



STRATEGI DIFERENSIASI PENGEMBANGAN JASA PENDIDIKAN

DIFFERENTIATION STRATEGY FOR EDUCATIONAL SERVICES DEVELOPMENT

Siti Uluwiyah¹, Hania Pricilia², Luqmanul Hakim³, Muhammad Nawawi⁴, Abdul Kholik

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Agama Islam dan Pendidikan Guru
, Universitas Djuanda

¹Korespondensi: Nama (abdul.kholik@unida.ac.id)

Abstrak

Penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan strategi diferensiasi dalam pengembangan jasa pendidikan di SMK Haspa, mengetahui proses manajemen strategi yang dilakukan berupa perencanaan, implementasi, dan evaluasi pada strategi diferensiasi dalam pengembangan jasa pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan diskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di SMK Haspa. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan: 1) Strategi diferensiasi SMK Haspa terletak pada kompetensi keahlian yang diterapkan yaitu Agribisnis, menerapkan sekolah gratis, dan melakukan program program dengan menyesuaikan kebutuhan siswa. 2) tahap perencanaan strategi yang dilakukan dengan pengembangan visi dan misi, penetapan tujuan, identifikasi lingkungan internal dan eksternal, pemilihan dan penetapan alternatif strategi dan strategi khusus; 3) tahap implementasi strategi dilakukan dengan pengembangan budaya pendukung melalui prodrum program yang diterapkan, pemanfaatan sistem informasi dan teknologi dalam pembelajaran serta pemasaran sekolah; 4) tahap evaluasi strategi yang dilakukan dengan peninjauan factor internal dan eksternal secara komprehensif, pengukuran kinerja denganevaluasi program, dan pengambilan tindakan korektif pada program yang terkendala atau tidak sesuai, melalui kegiatan evaluasi dan monitoring yang dilakukan setiap 3 bulan sekali. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelola sekolah harus mampu menetapkan strategi diferensiasi layanan keunggulan yang tepat dan didasarkan pada analisis kebutuhan dan kecenderungan masyarakat.

Abstract

The research was conducted with the aim of explaining the differentiation strategy in the development of educational services at Haspa Vocational High School, knowing the strategy management process carried out in the form of planing, implementing, and evaluating the differentiation strategy in the development of educational services. The method used in this study is a qualitative research method with a descriptive approach using interview, observation, and documentation techniques conducted at SMK Haspa. The results of the research conducted show: 1) Haspa Vocational High School's differentiation strategy lies in the competency skills applied, namely Agribusiness, implementing free schools, and conducting programs to suit students needs; 2) the strategic planning stage which is carried out by developing a vision and mission, setting goals, identifying the internal and external environment, selecting and determining alternative strategies and specipic strategies; 3) the strategy implementation stage is carried out by developing a supporting culture through implemented programs, utilizing information systems and technology in learning and school marketing; 4)the strategy evaluation stage is carried out by comprehensively reviewing internal and external factors, measuring performance by evaluating programs, and taking corrective action on programs that are constrained or not suitable, through evaluation and monitoring activities which are carried out every 3 months. This study concludes that school administrators must be able to determine the right service excellence defferentation strategy and be based on an analysis of community needs and trends.

***Keywords:** Differentiation, Education, Strategy.*

PENDAHULUAN

Saat ini dunia Pendidikan dihadapkan pada berbagai tantangan yang diakibatkan oleh kecenderungan global dan perubahan situasi yang terjadi dalam negeri. Dua sisi kecenderungan tersebut memaksa pengelola Pendidikan untuk melakukan inovasi bentuk-bentuk layanan Pendidikan yang berkualitas.

Kondisi sebagaimana tersebut di atas memaksa sekolah sebagai Lembaga Pendidikan untuk terus menerus meningkatkan kualitas

layanan pendidikannya. Selain itu untuk menghadapi tingginya tingkat kompetisi, sekolah harus mampu memberikan program yang tidak sekedar berkualitas, namun program yang juga memiliki nilai beda (differentiated value) sebagai karakter keunggulan (competitive advantages) sekolah tersebut. Diferensiasi program dan layanan Pendidikan tersebut harus dirancang berdasarkan analisis yang akurat atas perkembangan lingkungan yang mengitari sekolah.

Diferensiasi merupakan konsep yang diadopsi dari marketing yang bertujuan untuk menciptakan

perbedaan dari perusahaan lain. Menurut bahasa diferensiasi berasal dari kata *different* yang berarti tidak sama dengan yang lain, berbeda dan di luar kebiasaan. Sedangkan menurut istilah, diferensiasi adalah tindakan merancang suatu perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaing (Ria, 2020: 175-188).

Menurut Wijaya (dalam Zahara, 2020:21) strategi diferensiasi merupakan kemampuan suatu perusahaan menciptakan sesuatu yang dapat dirasakan oleh seluruh industry sebagai hal yang unik atau berbeda. Sedangkan menurut Payne (dalam Fathoni, 2010:151), diferensiasi adalah kemampuan perusahaan untuk secara efektif membedakan dirinya sendiri dari pesaingnya dengan memberikan nilai lebih pada pelanggannya. Namun, menurut (Agusna, 2020) diferensiasi merupakan cara yang efektif dalam mencari perhatian pasar yaitu dengan cara menciptakan produk yang luar biasa dan melakukan penawaran yang berbeda agar lebih meyakinkan konsumen dan dapat bersaing dengan lembaga pendidikan lainnya.

Dari beberapa definisi diatas, dapat dikatakan bahwa strategi diferensiasi merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan cara menghasilkan produk, jasa atau layanan yang berbeda dengan perusahaan lain. Hal ini dilakukan melalui keunikan dan keunggulan yang bermakna Unik disini maksudnya adalah berbeda dari yang lain, sedangkan bermakna artinya penting dan bermanfaat menurut persepsi pengunjung. Diferensiasi bertujuan

untuk memberikan layanan yang lebih kepada para pelanggan dalam memenuhi kepuasan mereka.

Dalam konteks lembaga pendidikan (sekolah), diferensiasi berarti upaya yang dilakukan sekolah untuk menciptakan dan memberikan keunggulan serta keunikan layanan pendidikan yang tidak diberikan oleh sekolah lain. Dengan adanya diferensiasi ini diharapkan sekolah dapat menarik minat pelanggan yaitu masyarakat dan dapat memberikan keunggulan yang berarti.

Dalam menentukan strategi diferensiasi, terdapat tiga syarat yang dijadikan acuan dalam menentukan diferensiasi, seperti yang dikemukakan oleh Kartajaya (dalam Satyarini, 2016: 47-55) tiga syarat tersebut ialah:

- a. Sebuah diferensiasi harus mampu mendatangkan *excellent value* ke konsumen.
- b. Diferensiasi perusahaan harus merupakan keunggulan dibandingkan pesaing.
- c. Diferensiasi harus memiliki keunikan sehingga tidak gampang ditiru oleh pesaing

Dalam hal lembaga pendidikan, diferensiasi yang dilakukan sekolah adalah untuk menciptakan dan memberikan keunggulan layanan pendidikan yang tidak diberikan oleh sekolah lain, oleh karena itu, Tjiptono (dalam Fathoni, 2010:152) mengklasifikasikan dimensi keunggulan layanan pendidikan dalam lima dimensi pokok, yaitu :

- a. Keandalan (*reliability*)
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*)
- c. Jaminan (*Assurance*)

d. Empati

e. Bukti langsung (tangible)

Dari kelima Dimensi tersebut, sekolah dapat menentukan diferensiasi keunggulan layanan pendidikan yang akan diterapkan.

Selanjutnya, dalam menerapkan strategi diferensiasi tidak terlepas dari manajemen strategi. Menurut David yang dikutip oleh (Arifudin dkk, 2020:8) dalam bukunya *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi* mendefinisikan manajemen strategi sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Lebih lanjut Arifuddin menjelaskan dalam bukunya bahwa Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Hal yang sama disampaikan oleh Prasodjo (2021:2) manajemen strategi adalah seni dan ilmu dalam merumuskan, melaksanakan dan mengevaluasi keputusan keputusan strategik antar fungsi yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan masa depan.

Dari sini dapat dikatakan bahwa manajemen strategis adalah proses manajemen yang meliputi perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengendalian atas keputusan-keputusan dan tindakan perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan.

Berbicara tentang manajemen strategi David & David (dalam Fadhli, 2020:18) menjelaskan ada tiga tahap dalam proses manajemen strategi, yaitu: : 1) perumusan strategi, 2) implementasi strategi, dan 3) evaluasi strategi.

Perumusan Strategi, dimulai dengan mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman dari eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan diinternal organisasi, menetapkan tujuan jangka panjang, mengembangkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk diimplementasikan, Implementasi strategi termasuk mengembangkan budaya organisasi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan menggunakan sistem informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.

Evaluasi Strategi, dalam evaluasi strategi ada tiga hal mendasar yang harus dilakukan yaitu: memantau faktor eksternal dan internal yang merupakan dasar penyusunan strategi, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif.

Berbagai penelitian yang mengkaji strategi diferensiasi telah dilakukan. Beberapa penelitian tersebut, antara lain penelitian terkait mewujudkan keunggulan bersaing pada UKM dengan menggunakan strategi diferensiasi (Zahara, Danial & Samsudin, 2020) dan (Satyarini, 2016), yang menjelaskan bahwan strategi diferensiasi terbukti dapat membuat wirausaha UKM dapat bertahan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, bahkan dengan melakukan strategi diferensiasi UKM dapat terus berdiri

ketika Indonesia sedang mengalami krisis ekonomi. Saat ini strategi diferensiasi digunakan juga di sekolah dengan tujuan yang sama yaitu untuk bertahan dan dapat bersaing dengan sekolah lain serta memberikan value yang berbeda yang belum diberikan oleh sekolah lain, dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh (Ngaisah R, Nurhayati R & Nurbaeti A, 2020), (Ria, 2020), (Fathoni, 2010).

Artikel ini membahas strategi diferensiasi yang dilakukan di SMK Haspa. Sejak awal didirikannya, sekolah ini bertujuan untuk menjadi sekolah yang tidak sekedar berkualitas, namun juga berbeda (*differentiated*) dari sekolah yang lain. Diferensiasi diwujudkan dalam bentuk standar kualitas yang meliputi beberapa aspek ibadah dan akademik. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadikan rujukan dan perbandingan untuk sekolah-sekolah yang ingin melakukan diferensiasi dalam pengelolaan dan pengembangan sekolahnya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Sahir (2021:41) Mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan persepsi yang mendalam pada fenomena yang diteliti dengan mengkaji fenomena dengan lebih detail pada kasus per kasus sifat masalah yang diteliti bisa berbeda-beda. Agar penelitian yang menggunakan metode kualitatif bisa dikatakan baik, maka data yang dikumpulkan harus akurat, lengkap berupa data primer dan data sekunder.

Menurut Maisaroh (2019:101) Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Sedangkan Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Adapun pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif yang difokuskan pada pemecahan masalah berdasarkan data yang didapatkan. Selain itu, definisi dari deskriptif dapat diselaraskan dengan pendapat Sugiyono (2019) tentang *statistic deskriptif* yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan terlebih dahulu yang ditujukan atau berlaku untuk umum (*generalisasi*).

Sedangkan teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data dapat menggunakan cara wawancara, observasi, angket atau kuesioner, hingga analisis dokumen. Cara ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Subadi (dalam Wati &

Murtadlo: 2021) bahwa dalam penelitian kualitatif pengumpulan data lazimnya menggunakan metode observasi, dokumentasi, dan wawancara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

SMK Haspa merupakan sekolah menengah kejuruan yang didirikan pada tahun 2017 dibawah naungan yayasan Amal Khair Yasmin, pada perjalannya SMK Haspa ini bermula dari pendirian sanggar belajar lalu seiring berjalannya waktu dibangun lah SMK Haspa ini yang berlokasi di jalan Taman H. Edi Salim, kampung Munjul, kecamatan Megamendung, kabupaten Bogor.

Dalam pengelolaan sekolah, SMK Haspa melakukan strategi diferensiasi. Di mana strategi diferensiasi ini adalah strategi yang dipilih sekolah untuk menciptakan dan memberikan keunggulan serta keunikan layanan pendidikan yang tidak diberikan oleh sekolah lain. Sehingga dengan adanya diferensiasi ini diharapkan sekolah dapat menarik minat pelanggan yaitu masyarakat dan dapat memberikan keunggulan yang berarti.

Diferensiasi dalam pengelolaan SMK Haspa yaitu terlihat dari kurikulum yang digunakan. SMK Haspa memiliki kurikulum sendiri diluar kurikulum yang sudah diterapkan pemerintah. Di SMK Haspa siswa disesuaikan kebutuhannya bukan siswa yang menyesuaikan dengan mata pelajarannya.

SMK Haspa juga memiliki diferensiasi layanan Pendidikan dari mulai sumber daya alam SMK Haspa yang sudah mumpuni. kompetensi keahlian yang dimunculkan dari kesesuaian sumber daya yang dimiliki

oleh sekolah tersebut, yakni dalam bidang pertanian. Sehingga SMK Haspa memilih menjadi sekolah yang memiliki kompetensi agribisnis. Hal ini disebabkan karena sekolah agribisnis masih jarang di temui di kabupaten bogor sendiri, terutama di kecamatan megamendung. Harapan SMK Haspa dalam melakukan diferensiasi ini yaitu untuk mencetak petani-petani muda yang memiliki pandangan yang luas dan memiliki teknologi pertanian yang bagus.

Strategi diferensiasi yang lain yang diterapkan adalah pembebasan biaya sekolah, karena SMK Haspa sendiri selain diperuntukan bagi anak anak yang ingin mempelajari agribisnis, SMK Haspa juga terbuka untuk anak anak yang ingin melanjutkan sekolah namun terkendala dalam hal biaya.

Selanjutnya SMK Haspa dalam melakukan diferensiasinya menerapkan program program lain, seperti program magang ke jepang. Dalam melaksanakan program tersebut SMK Haspa bekerja sama dengan lembaga Yarumori dan OISCA. Lembaga lembaga tersebut merupakan suatu organisasi internasional nir laba yang berpusat di jepang dan bergerak dibidang pelatihan pertanian, kewirausahaan, peternakan dll. dengan mengikuti pelatihan tersebut diharapkan peserta didik dapat melakukan magang di jepang dengan baik, tidak hanya itu peserta didik juga diharapkan mampu menjadi pelopor penggerak pembangunan di lingkungan sekitar.

Program lainnya adalah memiliki program Literasi Finansial, dengan diterapkannya program Literasi finansial ini peserta didik dibekali

dengan pengetahuan tentang bagaimana cara mengelola keuangan untuk memahami manajemen keuangan pribadi yang baik, investasi, serta cara untuk menerapkannya pada kehidupan sehari-hari.

Dari strategi-strategi yang diterapkan oleh SMK Haspa menunjukkan bahwa SMK Haspa dalam menentukan strategi diferensiasinya telah memenuhi ke tiga syarat yang dijadikan acuan dalam menentukan diferensiasi, seperti yang telah dikemukakan oleh Kartajaya (dalam Ria, 2020: 175-188) yaitu:

- a. Sebuah diferensiasi harus mampu mendatangkan excellent value kekonsumen.
- b. Diferensiasi perusahaan harus merupakan keunggulan dibandingkan pesaing.
- c. Diferensiasi harus memiliki keunikan sehingga tidak gampang ditiru oleh pesaing

SMK Haspa memberikan value yang baik dan juga keunggulan keunikan dengan menerapkan kompetensi yang masih jarang di terapkan pada sekolah lain, karena dengan begitu lulusan SMK Haspa nantinya akan memiliki peluang kerja yang besar dan minim pesaing, dan ini menjadi letak keunikannya, yang mana SMK Haspa dapat memberikan sesuatu yang tidak bisa diberikan oleh sekolah lain, dan juga tidak bisa ditiru, mengingat kompetensi agribisnis memerlukan kondisi lingkungan dan sumber daya yang mendukung seperti yang dimiliki oleh SMK Haspa. Selain itu SMK Haspa juga dapat membantu peserta didik yang memiliki kendala dalam biaya dengan program sekolah gratis, dan juga membantu para lulusan

yang berkeinginan kuliah ataupun membuka usaha dengan memberikan beasiswa dan pinjaman modal usaha.

Perumusan Strategi Diferensiasi

Seperti yang telah disampaikan oleh David & David (dalam Fadhi, 2020:18) Perumusan strategi diferensiasi yang dilakukan oleh SMK Haspa, dimulai dengan mengembangkan visi dan misi, Visi dan misi sekolah merupakan dasar dalam pengembangan program sekolah. Tanpa adanya visi dan misi yang jelas, sekolah tidak akan menjadi lembaga yang berkualitas.

Adapun visi SMK Haspa adalah: *"Menjadikan lembaga ini terdepan dalam pembentukan Akhlak serta pengembangan IT, Agribisnis dan Entrepreneurship di Indonesia"*. Sedangkan yang menjadi misi sekolah adalah:

- a. berkomitmen melaksanakan pendidikan yang berbasis akhlak dan karakter.
- b. Mengembangkan model bisnis yang unik dan prospektif yang juga dikembangkan oleh siswa.
- c. Mengembangkan kreativitas dan kemampuan IT bisnis kepada siswa.
- d. Meningkatkan pembelajaran yang berbasis keterampilan yang mengikuti IPTEK.
- e. Menjadikan pusat pelatihan pertanian yang berbasis agroeduwisata.

Dari visi dan misi tersebut SMK Haspa menentukan tujuan awal dalam mendirikan sekolahnya tersebut, yaitu untuk memberikan peluang pendidikan yang berkualitas kepada anak-anak remaja yang kurang mampu bagi warga sekitar. Walaupun tujuan awalnya untuk

membantu anak-anak yang kurang mampu.

Dengan visi misi serta tujuan yang dipilih maka SMK Haspa berusaha menjadikan sekolahnya sebagai sekolah yang berbeda (*different*) dari sekolah lainnya, hal ini juga dilakukan dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki oleh sekolah tersebut. Atau yang disebut dengan analisis SWOT, analisis SWOT pada SMK Haspa sebagai berikut:

Strength (kekuatan) yang dimiliki SMK Haspa adalah terdapat pada sumber dayanya, SMK Haspa memiliki lahan pertanian yang luas, hal ini menjadi kekuatan dalam bersaing dengan sekolah lain, dan juga linier dengan kompetensi keahlian agribisnis, sehingga peserta didik dapat terjun langsung ke lapangan dan menghasilkan produk-produk yang memiliki pasarnya tersendiri.

Weakness (kelemahan), akses menuju SMK Haspa sedikit sulit, karena SMK Haspa berada jauh dari jalan raya, sehingga untuk pergi kemana-mana itu sedikit sulit dan jalan menuju sekolahnya pun sebagian masih bertekstur bebatuan yang belum diperbaiki. Namun dalam mengantisipasi kelemahan tersebut menyediakan mobil antar jemput yang disediakan untuk peserta didik.

Opportunity (peluang), peluang yang terdapat pada SMK Haspa adalah dapat bekerja sama dengan lembaga-lembaga ataupun petani-petani sekitar dalam mengembangkan cara bertani modern dan menghasilkan produk organik yang bernilai tinggi. Selain itu SMK Haspa memiliki peluang untuk membangun Agrowisata sendiri.

Threat (ancaman), ancaman yang akan dihadapi oleh SMK Haspa adalah kurangnya minat generasi muda terhadap pertanian. Dan ini menjadikan tujuan bagi SMK Haspa juga untuk mensosialisasikan bahwa pertanian itu tidak hanya bekerja konvensional di kebun atau di sawah tetapi sudah lebih modern seperti *smart farming*, hidroponik, dll.

Pelaksanaan Strategi Diferensiasi

Pelaksanaan strategi diferensiasi SMK Haspa dilakukan melalui program-program yang diterapkan. Walaupun SMK Haspa menerapkan kurikulum yang sudah ditetapkan pemerintah, tetapi SMK Haspa memodifikasinya agar dapat disesuaikan dengan kebutuhan peserta didik dalam kompetensi Agribisnis. Sehingga untuk mata pelajaran yang tidak diperlukan itu jumlahnya dikurangi. Untuk pembelajarannya itu diperbanyak pada praktek dilapangan guna memberikan pengalaman yang nyata terhadap peserta didik.

Selain itu ditambahkan juga literasi finansial kedalam kurikulum SMK Haspa, guna memberikan pengetahuan kepada peserta didik untuk mengelola keuangan yang baik serta menerapkannya pada kehidupan peserta didik.

Selanjutnya, pada pelaksanaan strategi diferensiasi ini dilakukan juga melalui program-program yang bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang memiliki integrasi dengan pertanian dan agribisnis, seperti kunjungan ke museum tanah, kunjungan IPB, magang ke Jepang, bekerja sama dengan petani-petani sekitar dll.

Evaluasi Strategi Diferensiasi

Tahap Evaluasi strategi diferensiasi di SMK Haspa meliputi kegiatan evaluasi dan monitoring yang dilakukan selama 3 bulan sekali, oleh kepala sekolah beserta wakil kepala bidang kurikulum, wakil kepala bidang bisnis pertanian, dan bidang sarana prasarana.

Kegiatan ini bertujuan untuk melihat sejauh mana proses strategi diferensiasi berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan sekolah, mempertahankan serta mengembangkan program program sekolah yang sudah berjalan dengan baik, mencari solusi untuk kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan, dan menemukan peluang yang bisa didapatkan dalam melaksanakan strategi diferensiasi tersebut.

KESIMPULAN

Strategi diferensiasi yang diterapkan adalah kompetensi yang berbeda dengan sekolah lain yaitu kompetensi keahlian Agribisnis, SMK Haspa juga demi membantu peserta didik yang kurang mampu melakukan pembebasan biaya sekolah atau penerapan sekolah gratis, karena SMK Haspa sendiri selain diperuntukan bagi anak-anak yang ingin mempelajari agribisnis, SMK Haspa juga terbuka untuk anak-anak yang ingin melanjutkan sekolah namun terkendala dalam hal biaya.

SMK Haspa memberikan value yang baik dan juga keunggulan keunikan dengan menerapkan kompetensi yang masih jarang di terapkan pada sekolah lain, karena dengan begitu lulusan SMK

Haspa nanti nya akan memiliki peluang kerja yang besar dan minim pesaing, dan ini menjadi letak keunikannya, yang mana SMK Haspa dapat memberikan sesuatu yang tidak bisa diberikan oleh sekolah lain, dan juga tidak bisa di tiru, mengingat kompetensi agribisnis memerlukan kondisi lingkungan dan sumber daya yang mendukung seperti yang dimiliki oleh SMK Haspa. Agar strategi diferensiasi yang diterapkan berjalan dengan baik SMK Haspa melakukan manajemen strategi, yang terdiri dari perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Selain itu SMK Haspa juga melakukan analisis SWOT untuk mengetahui letak kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di miliki oleh SMK Haspa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusna, C. 2020. Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di SMKN 1 Pasie Raya Aceh Jaya (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY)
- Arifudin O., Tanjung R., & Sofyan Y. 2020. Manajemen Strategik Teori dan Implementasi. CV. Pena Persada. Purwokerto.
- Fadhli, M. 2020. Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan. *Journal of Science and Research*: 11-23.
- Fathoni, M. A. 2010. Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Kompetitif Layanan Pendidikan . *Jurnal Penelitian Keagamaan dan Sosial- Budaya*: 147-179.

- Maisaroh S. 2019. *Metode Penelitian Pendidikan*. Penerbit Samudra Biru. Yogyakarta.
- Martins, D. & Carvalho, C. (2013). Curriculum: an opportunity to develop the young's identity? Proceedings of European Conference on Curriculum Studies. Future Directions: Uncertainty and Possibility (CD-ROM). Braga: Institute of Education, University of Minho. Retrieved from <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/26916?mode=full>
- Ngaisah R, Nurhayati R, & Nurbaeti A. 2020. Analisis Penerapan Strategi Harga dan Diferensiasi Produk dalam Keunggulan Bersaing Di Sekolah Alam Purwakarta. *Eksisbank (Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan)*, 4(1), 11-21.
- Pacheco J. A. (2012). Curriculum Studies: What is the Field Today? *Journal of The American Association for the Advancement of Curriculum Studies*, 8 (1), 1-25.
- Prasodjo T. 2021. *Manajemen Strategi*. Zahir Publishing. Yogyakarta.
- Ria, H. Z. 2020. Strategi Diferensiasi Dalam Pengembangan Madrasah Inspiratif Di Man 2 Ponorogo . *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*: 175-188.
- Sahir S. H. 2021. *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia. Yogyakarta.
- Satyarini, R. 2016. Strategi Diferensiasi Sebagai Alat Untuk Memenangkan Persaingan Pada Industri Kreatif Di Bandung. *Bina Ekonomi*: 47-55.
- Steiner-Khamsi, G. (2012). Understanding policy borrowing and lending. In G. Steiner-Khamsi & F. Waldow (Org.), *World yearbook of Education 2012. Policy Borrowing and Lending in Education* (pp. 3-17). London: Routledge
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Taveira, M. C. & Campos, B. P. (1987). Identidade Vocacional de Jovens: Adaptação de uma Escala (DISI-O) [Youngs vocational identity: Adaptation of a Scale (DISI-O)]. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 3, 55-67.
- Wati, Y. D., & Murtadlo. 2021. Strategi Diferensiasi Dalam Pengembangan Lembaga Pendidikan Kejuruan (Studi Kasus Di Smk N 5 Bojonegoro). *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*: 965- 980.
- Zahara, A. P., Danial, D. M., & Samsudin, A. 2020. Strategi Diferensiasi Sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*: 20-27.

