

Penerapan Blue Ocean Strategy pada Pendidikan Mikro Menengah

Eka Abdul Hamid^{1✉}, M. Farid Yudha Bahari², Endri Hendrayana³, Heriyanto⁴

(1) Pendidikan Agama Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Sebelas April Sumedang, Indonesia

(2) Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Nusantara, Indonesia

(3) Manajemen, Universitas Nasional Pasim, Indonesia

(4) Ilmu Pendidikan, Universitas Islam Nusantara, Indonesia

✉ Corresponding author
[ekahamid23@gmail.com]

Abstrak

Saat ini pendidikan menengah menjadi pusat perhatian karena tidak hanya untuk menjembatani untuk melanjutkan ke perguruan tinggi, tetapi juga menghubungkan sistem sekolah dengan dunia kerja. Seiring dengan hal tersebut, tingkat persaingan antar lembaga pendidikan menjadi sangat ketat dan kompetitif. Berbagai strategi dilakukan oleh lembaga pendidikan menengah guna meningkatkan mutu pendidikannya mulai persaingan penerimaan peserta didik baru (PPDB), maupun persaingan dalam hal mutu proses pembelajaran. Tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui bagaimana kemungkinan penerapan BOS pada pendidikan mikro menengah survei pada Madrasah Aliyah Al-Imaroh. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di Madrasah Aliyah Al-'Imaroh. Hasil penelitian bahwa penerapan Blue Ocean Strategy sangat memungkinkan diterapkan pada pendidikan mikro menengah. Hal tersebut telah dilakukan oleh Madrasah Aliyah Al 'Imaroh dalam melakukan strateginya fokus terhadap prinsip-prinsip *Blue Ocean Strategy* yaitu; hilangkan, kurangi, tingkatkan dan ciptakan, dan melakukan divergensi, serta membuat moto yang menarik dan memikat.

Kata Kunci: Blue Ocean Strategy; Pendidikan Menengah; Madrasah

Abstract

Secondary education is currently at the centre of attention, not only as a bridge to further education, but also as a link between the school system and the world of work. At the same time, the level of competition between educational institutions has become very tough and competitive, and various strategies have been implemented by secondary education institutions to improve the quality of their education, starting with competition for the admission of new students (PPDB), as well as competition in terms of the quality of the learning process. The purpose of this research is to find out how the possibility of implementing BOS in secondary micro education is explored at Madrasah Aliyah Al-Imaroh. The research method used was qualitative research with a case study approach in Madrasah Aliyah Al-'Imaroh. The results showed that it is very possible to apply the Blue Ocean Strategy to micro secondary education. This has been done by Madrasah Aliyah Al 'Imaroh where in carrying out its strategy it focuses on the principles of Blue Ocean Strategy, namely; eliminate, reduce, increase and create, and divergence, as well as making an attractive and enticing motto.

Keyword: Blue Ocean Strategy; Secondary Schooling; Madrasa.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman dan semakin tingginya tingkat persaingan dalam dunia pendidikan, eksistensi pendidikan memegang peranan yang sangat penting di dalam meningkatkan sumber daya manusia yang handal. Hal tersebut diperkuat melalui (UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL, 2003) pasal 3 yaitu bahwa pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk 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 warganegara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Lingkup pendidikan di Indonesia mencakup pendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Sekolah tidak hanya bertugas mendidik dan membimbing peserta didik agar memiliki perilaku yang baik, tetapi juga mengembangkan potensi mereka. Saat ini, pendidikan menengah menjadi fokus utama karena berperan sebagai jembatan menuju perguruan tinggi sekaligus penghubung ke dunia kerja (UNESCO, 2022). Persaingan antar lembaga pendidikan semakin ketat, terutama dalam penerimaan peserta didik baru (PPDB) dan peningkatan mutu pembelajaran. Untuk memenangkan persaingan ini, diperlukan strategi yang efektif dan efisien yang mampu meningkatkan kualitas lembaga pendidikan, sehingga tetap unggul dan relevan di tengah kompetisi.

Blue Ocean Strategy merupakan salah satu langkah nyata yang membuat persaingan menjadi tidak relevan, dimana strategi yang dilakukan adalah strategi yang unik dan belum pernah dilakukan oleh para pesaing sebelumnya. Sehingga apabila sukses mengimplementasikan model *Blue Ocean Strategy* ini, maka organisasi atau lembaga pendidikan tersebut dapat bermain sendirian tanpa ada pesaing yang mengikutinya. Strategi ini bisa menjadi salah satu alat strategi bersaing untuk merumuskan strategi jangka panjang. Perumusan *Blue Ocean Strategy* akan menciptakan inovasi nilai yang akan mempengaruhi struktur biaya dan tawaran nilai bagi pembeli secara positif (Murti et al., 2022; Samrin et al., 2019). *Blue Ocean Strategy* (BOS) merupakan strategi bisnis yang menerapkan penguasaan ruang pasar yang tidak diperebutkan (*uncontested market space*) atau dengan kata lain BOS merupakan strategi yang diterapkan perusahaan atau bisnis baik alat maupun sistematis (kerangka) kerja yang bertujuan untuk menciptakan inovasi nilai (Dwi Narullia et al., 2021; Sutanto et al., 2017). Kemudian menurut Kim & Mauborgne (2014) dalam penelitiannya berjudul "*value innovation: a leap into the blue ocean*" menjelaskan *Blue Ocean Strategy* adalah cara strategi perusahaan yang menciptakan pasar yang tidak terbantahkan ruang yang membuat kompetisi tidak relevan. Dengan mengandalkan studi pada 150 perusahaan dalam 30 industri lebih dari 100 tahun dan beralasan adanya dua jenis pasar yakni *Red Ocean* dan *Blue Ocean*.

Ada beberapa perbedaan yang muncul antara *Red Ocean Strategy* dengan *Blue Ocean Strategy*. Menurut Kim & Mauborgne (2014) bahwa terdapat perbedaan antara *Blue Ocean Strategy* dengan *Red Ocean Strategy*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Perbedaan *Blue Ocean Strategy* dengan *Red Ocean Strategy*

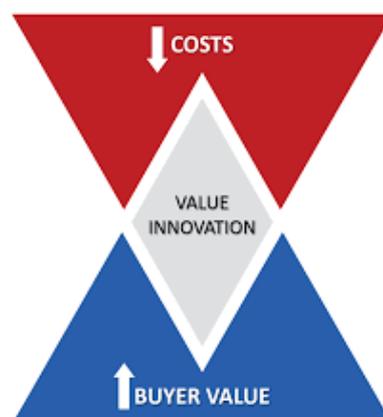
<i>Red Ocean Strategy</i>	<i>Blue Ocean Strategy</i>
Bersaing dalam ruang pasar yang sudah ada	Menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya
Memerangi kompetisi	Menjadikan kompetisi tidak relevan
Mengeksploitasi permintaan yang ada	Menciptakan dan menangkap permintaan baru
Memilih antara nilai-biaya (value cost trade-off)	Mendobrak pertukaran nilai-biaya
Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dengan pilihan strategis antara diferensiasi atau biaya rendah	Memadukan keseluruhan sistem kegiatan perusahaan dalam mengejar diferensiasi dan biaya rendah

Sumber: (Kim, W. C., & Mauborgne, 2014)

Kemudian menurut sumber dari (Alam & Islam, 2017) bahwa ada perbedaan tersendiri antara strategi *Blue Ocean Strategy* dan *Red Ocean Strategy* yaitu sebagai berikut: Strategi pemasaran: pemasaran dalam *Blue Ocean Strategy* lebih bersifat baru, dimana dalam strateginya belum pernah dilakukan oleh para pesaingnya, sedangkan dalam *Red Ocean Strategy* strategi pemasarannya menggunakan strategi yang telah banyak dilakukan oleh para pesaing. Kompetisi dalam memasarkan produk: dalam hal pemasaran produk *Blue Ocean Strategy* selalu menciptakan sebuah kompetisi yang lain dari pada yang lain bahkan tidak relevan, sedangkan *Red Ocean Strategy* bersaing dalam kompetisi pasar yang eksisting yang memiliki banyak pesaing. Keseluruhan sistem kegiatannya: dalam *Blue Ocean Strategy* sistem kegiatan yang dilakukan perusahaan adalah bersifat kolaborasi dengan diferensiasi dan pendekatan biaya rendah. Hal ini berbeda dengan *Red Ocean Strategy* yang mana dalam sistem kegiatannya bersifat memilih apakah mengejar diferensiasi atau biaya rendah.

Menurut Kim & Mauborgne (2014) bahwa untuk mengetahui tingkat efektifitas dari sebuah model *Blue Ocean Strategy*, setidaknya dapat diketahui dri tiga ciri, yaitu sebagai berikut: Fokus: Ciri ini menunjukkan bahwa suatu strategi dapat dikatakan efektif apabila fokus terhadap strategi yang sudah direncanakan. Hal ini dapat diketahui dari kurva nilai perusahaan, dimana arah kurva tersebut fokus pada strategi tersebut. Divergensi/Gerak Menjauh: Ciri ini ditandai ketika perusahaan divergence atau melakukan gerak menjauh dari pesaing. Karena jika suatu perusahaan mengikuti irama kompetisi, maka strategi itu akan kehilangan keunikannya. Moto yang Memikat: Ciri ini ditandai bahwa, sebuah model *Blue Ocean Strategy* yang efektif adalah dimana perusahaan tersebut memiliki moto yang memikat. Moto tersebut harus berkesan, bagus dan memberikan pesan yang jelas bagi para konsumennya.

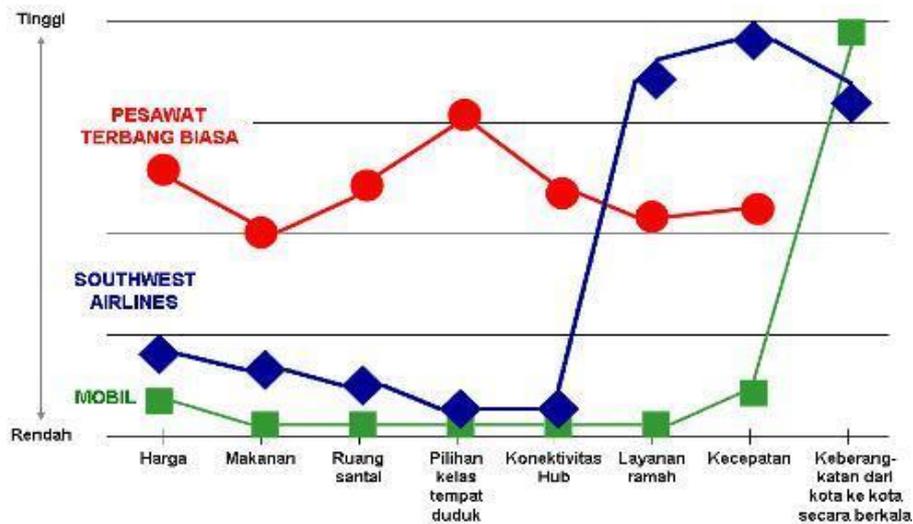
Untuk menilai efektifitas dari penerapan *Blue Ocean Strategy*, maka dibutuhkan alat analisis. Alat analisis ini digunakan sebagai acuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang sudah diimplementasikan dalam perusahaan tersebut. Adapun alat analisis yang dikaji dalam makalah ini, meliputi: pertama, **Inovasi Nilai**: Inovasi nilai ditandai dengan munculnya pemikiran baru yang mengarah kepada penciptaan sesuatu yang baru (*Blue Ocean*) dan meninggalkan persaingan dalam pasar. Pencipta *Blue Ocean* tidak menggunakan kompetisi sebagai patokan, namun seringkali mengikuti logika strategis. Menurut (Susanto, 2015) bahwa inovasi nilai selalu fokus pada pemberian penekanan nilai yang setara terhadap suatu inovasi. Apabila suatu nilai tanpa suatu inovasi, maka ada kecenderungan terhadap penciptaan strategi dalam jumlah yang besar. Kemudian menurut (Chrismardani, 2019) bahwa inovasi nilai merupakan batu-pijak dari strategi samudra biru. Inovasi tanpa nilai cenderung bersifat mengandalkan teknologi, pelopor pasar, atau futuristik, dan sering membidik sesuatu yang belum siap diterima dan dikonsumsi oleh pembeli. **Inovasi nilai hanya terjadi saat perusahaan memadukan inovasi dengan utilitas, harga dan posisi biaya.**



Gambar 2.1
Inovasi Nilai: Batu-pijak Samudra Biru
Sumber: (Kim, W. C., & Mauborgne, 2014)

Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan kembali bahwa yang mendasari terhadap inovasi nilai adalah dinamika diferensiasi dan biaya rendah yang mendasari inovasi nilai. Nilai pembeli berasal dari utilitas dan harga yang ditawarkan perusahaan. Karena karena nilai bagi perusahaan dihasilkan dari harga dan struktur biaya, maka inovasi nilai tercapai saat keseluruhan sistem kegiatan utilitas, harga dan biaya perusahaan terpadu dengan tepat.

Kedua, Kanvas Strategi, kanvas strategi merupakan suatu alat diagnosis yang digunakan untuk membangun *Blue Ocean Strategy*. Kanvas strategi sendiri berfungsi sebagai peta untuk memahami faktor-faktor apa yang menjadi ajang persaingan. Menurut Mazhaly (2014) kanvas strategi adalah kerangka aksi sekaligus diagnosis untuk membangun strategi blue ocean yang baik. Kanvas strategi yang baik adalah kanvas yang memenuhi tiga kriteria, yaitu fokus, divergensi, dan memiliki moto dalam perusahaan



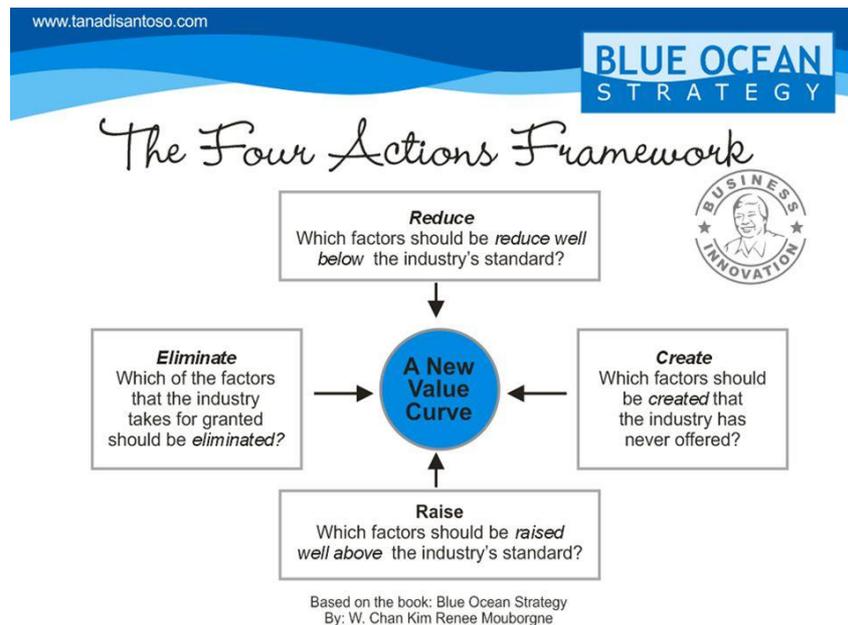
Gambar 2.2

Kanvas Strategi (*Strategy Canvas*) Southwest Airlines

Sumber: (Manajemen Plus, 2015)

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa *strategy canvas* yang dilakukan oleh Southwest Airlines, fokus pada 3 aspek strategi, yaitu aspek pelayanan yang ramah, aspek kecepatan, dan aspek keberangkatan *point-to-point* secara berkala. Sehingga Southwest Airlines merasa tidak perlu untuk berinvestasi lebih besar pada aspek makanan, aspek restorasi, dan pilihan kursi, karena kalau hal tersebut dilakukan, maka akan mengarah kepada persaingan terhadap maskapai penerbangan lainnya.

Kerangka Kerja Empat Langkah, Inti dari model *Blue Ocean Strategy* adalah untuk meningkatkan permintaan pasar dan menghindari suatu persaingan dengan cara membuat suatu strategi baru yang memiliki nilai dan keunikan tersendiri dari pada yang lain. Untuk mewujudkan model *Blue Ocean Strategy* maka diperlukan suatu kerja langkah nyata. Menurut (Kim, W. C., & Mauborgne, 2014) menyatakan bahwa kerangka kerja empat langkah dalam *Blue Ocean Strategy* meliputi: hapuskan, kurangi, tingkatkan dan ciptakan.



Gambar 2.3

Four Action Framework dalam *Blue Ocean Strategy*
Sumber: (Kim, W. C., & Mauborgne, 2005)

Dapat dijelaskan kembali bahwa dalam menerapkan *Blue Ocean Strategy* untuk penciptaan pasar baru, maka langkah-langkah strategis yang harus di tempuh adalah: Pertama *Eliminate* (Hapuskan), yaitu menghapuskan unsur-unsur yang tidak bernilai dari produk. Kedua *Reduce* (Kurangi), yaitu mengurangi unsur-unsur yang nilainya kurang tapi masih diperlukan. Ketiga *Raise* (Tingkatkan), yaitu meningkatkan unsur-unsur yang akan dijadikan keunggulan dari produk hingga diatas standar industri yang ada. Keempat *Create* (Ciptakan), menciptakan hal-hal baru yang belum pernah ada di industri tersebut.

Implementasi *Blue Ocean Strategy* telah dilakukan dalam dunia pendidikan menengah, hal ini didukung dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya; (Jarkawi, Sultani, 2018) dengan judul penelitiannya "*The Study on Blue Ocean Strategy in Guiding and Counselling of Senior High School in Indonesia*". Tujuan dari penelitiannya adalah untuk mengetahui perilaku siswa di era iptek, dengan menggunakan strategi samudra biru bimbingan dan konseling untuk menciptakan nilai baru. Analisis BOS yang digunakan melalui: Strategi perilaku non-adaptif diturunkan atau dihilangkan, Strategi perilaku adaptif harus ditingkatkan, Strategi mengurangi yang kurang efektif, Strategi menciptakan hal baru new. Hasil penelitiannya Strategi bimbingan dan konseling samudra biru telah menciptakan dunia baru untuk kebutuhan siswa di sekolah menengah atas dengan menyesuaikan layanan yang diberikan untuk secara khusus menyesuaikan dengan kebutuhan setiap siswa. Selanjutnya, pertemuan tengah tahunan harus diadakan untuk meninjau program saat ini dan untuk menyarankan lebih lanjut amandemen dan bila diperlukan untuk meningkatkan layanan yang diberikan.

Rofiqi, M. A., & Kolis,(2020) dalam penelitiannya "Pengembangan Madrasah Perspektif Blue Ocean Strategy MTs Al-Islam Joresan Ponorogo". Tujuan dari penelitiannya adalah menganalisis strategi MTs Al Islam dalam mengembangkan madrasah dengan perspektif blue ocean strategy. Analisis yang dilakukan adalah; (1) Merumuskan *Blue Ocean Strategy* dengan melakukan rekonstruksi batasan pasar, (2) Eksekusi *Blue Ocean Strategy*, (3) Fokus lembaga menurut prinsip Errc (*eliminate, raise, reduce, create*). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa lembaga MTs Al-Islam telah memenuhi syarat Blue Ocean strategy; yaitu: fokus pada kurva lembaganya, divergensi(gerak menjauh dari persaingan), serta memiliki moto yang memikat (Merawat Tradisi Dan Merespon Modernisai). Lembaga MTs Al-Islam telah melakukan tahapan perumusan strategy serta mengimplementasikan nya menurut perspektf Blue Ocean Strategy. lembaga MTs Al-Islam telah melakukan prinsip *eliminate, reduce, dan raise*, serta belum menjalankan prinsip *create*. Septarini,

(2014) dengan judul penelitian "*Perumusan Strategi Samudra Biru KT-GONGSIN*". Tujuan dari penelitiannya adalah merumuskan strategi samudra biru KT-GONGSIN. Strategi yang dilakukan meliputi fokus, divergensi dan moto yang menarik. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa KT-GONGSIN berfokus pada pengembangan sebagai pusat bahasa dari pada sebagai bimbingan belajar. KT-GONGSIN menciptakan program belajar *online* yang ditawarkan sebagai suatu bentuk tindakan menjauh dari kompetisi yang sudah ada (*divergen*). Saat ini KT-GONGSIN dalam tahap menjalankan motonya yaitu "*Dream, Study, Global*" melalui program belajar *online*.

