

STRATEGI BLUE OCEAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM DI ERA DIGITAL

Aliyatul Himmah^{*1}, Wanidi Siregar²

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

e-mail: ^{*1}allyaa@yahoo.com, ²wanidiwhae@gmail.com

Abstract. *The era of globalization compels Islamic educational institutions to continuously innovate in order to remain relevant and competitive amidst increasingly complex market dynamics. This study aims to describe the implementation of the Blue Ocean Strategy at Madrasah Aliyah Ihsaniyya Yogyakarta as an effort to strengthen adaptive strategic management oriented toward creating new market spaces. This research employed a qualitative method with a descriptive analytical approach, utilizing observation, in-depth interviews, and documentation techniques. The findings indicate that Madrasah Aliyah Ihsaniyya applies the three main characteristics of the Blue Ocean Strategy focus, divergence, and a compelling motto realized through its Digital Entrepreneurship program integrated with Islamic values. This strategy enables the madrasah to build a competitive advantage without being trapped in conventional competition (Red Ocean). These findings highlight the critical role of value innovation in developing strategic management within Islamic educational institutions to enhance quality, relevance, and competitiveness in the digital era. It is expected that this study can serve as a reference for education managers in designing creative and contextual strategic management frameworks.*

Keywords. *Blue Ocean Strategy; Digital Entrepreneurship; Strategic Management*

Abstract. Era globalisasi menuntut lembaga pendidikan Islam untuk berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika persaingan yang semakin kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan Blue Ocean Strategy pada Madrasah Aliyah Ihsaniyya Yogyakarta sebagai upaya penguatan manajemen strategik yang adaptif dan berorientasi pada penciptaan ruang pasar baru. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan Analisis deskriptif, melalui teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Madrasah Aliyah Ihsaniyya menerapkan tiga karakteristik utama strategi Blue Ocean, yaitu fokus, divergensi, dan motto yang kuat, diwujudkan melalui program Digital Enterpreneur yang terintegrasi dengan nilai-nilai keislaman. Strategi ini memungkinkan madrasah membangun keunggulan kompetitif tanpa terjebak dalam persaingan konvensional (Red Ocean). Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi nilai dalam pengembangan manajemen strategik lembaga pendidikan Islam guna meningkatkan mutu, relevansi, dan daya saing di era digital. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengelola lembaga pendidikan Islam dalam merumuskan strategi manajemen yang kreatif dan kontekstual.

Kata Kunci. Strategi Blue Ocean; Kewirausahaan Digital; Manajemen Strategik



This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

A. PENDAHULUAN

Dunia pendidikan sekarang beralih ke pasar global yang produktif dan langsung yang mencakup wilayah tanpa batas. Globalisasi pasti akan mengubah hubungan di dunia bisnis, sosial, dan akademis. Yayasan edukatif menghadapi banyak masalah yang kompleks sebagai organisasi sosial kemasyarakatan modern. Organisasi pendidikan modern mengalami kemajuan yang cepat karena globalisasi. Ini telah menyebabkan persaingan dalam manajemen sekolah swasta dan negeri. Standar pendidikan baru dibuat di seluruh dunia karena globalisasi. Ini juga membuat sekolah lebih penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, bisnis, dan dunia kerja (Baedowi, 2022).

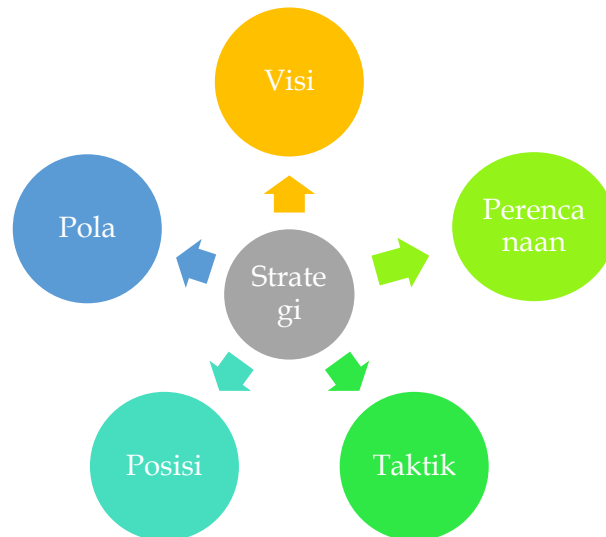
Perubahan dan kemajuan zaman tidak dapat dihindari; untuk tetap modern dan ikut serta dalam perubahan, kita harus dapat beradaptasi dengan perubahan yang semakin modern. Selain percepatan teknologi, ilmu pengetahuan, modernisasi, dan budaya, seni telah masuk ke semua aspek kehidupan, yang membuat perubahan lebih kompleks (Khoeron et al., 2025). Institusi pendidikan harus memiliki kemampuan untuk berpartisipasi dalam proses menata perubahan untuk menanggapi dinamika dan perubahan zaman yang kian maju. Oleh karena itu, agar produk pendidikan dapat bersaing, dunia pendidikan harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Sekolah harus memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan karena mereka bertanggung jawab untuk membangun dan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia (Isamuddin et al., 2021; Hajar et al., 2022).

