

**STRATEGI KORPORAT (CORPORATE STRATEGY) DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING DI LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
(Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School
Malang)**

Latifah Zumaila Iva¹, Audi Anugrah², Agus Zainul Fitri³, Sulistyorini⁴

Email: latifahzumaila@gmail.com¹, audi_anugrah@yahoo.com²,
guszain@uinsatu.ac.id³, sulistyorini@uinsatu.ac.id⁴

UIN Sayyid Ali Rahmatullah¹²³

Abstract

Abstract: This study aims to determine the strategic steps taken in the organization at the Al- Maahira Malang IIBS (International Islamic Boarding School) Junior High School to increase competitiveness and meet the needs and expectations of external customers in order to strengthen and solidify the advantages that exist within the institution. The competitiveness of superior institutions is expected to be able to provide positive synergy for the surrounding community and guardians of students who trust institutions and foundations to create a safe and inclusive school image for students. The research method used is a qualitative approach with a data collection process through interviews, observations and documentation. The selection of research informants carried out with this qualitative approach is in accordance with the research context and research questions and research objectives to be explored. Especially regarding the strategy of Islamic educational institutions in increasing competitiveness. Data collection techniques with the first observation to the place or object to be studied, second conducting semi-structured interviews so that flexible conversations between researchers and informants are created compared to structured interviews. The results of the research that has been carried out are the corporate strategies implemented are superior achievement programs, superior institutional image, marketing media and marketing targets, recruitment and empowerment of quality human resources, curriculum diversification, facilities and infrastructure, social communities, educational technology and evaluation. The implementation of the strategy carried out at IIBS SMP Al Maahira also adopts a membership structure with the implementation of corporate management and implementation such as having an owner, CEO, Director, Manager, and HRD.

Keywords : *Corporate Strategy, Competitiveness, Islamic Education*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui langkah-langkah strategi yang di ambil di organisasi di lembaga SMP IIBS (International Islamic Boarding School) Al-Maahira Malang untuk meningkatkan daya saing serta memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan eksternal agar memperkuat dan memperkokoh keunggulan yang ada di dalam lembaga. Daya saing lembaga yang unggul, diharapkan mampu memberikan sinergi positif bagi masyarakat sekitarnya dan wali siswa yang

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

memperceyail lembaga dan yayasan untuk menciptakan citra sekolah yang aman dan inklusif terhadap siswa. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kualitatif dengan proses pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada pemilihan informan penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif ini sudah sesuai dengan konteks penelitian dan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian yang akan di gali. Terutama mengenai strategi lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan daya saing. Teknik pengumpulan data dengan pertama observasi ke tempat atau objek yang akan di teliti, kedua melakukan semi-

wawancara terstruktur agar terciptanya percakapan antar peneliti dan narasumber yang fleksibel dibandingkan wawancara terstruktur. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah strategi corporate yang diterapkan adalah program prestasi unggul, citra lembaga unggul, media pemasaran dan target pemasaran, rekrutmen dan pemberdayaan SDM berkualitas, diversifikasi kurikulum, sarana dan prasarana, sosial masyarakat, teknologi pendidikan dan evaluasi. Penerapan strategi yang dilakukan di IIBS SMP Al Maahira ini juga mengadopsi struktural keanggotaan dengan penerapan pengurusan dan implementasi korporasi seperti adanya owner, CEO, Direktur, Manajer, dan HRD.

Kata Kunci: Strategi Korporasi, Daya Saing, Pendidikan Islam

Pendahuluan

Lembaga pendidikan Islam saat ini memiliki karakteristik dan sudut pandang masing-masing untuk membangun citra sekolah atau lembaga yang terbaik. Sudut pandang organisasi dalam lembaga pendidikan sangat memperhatikan strategi pencapaian jangka panjang maupun jangka pendek. Hal yang paling umum dan harus dilakukan salah satunya adalah pembuatan visi misi di lembaga sangat diperhatikan dengan sebaik mungkin untuk meraih tujuan besar bersama.. Tidak dapat dipungkiri, lembaga pendidikan pun tetap selalu bersaing agar terciptanya kemajuan yang signifikan dengan nilai- nilai yang dimiliki. Salah satu nilai yang dianut adalah nilai-nilai Islam yang mana masyarakat di Indonesia adalah mayoritas muslim.

Strategi yang pada mulanya adalah diterapkan pada strategi bisnis dan ekonomi namun hingga saat ini strategi ekonomi bisa menjadi acuan dalam implementasi lembaga pendidikan baik berbasis Islam maupun non-Islam seperti yang dikatakan oleh Fisher (2020) mengenai strategi di tingkat perusahaan adalah rencana

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

komprehensif yang menguraikan bagaimana organisasi akan mencapai tujuan dan sasaran jangka panjangnya di berbagai unit strategi bisnis ini melibatkan keputusan yang berkaitan dengan alokasi sumber daya, target pasar, dan keunggulan kompetitif di berbagai sektor bisnis. Pada teori yang dijelaskan bahwa implementasi yang dilakukan adalah di lembaga pendidikan Islam dengan memperhatikan sumber daya, target pasar, dan keunggulan kompetitif juga di dunia pendidikan dengan mengedepankan basis Islam.

