

MAKALAH

**BISNIS PENDIDIKAN: KECENDERUNGAN DAN
TANTANGAN BARU BAGI PENDIDIKAN**

Mata Kuliah
GLOBALISASI DAN
PENDIDIKAN INTERNASIONAL

Dosen:
Prof. DR. H. MOHAMMAD FAKRY GAFFAR, M.Ed.
Prof. DR. Hj. YAYAT HAYATI DJATMIKO, M.Pd.



M. Syaom Barliana
O56694

Program Studi Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Pascasarjana/S3
Universitas Pendidikan Indonesia
2006

BISNIS PENDIDIKAN: KECENDERUNGAN DAN TANTANGAN BARU BAGI PENDIDIKAN

Oleh: M. Syaom Barliana/056694

CATATAN AWAL:

Globalisasi sebagai Fenomena Ekonomi Komersial

Micklewait & Wooldridge (2000) menyatakan, bahwa globalisasi pada dasarnya merupakan fenomena komersial, dan bukan politik, yang didorong para pedagang dan pebisnis saat ini, bukan para politisi atau birokrat. Tantangan paling sulit yang berhubungan dengan globalisasi adalah tantangan yang dihadapi para pebisnis. Meski demikian, walaupun akarnya komersial, globalisasi telah menimbulkan masalah-masalah sosial, politik dan budaya yang sangat besar.

Atas dasar itu, globalisasi sebagai suatu proses keterhubungan antar bangsa untuk menjadi semakin ter-interdependensi, dalam satu dunia yang makin menyatu dan mengintegrasikan sistem nasional bangsa-bangsa ke dalam sistem global, telah melingkupi seluruh aspek vital kehidupan, baik ekonomi, sosial, budaya, politik, pendidikan, dan lain-lain. Disamping itu, karena akarnya komersial, maka fenomena globalisasi tidak dapat dilepaskan dari struktur liberalisasi ekonomi dan kapitalisme global pula.

Sistem ekonomi dan kapitalisme global ini jelas memiliki implikasi yang luas terhadap dunia pendidikan, antara lain dengan mencuatnya isu-isu tentang budaya korporat dalam manajemen pendidikan, bisnis dan komersialisasi pendidikan, McDonaldisasi pendidikan, persaingan,

kewirausahaan, dan lain-lain. Pada masa-masa sebelumnya, isu-isu semacam ini dianggap sebagai sesuatu yang dipandang tidak etis sejauh berkaitan dengan dunia pendidikan. Globalisasi, kapitalisme, dan liberalisasi ekonomi, telah mengubah pandangan semacam itu.

BISNIS PENDIDIKAN: Berangkat dari Tiga Isu Kritis

Dalam kaitan dengan globalisasi, pendidikan yang berkualitas dan inklusif menjadi sesuatu yang patut untuk mendapat perhatian. Sepanjang pendidikan masih bersifat sempit (*parochial*), maka sulit untuk membangun masyarakat global. Standar nasional bahkan internasional pendidikan merupakan suatu keharusan. Hanya pendidikan dengan kualitas yang sangat baik yang mampu mengantar individu di suatu negara mampu bersaing dalam era global, tanpa kecemasan (Micklewait & Wooldridge, 2000).

Persoalannya, untuk membangun pendidikan yang berkualitas, jelas membutuhkan biaya yang mahal. Pertanyaannya, siapa yang harus bertanggungjawab memikul biaya ini? Seharusnya, pemerintah merupakan pihak yang harus membiayai proses pendidikan ini. Namun demikian, di banyak negara berkembang, khususnya di Indonesia, lemahnya kemauan politik, ketidak-seimbangan struktur pembiayaan dalam anggaran pembangunan, dan menyebarnya perilaku korupsi, menyebabkan masyarakat (baca: para orang tua) yang lebih banyak menanggung beban biaya pendidikan tersebut.