Setiap lembaga pendidikan mempunyai strategi manajemen untuk meningkatkan mutu lembaga pendidikan tersebut. Oleh karena itu, semua pihak yang terlibat dalam suatu sarana atau organisasi pendidikan perlu memahami hakikat dan tujuan pendidikan secara lebih komprehensif. Artinya setiap individu yang bekerja pada suatu lembaga pendidikan harus memahami dengan jelas tujuan kinerja masing-masing lembaga Pendidikan (Febriyani et al., 2023).

Memahami prinsip dan praktik terbaik dalam struktur organisasi sangat penting bagi pemimpin dan manager pendidikan. Lembaga pendidikan Islam sebenarnya memiliki keunggulan dibanding pendidikan umum karena kuat dalam pengajaran agama (Hestiana, Ningrum, and Labaso, 2024). Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan lembaga pendidikan Islam adalah bagaimana organisasi tersebut dirancang, jika struktur organisasi tertata dengan baik, maka tujuan pendidikan Islam bisa dicapai secara lebih efektif dan efisien (Romlah et al., 2024). Saat ini, banyak lembaga pendidikan yang terpuruk akibat buruknya manajemen strategis yang diterapkan pada lembaga pendidikan tersebut, apalagi lembaga pendidikan yang benar-benar Islam yang bergerak di bidang ilmu-ilmu keislaman seringkali diabaikan oleh lembaga pendidikan umum (Khatami and Arifin, 2022).

Menurut Gluck, Kaufman, dan Walleck, manajemen strategik adalah cara untuk mengelola sumber daya untuk menciptakan kesuksesan di masa yang akan datang dan memperoleh keunggulan kompetitif sebagai manajer puncak dalam menghadapi perubahan dunia. Pelaksanaan strategi mencakup proses penerapan yang melibatkan perencanaan, penyampaian produk, peningkatan kinerja operasional, serta penataan struktur organisasi, sistem kontrol, dan budaya kerja (Muhajirin and Wijiharta, 2024). Strategi tidak hanya berasal dari rencana awal,

tetapi juga bisa muncul dari respons terhadap situasi yang berkembang dan kemudian dipertimbangkan untuk dijalankan (Warahmah, Pertiwi, and Hakim, 2023). Kemampuan pendidikan mempengaruhi tingkat keunggulan organisasi. Untuk mencapai keunggulan organisasi pendidikan, manajemen strategik harus diterapkan. Thompson dan Martin memberikan visualisasi lima aspek strategi yaitu; visi, perencanaan, taktik, posisi, dan pola (Fadhli, 2020).



Gambar 1 Visualisasi Strategi Thompson dan Martin

Strategi memiliki peran penting dalam membantu lembaga mencapai tujuan utamanya melalui analisis terhadap kondisi eksternal secara objektif. Dengan pemahaman yang komprehensif terhadap dinamika lingkungan, lembaga dapat merespons perubahan yang terjadi secara adaptif (Maulani and Hamdani, 2023). Tujuan dari sebuah strategi adalah agar lembaga mampu bersaing secara efektif dan mencapai keberhasilan, termasuk dalam aspek finansial. Dalam konteks ini, penting bagi manajer untuk memahami kondisi dan karakteristik industri atau lembaga secara menyeluruh guna mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan serta menghindari kelemahan yang dapat menghambat daya saing suatu lembaga (Setiawan and Komara, 2020).

