkan perguruan tinggi, dan mengembangkan *reinventing* perguruan tinggi dengan menerapkan *blue ocean strategi*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Nirlaba

Nirlaba adalah: organisasi/lembaga bukan untuk mencari profit/keuntungan bagi pendiri/ yayasan. Lembaga seperti ini antara lain: lembaga pemerintah dan lembaga pendidikan. Banyak lembaga nirlaba yang berjalan dan berkembang untuk mencari profit, tetapi profit tersebut digunakan untuk mengembangkan/memajukan lembaga. Bukan kalau hanya untuk kepentingan pribadi atau kelompok, maka hal tersebut tidak patut di katakan lembaga nirlaba.

Dalam undang-undang No. 28 tahun 2004 tentang yayasan. Dikatakan bahwa yayasan sebagai badan hukum yang mempunyai tujuan sosial yang bersifat nirlaba banyak berkembang dan memprediksi masa depan yang baik, seperti bidang pendidikan,

begitu juga dalam peraturan pemerintah nomor 61 tahun 1999 tentang pendidikan tinggi, menyebutkan bahwa penyelenggaraan pendidikan tinggi yang dibuat oleh masyarakat haruslah berbentuk yayasan yang bersifat sosial/nirlaba.

Pendidikan tinggi yang bersifat sosial/nirlaba di perlukan juga manajemen sumber daya, khususnya menyangkut manajemen keuangan, yang tidak sedikit untuk biaya operasinal dan pembangunan sehingga diperlukan pengelolaan yang efisien dan efektif. Pengelolaan juga sering diharapkan pada besarnya biaya operasional, sedangkan PTS, tidak bisa menutupi pengeluaran, terkendala posisinya yang bersifat sosial/nirlaba sebenarnya bisnis perguruan tinggi adalah ilmu pengetahuan, karena pendidikan tinggi mempunyai pelanggan mahasiswa, Dosen/Karyawan (pelanggan intern) serta lulusan/alumni (ekstern).

Pendidikan Tinggi

Menurut pasal 59 bahwa bentuk perguruan tinggi terdiri atas: Universitas, Institut, Sekolah Tinggi, Politeknik, Akademi dan Akademi Komunitas. Dari bentuk tersebut masing-masing memiliki otonomi perguruan tinggi atau mengelola sendiri lembaganya otonomi tersebut dilandaskan berdasarkan prinsip akuntabilitas, transparansi, nirlaba, penjaminan mutu dan efektifitas dan efesiennya baik secara akademik maupun non akademik antara lain menyangkut; keuangan atau pendanaan, baik mahasiswa, pemerintah maupun dari masyarakat/publik. Masyarakat dapat berperan serta dalam pendanaan pendidikan tinggi.

Pendanaan dapat berupa: hibah, wakaf, zakat, persembahan kasih, koekte, dana dunia, sumbangan individu perusahaan, atau bentuk lain.

1. Pembiayaan

Sistem pendidikan tidak bisa lepas dari pendanaan, sehingga

perlu adanya peraturan yang mengatur seperti yang tertuang dalam pasal 46 undang-undang No. 20 tahun 2003.

- a. Pendataan pendidikan menjadi tanggung jawab bersama antar pemerintah, pemerintah daerah dan masyarakat.
- b. Pemerintah dan pemerintah daerah bertanggung menyediakan anggaran pendidikan.
- c. Ketentuan mengenai tanggung jawab pendanaan yang dimaksud ayat (1) dan ayat (2) di atur lebih lanjut dengan peraturan pemerintah.

Dalam undang-undang sistem pendidikan juga di atur tentang Standar Nasional Pendidikan (SNP). Standar Nasional Pendidikan merupakan kriteria minimal tentang sistem pendidikan diseluruh wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia. Salah satu standar tersebut

menyangkut/mengatur tentang standar pembiayaan pendidikan ditingkat perguruan tinggi dikenal dengan Standar Pembiayaan Pembelajaran. Standar Pembiayaan Pembelajaran adalah standar yang mengatur komponen dan besarnya biaya operasi satuan pendidikan yang berlaku satu tahun. Standar pembiayaan terdiri dari:

- a. Standar biaya investasi perguruan tinggi.
- b. Standar biaya operasional perguruan tinggi.
- c. Standar biaya personal siswa.

