
Implementasi Strategi Digitalisasi di Sekolah X

Lukas Rafael

Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia

Email: lukasrsurjadi@gmail.com

Abstrak

Pandemi COVID--19 khususnya di Indonesia secara tidak langsung mengubah tatanan sistem yang ada. Perubahan dilihat dari operasional sistem konvensional menjadi sistem digital. Perubahan sistem yang terjadi memberikan dampak yang buruk kepada jalannya organisasi. Sekolah X merupakan salah satu sekolah yang terdampak. Sekolah X merupakan sekolah swasta katolik yang berdiri sejak tahun 2006 dapat mengimplementasikan sistem pembelajaran dari sistem konvensional tatap muka menjadi sistem digital dalam waktu yang singkat. Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif analitis dan kualitatif dengan menggunakan metode pendekatan studi kasus. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Tahap analisis data yang dipakai dilihat dari aspek eksternal dan internal. Pada aspek eksternal menggunakan alat analisis *Five Forces Framework*, sedangkan pada aspek internal memakai alat analisis Empat Fungsi Bisnis. Adaptasi terhadap sistem digital yang dilakukan dilakukan dengan menciptakan aplikasi yang memiliki dua penerima manfaat, orang tua atau wali dan murid. Aplikasi untuk murid diharapkan memudahkan penyebaran mater pembelajaran harian dan agenda, sedangkan aplikasi untuk orang tua/wali dinamakan parent portal yang berguna untuk memantau nilai anak, surat edaran, dan jadwal sekolah yang mencakup tugas-tugas harian dan ulangan. Selain aplikasi yang dikembangkan oleh Sekolah X, strategi digitalisasi dapat dilihat dalam PPDB dan media pemasaran yang digunakan seperti *website*, Instagram, dan Youtube. Media pemasaran terbagi kepada masing-masing unit dari mulai dari jenjang PG-TK sampai SMA.

Kata Kunci: Strategi Bisnis; Digitalisasi; Media Sosial

Abstract

The COVID-19 pandemic, especially in Indonesia, has indirectly changed the existing system order. The change is seen from the operation of the conventional system to a digital system. The system changes that occur have a bad impact on the running of the organization. School X is one of the affected schools. School X is a private Catholic school that was established in 2006 and can implement a learning system from a conventional face-to-face system to a digital system in a short time. The research conducted is descriptive, analytical and qualitative using the case study approach method. The data sources used in this study come from primary data and secondary data. The data collection techniques in this study are interviews and observations. The data analysis stage used is seen from external and internal aspects. In the external aspect, the Five Forces Framework analysis tool is used, while in the internal aspect, the Four Business Functions analysis tool is used. The adaptation to the digital system was carried out by creating an application that has two beneficiaries, parents/guardians and students. The application for students is expected to facilitate the distribution of daily learning maters and agendas, while the application for parents or guardians is called a parent portal which is useful for monitoring children's grades, circulars, and school schedules that include daily assignments and exams. In addition to the application developed by School X, the digitalization strategy can be seen in PPDB and marketing media used such as websites,

Instagram, and Youtube. Marketing media is divided into each unit from PG-Kindergarten to High School.

Keywords: *Business Strategy; Digitization; Social Media*

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 yang telah berlangsung 1 tahun lebih lamanya di Indonesia, menjadikan sistem konvensional yang sudah dijalankan oleh organisasi, perusahaan, dan sekolah berubah menjadi sistem digital. Guna menyikapi dan mengendalikan keadaan tersebut agar tidak semakin parah, pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan bagi warganya untuk membatasi kegiatan di luar rumah kecuali untuk kebutuhan esensial. Aturan yang dikeluarkan berupa Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Coronavirus Disease* 2019 (COVID-19) (Indonesia, 2020); (David, 2011).

Pembatasan tersebut menyebabkan berbagai industri terpaksa membatasi kegiatan *offline*-nya dan mengubah sistem operasional mereka menjadi *online*. Saat ini, semua industri tanpa terkecuali menerapkan sistem digitalisasi, sistem ini memungkinkan pekerjaan yang tidak memerlukan campur tangan fisik untuk dikerjakan secara jarak jauh atau WFH (*Work from Home*) (Diah Hidayati, 2022); (Kusumah & Dewi, 2021).

Penelitian ini berfokus kepada pengimplementasian sistem digitalisasi dalam dunia pendidikan. Sistem pendidikan yang telah berjalan hingga sebelum pandemi COVID-19 di sebagian besar sekolah di Indonesia merupakan sistem pembelajaran secara konvensional, yaitu kegiatan belajar secara tatap muka. Peluang yang didapatkan dari digitalisasi memiliki jangkauan yang sangat luas, seperti kemudahan transfer data, distribusi data yang merata, dan berbagai contoh lainnya (Ismail et al., 2017). Menurut Aditya et al (2022) meski terdapat peluang dari digitalisasi, tetapi tetap ada empat penghalang utama dalam implementasinya. Penghalang tersebut adalah berupa penghalang kontekstual seperti terbatasnya waktu dan dana, serta visi dan perencanaan strategi yang kurang baik. Kedua ialah penghalang sosial, penghalang ini memiliki indikasi kurangnya perilaku kepemimpinan serta kurangnya kemampuan individu dalam penguasaan teknologi digital. Setelah penghalang sosial, penghalang implementasi digital ketiga adalah penghalang teknis, seperti infrastruktur IT yang tidak mendukung. Selanjutnya adalah penghalang budaya, penghalang ini berfokus kepada penghalang budaya dari organisasi yang menjalankan sistem konvensional sulit keluar dari zona nyaman untuk berubah menjadi sistem baru yaitu digitalisasi.

Beberapa penghalang dalam implementasi sistem digital yang telah disebutkan sebelumnya merupakan penghalang bagi organisasi untuk berkembang lebih lagi, tak terkecuali pada institusi pendidikan (Thompson et al., 2013); (Tasyah et al., 2021); (Jamaludin et al., 2022). Adaptasi sekolah dengan sistem digital membutuhkan waktu yang tidak sedikit, pengenalan tenaga pendidik kepada sistem yang baru, adaptasi murid serta orang tua dalam memakai sistem digital membutuhkan persiapan yang matang, juga modal yang cukup besar (Hidroğlu, 2020).

Penelitian ini berfokus kepada Sekolah X di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Sekolah X sudah memanfaatkan sistem digitalisasi dalam pemasaran dan pembelajarannya, jauh sebelum pandemi COVID-19, terlihat dari *website* milik sekolah secara mendetail

mendokumentasi informasi sekolahnya, baik dari jenjang PG-TK, sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas. Kegiatan dan fasilitas sekolah disajikan sangat lengkap dan dapat diakses dengan mudah.

Menyikapi transformasi digital, sekolah memiliki dua aplikasi untuk memudahkan murid dan orang tua dalam mengakses informasi mengenai nilai dan materi pembelajaran. Pertama, aplikasi untuk penyebaran materi pembelajaran. Kedua, merupakan aplikasi yang memudahkan orang tua atau wali murid dalam mengakses informasi surat edaran dan agenda sekolah (Abroto et al., 2021); (Anugrahana, 2020).

Sistem yang dijalankan secara digital memiliki keuntungan bagi sekolah, seperti sisi efisien yaitu pencarian data menjadi lebih mudah. Sekolah X sudah melakukan transformasi digital secara sistem sejak tahun 2019 melalui *parent portal*, in menjadikan sekolah memiliki kekuatan untuk bersaing diantara sekolah-sekolah lain dalam transformasi digital. Adaptasi pembelajaran daring yang berkualitas dengan sistem yang disediakan oleh sekolah tidak hanya berlaku kepada internal dari Sekolah X, tetapi dari murid, juga orang tua/wali murid.

Digitalisasi yang sudah dilakukan oleh sekolah jika dilihat dari pandangan orang tua terlihat dalam ulasan aplikasi *parent portal*. Ulasan mengenai kendala yang terdapat di aplikasi mendapat tanggapan dan dilakukan perbaikan. Antusiasme terhadap digitalisasi terlihat dari story Instagram sekolah masing-masing unit yang interaktif dengan mengikuti tren yang ada.

Digitalisasi yang sudah dilakukan Sekolah X meliputi penggunaan aplikasi pembelajaran, aplikasi *parent portal*, dan melakukan pemasaran melalui *platform* digital. Atas dasar itu, maka penelitian ini akan mempelajari dan mengidentifikasi (Sekaran & Bougie, 2016) strategi digitalisasi yang diimplementasikan Sekolah X dengan memperhatikan faktor eksternal dan internal.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *case studies*. Metode *case studies* menurut Sekaran & Bougie (2016) berfokus kepada pengumpulan data tentang suatu objek, peristiwa, atau aktivitas terkait suatu perusahaan atau organisasi. Instrumen penelitian adalah *interview guide* yang digunakan sebagai pedoman saat melakukan *focus group discussion*. Penelitian ini berfokus kepada Sekolah X di Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Analisa data yang dilakukan terhadap Sekolah X berdasarkan data primer dan data sekunder. Teknik analisis data dilihat dari tiga perspektif. Pertama adalah analisis digitalisasi, kedua adalah analisis lingkungan eksternal, dan ketiga adalah analisis lingkungan internal. Teknik pertama yakni analisis digitalisasi merupakan teknik analisis data kualitatif yang menurut Sekaran & Bougie (2016) dibagi menjadi tiga langkah. Langkah pertama *data reduction*, merupakan proses memilih dan mengkategorikan data yang didapat. Kedua *data display*, menyajikan data yang telah reduksi. Ketiga *drawing conclusions*, merupakan hasil olahan dari *data display* berupa kesimpulan.

Teknik kedua ialah analisis lingkungan eksternal memakai metode analisis *Five Forces Framework*. Analisis ini dapat menentukan tingkat persaingan dan daya tarik pasar dalam suatu industri (Prasasti, 2016); (Suhono & Fibriani, 2023). Daya tarik dalam konteks ini mengacu pada profitabilitas industri secara keseluruhan. Menurut metode ini, sebuah

industri akan disebut 'menarik' apabila kombinasi dari kelima indikator menunjukkan profitabilitas yang menjanjikan, begitupun sebaliknya.

Teknik terakhir yang dipakai adalah analisis lingkungan internal. Analisis lingkungan internal Sekolah X digunakan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kondisi internal Sekolah X ketika mengimplementasi strategi digitalisasi. Metode yang dipakai adalah analisis Empat Fungsi Bisnis yang berfokus kepada fungsi produksi/operasional, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia dari Sekolah X ketika mengimplementasi strategi digitalisasi (Lee, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekolah X merupakan sekolah katolik yang berdiri pada tahun 2006 dan terletak di Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Unit sekolah yang dimiliki dimulai dari jenjang PG (*Play Group*), Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, dan terakhir adalah Sekolah Menengah Atas. Sekolah X dalam kegiatan belajar mengajarnya menerapkan kurikulum nasional K13 yang telah dikembangkan dan dikemas ulang dengan sistem pembelajaran yang dinamis, kreatif, atraktif, serta inovatif.

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari manajer Sekolah X, strategi yang diterapkan untuk menghadapi digitalisasi adalah strategi *brainwash*. Strategi ini dapat dilihat dari penerapan tiga *platform* digital yang dipakai oleh sekolah, antara lain *website*, Instagram, dan Youtube. Pembahasan mengenai masing-masing *platform* dijelaskan lebih lanjut dengan melihat variabel digitalisasi, analisis lingkungan eksternal, dan analisis lingkungan internal.

Platform pertama adalah *website*. Halaman utama dari situs yang dimiliki oleh Sekolah X memiliki beberapa bagian, antara lain: *Profile*, Surat Edaran, Fasilitas, Unit, Prestasi, Kegiatan, Hasil Karya, *Gallery*, Jadwal, Renungan, Kontak, Form Alumni, dan Peta Lokasi. Pemanfaatan *platform* berbasis situs dilihat dari sisi halaman utama dikatakan sudah memadai karena kelengkapan informasi bagi calon murid maupun calon orang tua murid untuk memperoleh informasi penerimaan, kegiatan, dan cara menghubungi sekolah. Selain itu situs dari Sekolah X memiliki *web based app* bernama Parent Portal yang terintegrasi dengan gawai berbasis operasi android.

Kedua adalah *platform* Instagram. *Platform* yang dimiliki oleh Sekolah X beragam, mulai dari laman Sekolah X sendiri, laman untuk PG (*Play Group*), laman untuk Taman Kanak-Kanak, laman untuk Sekolah Dasar, laman untuk Sekolah Menengah Pertama, dan terakhir adalah laman untuk Sekolah Menengah Atas. Pada setiap laman Instagram masing-masing unit sekolah terdapat *highlight story* acara-acara sekolah, konten pembelajaran, dan aktivitas dari setiap unit. Pada halaman Instagram Sekolah X terdapat *highlight story* acara sekolah, *twibbon*, dan edukasi *smart parenting*. Sedangkan pada halaman Instagram unit PG-TK terdapat *highlight story* berupa acara internal sekolah, aktivitas belajar mengajar secara *hybrid*, kegiatan ibadah, *twibbon*, perayaan hari-hari nasional, dan kejuaraan. Lalu pada unit SD terdapat *highlight story* tentang acara sekolah, *template story* Instagram, kegiatan pembelajaran secara *hybrid* untuk setiap jenjang dari kelas satu hingga kelas enam, kegiatan *outing*, kegiatan hari-hari besar nasional, dan kompetisi. Selanjutnya pada unit SMP tidak terdapat *highlight story*. Terakhir adalah unit SMA berisikan rekap kegiatan per bulan, hari-hari nasional, kegiatan olahraga, tindakan yang berkaitan untuk mencegah COVID-19, kegiatan di sekolah, dan prestasi.

Ketiga adalah pemakaian *platform* Youtube untuk mendukung strategi digitalisasi yang dipakai. Kanal yang dimiliki oleh Sekolah X secara pembagian pada hakekatnya sama dengan laman Instagramnya. Terdiri dari laman untuk Sekolah X sendiri, *Play Group*, Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, dan laman untuk Sekolah Menengah Atas. Konten dari YouTube sekolah terdiri dari kegiatan mencakup semua jenjang Sekolah X, mulai dari acara-acara penting setiap unit mulai dari jenjang PG-TK sampai SMA. Berikutnya adalah Unit PG-TK berisikan konten yang memfokuskan kepada materi-materi bina iman yang dilaksanakan setiap 1 minggu sekali dan kegiatan rutin. Lalu pada Unit SD Sekolah X terdapat unggahan video pembelajaran secara rutin serta memanfaatkan fitur *playlist* yang digunakan untuk mengkategorikan penyampaian materi PJJ (pembelajaran jarak jauh) dan bina iman. Selanjutnya adalah unit SMP terdapat unggahan rutin untuk materi pembelajaran, misa sekolah, perayaan hari-hari besar nasional, kegiatan unit, dan kompetisi internal sekolah. Terakhir adalah jenjang SMA terdapat unggahan kegiatan unit SMA, perayaan hari besar nasional, dan terdapat kegiatan edukasi untuk orang tua murid dengan tema utama yaitu *smart parenting*.

Sekolah menanggapi digitalisasi dengan baik dilihat dari penggunaan media Youtube maupun Instagram secara merata, mulai dari jenjang PG-TK sampai dengan SMA setiap unit memiliki media masing-masing. Setiap unit melakukan unggahan rutin terhadap konten yang disajikan, selain itu konten yang disajikan setiap unit memiliki karakteristik yang interaktif dengan *followersnya*.

Tabel 1. Temuan pada halaman Instagram

Nama Instagram	Informasi Kontak				Jumlah Followers
	Alamat	Nomor Telepon	E-mail	Website	
@xschoolofficial	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	3.215
@xkindergarten	Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	1.205
@xprimaryschool	Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	1.851
@smpx	Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	1.640
@xsma	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Ada	1.133

Tabel 2. Temuan pada halaman Youtube

Nama Instagram	Informasi Kontak				Jumlah Subscriptions
	Alamat	Nomor Telepon	E-mail	Website	
X School	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	2.640
PGTK X	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	467
X Primary School	Ada	Ada	Tidak Ada	Ada	4.820
SMP X Bandung Official	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	Ada	1.070
X High School	Ada	Ada	Tidak Ada	Tidak Ada	772

KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini terbagi menjadi tiga bagian berdasarkan variabel: digitalisasi, faktor eksternal, dan faktor internal. Digitalisasi di Sekolah X, baik dari sisi internal maupun eksternal, mendukung kegiatan belajar murid dan memudahkan orang tua/wali memantau anak, serta meningkatkan awareness melalui strategi digital marketing. Dari faktor eksternal, tantangan biaya menghambat sekolah baru untuk mengintegrasikan sistem digital, namun mayoritas warga muda di sekitar Sekolah X menjadikannya pilihan utama berkat fasilitas digital yang ditawarkan. Produk digital sekolah, seperti aplikasi khusus untuk orang tua/wali dan murid, memiliki keunggulan yang membuat ancaman produk pengganti serupa lemah. Dari faktor internal, Sekolah X berhasil beradaptasi dengan baik terhadap digitalisasi, memanfaatkan Instagram, YouTube, dan website sebagai alat pemasaran utama selama pandemi, dan mendampingi guru secara personal untuk mengatasi kendala penggunaan aplikasi dan media pemasaran digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abroto, A., Prastowo, A., & Anantama, R. (2021). Analisis Hambatan Proses Pembelajaran Daring dengan Menggunakan Aplikasi Whatsapp di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(3), 1632–1638.
- Aditya, B. R., Ferdiana, R., & Kusumawardani, S. S. (2022). Identifying and prioritizing barriers to digital transformation in higher education: a case study in Indonesia. *International Journal of Innovation Science*, 14(3/4), 445–460.
- Anugrahana, A. (2020). Hambatan, solusi dan harapan: pembelajaran daring selama masa pandemi covid-19 oleh guru sekolah dasar. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 10(3), 282–289.
- David, F. R. (2011). *Strategic management concepts and cases*. Prentice hall.
- Diah Hidayati, M. M. (2022). *Sistem Informasi Pendidikan dan Transformasi Digital*. UAD PRESS.
- Hidroğlu, D. (2020). Strategic Management in The Information Age. *Data, Information and Knowledge Management. Chapter No, 6*, 113–128.
- Indonesia, P. R. (2020). Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Coronavirus Disease 2019/COVID-19. *Jakarta: Republik Indonesia*.
- Ismail, M. H., Khater, M., & Zaki, M. (2017). Digital business transformation and strategy: What do we know so far. *Cambridge Service Alliance*, 10(1), 1–35.
- Jamaludin, M., Sulistianto, S. W., MI, A., MM, M., Marthalia, D., Wikansari, R., Fachrurazi, H., Hiswanti, S., Ikom, M., & Indrayani, E. (2022). *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Kusumah, D., & Dewi, S. M. (2021). Tata Kelola Sistem Informasi Di Perguruan Tinggi Swasta (Menakar Efektivitas Work From Home). *Buana Ilmu*, 5(2), 32–58.
- Lee, C. M. (2021). Descriptive SWOT Analysis about Online Learning. URL: https://www.researchgate.net/publication/350621868_Descriptive_SWOT_Analysis_about_Online_Learning.
- Prasasti, A. K. (2016). Analisis keunggulan bersaing berdasarkan metode five forces porter pada hotel pelangi malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Fakultas Brawijaya Malang*, 1–11.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. john wiley & sons.
- Suhono, E. F., & Fibriani, C. (2023). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Menggunakan Metode Porter's Five Forces (Studi Kasus: CV. Bio Chitosan Indonesia). *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12(2), 838–847.
- Tasyah, A., Lestari, P. A., Syofira, A., Rahmayani, C. A., Cahyani, R. D., & Tresiana, N. (2021). Inovasi Pelayanan Publik Berbasis Digital (E-Government) di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 18(2), 212–224.
- Thompson, A., Janes, A., Peteraf, M., Sutton, C., Gamble, J., & Strickland, A. (2013). *EBOOK: Crafting and executing strategy: The quest for competitive advantage: Concepts and cases*. McGraw hill.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)