Kim dan Mourbone (2017) menjelaskan bahwa strategi Blue Ocean merupakan konsep perencanaan yang menantang perusahaan untuk keluar dari Red Ocean yang identik dengan persaingan yang ketat. Strategi Blue Ocean menyerukan untuk keluar dari kawasan Red Ocean dengan menciptakan ruang pasar baru di mana tidak ada pesaing, sehingga kata persaingan tidak lagi relevan (Kim and Mauborgne, 2017). Jika Red Ocean mengalami kesulitan dalam bersaing, tujuan Blue Ocean adalah fokus memenuhi permintaan dan sebisa mungkin menjauhkan diri dari pesaing (Basuki et al., 2024).

Strategi samudra biru (*Blue Ocean Strategy*) merupakan strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan dengan alat dan kerangka kerja yang dimiliki perusahaan untuk mampu menciptakan nilai, inovasi, dimana perusahaan dapat menciptakan nilai baru bagi produk pelanggan dan (Saddam and Amaliah, 2022) organisasi beroperasi sendiri, tanpa pesaing. Keadaan ini berbalik dengan strategi

samudra merah (*Red Ocean Strategy*), dimana kondisi pasar banyak diperebutkan oleh berbagai pihak dengan berbagai cara, seperti yang diilustrasikan secara berdarah-darah dan mirip dengan samudra merah atau disebut *Red Ocean* (Narullia et al., 2021).

Table 1. Perbedaan Antara Blue Ocean & Red Ocean Strategy Menurut Kim & Renee

No	Strategi Red Ocean	Strategi Blue Ocean
1.	Berfokus pada persaingan di pasar yang telah mapan	Membangun ruang pasar baru yang belum tergarap oleh pesaing
2.	Betujuan untuk mengungguli kompetitor	Menghilangkan relevansi kompetisi secara langsung
3.	Mengandalkan permintaan yang sudah ada	Menghasilkan dan menarik minat dari permintaan baru
4.	Menyeimbangkan antara nilai dan biaya dalam strategi	Merombak batas antara nilai tinggi dan efisiensi biaya secara bersamaan
5.	Seluruh aktivitas organisasi diarahkan pada strategi biaya rendah atau diferensiasi	Seluruh aktivitas diarahkan untuk mencapai biaya rendah dan diferensiasi secara bersamaan

Tidak memungkiri bahwa Red Ocean merupakan realitas yang menonjol dalam dunia bisnis. hal ini bertujuan untuk dapat meraih lebih banyak keuntungan dan peluang pertumbuhan baru, suatu usaha atau lembaga juga harus menciptakan Blue Ocean, yang dipahami sebagai lapangan usaha baru dapat diciptakan oleh suatu Lembaga/perusahaan melalui apa yang disebut dengan nilai Inovasi (Kim and Mauborgne, 2015). Sementara itu, Blue Ocean ini diartikan sebagai sektor bisnis baru yang dapat diciptakan oleh setiap Lembaga dan perusahaan melalui apa yang disebut dengan inovasi nilai (Sintha, 2013).

Dalam konteks strategi lembaga pendidikan, menciptakan nilai tanpa disertai inovasi hanya akan berujung pada efisiensi biaya semata, tanpa memberikan peningkatan mutu layanan yang berarti bagi peserta didik. pendekatan semacam ini identik dengan strategi Red Ocean, yang cenderung bersaing melalui pemotongan biaya atau pemberian insentif tanpa membedakan diri secara substansial dari lembaga lain (Priilaid, Ballantyne, and Packer, 2020). Pendidikan saat ini harus mampu menjawab tantangan dan membekali lulusan melalui revitalisasi kebijakan yang mencakup sistem pembelajaran, satuan pendidikan, peserta didik, pendidik, dan tenaga pendidik yang kesemuanya harus memenuhi persyaratan pendidikan abad 21 (Mulyati, 2022).

Salah satu penelitian terdahulu yang mengkaji penerapan strategi *Red Ocean* dan *Blue Ocean* dalam Lembaga Pendidikan melalui studi pustaka, menunjukkan bahwa Red Ocean Strategy relevan untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan dalam pasar yang telah jenuh, sementara *Blue Ocean Strategy* berfokus pada penciptaan pasar baru melalui inovasi dan nilai tambah. Keduanya dianggap penting dalam manajemen pendidikan Islam untuk menjaga daya saing dan meningkatkan kinerja lembaga terutama dalam menghadapi lingkungan yang cepat (Abra, 2024).