Akibatnya, **isu pertama** yang mengemuka adalah bahwa telah terjadi komersialisasi pendidikan. Isu ini didorong pula oleh “ideologi” neoliberalisme yang menyertai globalisasi. Menurut Petras dan Veltmeyer (2002), globalisasi adalah penjelasan –meskipun tidak memadai– sekaligus ideologi yang sekarang mendominasi pemikiran, pengambilan keputusan, dan praktek politik. Sekaitan dengan ini, globalisasi tidak mungkin dilepaskan dari konteks kapitalisme global dan ideologi neoliberalisme. Neoliberalisme yang bersinergi dengan sistem kapitalisme global adalah sistem ekonomi yang beroperasi sepenuhnya atas dasar tolok ukur kinerja pasar, dan karena itu individu atau kelompok melalui perusahaan trans dan multinasional dengan kekuasaan kapitalnya bebas sebebaskan-bebasnya untuk menguasai pasar, memaksimalkan keuntungan, dan mengakumulasi kekayaan tanpa batas.

Konsep bisnis pendidikan “negatif” semacam itulah yang harus diwaspadai dalam dunia pendidikan. Bahwa biaya pendidikan sangat mahal adalah suatu keniscayaan, dan karena itu lembaga-lembaga pendidikan selayaknya diberikan hak untuk memperoleh keuntungan. Namun demikian, pendidikan adalah institusi sosial dan bukan institusi bisnis, dan karena itu tidak bisa dibiarkan beroperasi dalam situasi pasar bebas yang sepenuhnya komersial dan *profit oriented*. Pendidikan harus tetap bersifat nirlaba, dalam arti berhak memperoleh keuntungan, namun keuntungan ini dikembalikan untuk biayai usaha peningkatan mutu pendidikan, dan bukan untuk memupuk kekayaan. Artinya, pemerintah harus membuat regulasi tentang bisnis pendidikan ini, khususnya berkaitan dengan kecenderungan akan masuknya institusi-

intitusi pendidikan asing yang akan beroperasi secara komersial di Indonesia akibat globalisasi.

Kedua, berkaitan dengan hak untuk memperoleh keuntungan tersebut, muncul suatu pertanyaan: "dari mana memperoleh keuntungannya?". Solusi yang paling mudah adalah dengan menaikkan biaya pendidikan yang harus ditanggung orang tua. Ini tentu bukan jawaban yang diharapkan, karena akan kembali kepada isu komersialisasi pendidikan. Solusi yang cerdas, sebagai **isu kedua** berkaitan dengan bisnis pendidikan ini adalah dengan menerapkan budaya dan manajemen korporat dalam dunia pendidikan, khususnya pendidikan tinggi.

Menurut Philip H. Coombs (1985), globalisasi membawa akibat kompetisi yang kian ketat bagi dunia pendidikan, khususnya perguruan tinggi. Dengan globalisasi, perguruan tinggi cenderung dituntut untuk untuk beroperasi sebagai perusahaan dan dengan budaya korporat. Beberapa faktor di dalam pengelolaan perguruan tinggi telah mendorong hal ini. Misalnya, biaya pengelolaan perguruan tinggi yang semakin tinggi, bantuan pemerintah yang semakin mengecil, dan kompetisi memperoleh mahasiswa yang semakin meningkat. Oleh karena itu, para pengelola perguruan tinggi harus berpikir ekonomis dengan meningkatkan diversifikasi, spesialisasi, pemasaran, dan perencanaan strategisnya.

Sekaitan dengan diversifikasi dan spesialisasi tersebut, tentu saja jasa komersial perguruan tinggi bukan terutama pada mahasiswa, tetapi pada jasa konsultasi dan produk riset komersial berupa teknologi

terapan bagi industri dan industrialisasi. Kemudian, berkaitan dengan pemasaran, globalisasi telah membuka peluang yang tidak terbatas bagi perguruan tinggi untuk memasarkan jasa dan produk-produk hasil risetnya, sepanjang memiliki kualitas dan dapat diterima oleh pasar itu sendiri.

Situasi yang menguntungkan bagi perguruan tinggi, khususnya bagi perguruan tinggi yang bermutu dan memiliki daya saing tinggi, didorong oleh perubahan struktur ekonomi tradisional ke struktur ekonomi yang berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*).

