

TINJAUAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DALAM MENGAMBIL LANGKAH STRATEGIS UNTUK MENGELOLA SISTEM MANAGER

Afandy Rettob¹, Bambang Sumardjoko²
rettobafandy22@gmail.com¹, bs131@ums.ac.id²
Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAK

Manajemen strategis adalah kunci sukses bagi setiap bisnis di era modern ini. yang mengarahkan perusahaan menuju tujuan-tujuan besar. Dalam dunia yang penuh persaingan dan perubahan, manajemen strategis membantu perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan unggul. Secara sederhana, manajemen strategis dapat diartikan sebagai proses merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. perusahaan ketika akan merencanakan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi/penerapan strategi dan evaluasi strategi. Penjelasan. tahapan perencanaan strategi: Formulasi strategi, Implementasi strategi, Evaluasi strategi. environmental scanning. Teknik ini merupakan proses pengumpulan informasi tentang berbagai peristiwa dan hubungannya dengan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Dengan cara scanning, perusahaan diharapkan mampu mengidentifikasi tanda-tanda dini perubahan potensial. Informasi ini bermanfaat untuk membantu manajemen memutuskan arah masa depan organisasi. Analisis SWOT merupakan kegiatan menganalisis atas situasi perusahaan yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats.

Kata Kunci: Tinjauan Manajemen Pendidikan Islam Dalam Mengambil Langkah Strategis Untuk Mengelola Sistem Maneger.

ABSTRACT

Strategic management is the key to success for every business in this modern era. that directs the company towards big goals. In a world full of competition and change, strategic management helps companies not only survive, but also thrive and excel. In simple terms, strategic management can be defined as the process of planning, implementing and evaluating decisions that enable an organization to achieve its long-term goals. company when planning a strategy, namely strategy formulation, strategy implementation/implementation and strategy evaluation. Explanation. Strategy planning stages: Strategy formulation, Strategy implementation, Strategy evaluation. environmental scanning. This technique is a process of collecting information about various events and their relationship with the company's external and internal environment. By scanning, companies are expected to be able to identify early signs of potential changes. This information is useful in helping management decide on the future direction of the organization. SWOT analysis is an activity to analyze the company's situation, namely Strength, Weakness, Opportunities and Threats.

Keywords: Review of Islamic Education Management in Taking Strategic Steps to Manage the Management System.

PENDAHULUAN

Manajemen strategis adalah kunci sukses bagi setiap bisnis di era modern ini. yang mengarahkan perusahaan menuju tujuan-tujuan besar. Dalam dunia yang penuh persaingan dan perubahan, manajemen strategis membantu perusahaan untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan unggul. bagaimana manajemen strategis bekerja, mengapa ia penting, dan dampaknya terhadap kesuksesan sebuah bisnis. Bersama-sama, kita akan menjelajahi prinsip-prinsip penting dari manajemen strategis yang menjadi pondasi bagi

pertumbuhan dan inovasi dalam dunia bisnis saat ini.

Secara sederhana, manajemen strategis dapat diartikan sebagai proses merencanakan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Ini adalah tentang memahami ke mana perusahaan ingin menuju, mengidentifikasi cara terbaik untuk sampai ke sana, dan secara terus-menerus menyesuaikan diri dengan lingkungan bisnis yang dinamis. Dalam praktiknya, manajemen strategis melibatkan serangkaian aktivitas, mulai dari analisis situasi internal dan eksternal perusahaan, formulasi strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi dan kontrol strategi yang telah dijalankan. Intinya, manajemen strategis adalah tentang membuat pilihan-pilihan strategis yang bijaksana dan mengimplementasikannya dengan cara yang efektif untuk memastikan perusahaan berada pada jalur yang tepat menuju kesuksesan. Penerapan manajemen strategis tidak hanya berlaku untuk perusahaan besar saja, tetapi juga sangat relevan bagi usaha kecil dan menengah. Dengan manajemen strategis, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru, menanggapi tantangan pasar, serta memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal. Ini adalah fondasi yang memastikan bahwa setiap langkah yang diambil oleh perusahaan bukan hanya reaktif, tetapi juga proaktif dalam menghadapi perubahan dan peluang yang ada.