Terdapat salah satu kajian yang bahkan mengaitkan strategi ini dengan situasi pandemi COVID-19, di mana pendektana inovatif menjadi kebutuhan mendesak. Sehingga menyoroti pentingnya strategi *Blue Ocean* dalam merespons tantangan dengan cara-cara kreatif, antara lain melalui perumusan strategi berbasis inovasi nilai, pemanfaatan kanvas strategi sebagai alat pemetaan, serta penerapan kerangka kerja empat langkah untuk membangun proposisi nilai baru dengan biaya yang efisien (Rizqiyana, 2021).

Dengan demikian, penerapan *Blue Ocean Strategy* dalam pendidikan, terutama pendidikan Islam, menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut agar dapat menghasilkan model manajemen strategik yang kontekstual dan berdampak nyata terhadap peningkatan mutu serta daya saing lembaga. Dari uraian di atas, penulis berusaha untuk meneliti penerapan *Blue Ocean Strategy* yang ada di lembaga pendidikan Islam dengan obyek lembaga yang penulis teliti yaitu di MA Ihsaniyya Yogyakarta.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan studi fenomenologi Lembaga Pendidikan Islam dari MA Ihsaniyya Yogyakarta. Metode penelitian ini merupakan suatu metode yang berupaya mengungkapkan kebenaran tentang suatu peristiwa, objek, kegiatan, proses, dan orang sebagaimana yang muncul pada saat ini atau pada suatu kurun waktu yang mungkin masih ada dalam ingatan responden (Apnilelawati et al., 2022). Penelitian ini focus pada penerapan Strategi *Blue Ocean* dalam Lembaga Pendidikan Islam. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah (1) observasi dilakukan dengan mengamati langsung proses kegiatan belajar mengajar yang berlangsung di sekolah MA Ihsaniyya Yogyakarta; (2) wawancara bersama Kepala Sekolah MA Ihsaniyya Yogyakarta; dan (3) dokumentasi data sebagai sumber yang di peroleh dalam penelitian (Diantoro, 2020).

Analisis data dalam penelitian ini yaitu; 1) *Data Condensation* (Kondensasi Data) yang merupakan proses memilih, menyederhanakan, dan mengorganisasi data mentah menjadi informasi yang bermakna; 2) *Display Data* (Penyajian Data) merupakan proses menampilkan data dalam bentuk yang terorganisasi agar mudah dipahami dan dianalisis. Data kualitatif dapat disajikan melalui narasi, tabel, matriks, grafik, atau diagram; 3) *Conclusiaon Drawing and Verivication* (Penarikan dan Verivikasi Kesimpulan) yaitu proses setelah data di kondensasi dan di sajikan, peneliti mulai menarik kesimpulan awal berdasarkan pola atau tema yang muncul. Kesimpulan ini kemudian diverivikasi dengan membandingkan data, mencari bukti pendukung, atau melakukan triangulasi untuk memastikan keabsahannya (Miles, Huberman, and Saldaña, 2014).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lembaga Pendidikan Islam yang berada di naungan pondok pesantren sering kali ditemukan dengan adanya prinsip penerapan nilai-nilai Islamiyah yang menitikberatkan pada penyelarasan IMTAQ (Iman dan Takwa) dan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). "*Facing the Future without Breaking Tradition*" merupakan moto dari MA Ihsaniyya Yogyakarta yang memiliki makna bahwa Pendidikan saat ini perlu menghadapi masa depan tanpa melanggar tradisi leluhur yang telah menjadi sebuah perjuangan oleh para sesepuh. Menurut Kepala Sekolah MA Ihsaniyya Yogyakarta

memiliki tujuan guna menghasilkan peserta didik yang mampu menyeimbangkan antara bagaimana penerapan nilai-nilai luhur (kebaikan/ihsan) berlandaskan paham *Ahlussunah wal Jama'ah an-Nahdliyyah* melalui pengetahuan dan keterampilan teknologi digital dan entrepreneurship.

