

**MEMBANGUN SEKOLAH UNGGUL:
PAMANFAATAN CORE COMPETENCY UNTUK KEUNGGULAN KOMPETITIF**

Nia Kurniasih, Lala Tansah, Rulia, Ara Hidayat
UIN Sunan Gunung Djati Bandung

jundibaim768@gmail.com, lala.tansah@gmail.com, rulia_rudayat@yahoo.com,
arahidayat@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *core competency* dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan keunggulan kompetitif sebuah sekolah. Melalui studi literatur dan penelitian ini mengidentifikasi berbagai strategi yang dapat diterapkan sekolah untuk mengembangkan *core competency*-nya, seperti strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi, fokus, inovasi, dan penurunan biaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan mengidentifikasi dan mengembangkan *core competency* yang unik, sekolah dapat menawarkan nilai tambah yang berbeda, memperkuat identitas sekolah, dan meningkatkan kepuasan stakeholder. Namun, keberhasilan pengembangan *core competency* sangat bergantung pada komitmen pimpinan, keterlibatan seluruh warga sekolah, serta dukungan sumber daya yang memadai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *core competency* merupakan kunci untuk membangun sekolah unggul yang mampu menghadapi tantangan globalisasi dan menghasilkan lulusan yang berkualitas.

Kata Kunci: Sekolah Unggul, Pemanfaatan, Kompetitif

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI: Prefix DOI: 10.8734/sindoro.v1i2.365

Copyright: Author

Publish by: SINDORO



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam persaingan dunia pendidikan yang semakin ketat, sekolah dituntut untuk terus berinovasi dan memberikan nilai tambah bagi peserta didik. Salah satu kunci keberhasilan adalah dengan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Konsep *core competency* atau kompetensi inti menjadi salah satu pendekatan yang efektif untuk mencapai tujuan tersebut. Artikel ini akan membahas secara mendalam bagaimana pemanfaatan *core competency* dapat mendorong sekolah menjadi unggul dan mampu bersaing di tingkat yang lebih tinggi.

Data menunjukkan bahwa semakin banyak sekolah yang berlomba-lomba untuk menarik minat siswa baru. Dalam situasi seperti ini, hanya sekolah yang memiliki keunggulan yang unik dan berkelanjutan yang mampu bertahan. Salah satu cara untuk mencapai keunggulan tersebut adalah dengan membangun *core competency*.

Core competencies adalah sumber diferensiasi bagi perusahaan yang memungkinkan mereka untuk membuat dan menawarkan produk, layanan dan solusi yang unik bagi pelanggan (Smith, 2008). Kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan dapat dikategorikan sebagai kemampuan yang *core* (inti), hanya jika kemampuan tersebut dapat membedakan suatu perusahaan dari pesaingnya secara strategis (Leonard-Barton, 1992).

Core competencies adalah pengetahuan perusahaan yang kolektif tentang bagaimana mengkoordinasi ketrampilan produksi dan teknologi yang beragam (Prahalad and Hamel, 1990). Sejalan dengan definisi tersebut, Fiol berpendapat bahwa *core competencies* merupakan gabungan tertentu dari keterampilan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta cara sumber daya tersebut digunakan untuk memproduksi hasil (dalam Bani-Hani and Faleh, 2009).

Dengan kata lain, core competencies adalah ketrampilan dan area pengetahuan yang secara bersama-sama digunakan oleh unit-unit bisnis dalam perusahaan, dan merupakan hasil dari integrasi dan harmonisasi dari competencies tiap-tiap unit bisnis (Agha, Alrubaiee, and Jamhour, 2012). Hal ini diwujudkan melalui komunikasi, keterlibatan, dan komitmen yang kuat dari setiap anggota perusahaan untuk bekerja. Tidak semua pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki perusahaan dapat dikategorikan sebagai core competencies. Terdapat tiga kriteria yang harus dipenuhi untuk mengidentifikasi core competencies suatu perusahaan (Pralhad and Hamel, 1990). Yang pertama adalah bahwa core competencies harus dapat diaplikasikan untuk penciptaan jenis-jenis produk baru, atau dalam kata lain memberikan potensi akses bagi perusahaan kepada berbagai pasar yang luas (Srivastava, 2005).

Yang kedua, core competencies harus dapat memberikan kontribusi yang signifikan kepada nilai yang dirasakan pelanggan dari produk/jasa yang dikonsumsi. Dan yang terakhir, core competencies harus dapat menjadi pembeda sebuah perusahaan dengan pesaingnya dan sulit untuk ditiru (Barney, 1991).