Ekonomi berbasis pengetahuan atau ekonomi berbasis modal intelektual (*intellectual capital based economy*), memang tumbuh seiring globalisasi ekonomi yang tercipta dalam sistem masyarakat informasi (*infomation society*), yaitu masyarakat yang umumnya terdiri dari kelas menengah yang terlatih dan terdidik sangat baik. Pengetahuan merupakan faktor pendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi. Karena itu, harga sebuah perusahaan berteknologi tinggi (termasuk institusi pendidikan tinggi berbasis riset) seperti perusahaan software atau bioteknologi misalnya, tidak hanya ditentukan oleh aset yang bersifat fisik/teraga (*tangible*) tapi justru terutama aset nonfisik/takteraga (*intangible*) berupa pengetahuan atau paten. Inilah seharusnya yang menjadi **isu ketiga** berkaitan dengan bisnis pendidikan, yaitu bagaimana perguruan tinggi melakukan bisnis dalam sistem ekonomi yang berbasis pada pengetahuan, dengan modal baik berupa tenaga ahli maupun hak kekayaan intelektual.

Menurut David J. Skyrme (1997), ada tiga faktor kekuatan pendorong yang mengubah aturan bisnis dan persaingan dalam ekonomi tradisional ke ekonomi berbasis pengetahuan. Pertama, globalisasi telah menciptakan produk dan pasar yang mendunia, bahkan sumber daya juga termasuk di dalamnya. Sekarang, banyak perusahaan manufaktur dan pengembangan software yang antara berbasis di lokasi dan negara yang berbeda-beda. Kedua, intensitas pengetahuan/informasi (*Information/Knowledge Intensity*) telah meningkatkan efisiensi produksi. Sekarang, lebih dari 70% ekonomi dikembangkan oleh pekerja berpendidikan tinggi, dan banyak pekerja pabrik yang lebih menggunakan otak daripada tangannya. Ketiga, jaringan dan keterhubungan (*Networking and Connectivity*), melalui internet telah diciptakan desa dunia (*global village*) sebagai pasar yang kian dekat. Barang dan jasa, karena itu, dapat dikembangkan, dibawa, dijual, dan didistribusikan melalui jaringan elektronik. Dengan demikian, ekonomi berbasis elektronik telah memberi banyak keuntungan bagi peningkatan pasar dan efisiensi biaya dibandingkan dengan ekonomi tradisional fisik.

Persoalannya, bagaimana lembaga pendidikan, khususnya perguruan tinggi sebagai institusi sosial harus berperilaku sebagai institusi bisnis dengan menerapkan budaya korporat? Pertama, harus ditekankan bahwa yang diadopsi oleh perguruan tinggi adalah budaya dan perilaku korporatnya, sementara orientasinya tetap bersifat nirlaba. Kedua, menurut Micklewait & Wooldridge (2000), untuk bisa bersaing dalam situasi ekonomi global, perusahaan (dan juga perguruan tinggi dengan budaya korporat), harus berkonsentrasi untuk selalu

menghasilkan produk dan pelayanan terbaik pada kelasnya, serta mencapai sasaran yang lebih tinggi dan lebih tinggi lagi. Usaha ini tidak berarti langsung bersifat global atau internasional. Dapat juga pada tingkat lokal atau nasional.

Sekaitan dengan itu, perguruan tinggi juga harus menerapkan manajemen global. Menurut Micklewait & Wooldridge lebih lanjut, terdapat enam prinsip umum yang sering menjadi perhatian dalam manajemen global. Keenam hal tersebut adalah seperti diuraikan berikut ini.

Budaya Korporasi. Dalam prinsip ini ada keterlibatan "*the world's great management machine*" dimana pekerja yang "bodoh" sekalipun dapat berbuat secara lebih produktif. Prinsip ini dapat terlihat dengan cara membandingkan efisiensi dan efektivitas produksi. Sebagai contoh membandingkan efisiensi dan efektivitas produksi kendaraan dari perusahaan General Motor dengan Toyota, dimana perusahaan Toyota lebih efektif dan efisien tiga kali lipat dari General Motor karena konsep itu.