Penerapan nilai-nilai leluhur (kebaikan/ihsan) ini harapannya peresta didik memiliki jiwa nasionalisme dan empati terhadap lingkungan dan nilai-nilai kemanusiaan. Madrasah Aliyah Ihsaniyya Yogyakarta (Madrasah Digipreneur), madrasah ini merupakan Lembaga Pendidikan Islam yang berlabel Digital Entrepreneur. Kewirausahaan digital atau biasa dikenal dengan Digi-preneur merupakan kegiatan wirausaha yang berbasis media teknologi digital.

Di era kemajuan teknologi ini, penting bagi para wirausaha untuk bisa tenang dan menerima perubahan-perubahan tersebut serta dapat berintegrasi dengan segala perkembangan teknologi yang ada, hal ini tentunya bertujuan untuk menjamin agar dunia usaha/organisasi tetap dapat beroperasi dan berkembang sesuai dengan kemajuan zaman. *Entrepreneur* biasanya dilakukan tanpa menyentuh teknologi, sedangkan digi-preneur adalah usaha yang mengintegrasikan teknologi dalam menjalankan kegiatannya. Dimulai dari kegiatan perencanaan awal, kegiatan promosi bahkan proses pembelian juga dilakukan melalui sarana teknologi digital dan proses ini terbukti sangat efektif (Amalia Yunia Rahmawati, 2020). Kegiatan inilah yang dilakukan oleh para peserta didik MA Ihsaniyya, hal ini menarik perhatian minat dari kalangan dunia bisnis dan teknologi yang sedang trend saat ini.

Kepala Sekolah MA Ihsaniyya juga menyampaikan bahwa madrasah ini memiliki mata pelajaran unggulan yakni 1) Informatika dan teknologi terapan, terdapat materi: Pemrograman, animasi, videografi, game, Artificial Intellegence dll. 2) Entrepreneurship. 3) Ekonomi Digital dan Kreatif, terdapat materi: *e-commerce*, *market place*, bursa efek dll. 4) Akhlak Pesantren. Kemudian peserta didik juga melaksanakan *Field Study* yang berupa kunjungan industri, perpustakaan, museum, kraton, candi dll. Selanjutnya pada Ekstrakurikuler yang ada di MA Ihsaniyya ini terdapat *Qiroatul kutub*, Keputrian (tata krama, tata boga, tata busana, tata rias, tata wicara), *Ecological sustainability* (melestarikan sumber daya alam).

Dari pelajaran-pelajaran tersebut madrasah ini berusaha maju mengikuti perkembangan jaman dengan tetap memegang nilai-nilai leluhur (*ihsan*). Terdapat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa studi tentang Digital Entrepreneur ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis berpengaruh positif signifikan, khususnya lima karakteristik pribadi siswa (*agreeableness*, *conscientiousness*, *extraversion*, *neuroticism*, dan *openness to experience*) semuanya berpengaruh positif terhadap sikap pribadi (*attitudes*). Selain itu, variabel sikap individu juga memberikan dampak positif terhadap niat berwirausaha digital (Silitonga, Asbari, and Chidir, 2024).

Kepala Sekolah menyampaikan kembali bahwa terdapat program beasiswa di Madrasah Aliyah Ihsaniyya diantaranya; beasiswa yatim/yatim-piatu, beasiswa tidak mampu, beasiswa prestasi dll. Bagi reguler kebijakan harga yang di tentukan oleh madrasah ini sangat terjangkau. Dengan fasilitas lengkap serta setiap siswa masing mendapatkan Laptop Flip dan Touchscreen dan langsung menjadi kepemilikan pribadi. Akan tetapi, Setiap lembaga atau organisasi harus mempertimbangkan bidang-bidang alternatif yang diusulkan. Organisasi ini menjadi alternatif bagi konsumen yang menganggap organisasi serupa sebagai pilihannya. Seringkali, organisasi mengabaikan

daftar alternatif bagi konsumen jika mereka ingin melihat dari sudut pandang konsumen. Misalnya, sekolah akan memandang sekolah lain sebagai alternatif atau bahkan pesaing. Sekolah atau sekolah lupa bahwa fokus utama konsumen adalah jasa Pendidikan (Rofiqi and Kolis, 2020).

Strategi yang dilakukan oleh manajemen Madrasah Aliyah Ihsaniyya memenuhi kriteria *Blue Ocean Strategy*. Saat menerapkan strategi *Blue Ocean*, tiga karakteristik utama dari strategi *Blue Ocean* harus ada, yaitu fokus, divergensi, dan motto utama. 1) Fokus, pembicaraan untuk mengidentifikasi poin-poin penting yang menjadi pusat perhatian upayanya di seluruh elemen dunia bisnis. Profil strategis suatu perusahaan harus menunjukkan dengan jelas di mana letak tujuan bisnis perusahaan. 2) Divergensi, Selisih atau jarak dari pemain lain. Hal ini dapat dilakukan dengan meneliti dan mempertimbangkan alternatif dan tidak membandingkan diri Anda dengan pesaing. Tujuannya jelas, yaitu menyingkirkan “permainan” dan menciptakan “mainan” baru. 3) Motto menarik juga menjadi salah satu poin yang menarik konsumen. Namun slogan yang baik tidak hanya harus menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik, tetapi juga mengumumkan penawaran dengan jujur. Sebab jika tidak, perusahaan akan kehilangan kepercayaan dan perhatian konsumen. Ketiga karakteristik di atas kemudian digabungkan untuk membentuk kualitas yang saling melengkapi dalam *Blue Ocean Strategy* (Basuki et al., 2024).

Strategi Madrasah Aliyah Ihsaniyya pada analisis *Blue Ocean* ini memiliki 4 langkah yaitu:

Table 1. Penerapan Strategi Blue Ocean Di MA Ihsaniyya Yogyakarta

<u><i>Blue Ocean</i></u>	<u>Madrasah Aliyah Pesantren Umum</u>	<u>Madrasah Aliyah Ihsaniyya</u>
Menghilangkan	IMTAQ dan IPTEK	Model Teknologi Digital dan Entrepreneurship
Mengurangi	Menuju nilai modern	Melestarikan nilai-nilai leluhur (Tradisional)
Meningkatkan	Sarana belajar berupa perbanyak buku perpustakaan	Sarana belajar berupa buku beserta laptop flip dan touchscreen
Menciptakan	Pengembangan pada nilai akademik peserta didik	Pengembangan pada bidang Digital Entrepreneur

Penghapusan dan pengurangan pasokan dilakukan pada faktor persaingan yang memerlukan biaya pemenuhan tinggi dan/atau pada faktor lain yang dianggap tidak penting bagi konsumen saat ini dan calon konsumen. Sebaliknya, peningkatan pasokan

dimaksudkan untuk meningkatkan nilai yang diterima konsumen, karena inilah persamaan utama antara segmentasi (pencapaian identifikasi target) konsumen dan perspektif konsumen (Adiyatna, 2023).

Blue Ocean Strategy memiliki enam prinsip dasar yang terbagi dalam konstruksi dan implementasi (eksekusi). Prinsip perumusan strategi mengubah batas pasar, menciptakan ruang pasar baru (dukungan penelitian), fokus pada “gambaran besar” (perencanaan), mencapai melampaui kebutuhan pasar saat ini (pembangunan) dan urutan strategis yang benar. (model pendirian bisnis) sedangkan prinsip eksekusinya adalah mengatasi hambatan organisasi dan mengintegrasikan eksekusi ke dalam strategi (Basuki et al., 2024). Tanpa inovasi dan perubahan demi berkembang, hanya menghasilkan pengurangan biaya dan hanya sedikit atau tidak ada nilai signifikan yang diberikan kepada konsumen, sehingga akan terjadi solusi potongan atau diskon hal inilah yang ada pada strategi *Red Ocean*.

Dengan beberapa kriteria serta prinsip dari literatur yang didapatkan bisa dilihat bahwa Madrasah Aliyah Ihsaniyya Yogyakarta memiliki kriteria yang sesuai dengan *Blue Ocean Strategy*, dari fokus strategi yang dicapai yaitu menuju *Digital Entrepreneur* sejak dini hingga motto yang sangat menarik yang memiliki arti “Menghadapi Masa Depan Tanpa Melanggar Tradisi”.

D. KESIMPULAN

Strategi Blue Ocean yang diterapkan pada Lembaga Pendidikan Islam, khususnya pada Madrasah Aliyah Ihsaniyya sangat menarik. Di era globalisasi yang sudah maju ini Lembaga Pendidikan perlu adanya pembaharuan untuk mengikuti seiring perkembangan zaman. Madrasah yang sudah menerapkan ilmu pengetahuan berbasis *Digital Entrepreneur* perlu di kembangkan lebih pesat, dari tujuan yang membentuk nilai-nilai leluhur (*ihsan*) dengan tidak meninggalkan tradisi yang menjadi sebuah karya yang luar biasa yang di berikan leluhur kepada penerusnya. Setiap lembaga bisa memiliki sistem yang bagus dan bersaing dengan Lembaga lainnya, tetapi perlu memperlihatkan kembali Lembaga Pendidikan merupakan sebuah jasa Pendidikan yang akan membawa peserta didik dalam memelihara sebuah negara. Tidak ada yang sempurna, sama halnya dengan penelitian ini, saran penulis yaitu diperlukannya literatur lebih banyak lagi membahas mengenai strategi ini, terutama strategi *Red Ocean*.

REFERENSI

- Abra, Nabil Aisar. 2024. “Manajemen Strategik Dalam Kajian Manajemen Pendidikan Islam.” *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* 09(2):1-23.
- Adiyatna, Hafidh Rifky. 2023. “Blue Ocean Strategy Formulation In Non Formal Education Industry Study At Bimbingan Belajar Youth Educational Centre (YEC).” *International Journal of Economics and Management Review (IJEMR)* 1:66-76.
- Amalia Yunia Rahmawati. 2020. *Digital Entrepreneurship 4.0*.
- Apnilelawati, Nur, Fahrul Sanawi, Syafaruddin Syafaruddin, and Makmur Syukri. 2022. “Implementasi Dan Evaluasi Manajemen Pendidikan Islam Di MAN 2 Padangsidimpuan.” *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial* 6(2):311-19. doi: 10.30743/mkd.v6i2.5311.
- Baedowi, Muhamad. 2022. “Manajemen Strategik Sebagai Paradigma Baru Dalam Organisasi Pendidikan.” *An-Nidzam: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Studi Islam*

- 9(1):108–25.
- Basuki, Nelly Venyningtias, Inestasya Br Sembiring, Alfisyah Valentino A3, Sonja Andarini, and Indah Respati Kusumasari. 2024. "Literature Review: Analisis Penerapan Blue Ocean Strategy Dan Red Ocean Strategy Dalam Persaingan Bisnis." *Neraca Manajemen, Ekonomi* 4(9):16–26.
- Diantoro, Fery. 2020. "Implementasi Manajemen Personalia Pendidikan Islam Berbasis Pengabdian Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Jawa Timur." *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 5(1):137–54. doi: 10.14421/manageria.2020.51-08.
- Fadhli, Muhammad. 2020. "Implementasi Manajemen Strategik Dalam Lembaga Pendidikan." *Continuous Education : Journal of Science and Research* 1(1):11–23.
- Febriyani, Irma, Sri Intan Wahyuni, Zainal Arifin, and Atika. 2023. "Manajemen Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Perguruan Diniyyah Puteri Padang Panjang." *Jurnal Pendidikan Madrasah* 8:115–28.
- Hajar, Siti, Aldi Nasution, Annisa Chaliana, and Dinda. 2022. "Implementasi Manajemen Strategik Dalam Upaya Peningkatan Mutu Pendidikan Di SMPIT AL Hijrah 2 Deli Serdang." *Edumaspul - Jurnal Pendidikan* 6(1):684–89.
- Hestiana, Ratna, Tuti Ningrum, and Syahrial Labaso. 2024. "Desain Organisasi Dalam Lembaga Pendidikan Islam Berbasis Supervisi Kelembagaan." *Jurnal Pengembangan Ketenagakerjaan* 2(1):94–100.
- Isamuddin, Isamuddin, Faisal Faisal, Maisah Maisah, Lukman Hakim, and Kasful Anwar Us. 2021. "Implementasi Analisis Swot Pada Manajemen Strategik Dalam Perencanaan Peningkatan Mutu Pendidikan Di Madrasah Tsanawiyah Nurul Islam Muara Bungo." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 2(2):1034–50. doi: 10.38035/jmpis.v2i2.770.
- Khatami, M., and Zainal Arifin. 2022. "Manajemen Strategik Pada Lembaga Pendidikan Islam." Pp. 218–25 in *Proceedings of International Conference on Islamic Studies "Islam & Sustainable Development."* Banda Aceh: Fakultas Adab dan Humaniora Ar-Raniry State Islamic University Banda Aceh.
- Khoeron, Khoeron, Maftuhah Maftuhah, Tobroni Tobroni, and Faridi Faridi. 2025. "Transformasi Kelembagaan Pesantren Tremas Adaptasi Dan Inovasi Di Era Digital." *PROGRESSA: Journal of Islamic Religious Instruction* 09(01). doi: 10.32616/pgr.v9.1.501.63-76.
- Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. 2015. *Blue Ocean Strategy Subt Bahasa Indonesia*.
- Kim, W. Chan, and Renee Mauborgne. 2017. *Blue Ocean Strategy, Blue Ocean Shift, Pergeseran Samudera Biru Melampaui Persaingan*.
- Maulani, Galih Abdul Fatah, and Nizar Alam Hamdani. 2023. *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Blue Ocean Strategy*. Cetakan 1. edited by E. Damayanti. Bandung: WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Third. United States of America Library: SAGE Publications, Inc.
- Muhajirin, M., and W. Wijiharta. 2024. "Review Penelitian Tentang Penerapan Strategi Samudera Biru Pada Perguruan Tinggi." *Jurnal Hamfara Inspire: Inspirasi Dunia Pendidikan* 3(1):1–9.
- Mulyati., Sri. 2022. "Analisis Peran Dan Peluang Technopreneurship Di Era Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan." *Journal on*

- Education* 04(04):1911–19.
- Narullia, Dwi, Sheila Febriani Putri, Fitri Purnamasari, Dhika Maha Purti, Yana Respati Dewi, and Nila Cahayati. 2021. "Sosialisasi Red Ocean Strategy Dan Blue Ocean Strategy Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Ukm Mahasiswa Di Kota Malang." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(7):1453–62. doi: 10.53625/jabdi.v1i7.671.
- Priilaid, David, Roy Ballantyne, and Jan Packer. 2020. "A 'Blue Ocean' Strategy for Developing Visitor Wine Experiences: Unlocking Value in the Cape Region Tourism Market." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 43(December 2019):91–99. doi: 10.1016/j.jhtm.2020.01.009.
- Rizqiyana. 2021. "Manajemen Strategik Dalam Kajian Mpi Pada Era Pandemi Covid-19." *Promis* 2(1):46–60.
- Rofiqi, Mufid Ahsan, and Nur Kolis. 2020. "Pengembangan Madrasah Perspektif Blue Ocean Strategy MTs Al-Islam Joresan Ponorogo." *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 1(2):270–83. doi: 10.62775/edukasia.v1i2.23.
- Romlah, Listiyani Siti, Iskandar, Latiful Wahid, Nuryadin Ali, and Badrudin. 2024. "Manajemen Mutu Pendidikan Islam Dalam Upaya Meningkatkan Prestasi PTKIN." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 8(1):213–27. doi: 10.56127/jukim.v3i03.1335.
- Saddam, Teuku Muhammad Abidzar, and Ima Amaliah. 2022. "Strategi Pengembangan Bisnis Digital Menggunakan Metode Blue Ocean Strategy." *Economics Studies* 3(2):467–73. <https://doi.org/10.29313/bcses.v3i2.8805>
- Setiawan, Heri Cahyo Bagus, and Beni Dwi Komara. 2020. "The Alternative Blue Ocean Strategy: Bagaimana Strategi Perusahaan Industri Kopi Santri Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis?" *Jurnal Riset Entrepreneurship* 3(1):26–32. doi: 10.30587/jre.v3i1.1165
- Silitonga, Nelson, Masduki Asbari, and Gusli Chidir. 2024. "Analisis Pengaruh Karakter Personal Dan Sikap Mahasiswa Terhadap Digital Entrepreneurship." 03(01):106–19.
- Sintha, Lis. 2013. "Red Ocean Versus Blue Ocean Strategy." *Keuangan Dan Perbankan* 1:46–66.
- Warahmah, Mawaddah, Getar Rahmi Pertiwi, and Lukman Hakim. 2023. "Implementasi Manajemen Strategik Berbasis Sekolah Dalam Meningkatkan Kualitas Lembaga Pendidikan Islam." *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora* 1(November):71–81.