Core competencies tidak dapat dispesifikan hanya ke dalam satu produk tertentu, karena core competencies berkontribusi terhadap daya saing dari berbagai produk/jasa yang dimiliki oleh perusahaan (Bani-Hani and Faleh, 2009). Sebuah perusahaan adalah seperti sebatang pohon yang besar. Batang dan dahan-dahan utama adalah produk/jasa inti, cabang-cabang yang lebih kecil adalah unit bisnis; daun, bunga, dan buah adalah produk/jasa akhir yang dihasilkan. Sedangkan akar yang memberi makanan, menjaga kelangsungan hidup, dan stabilitas dari pohon besar tersebut adalah core competencies. (Pralhad and Hamel, 1990) Kekuatan strategis dari suatu perusahaan terletak pada core competencies yang dimilikinya. Kekuatan tersebut adalah hal-hal yang menjadi keunggulan dari sebuah perusahaan dan yang seharusnya pada bidang tersebut tidak boleh dilakukan outsourcing (Bani-Hani and Faleh, 2009). Dengan menaruh fokus pada core competencies, sebuah perusahaan berdiri untuk menang karena mereka melakukan hal-hal di mana mereka unggul dibandingkan dengan pesaing (Srivastava, 2005).

Keunggulan bersaing sangatlah penting karena hal ini merupakan kapasitas dari sebuah perusahaan untuk dapat menciptakan posisi yang kuat di pasar (Li, B. Ragu-Nathan,

T. S. Ragu-Nathan, and Rao, 2006). Pada dasarnya, keunggulan bersaing adalah posisi kedudukan sebuah perusahaan yang lebih unggul dibandingkan pesaingnya (Bani-Hani and AlHawary, 2009).

Keunggulan bersaing yang sesungguhnya terletak pada pengintegrasian kegiatan-kegiatan operasional dengan tujuan untuk mencapai sasaran kualitas atau untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Pralhad and Hamel, 1990). Pada saat terciptanya hubungan antara kemampuan dengan atribut yang bernilai bagi pasar, disanalah makna dari keunggulan bersaing itu (Agha, Alrubaiee, and Jamhour, 2012). Tidak hanya menunjukkan kinerja yang lebih baik dibandingkan pesaing, keunggulan bersaing juga harus memberikan nilai yang sebenarnya bagi konsumen. Dari sanalah, maka keunggulan bersaing akan memastikan tercapainya posisi yang dominan di pasar. (Bani-Hani and AlHawary, 2009)

Ketika kemampuan yang dimiliki sebuah perusahaan langka, dapat dipertahankan, atau sulit untuk ditiru, maka di sanalah terbentuk dasar bagi terciptanya keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Bani-Hani and AlHawary, 2009; Barney, 1991). Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang berkelanjutan dengan mengimplementasikan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal mereka, merespon pada kesempatan-kesempatan yang ditemui di lingkungan bisnis, sementara itu juga menetralkan ancaman-ancaman dari luar dan menghindari kelemahan internal mereka (Barney, 1991).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang Membangun Sekolah Unggul: Pemanfaatan Core Competency untuk Keunggulan Kompetitif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan metode kajian literatur. Teknik pengumpulan data menggunakan menggunakan metode *Content Analysis* yang diperoleh dari berbagai sumber yang meliputi: buku-buku, media massa, internet, artikel ilmiah, jurnal-jurnal dan buku-buku lainnya yang dianggap relevan dengan penelitian ini. Peneliti menganalisis teks-teks, jurnal, media massa, artikel ilmiah yang berkaitan Membangun Sekolah Unggul : Pemanfaatan Core Competency untuk Keunggulan Kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Core Competency Untuk Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif memiliki makna yang hampir sama dengan keunggulan bersaing. Dimana dapat diartikan sebagai kemampuan Lembaga untuk bersaing dengan menghasilkan *output* baik itu barang atau SDM (sumber daya manusia) sebagai daya saing sebuah organisasi atau lembaga. Menurut Kotler dan Gray Armstrong menyatakan keunggulan kompetitif ialah kemampuan bersaing dengan memberikan penawaran yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari stakeholder. Sedangkan David A. Ball berpendapat bahwa Keunggulan kompetitif ialah kemampuan suatu lembaga untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. (ball, 2015)