Implementasi strategi korporasi dibutuhkan di lembaga pendidikan, strategi ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua keperluan dan tujuan lembaga pendidikan selaras dengan visi dan misi organisasi secara keseluruhan, mendorong sinergi dan memaksimalkan efisiensi secara keseluruhan. Penyelarasan ini tidak hanya meningkatkan efektivitas operasional tetapi juga menumbuhkan inovasi dan kemampuan beradaptasi dalam lingkungan yang berubah dengan cepat. Penyelarasan ini menumbuhkan budaya kolaborasi, memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan kekuatannya dan merespons secara proaktif peluang dan tantangan yang muncul. Budaya kolaboratif ini menumbuhkan rasa kepemilikan di antara karyawan, mendorong mereka untuk menyumbangkan ide dan solusi yang selaras dengan tujuan strategis. (Thurlby, 1998).

Banyak hal yang harus diperhatikan dalam organisasi di lembaga dalam menentukan strateginya yang menciptakan mutu dan daya saing suatu lembaga, baik visi misi, keunggulan program nya, cara pengelolaan tim dan pemimpinnya, strategi dalam pemasarannya, peningkatan kualitas sumber daya manusianya atau bahkan kualitas yang merujuk pada sikap inklusif pada siswa dan siswi ataupun keterlibatan stakeholder dalam kepentingan yang diperlukan. Menurut Prieto dan Carvalho (2018) bahwa keterlibatan kolektif ini tidak hanya meningkatkan moral tetapi juga mendorong kinerja, yang pada akhirnya mengarah pada pertumbuhan berkelanjutan dan keunggulan kompetitif. Pendekatan holistik ini memastikan bahwa setiap anggota tim merasa dihargai dan diberdayakan, menumbuhkan lingkungan di mana kreativitas dapat berkembang dan mendorong organisasi ke

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

depan. Lingkungan dinamis ini mendorong pembelajaran dan adaptasi yang berkelanjutan, melengkapi tim dengan keterampilan yang diperlukan untuk menavigasi kompleksitas dan memanfaatkan peluang yang muncul.

Implementasi strategi korporat di lembaga pendidikan merupakan strategi yang mana hal tersebut berpengaruh terhadap mutu atau kualitas yang menciptakan daya saing lembaga pendidikan di masyarakat. Korporat strategi memiliki arti bahwa strategi yang dilakukan untuk meraih tujuan bersama di jangka panjang. Dalam persaingan antar lembaga pendidikan saat ini terutama islam, strategi merupakan suatu cara untuk menjadi berbeda dengan pesaing yang berarti lembaga harus mampu untuk menciptakan serangkaian aktivitas untuk dapat memberikan nilai yang unik bagi pengguna. Strategi merupakan perebutan posisi di mata masyarakat melalui pemberian nilai yang berbeda dengan pesaing. Menurut Zuriani R. (2020) mengenai teori dan aplikasi strategi, Strategi Tingkat Korporasi (Corporate level Strategy) berarti bahwa rencana strategi tingkat atas yang mengambil pandangan menyeluruh terhadap sasaran dan fokus organisasi. Teori di atas dapat di implementasikan di sektor pendidikan karena strategi dan tujuan lembaga untuk terciptanya pencapaian yang di inginkan. Sejalan dengan Robins & Coulter (2007), yang dikutip dalam buku Zuriani R. (2020) bahwa perumusan strategi menyeluruh atau strategi terpadu (integrated strategy) yang ditetapkan berdasarkan koordinasi seluruh bidang yang terdapat dalam perusahaan yang membawa peluang besar untuk mencapai tujuan yang di inginkan di jangka panjang. Menurut Gerry Johnson (2008) bahwa Strategi korporat menyangkut keseluruhan lingkup dan arah perusahaan selama jangka waktu tertentu, serta bagaimana nilai ditambahkan ke berbagai unit bisnis dalam organisasi melalui sumber daya, kemampuan, dan sinergi antar unit tersebut. Strategi ini melibatkan pengambilan keputusan tentang arah pertumbuhan perusahaan, alokasi sumber daya, diversifikasi, dan strategi pemasaran yang akan diambil. Dalam istilah lebih sederhana, strategi korporasi adalah panduan yang mengarahkan perusahaan dari mana mereka berada saat ini ke arah tujuan. Dengan demikian, strategi korporasi dapat diartikan sebagai pendekatan yang dilakukan oleh organisasi di lembaga pendidikan untuk dapat Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

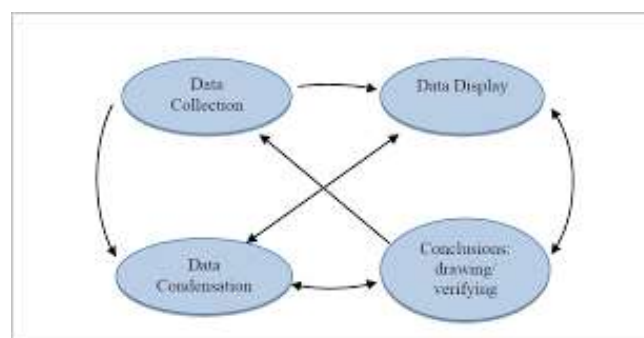
Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

merealisasikan visinya sehingga mampu memberikan nilai kepada masyarakat secara berbeda dibanding pesaingnya.