Kerumitan Ukuran. Perusahaan global akan berhadapan dengan dua masalah (lokal dan multikultural) yang harus dihadapi secara bijak karena perusahaan tersebut tidak hanya berhadapan dengan benda, tetapi juga berhadapan dengan manusia yang terkadang sulit menerima gagasan utama perusahaan. Jadi harus ada upaya perusahaan untuk menyamakan persepsi mengenai banyak hal yang ingin diraih oleh perusahaan. Perspektif manajemen global harus dapat membawa dunia lokal ke dalam dunia multikultural. Dengan memperhatikan keadaan

lokal yang multikultural, produk tidak terbatas pada aspek demografis semata.

Manajemen Internasional yang Baik. Prinsip yang ketiga dari manajemen global adalah bahwa manajemen nasional yang baik harus juga mengacu kepada manajemen internasional yang baik. Terdapat sejumlah aspek manusiawi yang selalu menyertai manajemen. Hal-hal seperti ini harus diperhatikan, baik yang terkait dengan unsur manusiawi lokal maupun yang bersifat multikultural. Manusia dapat menentukan berbagai aturan dan diterapkan dengan lebih objektif, namun manakala dalam menjalankan aturan tersebut, manusia seringkali memunculkan sifat kemanusiaannya, seperti terpana dan lupa. Untuk itu ukuran manajemen yang bagus dapat berorientasi pada sifatnya yang global-internasional.

Etika Korporasi. Prinsip ini barangkali hanya perluasan dari prinsip yang ketiga: memberikan perhatian pada masalah-masalah etik. Banyak perusahaan yang mengumbar janji pada etika korporasi. Prinsip ini memiliki tiga kekuatan. Pertama mengingatkan pada awal mula berkiprah. Kedua, berusaha mengenal kekuatan daripada kelemahannya, dan ketiga memperoleh perhatian dari masyarakat luas. Di Amerika Serikat banyak sekolah bisnis yang mengajarkan bidang kajian ini, beberapa di antaranya bahkan mewajibkannya. Kenyataan ini berangkat dari asumsi bahwa etika seringkali merupakan faktor dominan dalam meraih sebanyak-banyaknya pengguna jasa.

Menempatkan Orang yang Tepat pada Posisi yang Tepat. Dalam prinsip ini aspek bakat dan kemampuan seseorang sama pentingnya

dengan aspek lainnya dalam perusahaan. Manajemen global mengikuti cara pandang "*human capital*". Dalam dunia nyata, aspek yang sifatnya "tidak dapat diraba" ditandai dengan makin meningkatnya "ketidakpastian". Untuk itu dalam manajemen global, perusahaan perlu kiranya memiliki orang-orang berkemampuan untuk memprediksi sesuatu.

Manajemen Tim. Prinsip keenam dari manajemen global adalah bahwa jauh dari menghilangkan pengaruh kepribadian, globalisasi membuat kepemimpinan jauh lebih penting. Tidak satupun perusahaan yang mampu meletakkan dasar-dasar manajemen tim yang lebih baik dari General Elektrik. Meskipun demikian, bosnya, Jack Welch, dipensiunkan tahun 2001 karena dianggap tidak memiliki kemampuan untuk menjalankan tim pengembang yang akselerasinya lebih cepat.

CATATAN AKHIR **"Bisnis Pendidikan" dan Landasan Nilai**

Pendidikan merupakan fenomena global yang diperlukan untuk membangun manusia menjadi manusia yang berguna bagi kehidupan secara menyeluruh. Pendidikan merupakan suatu proses membangun dan mengembangkan potensi (*capacity building*) setiap individu, kelompok, masyarakat dan bangsa untuk mencapai kemandirian, kedewasaan, dan kualitas yang diperlukan dalam totalitas hidup. Sekaitan dengan ini, pendidikan dan pendidikan internasional perlu dilaksanakan sebaik-baiknya melalui proses belajar yang dilandasi nilai-nilai.