David Hunger dan Thomas Wheelen menyatakan bahwa keunggulan kompetitif atau keunggulan kompetitif adalah serangkaian strategi yang digunakan perusahaan/ Lembaga memunculkan keunggulan yang tidak dimiliki Lembaga lain. (Bashori, 2017) Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa keunggulan kompetitif ialah kemampuan daya saing suatu Lembaga Keunggulan kompetitif dalam Lembaga Pendidikan bisa dibangun melalui Lembaga Pendidikan memiliki Core competency atau kompetensi inti, dalam konteks pendidikan dapat diartikan sebagai keunggulan unik yang dimiliki suatu lembaga pendidikan, yang membedakannya dari lembaga pendidikan lainnya. Ini adalah kemampuan atau keahlian khusus yang menjadi kekuatan utama sekolah dalam memberikan layanan pendidikan. Urgensi Core Competency di Sekolah di antaranya:

Keunggulan Kompetitif: Membantu sekolah menonjol di antara banyaknya pilihan sekolah yang ada.

1. Fokus: Membantu sekolah untuk lebih fokus pada pengembangan area yang menjadi kekuatannya.
2. Inovasi: Mendorong sekolah untuk terus berinovasi dan mengembangkan program-program baru yang unik.
3. Kepuasan Stakeholder: Memenuhi kebutuhan dan harapan siswa, orang tua, serta pemangku kepentingan lainnya.

Strategi Mengembangkan Core Competency di Sekolah diantaranya :

1. Identifikasi Kekuatan: Lakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki sekolah.
2. Libatkan Semua Stakeholder: Ajak siswa, guru, orang tua, dan komunitas untuk memberikan masukan.
3. Fokus pada Pengembangan: Alokasikan sumber daya untuk mengembangkan dan memperkuat core competency.
4. Integrasikan ke dalam Kurikulum: Pastikan core competency terintegrasi dalam semua aspek kurikulum.
5. Evaluasi dan Perbaiki: Lakukan evaluasi secara berkala untuk melihat sejauh mana core competency telah berhasil dikembangkan.

Manfaat Mengembangkan Core Competency:

1. Meningkatkan Kualitas Pendidikan: Dengan fokus pada kekuatan yang dimiliki, sekolah dapat memberikan pendidikan yang lebih berkualitas.
2. Meningkatkan Minat Siswa: Sekolah yang memiliki core competency yang unik akan lebih menarik minat siswa baru.
3. Meningkatkan Reputasi Sekolah: Sekolah dengan core competency yang kuat akan memiliki reputasi yang baik di masyarakat.
4. Menyiapkan Siswa untuk Masa Depan: Siswa akan memiliki keterampilan yang relevan dengan tuntutan dunia kerja saat ini.

Strategi Core competency untuk Keunggulan Kompetitif Lembaga Pendidikan

Keunggulan kompetitif dalam Lembaga Pendidikan ialah adanya inovasi, kreatifitas, sistem Pendidikan yang berkualitas, program-program unggulan yang ditawarkan berbeda dengan lembaga Pendidikan lainnya sebagai daya tarik peserta didik dan orang tua pemilik Lembaga Pendidikan tersebut. Keunggulan kompetitif menjadi salah satu poin penting bagi kesuksesan Lembaga Pendidikan di masa mendatang, semakin banyak peminat pada Lembaga pendidikan maka akan semakin berkembang Lembaga Pendidikannya.

Terdapat beberapa elemen kunci dalam keunggulan kompetitif Lembaga Pendidikan diantaranya ialah:

Keunggulan produk dan layanan: Lembaga Pendidikan perlu memberikan penawaran pendekatan Pendidikan berkualitas dapat berupa pelayanan atau program yang diterapkan seperti, program Pendidikan diintegrasikan dengan nilai-nilai agama islam, program Pendidikan berbasis IT sebagai bentuk tuntutan zaman dll.

Kualitas produk dan layanan: Lembaga Pendidikan dapat menciptakan lingkungan belajar inklusif, sistem pendidikan berkualitas dengan memberikan pelayanan yang baik dibarengi fasilitas yang mendukung sehingga menciptakan kepuasan orang tua dan reputasi yang positif bagi lembaga pendidikan.

Harga yang kompetitif: Lembaga Pendidikan dapat menetapkan harga untuk pembiayaan Pendidikan sesuai kualitas dan fasilitas yang ditawarkan. Selain itu pemberian beasiswa dan program pembayaran yang fleksibel dapat menjadi strategi meningkatkan daya saing.