Persaingan antar lembaga pendidikan melibatkan aspek pemasaran jasa, mutu, pembiayaan, dan layanan pendidikan (Khasanah, 2015). Persaingan antar lembaga pendidikan dalam perjalanannya terus mengalami revolusi (Abdullah, 2020). Dalam era saat ini, kemajuan lembaga pendidikan bergantung pada pandangan masyarakat terhadapnya. Oleh karena itu, pemimpin dan lembaga pendidikan harus menciptakan strategi untuk menciptakan lingkungan yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat sekitarnya (Mustajab, 2020). Faktor-faktor yang menyebabkan kompleksitas ini bisa meliputi perubahan sosial, perkembangan teknologi, tuntutan masyarakat yang beragam, dan tekanan finansial. Dalam menghadapi pertumbuhan jumlah lembaga pendidikan yang semakin besar, penyelenggara harus menghadapi tantangan yang signifikan (Sabaruddin, 2023). Oleh karena itu, pengelola lembaga pendidikan harus terus berinovasi dan berpikir kritis untuk mempertahankan keunggulan dan mengikuti tuntutan zaman, sehingga dapat bersaing dengan baik dan memberikan kepuasan pelanggan pendidikan.

Metode

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan sekaligus mengkaji kondisi nyata objek penelitian berdasarkan data-data autentik yang dikumpulkan sehingga dapat dilakukan analisis tentang strategi korporat (corporate strategy) implementasi di lembaga pendidikan islam untuk meningkatkan daya saing. Alur dalam penelitian merekonstruksi konsep Miles dan Huberman dalam buku Sugiyono (2016), yaitu



Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistryorini

meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan tahap verifikasi. Model analisis data tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.2 (Analisis dat Kualitatif menurut Miles dan Huberman)

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data dari informan yang terlibat langsung dalam organisasi di lembaga SMP Al-Maahira IIBS Malang. Pada pemilihan informan penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif ini sudah sesuai dengan konteks penelitian dan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian yang akan di gali. Terutama mengenai strategi lembaga pendidikan islam dalam meningkatkan daya saing. Teknik pengumpulan data dengan pertama observasi ke tempat atau objek yang akan di teliti, kedua melakukan semi-wawancara terstruktur agar terciptanya percakapan antar peneliti dan narasumber yang fleksibel dibandingkan wawancara terstruktur. Pewawancara menggunakan pedoman umum berupa pertanyaan-pertanyaan pokok, tetapi dapat mengeksplorasi lebih lanjut pertanyaan-pertanyaan tambahan berdasarkan jawaban responden. Pendekatan ini memungkinkan pewawancara untuk menggali informasi lebih dalam sambil tetap menjaga kerangka umum. (Glaser & Strauss, 1967). Kemudian dengan dukungan dokumentasi. Proses penelitian yang telah dilakukan mendapatkan hasil apa yang di inginkan dan tujuan penelitian tentang berbagai macam cara dalam pengaplikasian program atau aktifitas yang di lakukan di SMP Al-Maahira IIBS Malang.

Hasil dan Pembahasan

Dengan berbagai keunikan dan maju pesatnya sekolah walaupun terhitung masih 5 tahun berjalan. Lembaga pendidikan islam yang berbasis boarding school dan international, memberikan ketertarikan yang kuat terhadap masyarakat luas di seluruh Indonesia. Sekolah yang dinaungi oleh Yayasan Tazkiyatun Nafsi, yang pada sejarahnya memang sudah memiliki sekolah tingkat dini dan dasar pada tahun Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

2006. Namun pada penelitian ini, lebih berfokus pada sekolah menengah yaitu SMP yang berdiri pada tahun 2019 akhir. Sekolah ini yang memiliki berbagai keunggulan yang mumpuni yang sesuai dengan visi dan misi dari Al-Maahira IIBS Malang yaitu Visi: “Terwujudnya prestasi yang unggul, budaya ramah lingkungan, fokus pada Islamic Value, Excelent Academic, And Friendly Based Education berdasarkan Al-Qur’an dan As-Sunnah”. Kemudian Misi: “Menanamkan aqidah, akhlak dan muamalah peserta didik berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah sekaligus mempersiapkannya menjadi penghafal Al-Qur’an dan life skill sesuai bakat minatnya”. Pembahasan mengenai visi dan misi yang telah dicetuskan sangat dirinci dengan sedemikian rupa. Termasuk profil jargon “Friendly Education” yang berarti bahwa inklusifitas tinggi terhadap siswa dan siswi.

Pencapaian visi dan misi yang bertahap, termasuk pada proses pembelajaran yang inklusif terhadap siswa seperti penyediaan menyediakan fasilitas belajar, asrama dan sarana pendukung lainnya sehingga tercipta lingkungan KBM yang kondusif, bersih dan nyaman. Pastinya dengan menyuguhkan nuansa lingkungan yang mengedepankan nilai-nilai keislaman (Islamic values). Tidak lupa dengan konsep Friendly Learning Approach akan menciptakan lingkungan pembelajaran yang menyenangkan (Joyful Learning) sehingga siswa merasa nyaman dan betah dalam aktifitas di sekolah dan asrama. Sistem boarding yang berbasis friendly learning approach akan mewujudkan siswa yang berakidah salimah, berakhlak mulia, bertanggung jawab, disiplin dan mandiri untuk mencetak generasi muslim ahlul Qur’an dan Sunnah. Friendly learning approach juga mewujudkan sikap guru/murrobyah yang ramah serta mampu menjadi teladan bagi siswa sehingga akan tercipta lingkungan sekolah dan asrama yang kondusif dan menyenangkan. Berikut adalah 5 Pilar/nilai di Al-Maahira IIBS:

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini



Gambar 1.3

5 Values Al-Maahira IIBS Malang “Friendly Education”

Strategi SMP Al-Maahira IIBS Malang dalam membangun citra lembaga, mampu meningkatkan popularitas untuk mencapai tujuan perspektif pasar. Seperti yang dikemukakan oleh Sri Rezeki dalam bukunya *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi (Sebuah Tinjauan Perspektif Pasar)* yang diterbitkan oleh Nilacakra pada 2021, menyebutkan “Popularitas lembaga secara umum merupakan keunggulan kompetitif dalam meraih minat masyarakat”. Oleh karena itu, tidak sedikit lembaga berupaya menyebarkan informasi sebaik mungkin melalui media komunikasi untuk memberikan kesan positif kepada masyarakat.

Seperti gambar yang telah tercantum semua tersedia di website, Pihaknya memuat informasi lengkap. Contohnya, website yang mencantumkan 5 nilai Al-Maahira dalam desain grafis yang menarik dan pilihan warna yang sesuai merupakan bagian dari upaya membangun publikasi yang menjual. Contoh lainnya, pihaknya juga menampilkan konsep *friendly learning approach* yang juga mengandung daya tarik peminat calon peserta didik terutama orangtua yang mengharapkan lingkungan sekolah yang memberikan rasa aman dan nyaman dalam menuntut pendidikan. Selain itu banyaknya keterampilan unggulan seperti fashion,

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistryorini

cooking, memanah, berkuda, berenang, , program Tahfiz , bebahasa asing seperti arab dan inggris sebagai kebiasaan.

Program yang juga mengembangkan citra keterampilan perempuan. Citra ini dibangun untuk mewujudkan tatanan masyarakat yang menginginkan pendidikan terbaik orang tua terhadap anak perempuannya. Komitmen tersebut pihaknya wujudkan dengan beberapa program yang mendukung keterampilan perempuan seperti bidang kecantikan dan kesehatan, bidang dapur yang memang dekat dengan perempuan, jadi anak didik diajarkan bagaimana memasak. Selain yang berurusan dengan khas perempuan ada pula citra dengan konsep pengetahuan (kognisi) berupa keterampilan bahasa asing, integrasi ilmu, pengetahuan agama yang lebih kuat, dan pembinaan kemampuan keterampilan

Selain itu, sebagaimana yang ditemukan, Al-Maahira IIBS Malang menyusun strategi dengan mengenalkan lembaga menembus pulau-pulau di luar Jawa. Seperti Sulawesi, Kalimantan, Sumatera, dan pulau-pulau lainnya, menjadi santapan para tim Al-Maahira untuk mengenalkan diri ke sekolah- sekolah SD maupun MI yang ada di pulau -pulau tersebut. Meski mengusung konsep international program Al-Maahira IIBS Malang memulai branding dari wilayah nasional. Hal tersebut dilakukan tentu tidak lain sebagai upaya menjalankan program secara maksimal dengan melibatkan sumber daya peserta didik dari seluruh pulau yang ada di Indonesia. Strategi branding citra yang meluas se- Indonesia ini menjadi langkah awal untuk pengembangan wawasan peserta didiknya menuju kancha internasional yang diharapkan dapat survive dan kompetitif dengan warga dunia. Selain itu, pada tahun ke dua dan ketiga berdiri Al-Maahira IIBS Malang melakukan strategi WOM (word of Mouth) oleh Carl Hovland dan Walter Weiss (1951) tentang teori kredibilitas sumber. Langkah tersebut dilakukan dengan melibatkan wali santri untuk ikut mempromosikan lembaga Al-Maahira IIBS Malang.

Selain promosi dengan strategi WOM (Word of Mouth), promosi pemasaran dengan menggunakan strategi pemasaran jasa pendidikan , yang mana lembaga

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

fokus terhadap program- program unggul yang telah di paparkan seperti penjelasan di atas. Fokus pada program-program unggulan, target pasar yang jelas, SDM yang berkualitas, penyediaan sarana dan prasarana yang memadai, serta promosi di berbagai media. Hal tersebut dapat menunjang tingkat daya saing yang relatif tinggi dengan diketahui bahwa di sekitarnya ada juga IIBS yang menjadi sebuah faktor eksternal ancaman (Threat) bagi IIBS Al-Maahira. Namun hal tersebut tidak melepas semangat dan strategi kompetitif lembaga dalam meningkatkan kualitas mutu dan daya saing. Strategi produk selanjutnya berupa akreditasi sekolah, dalam hal meningkatkan reputasi lembaga, hal ini juga mengakibatkan meningkatnya kepercayaan masyarakat karena tingkat keandalan yang tinggi. Ini membuat orang tua semakin yakin memilih lembaga tersebut untuk pendidikan anak-anak mereka. SMP Al-Maahira IIBS Malang kini telah meraih akreditasi "A" dari Badan Akreditasi Nasional (BAN-S/M).