METODOLOGI

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk memberikan materi dalam sosialisasi pengelolaan sampah Teknik dan metode penelitian yang digunakan adalah dengan pengumpulan data secara kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian ini didasari oleh pendapat dan teori para ahli serta hasil penelitian sebelumnya yang didapat dari hasil studi kepustakaan atau studi literatur. Penelitian ini dilakukan secara bertahap diawali dengan menentukan topik bahasan, melakukan studi literatur dengan menganalisis jurnal dan artikel di internet, kemudian menyusunnya secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. atau definisi lainnya serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi tersebut. Banyak sekali manajemen strategi yang diungkapkan oleh para ahli, namun pada prinsipnya sama yaitu menggabungkan berfikir strategi dengan fungsi-fungsi manajemen yakni perencanaan, penerapan dan pengawasan. Berikut beberapa pengertian manajemen strategi menurut para ahli :

1. Menurut Winardi, manajemen strategi adalah suatu seni dan ilmu dari pembuatan (formulating), penerapan (implementing) dan evaluasi (evaluating) keputusan-keputusan strategi antara fungsi-fungsi yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya masa datang.
2. Menurut Dedy Mulyasana, manajemen strategi adalah seperangkat keputusan manajerial dan tindakan strategis yang berorientasi pada tuntutan perubahan dan tantangan masa depan yang dirumuskan dalam formulasi strategi, implementasi strategi dan sistem evaluasi strategi
3. Menurut Nuryadin, Manajemen strategi adalah proses pengarahan usaha perencanaan strategi dan menjamin strategi tersebut dilaksanakan dengan baik sehingga menjamin kesuksesan organisasi dalam jangka panjang.
4. Menurut Jauch dalam bukunya *Ackson*, manajemen strategi adalah sejumlah keputusan

dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan. Dengan demikian sasaran perusahaan akan menjadi roh dalam melaksanakan kegiatan dalam organisasi.

Dalam perencanaan strategis terdapat tiga tahap penting yang tidak dapat dilewatkan oleh perusahaan ketika akan merencanakan strategi yaitu perumusan strategi, implementasi/penerapan strategi dan evaluasi strategi. Penjelasan. tahapan perencanaan strategi:

- a. Formulasi strategi, adalah tahap awal dimana perusahaan menetapkan visi dan misi disertai analisa mendalam terkait faktor internal dan eksternal perusahaan dan penetapan tujuan jangka panjang yang kemudian digunakan sebagai acuan untuk menciptakan alternatif strategi-strategi bisnis dimana akan dipilih salah satunya untuk ditetapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.
- b. Implementasi strategi, merupakan langkah dimana strategi yang telah melalui identifikasi ketat terkait faktor lingkungan eksternal dan internal serta penyesuaian tujuan perusahaan mulai diterapkan atau diimplementasikan dalam kebijakan-kebijakan intensif dimana setiap divisi dan fungsional perusahaan berkolaborasi dan bekerja sesuai dengan tugas dan kebijakannya masing-masing.
- c. Evaluasi strategi, adalah tahap akhir setelah strategi diterapkan dalam praktek nyata dinilai efektifitasnya terhadap ekspektasi dan pencapaian tujuan perusahaan. Penilaian dilakukan dengan mengukur faktor-faktor atau indikator sukses yang dicapai dan mengevaluasi keberhasilan kinerja dari strategi guna perumusan dan penerapan lanjutan dimasa yang akan datang agar lebih baik dan efektif.

- **Prinsip-prinsip Manajemen Strategi**

Prinsip dalam manajemen strategi adalah strategi formulation yang mencerminkan keinginan dan tujuan organisasi yang sesungguhnya; adanya strategi implementasi yang menggambarkan cara mencapai tujuan (secara teknis), strategi implementasi mencerminkan kemampuan organisasi dan alokasinya termasuk dalam hal ini adalah alokasi keuangan (dengan anggaran berbasis kinerja); serta strategi evaluasi yang mampu mengukur, mengevaluasi dan memberikan umpan balik kinerja organisasi. Kegiatan dalam strategi formulation meliputi “a) analisis pemilihan strategi dan kunci keberhasilan, b) pencermatan lingkungan internal, pencermatan lingkungan sksternal, kesimpulan faktor internal dan eksternal. Kegiatan strategi formulation dilanjutkan dengan strategi implementasi yang terdiri dari: a) analisis pemilihan strategi dan keberhasilan, b) penetapan tujuan, sasaran dan strategi (kebijakan program dan kegiatan, c) sistem pelaksanaan, pemantauan dan pengawasan. beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga dia bisa sukses:

Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya. b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi. c. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak mencerai beraikan satu dengan yang lain. d. Strategi hendaknya memusatkan pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik kelemahannya. e. Sumber daya adalah sesuatu yang kritis, mengingat strategi adalah sesuatu yang mungkin, anda harus membuat sesuatu yang memang layak dan dapat dilaksanakan. f. Strategi hendaknya memeperhitungkan resiko yang tidak terlalu besar. g. Tanda tanda dari suksesnya strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksklusif dan semua pemimpin untuk kerja dalam organisasi.

- **Kebutuhan dalam Ekonomi Islam**

Menurut Imam al-Ghazali kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan

hidupnya dan menjalankan fungsinya yaitu menjalankan tugasnya sebagai hamba Allah dengan beribadah secara maksimal. Karena ibadah kepada Allah adalah wajib, maka berusaha untuk memenuhi kebutuhan agar kewajiban itu terlaksana dengan baik, hukumnya menjadi wajib juga, sebagaimana kaidah yang berlaku. Kemudian Imam Al-Ghazali menerangkan, Kesejahteraan (Mashalah) dari suatu masyarakat teragantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar : (1) agama (al-din), (2) hidup atau jiwa (nafs); (3) keluarga (nasl); (4) harta atau kekayaan (maal); dan (5) intlek atau akal (aql). Ia menitik beratkan sesuai tuntunan wahyu,” kebaikan dunia ini dan akhirat (maslahat aldin w al-dunya) merupakan tujuan utamanya. Seperti firman Allah dalam Al-Qur’an surat adz-Dzaariyaat ayat 56 yang Artinya: Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

Untuk memenuhi kebutuhan ini, maka Allah menghiasi manusia dengan hawa nafsu (syahwat), dengan adanya hawa nafsu ini maka muncullah keinginan dalam diri manusia. Allah swt berfirman dalam Al-Quran Surat AliImron ayat 14 yang Artinya: Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatangbinatang ternak(186) dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga). [186] Yang dimaksud dengan binatang ternak di sini ialah binatang-binatang yang Termasuk jenis unta, lembu, kambing dan biri-biri

- **Environmental Scanning**

Teknik lain yang biasa digunakan dalam analisis lingkungan adalah environmental scanning. Teknik ini merupakan proses pengumpulan informasi tentang berbagai peristiwa dan hubungannya dengan lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Dengan carascanning, perusahaan diharapkan mampu mengidentifikasi tanda-tanda dini perubahan potensial. Informasi ini bermanfaat untuk membantu manajemen memutuskan arah masa depan organisasi. Bentuk-Bentuk Environmental Scanning, yaitu : a. Irregular Scanning Systems Penekanan system ini adalah untuk mengatasi krisis jangka pendek dan kurang memperhatikan masa depan. b. Reguler Scanning Systems Sistem ini menjalankan analisis reguler atas lingkungan yang signifikan. Biasanya berjadwal persemester. c. Continuous Scanning Systems Sistem ini secara konstan memonitor berbagai komponen lingkungan. Sifatnya on-going activity yang dijalankan tidak untuk sementara melainkan terus menerus oleh bagian atau bidang tertentu.

Tujuan perusahaan menyediakan dasar untuk perencanaan, pengorganisasian, permotivasi dan pengendalian. Tujuan ditetapkan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi serta menjadi petunjuk untuk melakukan performance appraisal. Tanpa tujuan dan komunikasi yang efektif, perilaku dalam perusahaan dapat tersesat ke berbagai arah. Secara umum, tujuan perusahaan biasanya dikategorikan dalam dua jenis, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek adalah sasaran perusahaan yang ingin dicapai biasanya dalam kurun waktu satu sampai dua tahun. Tujuan jangka panjang 8 Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa adalah sasaran perusahaan yang ingin dicapai untuk kurun waktu dua sampai lima tahun. Baik buruknya suatu tujuan secara umum biasanya ditentukan oleh bagaimana tujuan tersebut benar-benar berguna bagi perusahaan.

Memahami Analisis SWOT Untuk menganalisis lingkungan eksternal dan internal digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang paling cocok. Tujuannya adalah untuk “memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan” dan “meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada diperusahaan” . Analisis SWOT merupakan kegiatan

menganalisis atas situasi perusahaan yaitu Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats. Penjelasan. Strength (Kekuatan) Adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang relatif tidak dimiliki oleh yang lain/pesaing dan kebutuhan pasar yang semakin meningkat ingin dilayani oleh perusahaan/organisasi. Kekuatan adalah kompetensi khusus (*distinctive competence*) yang memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan di pasar. Misalnya, kekuatan yang terkandung dalam sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan pembeli-pemasok, memiliki teknologi canggih misalnya on-line system, memiliki cabang di setiap propinsi, divisi R&D yang selalu inovatif, hubungan baik dengan lembaga-lembaga keuangan, adanya budaya kerja yang telah dihayati oleh karyawan.

Weaknesses (Kelemahan) Adalah keterbatasan atau kekuarangan dalam sumberdaya, keterampilan, dan kapabilitas yang menghambat kinerja. Misalnya, fasilitas, sumber daya keuangan, kapabilitas manajemen, keterampilan karyawan rendah, belum adanya divisi pendidikan bagi karyawan, jumlah karyawan yang terlalu besar dan citra merupakan sumber kelemahan. Opportunities (Peluang) Adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan organisasi/perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting merupakan peluang. Beberapa contoh peluang: Keluarnya kebijakan pemerintah untuk menyalurkankredit kecil, masyarakat mulai supermarket minded, tingkat pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi, keluarnya deregulasi dibidang investasi, adanya kecenderungan untuk memiliki ATM, masyarakat lebih menyukai kartu kredit, segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok. Threats (Ancaman) Adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu, misalnya masuknya pesaing baru, lambatnyapertumbuhan, meningkatnya kebutuhan masyarakat, perubahan teknologi atau adanya peraturan baru, hampir semua perusahaan menggunakan promosibesar-besaran. dll.

Matriks Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) merupakan matching tool yang penting untuk membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi. Keempat tipe strategi yang dimaksud adalah: Strategi SO (Strength-Opportunity). Strategi ini menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada di luar perusahaan. Pada umumnya, perusahaan berusaha melaksanakan strategi-strategi WO, ST, atau WT untuk menerapkan strategi SO. Oleh karena itu, jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, mau-tidak mau perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan, jika perusahaan menghadapi banyak ancaman, perusahaan harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada. Strategi WO (Weakness-Opportunity). Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Kadang kala perusahaan menghadapi kesulitan untuk memanfaatkan peluang-peluang karena adanya kelemahan-kelemahan internal. Misalnya, ada permintaan yang tinggi terhadap perangkat elektronika untuk mengontrol jumlah dan waktu fuel injection pada mesin mobil (opportunity), tetapi pabrik-pabrik mengalami kesenjangan teknologi untuk memproduksi alat-alat ini (weakness). Salah satu alternatif untuk mengatasi masalah kesenjangan teknologi ini adalah melalui strategi WO, yakni dengan mengadakan suatu kerja sama (joint venture) dengan perusahaan lain yang memiliki kompetensi.

Strategi ST (Strength-Threat). Melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman-ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa perusahaan yang tangguh harus selalu mendapatkan ancaman. Salah satu

contoh strategi ST adalah ketika perusahaan Texas Dra. Mimin Yatminiwati, M.M. 35 Instrument mendapatkan dana hampir \$700 juta dari hasil denda Sembilan perusahaan Jepang dan Korea yang melanggar hak paten pada produk semiconductor memory chips ciptaannya (strength). Akan tetapi, perusahaan-perusahaan pesaing yang melakukan tindakan pembajakan melakukan inovasi dan memproduksi produk sejenis yang merupakan ancaman besar bagi perusahaan Texas Instrument. Strategi WT (Weakness-Threat). Strategi ini merupakan taktik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman. Suatu perusahaan yang dihadapkan pada sejumlah kelemahan internal dan ancaman eksternal sesungguhnya berada dalam posisi yang berbahaya. Ia harus berjuang untuk tetap dapat bertahan dengan melakukan strategistrategi seperti merger, declared bankruptcy, retrench, atau liquidation.

KESIMPULAN

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Manajemen strategis melibatkan serangkaian aktivitas, mulai dari analisis situasi internal dan eksternal perusahaan, formulasi strategi, implementasi strategi, hingga evaluasi dan kontrol strategi yang telah dijalankan. Intinya, manajemen strategis adalah tentang membuat pilihan-pilihan strategis yang bijaksana dan mengimplementasikannya dengan cara yang efektif untuk memastikan perusahaan berada pada jalur yang tepat menuju kesuksesan.
2. Tujuan perusahaan menyediakan dasar untuk perencanaan, pengorganisasian, permotivasi dan pengendalian. Tujuan ditetapkan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi serta menjadi petunjuk untuk melakukan performance appraisal. Tanpa tujuan dan komunikasi yang efektif, perilaku dalam perusahaan dapat tersesat keberbagai arah.
3. Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, mau-tidak mau perusahaan harus mengatasi kelemahan itu agar menjadi kuat. Sedangkan, jika perusahaan menghadapi banyak ancaman, perusahaan harus berusaha menghindarinya dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada. Strategi WO (Weakness-Opportunity). Strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Kadang kala perusahaan menghadapi kesulitan untuk memanfaatkan peluang-peluang karena adanya kelemahan-kelemahan internal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fred R Davi, Manajemen Strategik, (Jakarta Salemba Empat,2011) buku 1, ed 12, hlm 4
Op.cit Sondang P Siagian, hlm 15
Karhi Nisjar dan Winardi, Manajemen Strategi, (Bandung, Mandar maju, 1997), hlm, 85
Mulyasana D, Pendidikan Bermutu dan Berdaya Saing, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, cet iii, 2015), hlm 189
Akdon, Strategi Managemen For Educational Managemen,(Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 3
Bambang Haryadi, Strategi manajemen (Jakarta: Bayu Media Publising, 2003), hlm 5
Fred R David, Manajemen Strategi,(Jakarta : Salemba Empat,2010), hlm 5
Akdon, op.Cit, hlm 79-80
Muhammad, Ekonomi Mikro dalam Presfiktif Islam(Yogyakarta :BPEF, 2005 hal. 224
Adiwarman Karim, Ekonomi Mikro Islami. (Jakarta : Rajawali Pres, 2015 cet. Kel 5) hlm, 88
Departemen Agama RI, Al-Hikmah Al-Qur'an dan terjemahnya. Diponegoro, Bandung.
MANAJEMEN STRATEGI: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa © 2019, Dra. Mimin Yatminiwati, M.M.