METODE PENELITIAN

Berlandaskan fokus telaahan dalam penelitian ini, kemungkinan penerapan BOS pada pendidikan mikro menengah survei pada Madrasah Aliyah Al-Imaroh, maka pendekatan riset yang dilakukan adalah pendekatan data kualitatif. Metode penelitian kualitatif dalam riset ini dilakukan dengan menggunakan teknik studi kasus. Maka penelitian ini merupakan studi terhadap kemungkinan penerapan BOS pada pendidikan mikro menengah survei pada Madrasah Aliyah Al-Imaroh. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu: Observasi, Wawancara, dan Studi Dokumentasi. Secara umum, menurut (Huberman, 2014) menjelaskan tentang bagaimana cara melakukan analisis data kualitatif, yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Mengurangi/reduksi informasi berarti menyimpulkan, memilih hal-hal yang paling menarik, memusatkan perhatian pada hal-hal penting, kemudian pada saat itu mencari topik dan contoh. Informasi dari persepsi, observasi, dan dokumentasi yang telah dikumpulkan dari lapangan kemudian dirangkum dan diorganisasikan secara efisien sebagai penggambaran atau laporan untuk penyusunan yang sederhana mudah dipahami. maka informasi yang berkurang/direduksi bisa menggambarkan yang lebih jelas. Selain itu, memudahkan peneliti untuk memimpin berbagai informasi lebih lanjut, dan mencarinya saat diperlukan.

b. Display Data

Setelah informasi dikurangi/direduksi, tahap selanjutnya adalah menampilkan informasi. Untuk membuatnya lebih mudah untuk membaca dengan teliti informasi yang diperoleh dan melihat gambaran umum pemeriksaan, informasi yang dikurangi kemudian diperkenalkan sebagai penggambaran singkat, diagram, dan penggambaran lengkap dari setiap sudut yang dipertimbangkan. Dengan menunjukkan informasi, akan lebih jelas apa yang terjadi dan rencana kerja penelitian tergantung pada informasi yang telah diperoleh.

c. Simpulan dan verifikasi

Tujuan dasar yang diajukan masih bersyarat, kemudian pada saat itu akan berubah jika lebih banyak bukti/informasi yang kuat diamati yang mendukungnya selama siklus penelitian. Gerakan ini untuk mengamati pentingnya informasi yang telah dikumpulkan dengan mencari desain, subjek hubungan, kondisi atau teori dari informasi yang dibawa ke lapangan.

Metode harus membuat pembaca dapat memahami metode penelitian yang digunakan. Berikan detail yang memadai agar karya dapat dipahami. Metode yang dituliskan harus ditunjukkan dengan referensi: hanya modifikasi yang relevan yang harus dijelaskan. Jangan ulangi detail metode yang telah ditetapkan. Bagian ini memuat rancangan atau desain penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini memuat tentang jenis penelitian, subjek/objek penelitian, teknik/instrumen pengumpulan data dan analisis data. Dilengkapi dengan ilustrasi berupa gambar / bagan desain dan langkah penelitiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Madrasah Aliyah Al-Imaroh berdiri pada tahun 1987, berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Islam Al-Imaroh yang berlokasi di Desa Telagamurni, Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi. Saat ini status Akreditasi Madrasah Aliyah Al-Imaroh adalah "A". Adapun data siswa 5 tahun terakhir adalah sebagai berikut

Tabel 1. Data Siswa di Madrasah Aliyah AL Imaroh:

Tahun Ajaran	Kelas X		Kelas XI		Kelas XII		Jumlah	
	Jumlah siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel	Jumlah Siswa	Jumlah Rombel
2016- 2017	121	3	117	3	88	2	236	8
2017- 2018	134	3	117	3	115	3	366	9
2018- 2019	163	4	136	3	116	3	415	10
2019- 2020	154	4	158	4	132	3	444	11
2020- 2021	174	5	153	4	157	4	484	13

Sebuah lembaga pendidikan tentunya harus mempunyai tujuan dalam menyelenggarakan pendidikan itu sendiri, yang dituangkan dalam visi dan misi. Visi, "Membentuk generasi cerdas, terampil dan bertakwa" dengan MISI 1) Turut serta mencerdaskan bangsa guna meningkatkan kualitas umat, 2) Beraqidah yang benar sesuai Al-Qur'an dan As-Sunnah, 3) Berakhlakul Karimah, 4) Memiliki keterampilan praktek yang siap pakai sesuai dengan tuntutan zaman 5) Menjadikan siswa yang mandiri dan bertanggung jawab terhadap dirinya, umat, Agama dan Negeranya, 6) Sehat Jasmani dan Rohani

Canvas Strategy

Madrasah Aliyah Al Imaroh memberlakukan dua tarif biaya peserta didik yang berbeda. Untuk peserta didik yang sekaligus mengikuti program Boarding School (Mondok) dikenakan biaya tambahan. Madrasah Aliyah Al Imaroh juga memberlakukan potongan harga biaya masuk bagi calon peserta didik dengan ketentuan-ketentuan atau syarat-syarat yang sudah ditentukan. Proses pembelajaran di Madrasah Al Imaroh dibina oleh guru yang kompeten dalam bidangnya. Guru-guru di MA Al Imaroh berlatar belakang pondok pesantren dan lulusan perguruan tinggi baik dalam dan luar negeri. Pelayanan siswa dilakukan dari awal sampai akhir termasuk hal-hal kecil. Selalu ditekankan ke tiap wali kelas untuk selalu konsisten dengan pelayanan dan komunikasi. MA menerapkan pelayanan prima, sebagai contoh menindak lanjuti beberapa laporan yang diterima diluar jam sekolah. MA juga memfasilitasi dan mendampingi siswa untuk proses melanjutkan studi termasuk melanjutkan ke universitas di Luar negeri.

Madrasah Aliyah Al Imaroh sebagai lembaga pendidikan Madrasah Aliyah milik swasta, saat ini boleh dikatakan salah satu leader market pendidikan menengah di Cikarang. Hal ini bisa terlihat dari jumlah siswa baru dalam lima tahun terakhir yang selalu meningkat, kecuali tahun ajaran 2019-2020. Tahun Ajaran 2016-2017 berjumlah 121 siswa, tahun 2017-2018 berjumlah 134 siswa, tahun 2018-2019 berjumlah 163 siswa, tahun 2019-2020 berjumlah 154 siswa, tahun ajaran 2020-2021 berjumlah 174 siswa. Madrasah Aliyah Al Imaroh juga merupakan urutan MA ketiga di Kabupaten Bekasi yang paling banyak siswanya. Sebagai lembaga pendidikan swasta, Madrasah Aliyah Al-Imaroh sudah memiliki sarana dan prasarana pendidikan yang memadai dan permanen. Sarana dan Fasilitas Pendidikan ini sangat mendukung proses belajar dan mengajar.

Untuk mewujudkan harapan orang tua dan harapan kita semua untuk terbentuknya generasi yang cerdas, terampil dan bertaqwa kepada Allah serta generasi Qur'ani dan Robbani, MA AL'IMAROH menerapkan konsep kurikulum yang terpadu dan bersifat komprehensif memadukan kurikulum lembaga dengan kurikulum pemerintah dalam hal ini Dinas Pendidikan dan Kementerian Agama. Struktur kurikulum MA Al Imaroh terdiri kelompok mata pelajaran wajib, mata pelajaran peminatan yang diikuti oleh semua peserta didik sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya serta mata pelajaran pilihan lintas minat. Sebagai upaya dalam membekali siswa agar percaya diri dan mandiri, lembaga menyelenggarakan berbagai kegiatan Ekstrakurikuler.

MA Al Imaroh dalam melakukan promosi atau sosialisasi telah menggunakan beberapa media diantaranya brosur dan adanya Al Imaroh TV yang berisi kegiatan-kegiatan Al Imaroh. Keberadaan

MA sebagai satu-satunya jenjang tertinggi yang ada di Yayasan Pendidikan Al Imaroh (MTS, SMPIT) juga merupakan salah satu keuntungan untuk MA dalam penerimaan Siswa Baru.

Kerangka Kerja Empat Langkah

Dari variabel dalam canvas strategi yang dibahas, MA Al Imaroh sudah berada pada tingkat kepuasan/posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan MA lainnya sebagai kompetitor. Dengan demikian tidak perlu adanya penghapusan variabel dari tujuh variabel di atas. Artinya MA Al Imaroh sudah menerapkan strategi yang lebih unggul dari MA lainnya sebagai kompetitor. MA Al Imaroh hanya perlu mempertahankan dan meningkatkan pelayanan ke pada semua pemangku kepentingan. Dari tujuh variabel dalam canvas strategi yang dibahas, MA Al Imaroh sudah berada pada tingkat kepuasan/posisi yang lebih tinggi dibandingkan dengan MA lainnya sebagai kompetitor. Dengan demikian tidak perlu adanya pengurangan dari tujuh variabel di atas. Artinya MA Al Imaroh sudah menerapkan strategi yang lebih unggul dari MA lainnya sebagai kompetitor. MA Al Imaroh hanya perlu mempertahankan dan meningkatkannya.

Pemanfaatan aplikasi pendaftaran dan aplikasi pembayaran SPP online dengan tetap mempertahankan sistem *offline*. Aplikasi pendaftaran online untuk calon peserta didik harus dirancang dengan baik dan *user friendly* sehingga memudahkan calon peserta didik untuk mendaftar terutama calon peserta didik dari luar kota, luar provinsi. Sementara dengan adanya pembayaran SPP online bisa lebih memaksimalkan kontrol dalam pengelolaan keuangan. Memasukkan mata pelajaran kewirausahaan sebagai mata pelajaran tambahan. Dengan adanya mata pelajaran kewirausahaan dapat mengasah keterampilan para siswa dengan membuat dan menciptakan produk yang sesuai dengan minat dan juga dapat meningkatkan daya inovasi dan kreativitas dari siswa

Rangkaian Strategi BOS

MA Al- Imaroh menerapkan konsep kurikulum yang terpadu dan bersifat komprehensif dengan memadukan kurikulum lembaga dengan kurikulum pemerintah dalam hal ini Dinas Pendidikan dan Kementerian Agama sebagai dasar pijakannya yang paling esensi adalah mengambil sumber dari Al Quran dan As Sunnah serta sumber-sumber dari para ulama waratsatul Anbiya. Dengan demikian semoga upaya mewujudkan generasi Robbani dan Qur'ani yang berkualitas, generasi yang menjadi harapan orang tua serta harapan bangsa dan Negara benar-benar terwujud. Berikut kurikulum yang diterapkan di MA:

Tabel 2. Kurikulum MA Al-Imaroh

Kurikulum Nasional	Kurikulum Yayasan	Life Skill
Akidah Akhlak, Fiqih, Al-Quran, Hadits, Bahasa Arab, Fisika, Biologi, Kimia, Matematika, Bahasa Inggris, Penjaskes, Ekonomi, Sosiologi, Geografi	Fikhush sirah, Tahfidzul Qur'an, Nahwu Shorof, Balaqah, Komputer, Tafsir, Tsaqofah Islamiyah	Leadership, Kepanduan, Bela diri

Proses pembelajaran di Madrasah Al Imaroh dibina oleh guru yang kompeten dalam bidangnya. Guru-guru di MA Al Imaroh berlatar belakang pondok pesantren dan lulusan perguruan tinggi baik dalam dan luar negeri. Tenaga Pengajar adalah alumni perguruan tinggi dalam dan luar negeri Unsoed, UIN, IKIP, UI, UII Malaysia, UII Pakistan, UNJ, Unsika, Univ Mesir. Mereka terdiri dari S1 dan S2 yang berpengalaman dalam bidangnya. Sebagai upaya dalam membekali siswa agar percaya diri dan mandiri, lembaga menyelenggarakan kegiatan keterampilan sebagai kegiatan ekstrakurikuler futsal, nasyid, tata busana, tahdidz, memanah, kaligrafi, elektro, hadroh, taekwondo, silat, tata boga, tahsin, club fisika dan Multimedia.

Sarana dan Prasarana untuk mendukung proses pembelajaran di MA Al- Imaroh sudah sangat memadai dan permanen. Status bangunan permanen milik sendiri dan Ruang kelas ber AC. Selain ruang kelas yang sudah memadai MA Al-Imaroh memiliki Laboratorium IPA, Laboratorium Komputer, Laboratorium Bahasa, perpustakaan dan sarana keterampilan, Masjid Jamie dan Masjid

Putri, sarana olah raga permanen dan Poliklinik Praktek Dokter bersama serta adanya Al Imarohmart.

Tabel 3. Daftar Prestasi Mahasiswa

No.	Juara	Jenis Lomba	Waktu Pelaksanaan	Tempat Pelaksanaan	Tingkat
1	II	MHQ	23 Agustus 2017	UNISMA - Bekasi	Jabodetabek
2	II	Nasyid	23 Agustus 2017	UNISMA - Bekasi	Jabodetabek
3	I	LCTAI (Lomba Cepat Tepat Agama Islam)	28 Mei 2017	SMAN I - Bekasi	Jabodetabek
4	I	Lomba Pencak Silat Kelas 45 Kg	16 Februari 2018	GOR Bulutangkis Mutiara Gading Timur - Bekasi	Kota Bekasi
5	II	Lomba Pencak Silat Kelas 50 Kg	16 Februari 2018	GOR Bulutangkis Mutiara Gading Timur - Bekasi	Kota Bekasi
6	III	Lomba Pencak Silat Kelas 40 Kg	16 Februari 2018	GOR Bulutangkis Mutiara Gading Timur - Bekasi	Kota Bekasi
7	I	Lomba Kali Grafi	April 2018	Kecamatan Cikarang Barat	Kecamatan
8	II	Lomba Kali Grafi	April 2018	Kecamatan Cikarang Barat	Kecamatan
9	III	Lomba Kali Grafi	April 2018	Kecamatan Cikarang Barat	Kecamatan
10	III	LCC (Lomba Cerdas Cermat)	Maret 2018	GICI Business School	Kab. Bekasi
11	II	Lomba PASKIBRA	April 2019	GOR Adiarsa Karawang	Jawa Barat

Beberapa profile strategis yang ada dan diusung MA Al-Imaroh diharapkan dapat memunculkan utilitas istimewa MA dalam bentuk jasa yang memberi manfaat bagi customer dalam hal ini siswa, wali murid dan lembaga itu sendiri.

1) Harga

Kebijakan harga yang diambil MA Aliyah Al- Imaroh untuk calon siswa baru dibedakan antara calon siswa Putra dan Putri, perbedaan adalah dari biaya seragam. MA Al – Imaroh sama sekali tidak mengenakan biaya tambahan untuk kegiatan Ekstrakurikuler yang diikuti siswa. Harga sebesar Rp 7.060.000 untuk putra dan Rp 7.135.000, dengan berbagai fasilitas yang sepadan dan manfaat yang akan diperoleh siswa selama masa pendidikan dinilai sudah terjangkau. Harga didasarkan pada utilitas istimewa apa yang akan ditawarkan MA Al- Imaroh dan ini merupakan harga strategis. MA Al- Imaroh memberikan potongan pembayaran biaya masuk disetiap tahun ajaran baru dengan syarat-syarat tertentu. Keringanan biaya juga diberikan bagi kaum dhuafa. Begitupun untuk proses pembayarannya MA Al- Imaroh memberikan kebijakan penundaan pembayaran biaya pendidikan untuk siswa yang mengalami kendala.

2) Biaya

Sistem keuangan dikelola terpusat oleh Yayasan Pendidikan Al Imaroh melalui usaha mandiri. Keuntungan tidak hanya berupa materi, tetapi juga mencakup peningkatan jaringan, citra, dan reputasi lembaga. Yayasan mengelola berbagai jenjang pendidikan (RA, MI, MTs, MA, Ponpes, SDIT, SMPIT) di bawah naungan Kemenag dan Kemendiknas. Operasional pendidikan lebih efisien karena adanya pembagian biaya bersama di antara semua jenjang pendidikan.

3) Pengadopsian

Blue Ocean Strategi harus dapat dikomunikasikan dengan baik kepada seluruh Staf karyawan/pegawai dan Guru MA Al - Imaroh untuk mencapai keberhasilan dari pengadopsian Blue Ocean Strategi.demi kemajuan lembaga pendidikan dan kemajuan dari karyawan serta guru. Staf karyawan dan Guru sangat mendukung ide ide inovasi yang dimunculkan oleh lembaga. MA Al-Imaroh memiliki sumber daya manusia yang kompeten dan mumpuni dalam bidangnya untuk menyukseskan program-program unggulan dalam bidang akademik maupun kegiatan ekstrakurikuler. Hal ini ditunjukkan salah satunya dengan banyaknya pengajar bergelar sarjana (S1) dan Master (S2). MA Al- Imaroh sudah 30 tahun lebih berdiri dan terhitung sudah lama berdiri. Berbagai inovasi yang dimiliki, penambahan fasilitas pendidikan, pendidikan yang berbasis agama dan life skill, banyaknya pilihan ekstrakurikuler yang bisa diikuti siswa membuat MA Al-Imaroh berkembang dengan cepat dan sangat menarik minat masyarakat. Hal ini terlihat bahwa tiap tahunnya MA Al -Imaroh selalu mendapatkan siswa baru yang selalu banyak.

SIMPULAN

Penerapan Blue Ocean Strategy pada pendidikan mikro menengah bertujuan menciptakan ruang pasar baru yang minim persaingan dengan menawarkan nilai unik kepada siswa dan orang tua. Hal tersebut telah dilakukan oleh Madrasah Aliyah Al 'Imaroh dalam melakukan strateginya fokus terhadap prinsip-prinsip *Blue Ocean Strategy*. Strategi ini dapat diterapkan pada sekolah lain yang ingin menciptakan daya saing unik, baik pada tingkat pendidikan dasar maupun menengah. BOS bisa digunakan untuk merancang kurikulum yang mengintegrasikan pendidikan formal dengan keahlian praktis, sesuai kebutuhan pasar kerja.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan hasil penelitian ini bisa diselesaikan tidak terlepas dari bantuan dan kontribusi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berkontribusi dalam penyelesaian penulisan hasil penelitian ini. Terutama penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar MA Al-'Imaroh yang ada di Kabupaten Bekasi, Yayasan Pendidikan Sebelas April Sumedang dan pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, S., & Islam, M. T. (2017). Impact of Blue Ocean Strategy on Organizational Performance: A literature review toward implementation logic. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(1).
- Chrimardani, Y. (2019). Implementasi Blue Ocean Strategy Di Indonesia . *Journal for Decision Makers*, 6(7), 1-8.
- Dwi Narullia, Sheila Febriani Putri, Fitri Purnamasari, Dhika Maha Putri, Yana Respati Dewi, & Nila Cahayati. (2021). Sosialisasi Red Ocean Strategy Dan Blue Ocean Strategy Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Ukm Mahasiswa Di Kota Malang. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1453-1462. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.671>
- Huberman, A. (2014). *Qualitative data analysis a methods sourcebook*.
- Jarkawi, Sultani, & M. (2018). The Study on Blue Ocean Strategy in Guiding and Counselling of Senior High School in Indonesia. *Journal of Management and Marketing Review*, 3(3), 111-118.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL, (2003).
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy*. Harvard Business School Press.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. A. (2014). *Blue ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard business review Press.
- Manajemen Plus. (2015). *Blue Ocean Strategy*. Manajemen Plus.

- Mazhaly, N. (2014). Penerapan Blue Ocean Strategy Di PT X Dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Automatic Tank Gauging Di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*. ISSN, 1411-6340.
- Murti, A. P., Setyowati, T., & Samsuryaningrum, I. P. (2022). Implementasi Blue Ocean Strategy Pada UMKM Reztis Batik Di Desa Tegalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 128-136. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.5046>
- Rofiqi, M. A., & Kolis, N. (2020). Pengembangan Madrasah Perspektif Blue Ocean Strategy MTs Al-Islam Joresan Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(2), 270-283.
- Samrin, S., Irawan, M., & Se, M. (2019). Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 93-100.
- Septarini, E. C. (2014). Perumusan Strategi Samudra Biru Kt-Gongsin. *Magister Manajemen*, 1(3).
- Susanto, A. K. (2015). Analisis Value Innovation Pada Pt.Wijaya Panca Sentosa Food Melalui Strategi Blue Ocean. *Agora*, 3, 691-695.
- Sutanto, Y., Suyanto, M., & Al Fatta, H. (2017). Analisis inovasi nilai sebagai perancangan strategi perusahaan pada stmik amikom yogyakarta. *Respati*, 8(22).