Berdasarkan hal itu, terminologi “bisnis pendidikan” sebagai kecenderungan dan tantangan baru pendidikan dalam konstelasi global, selayaknya diletakkan dalam posisi yang wajar. Bisnis pendidikan dalam pengertian penerapan budaya korporat dan manajemen global dalam pendidikan, serta bisnis jasa dan produk pendidikan dalam sistem ekonomi berbasis pengetahuan, harus terus didorong. Konsep ini semata-mata untuk meningkatkan mutu dan daya saing lembaga pendidikan itu sendiri. Sebaliknya, bisnis pendidikan dalam arti komersialisasi pendidikan yang membebankan seluruh peningkatan biaya pendidikan kepada masyarakat, harus dieliminasi.

Oleh sebab itu, bisnis pendidikan dalam pengertian yang pertama di atas, sesungguhnya bukan sesuatu yang haram dan bahkan sudah selayaknya dilakukan untuk bisa bertahan dalam era persaingan global. Semua ini, selayaknya tetap dilandasi nilai-nilai universal dari tujuan pendidikan dan dikembalikan kepada hakikat pembelajaran itu sendiri.

Sekaitan dengan itu, Unesco melalui komisi yang diketuai Jacques Delors (1996) memberikan pengertian mendalam mengenai pendidikan dan proses belajar, melalui empat sendi/pilar pendidikan yang berlandaskan kepada empat nilai inti (*core values*). Empat pilar pendidikan itu adalah: *learning to know*, *learning to do*, *learning to live together*, dan *learning to be*. Belajar mengetahui, untuk memperoleh instrumen-instrumen pengertian; belajar berbuat, untuk mampu bertindak secara kreatif di lingkungannya; belajar hidup bersama, untuk dapat berperan serta dalam dan bekerjasama dengan orang lain dalam seluruh kegiatan sesama manusia; belajar menjadi diri sendiri, untuk

mampu mengembangkan kepribadian secara lebih baik, serta bertindak secara otonom dengan keputusan dan tanggungjawab pribadi yang lebih besar.

Empat nilai inti yang melandasi proses belajar itu, adalah penciptaan perdamaian melalui penghormatan dan saling pengertian antar bangsa (*internasional and mutual understanding*) dengan unsur-unsur cinta, keharuan, harmoni, toleransi, mengasuh dan berbagi, interdependensi, pengenalan jiwa orang lain, spiritualitas, perasaan berterimakasih; Hak-hak azasi manusia, dengan unsur-unsur kebenaran, kesamaan dan keadilan, penghormatan atas martabat manusia, integritas, akuntabilitas, kejujuran, kesediaan menerima, penghargaan atas kemajemukan, kebebasan dan tanggungjawab, kerjasama; Pengembangan demokrasi meliputi unsur penghormatan atas hukum dan ketertiban, kebebasan dan tanggungjawab, kesamaan, disiplin diri, kewarganegaraan aktif dan bertanggungjawab, keterbukaan, berfikir kritis, dan solidaritas; Pembangunan berkelanjutan, menyangkut unsur efektivitas dan efisiensi, industri, orientasi masa depan, memperhatikan lingkungan, mengurus sumberdaya, kreativitas, kehematan, kesederhanaan, dan ekologi pribadi.

DAFTAR RUJUKAN

- Coombs, Philip H. (1985). *The World Crisis Education: The View from the Eighties*. New York: Oxford University Press
- Kotelnikov, Vadim (2006) Founder, *Ten³ BUSINESS e-COACH – Innovation Unlimited!*, 1000ventures.com
- Mickletwait, John & Wooldridge, Adrian (2000). *A Future Perfect: The Challenge and Hidden Promise of Globalization*. New York: Crown Publishers, Random House Inc.
- Skyrme, David J. (1997/2006). The Global Knowledge Economy: And Its Implication for Markets. <http://www.skyrme.com/insights>
- Petras, James & Veltmeyer, Henry (2002). *Imperialisme Abad 21*. Yogyakarta: Tiara Wacana
- Unesco (1996). *Learning: The Treasure Within*. Paris: The United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization.