

JAGA DAN PERBUNAKANLAH KOLEKSI
INI DENGAN BAIK.

SUA TU SAAT ANAK DAN CUCU ANDA
SANGAT MEMBUKANNYA

UPAYA MENGHASILKAN LULUSAN EKONOMI YANG MEMPUNYAI *BASE COMPETENCE* RELEVAN DENGAN KEBUTUHAN PASAR KERJA

Oleh : Dr. Yasri, MS

INVENTARISASI	16 Juli 2004
SUMBER/HARGA	Hd
KOLEKSI	: K1
NO. INVENTARIS	: 162/K/2004-U26
KLASIFIKASI	: 378.12 yas-42

**JURUSAN EKONOMI
FAKULTAS ILMU ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2001**

Disampaikan dalam seminar Penyusunan Base Competence Lulusan Jurusan Ekonomi
FIS UNP pada tanggal 3 Mei 2001.

UPAYA MENGHASILKAN LULUSAN EKONOMI YANG MEMPUNYAI *BASE COMPETENCE* RELEVAN DENGAN KEBUTUHAN PASAR KERJA

Oleh : Dr. Yasri, MS

1. PENDAHULUAN

Setiap organisasi menghasilkan sesuatu bagi customer atau pemakainya. Eksistensi suatu organisasi sangat ditentukan oleh sejauh mana organisasi tersebut menghasilkan sesuatu yang berguna bagi customernya tersebut. Oleh karena setiap organisasi menyadari hal tersebut maka pemimpinnya berusaha menjadikan organisasi itu yang terbaik. Kondisi seperti itulah yang mendorong persaingan diantara berbagai organisasi yang menghasilkan sesuatu yang homogen atau substitusi. Usaha menghasilkan sesuatu yang terbaik itu perlu dikejar oleh setiap pemimpinnya, karena setiap pemakai (customer) selalu berusaha mendapatkan yang terbaik.

Dengan demikian, eksistensi setiap organisasi sangat ditentukan oleh (1) kemampuannya untuk menghasilkan sesuatu sesuai dengan kebutuhan pemakainya. (2) menjadi yang terbaik diantara organisasi yang menghasilkan sesuatu yang homogen (sama). Kata kunci dari kedua faktor diatas adalah bahwa setiap organisasi harus mampu menghasilkan sesuatu (produk) yang sesuai dengan kebutuhan pemakai dan lebih baik (unggul) dibanding pesaingnya. Namun persoalan yang muncul adalah terjadinya perubahan yang cepat, sehingga kebutuhan pemakai juga terus berubah. Perubahan yang terjadi juga tidak hanya berdampak pada pemakai tetapi juga pada pesaing.

Universitas sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan sarjana juga menghadapi hal yang sama. Disatu sisi lulusan universitas yang berkualitas jika kemampuannya sesuai (relevan) dengan kebutuhan dan lebih baik dari lulusan universitas lainnya. Di sisi lain kebutuhan pemakai dan persaingan lulusan perguruan tinggi juga terus berubah. Banyak faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan tersebut. Globalisasi yang mulai dijalankan terasa sebagai salah satu motor penggerak perubahan tersebut. Oleh karena setiap lulusan suatu perguruan tinggi tidak hanya bersaing di tingkat nasional tetapi juga bersaing dengan lulusan perguruan tinggi negara lain.

Faktor pendorong yang paling utama saat ini adalah teknologi informasi dan komputer. Kedua faktor ini cenderung menyatu sehingga menjadi teknologi informasi digital. Bagi perguruan tinggi kondisi ini lebih terasa, karena perguruan tinggi sangat terkait dengan teknologi informasi digital tersebut. Sebagai lembaga pendidikan tinggi suatu universitas mengemban tugas untuk menghasilkan sarjana yang mempunyai kompetensi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat (pasar tenaga kerja). Kompetensi tersebut ditingkatkan melalui peningkatan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan seni. Oleh karena perubahan di atas, maka perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di tengah-tengah masyarakat juga sangat pesat (*turbalance*).

Untuk dapat menghasilkan suatu lulusan yang mempunyai kompetensi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat menjadi tidak mudah. Organisasi perguruan tinggi harus selalu *responsive* dengan perubahan itu, jika tidak maka jelas akan tertinggal. Kemampuan perguruan tinggi untuk menghasilkan lulusan

yang mempunyai kompetensi yang relevan sangat ditentukan oleh *resources* yang dimiliki. Resources tersebut dapat yang *tangible* maupun yang *intangible*. Dalam makalah ini penulis akan mencoba memberikan berbagai pemikiran yang sifatnya strategis untuk menghasilkan lulusan seperti dimaksud.

2. STRATEGI YANG MENGARAH KE *MARKET-DRIVEN*

Untuk menghasilkan lulusan yang kompetitif, maka mereka harus dibekali dengan kompetensi yang relevan dan lebih baik dari pesaingnya. Oleh sebab itu perguruan tinggi harus memahami dan mengerti kebutuhan pasar tersebut. Oleh karena kebutuhan mereka selalu berubah maka menjadi penting juga untuk selalu menganalisis perubahan tersebut sehingga diperoleh informasi yang relevan bagi perumusan strategi berikutnya. Strategi yang selalu disesuaikan dengan perubahan kebutuhan pasar itulah yang dimaksud disini sebagai *market-driven*, karena tidak ada jalan lain bagi setiap perguruan tinggi untuk menjadi organisasi yang “dikendalikan” oleh kebutuhan pasar (pemakai). Untuk menjadi perguruan tinggi yang *market-driven*, Universitas Negeri Padang; pertama harus menjadi universitas yang berorientasi pada pasar (*becoming market oriented*), selanjutnya pada tahap kedua mengembangkan sumberdaya yang dibutuhkan dan ketiga menyusun strategi yang cocok antara kebutuhan pemakai dengan kapabilitas yang dimiliki universitas.

a. Menjadi universitas (jurusan) yang *market oriented*.

Untuk menjadi universitas atau jurusan yang *market oriented*, maka lembaga ini harus menjadikan pemakai sebagai *starting point of view* dalam

seluruh kegiatannya. Jurusan ekonomi yang *market oriented* harus memiliki budaya dan komitmen yang selalu mengarah pada *superior customer value*. Artinya lembaga ini harus selalu mengevaluasi perkembangan kebutuhan pemakai dan menyesuaikan kapabilitas dan aktivitasnya dengan perkembangan kebutuhan itu secara berkelanjutan. Intinya pencapaian *market oriented* melibatkan organisasi yang memiliki *skill* dan pemahaman serta kepuasan pemakainya (Cravens, 2000).

Jurusan yang *market oriented*, secara terus menerus memperoleh informasi tentang kebutuhan pemakai, pesaing, dan perubahan kebutuhan pemakai itu sendiri (perkembangan IPTEK). *Market oriented* membutuhkan suatu *customer focus*, inteligen tentang pesaing, dan keterlibatan dan kerjasama *cross-functional* (Cravens, 2000). *Customer focus* merupakan penjelmaan arah dari seluruh proses jurusan yang diarahkan untuk dapat menyerahkan *customer value*. Hal ini dimulai dengan mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan pemakai, menentukan kebutuhan dan keinginan seperti apa yang akan dipenuhi (kompetensi dasar apa yang dihasilkan), dan mengorganisir seluruh fungsi dalam proses penciptaan kompetensi dasar tersebut.

Untuk membutuhkan dan memahami kebutuhan pemakai mensyaratkan *information capital* yang baik dalam jurusan ekonomi. Oleh sebab itu jurusan ekonomi membutuhkan sistem informasi, *data base* dan *network* dengan pemakai dan seluruh fungsi yang ada di UNP. Cravens (2000) mengemukakan prosesnya dalam tiga tahap yaitu (1) *information acquisition*,

(2) *interfunctional assessment* dan (3) *shared diagnosis and coordinated action*.

Information acquisition sangat penting bagi jurusan untuk memperoleh dan mengerti data tentang kebutuhan pemakai yang selalu berubah. Hal ini membutuhkan proaktif dari jurusan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Untuk mendapatkan informasi dibutuhkan keterlibatan setiap orang pada seluruh fungsi yang ada. Kunci dari *information acquisition* adalah belajar dari pengalaman. Menurut Kaplan dan Norton (2000), *learning* membutuhkan 3 jenis *capital* yang saling terkait dan terus berubah. Ketiganya adalah (1) *human capital*, (2) *information capital*, dan (3) *organizational capital*. Selanjutnya *human capital* terdiri dari *skill*, *training*, dan *knowledge*. Artinya jurusan ekonomi perlu melakukan investasi untuk melaksanakan seluruh aktivitas yang terkait dengan ketiga hal terakhir. Selanjutnya *information capital* membutuhkan investasi tentang sistem informasi, *databases*, dan *networks*. Ketiga hal sangat penting apalagi dalam era saat ini dimana perkembangan terjadi sangat cepat. Teknologi informasi digital mensyaratkan organisasi memberikan perhatian yang serius dalam *informational capital* tersebut. Terakhir tentang *organizational capital* membutuhkan investasi dan pengembangan budaya, *leadership*, *alignment*, dan *teamwork*. Keempat komponen ini sangat dibutuhkan oleh organisasi dalam rangka merespon perubahan kebutuhan pemakai sehingga mereka dapat menerima lulusan yang superior dari jurusan ekonomi UNP.

Interfunctional assessment dimaksudkan dengan keterlibatan seluruh orang terkait untuk melakukan aktivitas yang *market oriented*. Seluruh sivitas akademika membutuhkan pemahaman dan tindakan yang searah pada pencapaian *base kompetensi* yang relevan dengan kebutuhan pemakai. Keberhasilan jurusan sangat dipengaruhi oleh *cross-functional team* antar bagian yang terkait. Tugas ini tidak hanya bias dibebankan pada dosen dan pimpinan jurusan, tetapi juga tenaga administrasi, perpustakaan, komputer, fakultas dan universitas.

Terakhir adalah menentukan kompetensi dasar yang bagaimana yang harus diciptakan agar ketrampilan dan pengetahuan lulusan sesuai dengan kebutuhan pasar. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Kaplan dan Norton di atas, hal ini membutuhkan perubahan budaya, proses dan struktur organisasi yang ada. Budaya organisasi perlu dirubah ke arah nilai-nilai yang lebih responsive dan memandang lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa pendidikan. Artinya seluruh orang yang ada dalam organisasi harus menempatkan dirinya sebagai pelayan dan mahasiswa sebagai customer-nya. Demikian juga dengan proses pelaksanaan pembelajaran di jurusan ekonomi membutuhkan perubahan. Mulai dari persiapan pembelajaran (buku, sumber informasi pengetahuan dan keterampilan, dan media pendidikan) yang relevan, proses pembelajaran baik di dalam maupun di luar kelas. Sampai pada proses ujian dan evaluasi pembelajaran yang diterapkan.

b. Kapabilitas yang relevan.

Kapabilitas dalam hal ini merupakan seluruh *resources* yang harus dibutuhkan untuk menghasilkan kompetensi dasar yang telah dirumuskan. Kapabilitas atau *resources* dimaksud dapat berupa *tangible* maupun *intangible resources*. *Tangible resources* antara lain berupa sumberdaya keuangan, teknologi, dan sumberdaya alam. Sedangkan *intangible resources* antara lain keahlian, moral, kebijakan, koordinasi, *brand image* dan komitmen.

Aktivitas pertama yang dilakukan adalah memahami kapabilitas yang dibutuhkan dan bagaimana mereka berhubungan untuk menciptakan kompetensi dasar lulusan jurusan ekonomi. Dalam penentuan kapabilitas tersebut perlu dilakukan seleksi untuk mendapatkan kapabilitas yang memenuhi 3 persyaratan yaitu; *superior to the competition*, *difficult to duplicate* dan *applicable to multiple competitive situations* (Cravens, 2000).

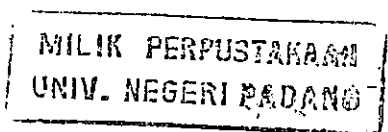
Untuk mendapatkan sumberdaya yang memenuhi persyaratan di atas dibutuhkan langkah-langkah sebagai berikut; identifikasi kompetensi dasar yang bagaimana yang dibutuhkan pemakai, bagaimana menciptakan kompetensi inti tersebut, sehingga diketahui sumberdaya yang bagaimana yang dibutuhkan. Selanjutnya juga dibutuhkan *network* dan *cross-functional* yang kuat agar seluruh sumberdaya tersebut sinergi dalam menghasilkan lulusan yang mempunyai kompetensi yang relevan tersebut.

c. *Relationship strategy.*

Relationship atau kolaborasi sangat dipentingkan dalam menghasilkan lulusan yang mempunyai kompetensi sesuai kebutuhan pemakai. Terdapat berbagai alasan kenapa relationship penting, antara lain untuk memperoleh akses ke pemakai, menurunkan resiko dengan perubahan yang cepat, sharing skill dan sumberdaya dengan lembaga lain. Relationship dimaksud dapat dalam bentuk aliansi, *joint ventures*, kolaborasi supplier-UNP, *outsourcing*, dan integrasi.

Menurut Cravens (2000) setidaknya ada tiga alasan utama kenapa suatu organisasi melakukan kolaborasi yaitu; *value-enhancing opportunities*, *skill and resource gaps*, dan *environmental turbulence*. Kolaborasi yang efektif membrikan peluang bagi jurusan ekonomi untuk menghasilkan lulusan yang berkompetensi tinggi. Misalnya Dell komputer melakukan kolaborasi dengan intel, microsoff dan IBM sehingga mereka dapat menghasilkan komputer dengan kemampuan tinggi, terdepan dalam peluncuran generasi komputer dan lebih murah dibanding pesaing.

Skill dan sumberdaya yang dimiliki suatu organisasi sering tidak lagi relevan dengan kebutuhan membangun kompetensi lulusan yang relevan. Hampir tidak ada satu organisasipun saat ini yang mampu secara terus menerus menyesuaikan diri dengan kebutuhannya. Penelitian dan pengembangan harus selalu dilakukan oleh perguruan tinggi. Hal ini khususnya terkait dengan salah satu dharma perguruan tinggi itu. Namun hal ini berarti adanya inovasi yang berkelanjutan. Kondisi ini menyebabkan skill



dan sumberdaya sering tidak cocok dengan kebutuhan saat itu. Oleh itu sharing teknologi dan risiko merupakan pendorong kolaborasi antara dua lembaga atau lebih. Oleh karena teknologi, finansial, akses ke pemakai, informasi yang dimiliki jurusan ekonomi sangat terbatas, maka dibutuhkan kolaborasi dengan lembaga lain.

Perubahan yang terjadi secara terus menerus dan semakin cepat, menyebabkan terjadi perbedaan yang semakin besar antara tuntutan akibat perubahan dengan sumberdaya yang dimiliki. Oleh sebab itu hampir tidak ada lagi organisasi yang mampu menyiapkan segala sumberdaya yang dibutuhkannya secara sendiri-sendiri. Perguruan tinggi yang berkualitas harus selalu mengembangkan pembelajaran yang sesuai dengan perkembangan kebutuhan pemakai. Sedangkan di sisi lain perubahan kebutuhan pemakai berjalan dengan sangat cepat. Oleh sebab itu perguruan tinggi pun harus selalu menyesuaikan segala sumberdayanya (*tangible dan intangible*) dengan perubahan eksternal tersebut. Kondisi ini menyebabkan investasi yang besar, sehingga tidak mungkin lagi ditangani sendiri oleh universitas.

Misalnya jika kemampuan komputer mahasiswa ingin selalu disesuaikan dengan kemampuan komputer terbaru, berarti komputer harus dirubah setiap 6 bulan dan hal ini tentu tidak mungkin dapat dilakukan. Oleh sebab itu jalan yang rasional adalah melakukan kerjasama dengan lembaga komputer. Demikian juga dengan pengadaan buku dan jurnal. Perkembangan ilmu pengetahuan yang cepat menyebabkan keluarnya buku-buku baru setiap saat. Hal ini seharusnya diikuti dengan pengadaan buku dan jurnal terbaru dan

jika ini diikuti berarti dibutuhkan finansial yang banyak dan tentu tidak mungkin. Oleh sebab itu hal rasional yang dapat dilakukan adalah menjalin kerjasama dengan penerbit buku dan jurnal.

Persaingan yang semakin ketat saat ini menyebabkan setiap organisasi melakukan riset dan pengembangan yang terus menerus. Kondisi ini menuntut perubahan keterampilan dan kemampuan sumberdaya mereka yang terbaru. Sedangkan di sisi lain lulusan perguruan tinggi dibekali keterampilan dan kemampuan yang diperoleh beberapa tahun sebelumnya sehingga tidak lagi sesuai dengan harapan organisasi pemakainya. Oleh sebab itu salah satu jalan keluarnya adalah melakukan kerjasama dengan perusahaan dan organisasi sehingga setiap ada perubahan dapat diketahui dan disesuaikan dengan segera.

d. Learning organizations

Pembelajaran dalam organisasi sangat dibutuhkan saat ini. Tanpa pembelajaran tidak akan ada perkembangan dan tanpa perkembangan maka tidak ada kemajuan dan pertumbuhan. Oleh sebab itu perguruan tinggi yang berhasil saat ini adalah perguruan tinggi yang mempunyai budaya learning yang tinggi. Konsekuensinya perguruan tinggi membutuhkan sumberdaya manusia, informasi dan organisasi yang responsive terhadap perubahan.

Dalam kondisi seperti ini ada suatu hal yang sering menjadi *trade-off* dalam suatu perguruan tinggi termasuk di Jurusan ekonomi. Setiap pembelajaran berarti perubahan dan setiap perubahan membutuhkan pengorbanan. Jika dosen dituntut mendiskusikan ilmu pengetahuan terbaru di

kelas, berarti mereka harus selalu membaca buku dan jurnal terbaru. Hal ini menuntut penyediaan buku dan jurnal terbaru di kampus ini. Jika seorang dosen membeli setiap buku terbitan terbaru berarti setiap bulan harus mengorbankan banyak hal (*monetary, time*, fisik dan psikologis) untuk berubah.

Perubahan tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas sumberdaya berwujud di atas, tetapi juga sumberdaya tidak berwujud. Menurut Kaplan dan Norton (2000), faktor penentu utama kinerja suatu organisasi bukanlah *tangible assets* tetapi justru *intangibile assets*. Banyak negara yang mempunyai sumberdaya berwujud yang melimpah (Indonesia, negara-negara Arab, Brunei) tetapi tertinggal dalam sumberdaya tidak berwujud dan mereka tidak bisa menyaingi negara yang mempunyai sumberdaya tidak berwujud bagus walaupun tidak memiliki sumberdaya berwujud banyak. Sebagai contoh dapat kita lihat Jepang dan Singapura.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa di satu sisi perubahan tidak bisa dihindari. Oleh sebab itu setiap jurusan ekonomi harus menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut. Namun di sisi lain banyak orang tidak ingin berubah, karena perubahan akan menuntut pengorbanan yang tidak sedikit. Jika dosen dituntut untuk meningkatkan skill maka mereka harus berkorban banyak. Oleh karenanya dapat dipahami bahwa orang sulit untuk selalu merubah kemampuannya sesuai dengan perkembangan. Namun bagi organisasi hal ini sangat penting. Tanpa perubahan, maka tidak ada kemajuan dan tanpa kemajuan perguruan tinggi tidak berkembang. Jurusan

ekonomi tidak mungkin mampu menghasilkan lulusan yang mempunyai kompetensi dasar yang relevan, jika perubahan kebutuhan pemakai tidak diadopsi.

e. Kesimpulan

Eksistensi suatu perguruan tinggi atau jurusan sangat ditentukan oleh kemampuannya menghasilkan lulusan yang mempunyai kompetensi dasar yang relevan dengan kebutuhan pemakai. Hal ini membutuhkan cara berpikir strategis untuk memahami dan mencapainya. Pemikiran ini dapat dimulai dari membangun organisasi yang market-driven. Artinya Jurusan ekonomi harusnya selalu dekat dengan pemakainya dan selalu memantau perkembangan kebutuhan mereka atau menjadi market-oriented.

Untuk menghasilkan lulusan yang kompeten, dibutuhkan kapabilitas yang cocok dengan komponen-komponen kompetensi dasar yang hendak dihasilkan. Kapabilitas dimaksud bukan hanya sumberdaya tangible tetapi juga yang intangible. Dalam kondisi saat ini justru sumberdaya intangible yang paling menentukan. Jurusan ekonomi sebagai dapurnya proses pembelajaran sangat membutuhkan intangible resource yang cocok dengan kompetensi yang hendak dihasilkan.

Perubahan yang semakin cepat saat ini juga membutuhkan kolaborasi diantara dua atau lebih lembaga. Dalam hal ini Jurusan ekonomi dapat membangun kolaborasi dalam bentuk aliansi, outsourcing, joint venture dan

lainnya. Kolaborasi dapat dilakukan dengan pemasok, pemakai, dan juga dengan sesama perguruan tinggi.

Agar kompetensi lulusan jurusan ekonomi selalu relevan dengan perubahan kebutuhan pemakai, maka disyaratkan lembaga ini melakukan learning. Learning artinya perbaikan secara terus menerus disetiap organisasi sehingga menjadi budaya. Implementasinya juga membutuhkan leadership yang relevan. Learning tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas sumberdaya yang dimiliki tetapi juga berdampak pada peningkatan kualitas lulusan dan penurunan biaya organisasi.

Daftar Pustaka

David, W Cravens. 2000. *Strategic Marketing*. Sixth Edition. McGraw-Hill. New York

Jain, Subhash C. 1999. *Marketing; planning and strategy*. Sixth Edition. South-Western College Publishing. Australia.

Kaplan, Robert S and David P. Norton. 2001. *Strategy Map*. Harvard Business School Publishing Corporation. New York.

Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Tenth Edition. Prentice Hall. New York