Menurut wahyu: untuk kedepan agenda pendidikan yang perlu dibenahi, diantaranya adalah peningkatan anggaran pendidikan, dan membenahi manajemen pendidikan khususnya menyangkut membenahi manajemen biaya pendidikan.

Reinventing

Reinventing dapat diartikan sebagai wirausaha sedangkan wirausaha adalah kemampuan yang

dimiliki seseorang untuk melikat kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses. Kalau *reinventing government* diberlakukan juga kepada lembaga swasta seperti Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dimana PTS bisa berwirausaha/*reinventing* karena selain ini *reinventing* PTS semata-mata memberikan pelayanan kepada mahasiswanya. Saat mahasiswanya sedikit maka ini menjadi kendala dalam operasional perguruan tinggi. Diantara karakteristik wirausaha/*reinventing* yang bisa pakai adalah melihat dari orientasi pelanggan yaitu memerlukan mahasiswa, dosen/karyawan, alumni atau keluarga almamater dan masyarakat yang dilayani sebagai pelanggan, dengan memberikan meningkatkan pertanggungjawaban kepada pelanggan.

Disisi lain dilihat dari orientasi wirausaha yaitu: menghasilkan ketimbang membelanjakan. Bagaiman caranya untuk menghasilkan uang/profit. Tidak saja berpikir untuk membelanjakan uang, tetapi berpikir bagaimana mendatangkan uang, dengan mengembangkan wirausaha PTS dengan membuka ruang wirausaha/bisnis/*reinventing*, terjadi perbedaan fungsi satu sisi sebagai fungsi usaha tetapi kedua fungsi tersebut bisa bersinergi, terkait dan membutuhkan, bagi perkembangan/kemajuan PTS. Dengan wirausaha tersebut PTS mampu mandiri.

2. *Blue Ocean Strategic*

Santoso Tanadi, MBA, bahwa konsep *Blue Ocean* Strategi adalah *Value Innovation* "Bagaimana kita mengalihkan diri dari persaingan di *Red Ocean* yang sangat kompetitive dari berdasar, menuju pada *Blue Ocean* yang membuat kopetisi jadi tidak relevan lagi.

Value Innovation dikaitkan dengan *reinventing/wirausaha* tidak selalu berupa inovasi teknologi, tetapi berupainovasi untuk peningkatan keuntungan pelanggan yang disesuaikan dengan harga jual dan biaya.

Menurut Santoso Tandi penerapan *Blue Ocean* sebagai kompetisi dalam Islam:

- a. Jalur *Independen*
- b. Dengan contoh Islami
- c. Fastabiqul Khairot
- d. Diplomasi kepemimpinan di pengaruhi oleh kemampuan kita dalam membaca/memahami karakteristik dan jalan pikiran orang
- e. *Kompetitor* adalah diri sendiri
- f. Koreksi diri ketika gagal
- g. Bukan menyalahkan kompetitor
- h. Formulasi Islam : binafsika (strategi memulai dari diri sendiri)
- i. Menjual kejujuran

j. Orang memberi kepercayaan

k. Harga kepercayaan itu mahal sedangkan harga barang itu relatif murah

l. Cari kelemahannya, kemudian bantu untuk menjadi manusia potensial

Penerapan *Blue Ocean Strategi* harus mampu/bisa menyingkirkan Red Ocean Strategi, dengan cara:

- a. Menciptakan market space yang baru
- b. Kompetitor sudah tidak relevan lagi (*kompetitor* adalah diri sendiri)
- c. Menciptakan dan menangkap demand baru
- d. Memecahkan *Value-cost erase-off*
- e. Mengejar defferensiasi baru dan low cost
- f. Kalah, dia Salahkan diri sendiri

Blue Ocean juga mempunyai 4 (empat) kunci *actein* yang harus dipilih supaya lepas dari persaingan:

- a. *Eliminate*: faktor apa yang dianggap umum dalam industri yang perlu dihilangkan
- b. *Reduce*: faktor apa yang menjadi standar industri ini, perlu dikurangi sampai di bawah standar
- c. *Raise*: faktor apa yang perlu di naikan di atas standar
- d. *Create*: faktor baru apa yang perlu diciptakan untuk menciptakan *Value Innovation* yang sangat menarik pelanggan

Prinsip Formulasi Strategi:

- a. Mengubah di atas market, menciptakan market space baru
- b. Fokus pada "Big Ficture"
- c. Menjangkau di luar market demand yang ada
- d. Pembentukan business model
- e. Formulasi Islam: *Ibda Binafsika* (Strategi mulai dari diri sendiri)

- f. Menjual kejujuran/orang membeli kepercayaan

Elemen penting dalam kegiatan usaha/bisnis akan berguna untuk membangun *blue ocean strategi* yang berbeda di persaingan pada *red ocean*. Harus diperhatikan juga ketajaman apa saja yang perlu diperhatikan.

Esensi dari Strategi *Blue ocean* adalah mengidentifikasi dan mencari strategi potensi pasar baru yang masih belum disadari oleh pemain lain. Dengan demikian suatu perusahaan bisa berperan sendirian menguasai pasar itu, sebelum para pemain lain menyadarinya.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif, yang bertujuan mennggali atau membangun suatu proporsi atau menjelaskan makna di

balik realita. Peneliti berpijak dan realita atau peristiwa yang berlangsung di lapangan. Selanjutnya, peneliti akan mendalami lebih jauh mengapa fenomena itu terjadi. Model deskriptif kualitatif ini menekankan pada penggambaran yang utuh (holistik), *pragmatis*, *strategis*, dan *self reflective*.

Pandangan teori fenomenologi dalani penelitian kualitatif menyebutkan bahwa apa yang tampak di permukaan, termasuk pola perilaku manusia sehari-hari hanyalah suatu gejala atau fenomena dari apa yang tersembunyi di benak atau pikiran sang pelaku. Perilaku apapun yang tampak di tingkat permukaan, baru dapat dipahami atau dijelaskan setelah seseorang tersebut bisa mengungkap atau membongkar apa yang tersembunyi dalam dunia kesadaran atau dunia pengetahuan manusia pelaku. Sebab, realitas itu sesungguhnya bersifat subjektif dan maknawi tergantung pada persepsi,

pemahaman, pengertian, dan anggapan-anggapan seseorang yang terbenam sebagai suatu kompleks gramatika kesadaran di dalam diri manusia (Sanapiah, 2003).

Metode pengumpulan data yang digunakan, sebagaimana lazim dalam studi kualitatif adalah observasi, dan dokumentasi.

Sumber data yang digunakan yaitu data yang diperoleh dengan mencari dan mengumpulkan bahan dari buku-buku pustaka yang dipergunakan sebagai referensi penunjang penelitian.

PEMBAHASAN

1. Peran Reinventing dalam mengembangkan Perguruan Tinggi

Undang-undang Republik Industri No. 12 Tahun 2012, bahwa Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi yang memiliki kewajiban menyelenggarakan tridharna perguruan tinggi yaitu pengajaran,

penelitian dan pengabdian pada masyarakat perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Dalam status penyelenggaraannya perguruan tinggi ada yang statusnya perguruan tinggi negeri (PTN) ada juga perguruan tinggi swasta (PTS). Dalam segi operasional pendidikan/pengajaran PTN di biayai oleh pemerintah sedangkan PTS dibiayai oleh yayasan, PTS kecenderungannya untuk mendapatkan biaya operasional semata-mata melalui uang SPP mahasiswa mau tidak mau PTS harus mencari dana dengan mencari usaha diluar penerimaan SPP.

Sudah banyak Perguruan Tinggi Swasta di Pulau Jawa memiliki cabang-cabang bisnis/Usaha yang dikelola oleh Yayasannya seperti: SPBU, Rumah Sakit, Hotel/penginapan, Supermarket serta Pertokoan dan lain-lain; sehingga tidak heran Perguruan Tinggi memiliki dana

operasional yang cukup besar. Dengan dana tersebut perguruan tinggi bisa berkembang dan maju, dibandingkan dengan perguruan tinggi swasta yang berada diluar pulau jawa khususnya yang berada pulau Kalimantan pembiayaan yang kurang mendukung, sehingga wajar rata-rata PTS status terakreditasinya C & B. Pembiayaan menjadi kendala dan tantangan dalam meningkatkan kualitas PTS. Pembiayaan sebagai faktor utama dibandingkan dengan fakta-fakta lainnya.

Banyak perguruan tinggi swasta yang tumbuh kembang kempis, karena hanya semata-mata tergantung kepada jumlah mahasiswanya. Disatu sisi juga kalau bersamaan penggunaan dana untuk operasional akademik bisa tidak berjalan lancar atau jadi korban. Jadi PTS sering di hadapkan kepada pilihan pilihan tersebut. Walaupun ada usaha-usaha bisnis, yang dimiliki, tetapi belum begitu berkembang, hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhan-kebutuhan

kampus. Pengelola PTS sekarang ditantang bagaimana menciptakan usaha yang inovatif dan kreatif sehingga memiliki keunggulan daya saing. Disisi lain juga PTS selalu diingatkan kepada sifatnya yang nirlaba karena sifat itulah seolah-olah harus selalu pasrah dengan keadaan nirlaba yang artinya bahwa PTS itu hanya berstatus lembaga sosial yang tidak mencari profit/keuntungan: sifat inilah menjadi alasan untuk tidak mencari/membuka usaha yang bersifat profit oriented, sehingga berakibat membatasi gerak PTS.

PTS dalam operasionalnya hanya sekedar “gali lobang tutup lobang” artinya target besarnya penerimaan sama besarnya pengeluaran. Akibatnya tidak ada saldo untuk meningkatkan kesejahteraan dan pembangunan, tidak bisa juga PTS selalu berpegangan kepada sifat nirlaba tetapi juga harus memikirkan bagaimana mengembangkan kemajuan PTS secara nasional

maupun internasional. Ini menjadi tantangan bagi badan penyelenggaraan perguruan tinggi/yayasan untuk mencari terobosan-terobosan tidak hanya semata-mata penerimaan berasal dari uang SPP mahasiswa.

2. Pengembangan Reinventing dengan Pengembangan Blue Ocean Strategi

Statis perguruan tinggi sebagai lembaga sosial yang bersifat nirlaba membuat perguruan tinggi hanya melaksanakan fungsi Tri Dharma. Terikat dengan fungsi tersebut perguruan tinggi khususnya swasta hanya bisa memperoleh penghasilannya dengan uang SPP mahasiswa. Dalam kenyataannya perguruan tinggi swasta berkembang/maju, terutama/khususnya di luar pulau Jawa.

Sifat nirlaba membuat perguruan tinggi swasta kurang kreatif, karena berpikir bahwa dengan nirlaba tersebut, maka tidak dibenarkan untuk memperoleh

profit sehingga ruang berwirausaha/reinventing seperti tertutup/tidak berkembang, sebenarnya bisa dibenarkan/ dikembangkan karena dengan prinsip bahwa keuntungan yang diperoleh dari usaha-usaha/bisnis digunakan sepenuhnya untuk operasional lembaga, cara yang tidak dibenarkan adalah apabila profit yang diperoleh untuk pribadi-pribadi anggota yayasan padahal kalau kita kaji, perguruan tinggi memiliki beberapa keunggulan dalam mengembangkan reinventing, seperti: memiliki sumber daya manusia yang profesional, memiliki alumni dan mahasiswa, memiliki tingkat kepercayaan, memiliki pasar tersendiri. Selain memiliki sumber daya tersebut, perguruan tinggi swasta juga rata-rata memiliki masalah yaitu menyangkut manajemen sumber daya keuangan. Perguruan tinggi swasta/PTS hanya mengandalkan penerimaan dari SPP

mahasiswa, selama belum terpikirkan untuk membuka usaha-usaha/bisnis seperti beberapa PTS yang sudah mapan/maju. Selain Tri Dharma jalan dan berkualitas juga disisi lain usahanya berkembang dan maju seperti yang sama-sama kita ketahui: usaha/bisnis/reinventing rumah sakit, penginapan/perhotelan, swalayan, agribisnis, pertokoan, SPBU dan lain-lain. Mereka dari segi penempatan ruang pasar cukup bagus, dari segi menerapkan blue ocean strategi, yaitu mengandalkan pelanggan dari almamater seperti alumni, mahasiswa, dosen/karyawan dan keluarga almamater. Dengan mengandalkan ruang pasar tersendiri mereka bisa, menghindari dari persaingan pasar-berdarah-darah/red ocean. Red ocean menciptakan kondisi dimana terjadi persaingan pasar yang sama oleh para pelaku bisnis. Pada kondisi ini pelaku bisnis berusaha untuk memenangkan persaingan dan wajar terjadi persaingan tidak

sehat. Inilah yang dihindari dari perguruan tinggi karena reinventing perguruan tinggi hanya sebagai usaha tambahan untuk orientasi bisnis karena sifatnya sebagai lembaga sosial. Dari segi pemanfaatan ruang pasar tidak hanya melulu memanfaatkan almamater, tetapi juga dalam penerapan prinsip blue ocean strategi, harus melakukan "creating new market space" yaitu:

- a. Mencari alternatif usaha lain dengan membuka/membuat usaha-usaha yang bersaing dalam pasar berdarah, tetapi pasar sendiri yang tidak memiliki persaingan/tidak ada kompetitif seperti misalnya:
Membuka toko buku yang mempunyai café didalamnya, dimana orang dapat makan kecil, minum kopi, sambil memilih dan membaca buku.
Mini market khusus menjual hasil-hasil pertanian dari hasil riset perguruan tinggi.

- b. Mencari kelompok kelas lain. Perguruan tinggi bisa membedah kelompok/pelanggan dari dalam almamater baik pelanggan intern (mahasiswa) maupun eksteren (alumni)
- c. Menciptakan kelompok pembeli baru bisa dipromosikan melalui mahasiswa alumni kepada keluarganya/lingkungannya
- d. Menawarkan produk dan service lain yang tidak ada sebelumnya. Bisa diciptakan melalui kreatif dan inovatif mahasiswa/dosen misalnya yang mudah adalah bentuk obat-obatan/ makanan herbal
- e. Membuat nilai fungsi/emosional yang baru dan berbeda. Menciptakan pelayanan yang ramah yang penuh emosional sebagai mahasiswa dan dosen
- f. Produktif dalam menciptakan trend baru dalam waktu ke waktu. Menghindari produk yang sifatnya ikut-ikutan atau latihan-latihan, yang bisa

membuat jenuh dan membosankan:

Jangan menawarkan/memasarkan terjebak dalam produk yang sama sehingga banyak bersaing /laut merah tetapi produsen harus pandai menghindari dengan menciptakan pasar laut biru, dengan cara menciptakan produk baru yaitu mengubah/memodifikasi produk menjadi trend baru.

Tidak saja harus melakukan/menjalankan creating new market space tetapi juga sebaiknya diiringi dengan tindakan-tindakan:

- a. Eliminate (hapuskan) yaitu menghapus unsur-unsur yang tidak bernilai dari produk. Ada unsur-unsur dalam produk yang sifatnya tidak memberi nilai jual justru berkesan berlebihan. Maksud untuk tampil beda, tetapi menambah biaya input.
- b. Reduce (kurangi), yaitu: mengurangi unsur unsur yang

nilainya kurang, ada unsur-unsur yang nilainya kurang menarik, atau yang berkesan berlebihan. Hal ini perlu dikurangi, tetapi tetap menarik.

- c. Raise (tingkatkan) yaitu meningkatkan unsur-unsur yang akan dijadikan keunggulan dari produk. Unsur-unsur perlu diberikan transpor nilai dari yang tidak bernilai-menjadi bahan yang bernilai
- d. Create (ciptakan), menciptakan unsur-unsur baru yang belum pernah ada di industri tersebut. Untuk menghindari unsur-unsur yang membosankan/tidak berubah-ubah dari dulunya, hampir tidak ada kreatif.

Dari 4 (empat) tindakan yang dilakukan juga di lengkapi dengan 4 (empat) urutan yang harus diikuti secara benar

- a. Buyer utility: adanya nilai keuntungan/kepuasan. Walaupun bersifat nirlaba tetapi juga ada unsur keuntungan

- yang diperoleh untuk lembaga.
Jadi tetap bersifat nirlaba
- b. Price: harga bisa terjangkau oleh pelanggan, diusahakan harga jual bisa ditekan, dengan tidak mengurangi mutu, tidak mengurangi input, bertahan pada posisi harga jual/price yang bisa terjangkau pelanggan.
 - c. Cost: menekan biaya untuk menghasilkan profit pada harga tersebut agar nilai jual produk tidak terlalu tinggi, maka harga input harus ditekan seminimal mungkin untuk menghasilkan harga optimal.
 - d. Adoption: mampu untuk beradaptasi dari pengaruh penerapan/kehadiran blue ocean strategi bisa menyesuaikan persaingan pasar, harga dan pelanggan. Langkah-langkah strategi tersebut dalam mengembangkan reinventing tidak lagi sebatas strategi yang umum atau yang biasanya namun sekarang para pembisnis

ditantang untuk mengelurkan jurus-jurus kreatif khususnya menciptakan ruang pasar baru. Selama ini para pembisnis rata-rata bersaing dalam pasar red ocean. Perguruan tinggi yang memiliki usaha-usaha/reinventing tidak harus ikut atau menghindari pasar red ocean tetapi harus keluar dari zona tersebut, dengan menerapkan blue ocean strategi.

KESIMPULAN

1. Status Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang bersifat sosial/nirlaba/nonprofit yang hanya semata-mata mengandalkan penerimaan SPP mahasiswa harus mampu mengembangkan statusnya dengan membuka cabang-cabang usaha/reinventing, dengan tetap berstatus nirlaba karena profit yang diperoleh untuk pengembangan lembaga

- buka untuk keuntungan pribadi anggota yayasan.
2. Perguruan tinggi swasta tinggi utamanya adalah bergerak di bidang pendidikan sosial tetapi juga tidak tertutup untuk mengembangkan usaha tambahan/reinventing
 3. Dengan reinventing PTS bisa berkembang maju, mampu untuk membiayai dirinya sendiri/lembaga
 4. Reinventing PTS harus bisa menghindari persaingan/kompetitif berdarah-darah/Red ocean, tetapi harus mampu memproses ruang pasar tanpa persaingan blue ocean dengan menetapkan creating new market space:
 - a. Mencari alternatif usaha lain
 - b. Mencari kelompok kelas lain
 - c. Menciptakan kelompok pembeli baru
 - d. Menawarkan produk dan service lain yang tidak ada sebelumnya

- e. Membuat nilai fungsi/emosional yang baru dan berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Alma.B (2008) Manajemen Corporate Strategi Pemasaran jasa Pendidikan Alfabet, Bandung
- Chan Kim & Renee M (2006) Blue Ocean Strategi Scrabi, Jakarta
- Eko Inrajid. R & R. Djoko Pranoto (2006) Manajemen Perguruan Tinggi Modern Andi Yocyakart
- Irhamni (2011) Implementasi Kebijakan Belanja langsung Pendidikan dengan Pendekatan (BSC) Uninus, Bandung
- Meleong (2000) Metodologi Penelitian Kualitatif Remaja Rosdakarya, Bandung
- Osborne David & Ted Gaebler (2005) Reinventing Government PPM Jakarta _____, UU No. 28 Tahun 2004, Tentang Yayasan _____, UU No. 20 Tahun 2003, Tentang Sistem Pendidikan Nasional _____, UUD 1945, Republik Indonesia _____, PP. No. 48 Tahun 2008, tentang Pendanaan Pendidikan