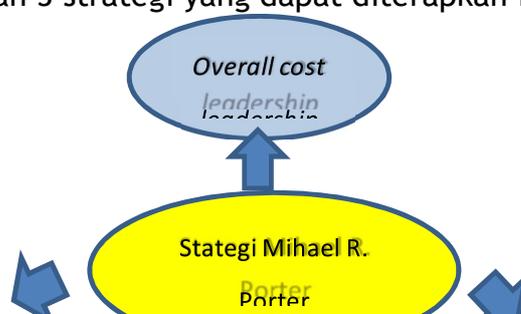
Pemasaran dan promosi: upaya yang dapat diterapkan Lembaga Pendidikan dalam melakukan promosi sebagai bahan mendapatkan keunggulan kompetitif dapat melalui saluran pemasaran media sosial, webside dll.

Distribusi dan aksesibilitas: Memastikan distribusi jasa pendidikan yang mudah dijangkau oleh masyarakat merupakan faktor tambahan yang mempengaruhi kekuatan kompetitif. Seperti halnya Menyediakan lokasi yang strategis, mempertimbangkan rute transportasi, dan menawarkan opsi pendidikan jarak jauh atau daring dapat memperluas jangkauan lembaga pendidikan. Memiliki kemudahan akses untuk calon siswa dan orang tua juga akan meningkatkan daya saing (Wiratmuko et al., 2023).

Strategi Meningkatkan Kualitas Pendidikan dan Keunggulan Kompetitif

Kualitas Pendidikan memiliki hubungan positif terhadap keunggulan kompetitif, yaitu semakin tinggi kualitas Pendidikan maka semakin besar kemungkinan memiliki keunggulan kompetitif sebagai daya saing dengan Lembaga Pendidikan lainnya. hal tersebut yang dapat dicontohkan seperti semakin baik kualitas Pendidikan yang diterapkan di sekolah maka semakin banyak pula peluang peminat peserta didik untuk bersekolah di Lembaga Pendidikan tersebut sehingga Lembaga Pendidikan dapat terus berkembang.

Menghasilkan keunggulan kompetitif dengan berbagai macam kualitas Pendidikan yang ditawarkan, maka setiap Lembaga Pendidikan membutuhkan menerapkan strategi pendukung. Porter mengemukakan 3 strategi yang dapat diterapkan ialah:



Strategi Mihael R. Porter

Strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*overall cost leadership*): Strategi ini menekankan pada biaya rendah/ pembiayaan yang lebih murah. Pandangan dari strategi ini memberikan produk atau layanan yang sama dengan Lembaga Pendidikan lainnya namun dengan harga yang lebih terjangkau. Tujuan strategi ini memunculkan keunggulan kompetitif melalui keunggulan biaya rendah sebagai dasar daya saing dengan Lembaga Pendidikan lainnya.

Strategi differensial: ialah strategi yang menekankan pada aspek keunikan atau keunggulan produk/layanan yang ditawarkan oleh Lembaga Pendidikan seperti mengembangkan program-program ekstrakurikuler yang unik/menarik, kelengkapan sarana berbasis teknologi, *brand image*, jaringan sekolah dengan Universitas ternama dan Dinas lapangan pekerjaan. Pandangan strategi ini stakeholder/ orang tua akan rela membayar dengan harga premium sesuai dengan penawaran program serta pelayanan yang berkualitas juga unik tersebut.

Strategi focus: ialah strategi yang dapat diterapkan Lembaga Pendidikan dengan memfokuskan pada satu segmen khusus secara spesifik seperti kebutuhan masyarakat tertentu. Program yang ditawarkan dapat berupa program Pendidikan khusus disabilitas untuk lingkungan yang memiliki banyak anak disabilitas. (umar, 2008)

Sondang juga menggambarkan konsep keunggulan kompetitif melalui penerapan beberapa strategi diantaranya ialah:

Strategi Inovasi: yaitu sebuah strategi yang diterapkan bertujuan mengembangkan produk / jasa yang dapat membedakan dari pesaing lainnya. Lembaga Pendidikan dapat membuat berbagai inovasi pada sistem Pendidikan seperti pengembangan kurikulum dengan memasukkan materi ajar seperti keterampilan berbahasa asing, keterampilan IT dll sebagai skill yang relevan dengan kebutuhan lapangan pekerjaan dimasa mendatang, Strategi penurunan biaya: yaitu strategi yang diterapkan pada penekanan pada pembiayaan Pendidikan yang rendah/ murah.

KESIMPULAN

Membangun sekolah unggul melalui *core competency* adalah upaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dengan mengidentifikasi dan mengembangkan kompetensi inti yang unik, sekolah dapat:

1. Menawarkan nilai tambah: Sekolah dapat memberikan nilai tambah yang berbeda dari sekolah lain, baik dalam hal kurikulum, metode pembelajaran, atau fasilitas.
2. Memperkuat identitas sekolah: *Core competency* menjadi ciri khas sekolah dan membedakannya dari sekolah lain.
3. Meningkatkan kepuasan stakeholder: Baik siswa, orang tua, maupun guru akan merasa lebih puas jika sekolah dapat memenuhi ekspektasi mereka.

Untuk mencapai tujuan tersebut, sekolah perlu menerapkan strategi yang tepat. Strategi Porter dan strategi tambahan yang disebutkan dalam teks dapat menjadi acuan. Namun, penting untuk memilih strategi yang sesuai dengan kondisi dan sumber daya yang dimiliki oleh sekolah.

Selain itu, sekolah juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain seperti:

Pengembangan sumber daya manusia: Guru dan staf harus memiliki kompetensi yang sesuai dengan *core competency* sekolah.

Infrastruktur yang memadai: Fasilitas sekolah harus mendukung pelaksanaan kegiatan pembelajaran yang berkualitas.

Kerjasama dengan berbagai pihak: Sekolah perlu menjalin kerjasama dengan orang tua, komunitas, dan pihak eksternal lainnya.

Ada tiga strategi diantaranya Strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*overall cost leadership*): Strategi ini menekankan pada biaya rendah/ pembiayaan yang lebih murah, Strategi differensial, strategi yang menekankan pada aspek keunikan atau keunggulan produk/layanan yang ditawarkan oleh Lembaga Pendidikan dan strategi Inovasi: yaitu sebuah strategi yang diterapkan bertujuan mengembangkan produk / jasa yang dapat membedakan dari pesaing lainnya.

Yang harus digaris bawahi bahwa membangun sekolah unggul adalah proses yang berkelanjutan. Sekolah perlu terus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk memastikan bahwa *core competency* tetap relevan dan dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Agha, S., Alrubaiee, L., & Jamhour, M. (2012, January). Effect of core competence on competitive advantage and organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 7(1), 192-204.

Agustino, D. (2009). Faktor Penentu Dampak Aktivitas Antipersaingan dan Pengecualian UU No. 5/1999 Pasal 50 Huruf G. *Jurnal Persaingan Usaha*, 1, 18- 38.

Awwad, A. S. (2011, January). The influence of tactical flexibilities on the competitive advantage of a firm: An empirical study on jordanian industrial companies. *International Journal of Business and Management*, 6(1), 45-60.

Bani-Hani, J. S., & Faleh, A. A. (2009). The impact of core competencies on competitive advantage: Strategic challenge. *International Bulletin of Business Administration*, 6, 93-104.

Barney, J. (1991, Mar). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Alwasilah. A.C. 2011. Tujuh Ayat Sekolah Unggul, (Online), (<https://kutadahome.wordpress.com/2011/07/19/tujuh-ayat-sekolah-unggul/>), diakses 26 Desember 2014.

Bafadal, I. 2015. Pembinaan Mutu Sekolah Dasar. Makalah. Disampaikan dalam acara Workshop Penyusunan Panduan SD Pembina yang diselenggarakan Direktorat Pembinaan Sekolah Dasar Ditjen Dikdasmen Kemdikbud pada tanggal 5-8- Mei 2015 di Hotel Alium Kota Tangerang Banten.

Daggett, W. R. 2005. Successful School: From Research to Action Plan. (Online). (http://www.quality.cr.k12.ia.us/Resources/SuccessfulSchools_Daggett_05.pdf). diakses 15 Februari 2015

Davis, G A. & Thomas, M. A. 1989. *Effective Schools and Effective Teachers*. Boston: Allyn and Bacon. Gorton, R. A. & Schneider, G. T. 1991. *School-Based Leadership: Challenges and Opportunities*. Dubuque: Wim. C. Brown Company Publisher. Halinger, P. 2003. *Leading Education Change: Reflections on the Practice of Intructional Leadership*. Cambridge Journal of Education. 33 (3). 35-70

James, C. F. & Peter, P. 1998. "The Practice of Educational Marketing in School." dalam *Educational Management Strategy, Quality, and Resources*. Ed. Philadelphia: Open University Press. Klaine-Kracht, S.P. 1993. *Indirect Intructional Leadership: An Administrator's Choice*. *Educational Administration Quarterly*, 29 (2): 187-212.

Kunandar. 2009. *Guru Profesional Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan dan Sukses dalam Sertifikasi Guru*. Jakarta: Rajawali Press.