Pengembangan program-program unggul, dengan banyaknya ekstrakurikuler dan prestasi lembaga yang relatif signifikan dengan perolehan medali sebanyak 882 baik akademik maupun non- akademik. Seperti yang di jelaskan sebelumnya mengenai konsep “friendly learning approach”, yang mana tingkat ke berpihak an terhadap siswa itu tinggi, jadi perolehan medali sebanyak itu memang sebanding dengan peningkatan fasilitas baik ketika di asrama dengan fasilitas sebagus dan selengkap mungkin, makanan keseharian siswa yang dihitung gizi karena ada expert gizi dan chef tersendiri, fasilitas dalam program keunggulan yang totalitas juga, bantuan bagi siswa yang memang kurang mampu namun berprestasi dan memiliki hafalan Al Quran maka akan diberikan gratis 100% beserta uang jajan rutin bulanan setiap hari. Walaupun nyatanya memang target pasar di lembaga ini adalah menengah rata-rata ke atas. Namun, mereka memiliki seperti diterangkan sebelumnya adanya beasiswa full gratis untuk berprestasi dan hafiz

Semua output yang telah dirasakan baik siswa yang terlibat, pembimbing/guru dan lembaga. Semua tidak lepas dari proses rekrutmen SDM yang sangat diperhatikan dan standar mutu yang di alokasikan dengan baik. Hal ini dikarenakan

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

Al-Maahira sebuah lembaga yang berbentuk international boarding school artinya SDM yang ada didalamnya juga harus menguasai bahasa internasional. Selain itu tiap-tiap divisi atau bagian memang harus mahir dibidangnya. Hal tersebut dibuktikan dengan pendidikan terakhir guru sesuai bidangnya. Selain perekrutan di awal masuk, Al-Maahira IIBS Malang juga mengadakan Pelatihan PTK (Penelitian Tindakan Kelas) yang mana perlu dan penting untuk kebutuhan guru dan lembaga untuk mengetahui kondisi, kemampuan siswa, dan solusi dalam penanggulangan permasalahan di kelas pada bidang potensi akademik. Pembinaan dan pelatihan ini di bimbing langsung oleh Pengawas Sekolah Cabang Dinas Kab. Malang. Menurut informasi Seluruh guru sangat antusias mengikuti pelatihan ini mengingat pentingnya meningkatkan mutu dan kualitas proses belajar mengajar agar memperoleh hasil yang lebih baik dari sebelumnya, mengembangkan kinerja profesionalisme guru, melatih guru untuk menjadi pemecahan masalah yang andal, melatih kreativitas guru, menumbuhkan rasa percaya diri guru, dan meningkatkan kualitas lembaga sekolah. Harapan dan tujuan dari pelatihan PTK ini diharapkan dewan asatidz dapat memperbaiki pola mengajar, memperbaiki perilaku siswa, meningkatkan praktik pembelajaran, mengubah kerangka kerja guru dalam mengajar sehingga terjadi peningkatan pelayanan profesional guru semakin maju dan semakin bermutu.

Terciptanya SDM yang bermutu dan profesional dengan berbagai pelatihan seperti PTK, workshop, MGMP dan pelatihan dinas daerah lainnya diharapkan mampu menjadi perantara ilmu dan tindakan ketika melakukan sebuah pembelajaran di kelas. Karena, di lembaga ini memiliki 4 kurikulum yang diterapkan baik nasional, internasional, maupun pesantren. Pembimbing yang mengajar juga harus memiliki pendidikan yang sesuai baik pengajar di pesantren. Berikut adalah kurikulum yang diterapkan di lembaga

Selain tentang pengembangan strategi untuk meningkatkan daya saing, lembaga juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat eksternal yang mana secara otomatis meningkatkan mutu dan berdampak pada daya

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

saing. Lembaga SMP Al-Maahira, sangat berperan aktif dalam lingkungan masyarakat terutama di sekitarnya, selain dengan citra sekolah yang baik namun membangun komunikasi antar masyarakat dan wali siswa harus tetap diperhatikan.

Pertama dengan melakukan hubungan dengan masyarakat melalui komunikasi yang terbuka, melibatkan orang tua dalam berbagai program sekolah, dan memperkuat kolaborasi antara sekolah dan komunitas lokal. Ini dapat dilakukan melalui kegiatan seperti rapat berkala, sosialisasi program, serta pelibatan wali siswa dalam pengambilan keputusan terkait pendidikan. Seperti contoh yang dilakukan adalah ketika wali siswa memerlukan informasi terkait bidang tertentu baik pembelajaran, keuangan dan lain-lain maka, akan di arahkan ke bidang masing-masing. Pengarahan ini bertujuan untuk agar tidak terjadinya kesalahpahaman dan penyelesaian dengan satu pintu sesuai bidangnya. Contohnya seperti keuangan yang merupakan hal sensitif, maka wali kelas sebagai nara-hubung harus mengarahkan ke pihak keuangan.

Kedua melakukan pemanfaatan teknologi dengan menyediakan platform online untuk komunikasi antara sekolah, guru, siswa, dan orang tua, sekolah dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi. Teknologi juga memfasilitasi akses terhadap informasi pendidikan dan mempermudah wali siswa memantau perkembangan belajar anak mereka. Lembaga sekolah memiliki program rapor bulanan, yang mana rapor ini adalah penunjang ketercapaian ketika akhir di setiap semester. Lembaga berkomitmen untuk memiliki tolak ukur/evaluasi terhadap semua siswa, yang mana perkembangan akademis/non-akademis bahkan mental health siswa diperhatikan dengan adanya rapor bulanan tersebut. Evaluasi rapor bulanan dilakukan bersama wali siswa dengan melalui via zoom meeting bersama wali kelas, jadi hala tersebut bisa menjadi ranah wali siswa untuk mengetahui secara bertahap dan mendalam akan keadaan anaknya di Boarding school.

Ketiga melakukan evaluasi secara berkala terhadap program-program yang berjalan. Dengan melibatkan wali siswa dalam proses evaluasi ini, sekolah dapat

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

memperoleh masukan yang konstruktif untuk meningkatkan mutu pembelajaran dan lingkungan sekolah. Seperti contohnya adalah lembaga selalu mengadakan pertemuan ketika penjemputan setiap liburan semester, dari situ mereka diberi wadah secara langsung untuk memberikan masukan, kritik dan saran. Kalaupun tidak secara langsung wali siswa juga bisa via online dengan nara-hubung yang dipersiapkan, dan melakukan evaluasi diri lembaga dengan tim, misalnya ketika adanya rapat dinas yang dilakukan.

Keterangan dan penjelasan di atas mengenai langkah-langkah strategi yang di ambil di organisasi di lembaga SMP Al-Maahira IIBS (International Islamic Boarding School) Malang untuk meningkatkan kualitas daya saing tinggi, agar memperkuat dan memperkokoh keunggulan atau mutu yang ada di dalam lembaga. Daya saing lembaga yang unggul, diharapkan mampu memberikan sinergi positif bagi masyarakat sekitarnya dan wali siswa yang mempercayai lembaga dan yayasan untuk menciptakan citra sekolah yang aman dan inklusif terhadap siswa.

Berikut adalah rangkuman hasil temuan dalam bentuk tabel dari penjelasan sebelumnya:

Pada hasil temuan penelitian yang dilakukan, dengan proses pengumpulan data dan analisis data di atas dengan berbagai cara dan strategi pelaksanaannya. Semua tindakan yang dilakukan terbukti bahwa siswa yang aktif pertahunnya, di lembaga SMP sebanyak 928 pada saat ini tahun 2024, yang mana tergolong sekolah baru. Hal tersebut membuktikan pelanggan eksternal atau masyarakat wali siswa mendapatkan kebutuhan dan harapan yang terpenuhi. Semua program, kebijakan dan proses pelaksanaannya berdasarkan hasil kerja sama dan keputusan tim dengan persetujuan Ketua Yayasan Tazkiyatun Nafis bernama bapak Kunto Kuntjoro, beserta CEO Al-Maahira IIBS bernama Ibu Fetty yang berlaku pada setiap lembaga termasuk di SMP Al-Maahira IIBS Malang ini.

Pembahasan pertama mengenai strategi yang dilakukan di SMP Al-Maahira IIBS Malang, sangat bervariasi dan kompetitif. Karena melihat di lingkungan Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

sekitar Malang ada seperti IIBS Al Izzah, IIBS Thursina, IIBS Baitul Manshurin dsb. hal ini sangat menjadi tantangan bagi IIBS Al Maahira dalam meningkatkan kualitas daya saing yang tinggi, walaupun termasuk lembaga IIBS yang termuda di Malang. Salah satu caranya dengan menguatkan strategi apa dan bagaimana penerapan yang dilakukan. Strategi dikatakan sebagai taktik atau upaya yang tersistem dengan tujuan yang diinginkan. Kemudian menurut Fory A. Naway, strategi diartikan sebagai suatu proses untuk menentukan arah yang dijalani oleh suatu organisasi, sehingga memperoleh posisi kuat dalam wilayah kerjanya. Selain itu meningkatkan daya saing perlu adanya perhatian terhadap kurikulum yang dipakai, fasilitas belajar, anggaran dan mutu yang diperoleh. Sesuai dengan hasil dari implementasi kurikulum yang wajib diperhatikan pada poin 5.

Program unggulan tahfidz, pembinaan Olimpiade, dan juga kegiatan soft skill yang diimplementasikan melalui berbagai kegiatan ekstra kurikuler di SMP Al Maahira IIBS dengan peningkatan jumlah siswa yang signifikan karena keunggulannya. Menurut Adi Wibowo dan Ahmad Zawawi Subhan menyatakan lembaga dapat unggul ketika dibekali ketrampilan siswa melalui ekstrakurikuler dan perencanaan sesuai kebutuhan siswa. Hal ini berhubungan dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh konsumen, semakin produk tersebut memiliki kualitas yang bagus, maka akan laku di pasar, yang mana keunggulan yang diraih dengan prestasi medali baik akademik dan non akademik dan peningkatan jumlah siswa yang signifikan sangat sesuai dengan hasil temuan di poin 1 dan 2.

Selanjutnya mengenai strategi pemasaran dan media pemasaran yang mana menjadi jalan untuk membuka peluang untuk memperluas jaringan dan peluang ketertarikan terhadap masyarakat. Namun, pada konsep pemasaran ini diperlukan target pasar yang jelas. Seperti yang dikemukakan oleh Wright bahwa penentuan target pasar secara khusus akan mendukung program unggulan di perguruan tinggi menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat terhadap institusi tersebut. Selain itu adanya target menengah ke atas merupakan suatu hal penting atas berdirinya lembaga pendidikan, agar sasaran yang dituju sesuai maka penetapan target tersebut

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

harus dilakukan. Sesuai teori dan yang terjadi di lapangan sesuai dengan temuan hasil pada poin 3. Karena, pada nyatanya target pasar sangat penting dan harus ditentukan karena ketua yayasan bapak Kunto Kuntjoro adalah seorang yang sebelumnya sudah merambah dunia bisnis yang kemudian sistemnya di implementasikan di ranah pendidikan.

Kemudian, menurut Firda & Gunawan (2023) bahwa pada proses klasifikasi SDM yang objektif, berpengaruh terhadap jalannya lembaga tersebut, berimbas juga terhadap kualitas pendidikan yang ada di dalamnya. Kompetensi setiap individu yang dipekerjakan harus memiliki kompetensi tertentu yang mendukung tugas dan tanggung jawab mereka. Kompetensi ini bisa mencakup kemampuan teknis, keterampilan sosial, serta kemampuan manajerial dan pedagogis. Pada sektor pendidikan, tenaga pengajar yang dipilih harus memiliki kompetensi yang terkait dengan bidang mereka, seperti penguasaan mata pelajaran, kemampuan mengajar, dan keterampilan komunikasi. Pembahasan mengenai kompetensi SDM di suatu tempat pekerjaan sesuai dengan bidangnya, hal ini sesuai hasil temuan di poin 4.

Lanjut ke penyediaan sarana prasarana yang hubungannya terkait dengan proses pembelajaran, kenyamanan yang di dapatkan oleh seluruh siswa. Fasilitas sekolah penunjang seperti kelas yang nyaman, bangku dan kursi yang memadai, penyediaan AC, CCTV penunjang keamanan dan lift untuk mempermudah access seluruh peserta didik, pendidik dan karyawan yang terlibat. Hal ini sangat berhubungan dengan target pasar yang dituju karena dengan fasilitas yang memadai pada nyatanya semua tetap perlu biaya yang termasuk relatif tinggi, karena dengan target pasar tersebut merupakan hal yang biasa dirasakan oleh mayoritas siswa ketika di rumah. Semua itu adalah fasilitas yang nyata dan termasuk sarana fisik yang ada dan dinikmati. Seperti yang dikatakan oleh imam Faizin bahwa sarana prasarana atau Sarana fisik adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk atau jasa. Dalam konteks lembaga pendidikan, bangunan beserta fasilitasnya merupakan bagian dari bukti

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

fisik, fasilitas dan sarana prasarana yang ada sesuai dengan strategi sesuai hasil temuan di poin 6.

Pada proses peningkatan strategi untuk meningkatkan daya saing dengan lembaga pendidikan di tingkat daerah, wilayah, bahkan luar pulau di Indonesia. Seperti yang di ungkapkan oleh Hitt et, al (2017) bahwa bertindak sadar akan persaingan yang terjadi di era globalisasi untuk menunjang kemajuan dan keberlanjutan zaman pada saat ini. Maka SMP Al-Maahira IIBS Malang selalu berkomitmen dalam pangsa pasar yang akan dituju, dengan tetap mengedepankan boarding school bertaraf internasional namun juga islami. Seluruh tim di dalam melakukan strategi peningkatan mutu yang dilakukan yaitu dengan terus berinovasi dan mempertahankan keunggulan yang ada namun tetap harus meningkatkan dengan proses berangsur-angsur.

Pentingnya kebutuhan dan harapan pelanggan, yang mana melibatkan semua anggota organisasi, dari manajemen puncak hingga karyawan di tingkat operasional, dengan tujuan untuk mencapai kepuasan pelanggan melalui peningkatan terus-menerus. hal ini sesuai dengan pendekatan Total Quality Management, yang mana pada di SMP Al -Maahira IIBS ini sangat memperhatikan langkah-langkah tersebut dengan tetap memperkuat keunggulan yang dimiliki dan dipercaya oleh masyarakat yang mendorong upaya perbaikan yang terus-menerus dengan mengelola dan memperbaiki proses, hasil yang diinginkan akan tercapai. Pada teori tersebut dalam pendidikan yang berbasis Islam dan internasional, tidak hanya berfokus pada hasil pembelajaran, tetapi juga mencakup perbaikan proses pengajaran, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan lingkungan belajar, yang semuanya bersifat holistik dan berkesinambungan.(Rahim & Faridah, 2020).

Hal tersebut sejalan dengan Tjiptono dan Diana dalam buku Prim Masrokan bahwa kebutuhan dan harapan pelanggan internal dan eksternal yang menggunakan pendekatan TQM. Pelanggan ada di dalam dan di luar organisasi. Pelanggan eksternal adalah orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan. Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

Kebutuhan pelanggan dalam pendekatan TQM diidentifikasi sebagai bagian dari pengembangan produk. Tujuan organisasi menggunakan pendekatan ini adalah untuk melampaui harapan pelanggan, bukan sekadar memenuhinya. Untuk itu perlu dikumpulkan informasi yang akurat mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan atas produk/jasa yang dihasilkan organisasi. Begitu juga sesuai dengan Fathurrahman & Zahra (2021), bahwa proses kerja untuk mempertahankan mutu pada lembaga merupakan alat yang penting untuk mempertahankan dan meningkatkan keunggulan, terutama dalam menghadapi persaingan global di dunia pendidikan.

Organisasi dengan demikian dapat memahami dengan baik perilaku pelanggan pada pasar sasaran, sehingga organisasi dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada, menjalin hubungan dengan setiap pelanggan dan mengungguli para pesaingnya. (Agus Zainul F., 2022). Hasil temuan tentang kebutuhan dan harapan pelanggan dalam suatu lembaga pendidikan ini sangat sesuai dengan salah satu alasan perlunya komunikasi secara terus-menerus adalah bahwa kebutuhan pelanggan selalu berubah sepanjang waktu dan bahkan perubahannya dapat berlangsung cepat. Melalui komunikasi ini organisasi dapat memantau setiap perkembangan dan perubahan yang terjadi. Bila hal ini tidak terantisipasi maka organisasi dapat kalah dalam persaingan. (Prim Masrokan, et al., 2023).

Kesimpulan

Pada hasil dan penjelasan mengenai corporate strategy yang di implementasikan di SMP Al Maahira IIBS Malang, dalam meningkatkan daya saing lembaga maka dapat ditarik kesimpulan bahwa aksi strategi yang dilakukan adalah tetap mengedepankan keunggulan dengan mempertahankan citra sekolah yang ada. Selain itu juga memperhatikan sumber daya yang berkualitas dengan proses selektif di lingkup organisasi internal dan penggunaan kurikulum yang inovatif dan kreatif dengan tetap memperhatikan visi dan misi yang dituju dalam proses jangka panjang maupun jangka pendek. Profil sekolah dalam pembelajaran

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

kurikulum di sekolah adalah “Friendly Learning Approach” yang menciptakan lingkungan pembelajaran yang menyenangkan bagi siswa. Profil tersebut bermakna bahwa kenyamanan dalam proses belajar siswa baik di sekolah maupun asrama terealisasi. Kenyamanan terhadap siswa dalam belajar salah satu pendukungnya adalah fasilitas yang eksklusif dan sarana prasarana dalam belajar yang memadai dan terpenuhi. Serta kebutuhan dan harapan pelanggan yang sangat diperhatikan dengan mengutamakan koordinasi dan interaksi baik via online atau secara langsung. Penyediaan bidang pengelolaan di lembaga, khusus dalam komunikasi secara berkesinambungan dengan pelanggan eksternal.

Daftar Pustaka

Abdullah, A. H. bin. (2020). Pendidikan Islam Dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Tamaddun*, 21(1), 127

Ashmel Mohamed M.,H., Issam T.,& Robin M. (2022). *Education and Information Technologies: Higher Education Strategy in Digital Transformation*. Springer.

Bryson, J. M. (2018). *Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations: A Guide to Strengthening and Sustaining Organizational Achievement*. John Wiley & Sons.

Fathurrahman, A., & Zahra, H. (2021). Quality Assurance and Performance Management in Islamic Educational Institutions. *Journal of Educational Excellence*, 9(3), 40-55.

Fitri, Agus Zainul. (2022). *Sistem Penjaminan Mutu Pendidikan*. Malang: Madani

Fiqra Muhamad Nazib and others, ‘Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah’, *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4.3 (2023), 2764–73

Firda umil Barokah Firda and Ahmad Gunawan.(2023). ‘Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Yang Efektif Untuk Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja’, *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 1.02

Fory A. Naway, , (2016) *Strategi Pengelolaan Pembelajaran* (Gorontalo: Ideas Publishing)

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.
- Hitt, M. A., Ireland, D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Competitiveness & Globalization (12th Ed)*. Cengage Learnin
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635-650
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring Corporate Strategy: Text & Cases (8th ed.)*. London: Pearson Education
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business School Press.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176
- Margareta, R. T. E., Ismanto, B., & Sulasmono, B. S. (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Dalam Peningkatan Minat Peserta Didik Berdasarkan Delta Model. *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(1), 1–14
- Marissa C., Lidia C., Jose. L. V & Jose M. A. (2021). *Strategy and Strategic Leadership in Education*.
- Miller, P., & Curtis, K. (2021). Building Strategic Partnerships in Education: A Framework for Successful Collaboration. *Journal of Strategic Education Partnerships*, 5(2), 76-91
- Mustajab, M., Baharun, H., & Iltiqoiyah, L. (2020). Manajemen Pembelajaran melalui Pendekatan BCCT dalam Meningkatkan Multiple intelligences Anak. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 1368–1381.
- Pinheiro, R., Stefan G., Tanja., K.(2023). *Tertiary Education and Management. Unpacking Strategic Alliances in European Higher Education*
- Powell, W. W., & McGuigan, B. (2020). Virtual Learning and the Future of Education: Strategic Approaches in the Post-Pandemic World. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(45), 1-15

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini

- Mutohar, Prim Masrokan. (2023). *Manajemen Mutu Madrasah: meningkatkan daya saing di era kompetitif*. Malang: Daezha Prima Nusantara
- Rahim, M. A., & Faridah, Z. (2020). Implementasi Total Quality Management dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Islamic Education*, 5(2), 30-45.
- Rahmadani, R., & Qomariah, S. (2022). Menciptakan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Berbasis Sumber Daya Manusia dalam Dunia Pendidikan. *Tarbiyah Wa Ta'lim: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 9(2), 108–117.
- Robert E Wright, 'Targeting a New Customer Segment : Marketing of Higher Education Through Athletics', *Journal of Applied Business and Economics*, 19.6 (2017), 106–10
- Sabaruddin. (2023). Pendidikan Indonesia dalam menghadapi era 4.0. 10(1), 43–49.
- Selvarajah, C., & Meyer, D. (2019). Strategic Leadership in Education: Enhancing Innovation and Collaboration. *International Journal of Educational Management*, 33(6), 1345-1358
- Sendouw, S. N., & Soepeno, D. (2018). Strategi Promosi dan Saluran Distribusi yang Efektif Guna Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Astra internasional Tbk. Daihatsu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1088- 1097
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zuriani R., (2020). *Buku ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama

Strategi Korporat (Corporate Strategy) Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di SMP Al Maahira International Islamic Boarding School Malang)

Latifah Zumaila Iva, Audi Anugrah, Agus Zainul Fitri, Sulistyorini