

ECONOMIC UPGRADING PENDIDIKAN TINGGI INDONESIA: PERSPEKTIF DALAM MERAH KEUNGGULAN KOMPETITIF GLOBAL

Dina Mellita¹
Dian Novriadhy²
Nurlina Tarmizi³

¹Fakultas Ekonomi Bina Darma Sumatera Selatan

²Balitbangnovda Sumatera Selatan

³Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Sumatera Selatan

dmellita@yahoo.com

Dian.novriadhy@gmail.com

nurlinat@yahoo.com

ABSTRACT

The phenomenon of globalization creates the competitive advantage in industry to engage in the coordination of value chain in global economics. The emergence rapid growth of communication and infrastructure has open the opportunity to the development of national industry including education industry. The strategy of the development in higher education depend on the resources in the country. This research aim is to mapping the higher education industry in Indonesia in the perspective of economic upgrading. Using random sampling from The ministry of research and higher education (forlap dikti), the research identified the process, product, functional upgrading and chain value regarding to define economic upgrading. The data translated within the comparison of relevan studies. The result show that indonesia higher education still oriented at the process and product upgrading. In order to strengthen the capacity of competitiveness and the existences of indonesia higher education, related parties should enhance the fuctional and chain value of higher education.

Keywords: *economic upgrading, process upgrading, product upgrading, functional upgrading*

I. PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran bahkan aspek-aspek budaya. Adanya kemajuan infrastruktur baik dalam hal transportasi maupun komunikasi merupakan faktor utama dalam globalisasi yang menyebabkan adanya ketergantungan aktivitas ekonomi dan budaya antar negara. Globalisasi perekonomian merupakan suatu proses kegiatan ekonomi dan perdagangan, dimana negara-negara di seluruh dunia menjadi satu kekuatan pasar yang semakin terintegrasi tanpa rintangan batas teritorial negara. Artinya, ketika globalisasi ekonomi terjadi, batas-batas suatu negara tidak terlihat lagi dan keterkaitan antara ekonomi nasional dengan perekonomian internasional semakin erat.

Dalam hal ini muncul liberalisasi perdagangan, keuangan dan investasi di dunia yang menciptakan wilayah-wilayah baru bagi suatu usaha untuk melakukan ekspansi. Kemudian kenaikan pendapatan di negara-negara berkembang karena proses globalisasi menciptakan pasar konsumen baru yang lebih besar dan luas. Adanya relokasi antar batas wilayah nasional menggerakkan kajian-kajian, pengembangan dan kegiatan manufaktur yang membutuhkan tingkat keterampilan dan nilai yang tinggi untuk meningkatkan status sosial suatu masyarakat. Pada saat yang bersamaan institusi ekonomi juga mengalami perubahan. Korporasi yang terintegrasi secara vertikal mengurangi batas-batas dan lebih memfokuskan diri untuk melakukan

spesialisasi. Para pemasok memiliki kualifikasi tinggi menyalurkan komponen-komponen produk dan jasa yang lebih kompleks. Kemitraan baru, aliansi, dan merger berkembang dalam menghubungkan produsen, pemasok dan konsumen baik secara global maupun lokal.

Fenomena globalisasi memunculkan penerimaan yang maksimal di berbagai sektor. Setiap skala usaha dilakukan dengan strategi yang tidak hanya memfokuskan diri pada perencanaan tetapi juga meliputi konsistensi perusahaan dalam mengambil keputusan. Dalam hal ini implementasi strategi perusahaan menitikberatkan pada pengembangan kompetensi perusahaan yang memberikan competitive advantage melalui koordinasi rantai nilai yang akan membawa perusahaan ikut serta dalam perekonomian global.

Indonesia sebagai bagian dari masyarakat dan produksi global juga menyadari economic upgrading di perguruan tinggi menjadi pertimbangan utama dalam strategi pembangunan. Dalam berperan sebagai penggerak pembangunan nasional (drive of national development), perguruan tinggi harus mengintegrasikan komponen internasional ke dalam tujuan, fungsi atau penyampaian pendidikan dalam institusinya (IAU, 2012). Pemerintah juga mendorong perguruan tinggi untuk melakukan economic upgrading dengan menetapkan dimensi internasional seperti riset dan publikasi internasional dalam komponen borang akreditasi yang dikeluarkan oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

Fenomena aktivitas economic upgrading perguruan tinggi di Indonesia ditetapkan oleh pemerintah melalui Strategi Jangka Panjang Pendidikan Tinggi (HELTS) 2003-2010 (DIKTI, 2004). Dalam HELTS 2003-2010 ditetapkan 3 (tiga) strategi untuk meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Indonesia. Strategi tersebut adalah daya saing, otonomi pendidikan tinggi dan kesehatan organisasi. Penilaian daya saing perguruan tinggi terletak pada pencapaiannya dalam indikator World Class University. Indikator World Class University yang dikeluarkan berbagai lembaga pemeringkat perguruan tinggi seperti Times Higher Education-QS, Academic Ranking of World University (ARWU), Webometrics dan lembaga pemeringkat lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan economic upgrading industri pendidikan tinggi Indonesia ke dalam 4 jenis economic upgrading, yaitu process upgrading, product upgrading, functional upgrading dan chain upgrading. Tujuannya adalah untuk melakukan identifikasi posisi economic upgrading perguruan tinggi yang ada di Indonesia. Dengan mengetahui kondisi economic upgrading perguruan tinggi akan dapat dirumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan daya saing perguruan tinggi Indonesia.

II. STUDI PUSTAKA

Proporsi yang signifikan dari perdagangan pada masa kini berada dalam koordinasi rantai nilai (value chains) yang membawa perusahaan berperan secara lokal dan global. Adanya sistem alih daya dari produksi di suatu daerah telah menstimulasi pertumbuhan manufaktur, agriculture dan industri jasa di daerah lain. Hal ini menciptakan jaringan produksi global baik secara regional ataupun global (Global Production Networks/GPNs). Dalam kondisi inilah industri tersebut mengalami upgrading.

Upgrading diidentifikasi sebagai pergerakan menuju aktivitas yang memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dalam proses produksi, untuk meningkatkan teknologi, pengetahuan dan keterampilan dan untuk meningkatkan manfaat atau keuntungan dari partisipasinya dalam jaringan produksi global (Global Production Networks/GPNs) (Gereffi 1999; Gereffi et al. 2001; Humphrey and Schmitz 2000). Upgrading terbagi menjadi 2 bagian, yaitu economic upgrading dan sosial upgrading. Economic upgrading dinyatakan berhasil bila peningkatan ekonomi yang terjadi berdampak pada peningkatan sosial (social upgrading). Social upgrading dinyatakan berhasil bila memenuhi kondisi: (1) peningkatan dalam pekerjaan dan (2) peningkatan dalam upah. Untuk permasalahan pemetaan, focus analisa pada ekonomi upgrading.

Economics upgrading diklasifikasikan menjadi empat jenis. Pertama, process upgrading termasuk didalamnya perubahan dalam proses produksi dengan tujuan akhir adalah untuk membuat proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien. Kedua, product upgrading dimana terdapat produk lanjutan yang diperkenalkan di pasaran yang memerlukan perkerja-pekerja terampil. Ketiga, functional upgrading terjadi pada saat perusahaan merubah bauran aktivitas business as usual ke aktivitas yang memiliki nilai tambah lebih tinggi. Keempat, chain upgrading yang bertujuan menjaga kestabilan usaha termasuk didalamnya melakukan perpindahan ke industri atau pasar produk baru.

Kajian-kajian mengenai economic upgrading selama ini terbatas pada industri atau sektor barang. Rossi (2011) mengukur ekonomi upgrading industri garmen di Morocco berdasarkan nilai ekspor dari produksi garment. Bernhardt dan Pollak (2015) melakukan komparasi economic upgrading di negara berkembang pada industri-industri apparel, wood furniture, automotive, and mobile phones. Indikator economic upgrading yang digunakan Bernhardt dan Pollak mengikuti Kaplinsky and Readman's (2005) and Amighini's (2006) diukur adalah dengan peningkatan nilai ekspor masing-masing industri dan peningkatan market share ekspor barang tersebut di dunia.

Fenomena economic upgrading tidak hanya pada industri-industri yang berbasis produk tetapi juga pada industri-industri yang berbasis jasa termasuk didalamnya industri pendidikan tinggi (Barrientos, Gerefi and Rossi, 2011). Dalam hal perguruan tinggi maka yang dimaksud process upgrading terjadi mana kala perguruan tinggi melakukan pembaharuan proses belajar mengajar sehingga tujuan dan sasaran aktivitas belajar mengajar menjadi lebih cepat tercapai. Salah satu bentuk dari process upgrading yang dilakukan adalah dengan memanfaatkan sarana multimedia. Perguruan tinggi dapat dikatakan melakukan product upgrading bilamana terjadi suatu aktivitas terencana yang ditujukan untuk memberikan knowledge dan skill tambahan bagi mahasiswa. Contoh dari aktivitas product upgrading tercermin dari program kerjasama seperti magang di sektor yang relevan dengan bidang studi mahasiswanya. Demikian juga dengan serapan hasil riset/invensi yang berhasil masuk ke pasar komersil merupakan bentuk dari functional upgrading yang terjadi di perguruan tinggi. Adanya serapan hasil riset/invensi memberikan nuansa baru bagi civitas akademika dan memberikan dorongan untuk lebih terlibat dalam kegiatan ekonomi. Efek dari ketiga jenis economic upgrading yang telah diuraikan apabila terjadi dalam satu perguruan tinggi dipercaya mampu membawa perguruan tinggi kepada peningkatan daya saing dan memperluas chain value. Reputasi dari perguruan tinggi salah satunya dapat dilihat dari ketertarikan calon mahasiswa untuk mengemban ilmu di perguruan tinggi tersebut. Contoh di atas hanya merupakan sekelumit dari bentuk economic upgrading yang terjadi di perguruan tinggi dan tidak selalu mengikuti suatu pola tertentu.

Dalam membahas dampak economic upgrading terhadap social upgrading tenaga kerja, sebelumnya terbatas pada industri atau sektor barang. Rossi (2011) mengukur ekonomi upgrading industri garmen di Morocco berdasarkan nilai ekspor dari produksi garment. Bernhardt dan Pollak (2015) melakukan komparasi economic upgrading di negara berkembang pada industri-industri apparel, wood furniture, automotive, and mobile phones. Indikator economic upgrading yang digunakan Bernhardt dan Pollak mengikuti Kaplinsky and Readman's (2005) and Amighini's (2006) diukur adalah dengan peningkatan nilai ekspor masing-masing industri dan peningkatan market share ekspor barang tersebut di dunia.

Secara khusus economic upgrading yang terjadi di industri pendidikan tinggi membuka peluang-peluang yang menyebabkan tingginya permintaan akan pendidikan yang berbasis internasional. Hal ini menciptakan pasar global yang kompetitif di institusi pendidikan tinggi. Permintaan tenaga kerja dengan keterampilan yang memenuhi standar global semakin meningkat menyebabkan calon mahasiswa mencari pengalaman multinasional dalam rangka meningkatkan posisi tawarnya di pasar kerja. Disisi lain, dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membentuk keterampilan nasional, perguruan tinggi bersama-sama dengan pemerintah berusaha

menarik minat institusi asing untuk melakukan kolaborasi dalam bidang pengajaran dan penelitian untuk meningkatkan kemampuan lokal dan pendapatan.

Dalam beberapa kajian, internasionalisasi perguruan tinggi sangat penting dan harus diperhitungkan oleh pembuat kebijakan. Hal ini dikarenakan kinerja ekonomi dipengaruhi oleh pertumbuhan dari arus pengetahuan, arus tenaga kerja dan mahasiswa yang melintasi batas nasional suatu negara (OECD, 2004; ACE, 2009a; NAFSA, 2010). Internasionalisasi perguruan tinggi (Higher Education Internationalization/HEIs) merupakan suatu proses integrasi suatu dimensi internasional/interkultural dalam pengajaran (teaching), penelitian (research) dan fungsi pelayanan dari institusi (Knight, 1994; Knight & de Wit, 1997). Kemudian Ellingboe (1998) memperluas definisinya menjadi proses integrasi perspektif internasional kedalam sistem kampus atau universitas. Selanjutnya internasionalisasi perguruan tinggi juga menjadi agenda utama pimpinan serta manajemen institusi pendidikan tinggi dalam rangka menghubungkan institusi dan mahasiswanya ke dunia global pada waktu yang singkat (NAFSA, 2011).

Knight dan Stier (2004) mendeskripsikan adanya dua motif utama yaitu motif akademik dan motif ekonomi perguruan tinggi melakukan internasionalisasi. Motif akademik didorong oleh adanya kepercayaan bahwa pendidikan dan penelitian merupakan ruang lingkup yang luas dan mendunia (world-wide scope). Dalam hal ini internasionalisasi digunakan untuk mencapai misi pendidikan dari institusi dan tetap relevan secara akademis dalam hubungannya dengan dunia yang terus mengglobal. Kemudian, internasionalisasi ini dilakukan untuk menarik minat calon mahasiswa secara mendunia.

Motif ekonomi lebih didasarkan pada adanya kebutuhan perguruan tinggi untuk menemukan sumber-sumber penerimaan baru (Altbach dan Knight, 2007). Dalam hal ini, pihak manajemen institusi pendidikan menyadari bahwa melalui economic upgrading institusinya dapat meningkatkan penerimaan dengan adanya mahasiswa asing yang masuk di institusinya. Internasionalisasi juga dapat mengurangi resiko operasional melalui diversifikasi geografis. Melalui penawaran program ke luar negeri perguruan tinggi dapat melindungi penerimaan dari resiko-resiko yang terjadi pada program-program di dalam negeri. Melalui internasionalisasi, perguruan tinggi lebih mampu untuk mendanai aktivitas-aktivitas yang berada di dalam kampus.

III. METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui gambaran economic upgrading industri perguruan tinggi di Indonesia, digunakan model pemetaan social (social mapping) dan komparasi. Pemetaan sosial (social mapping) didefinisikan sebagai proses penggambaran masyarakat yang sistematis serta melibatkan pengumpulan data dan informasi mengenai masyarakat termasuk di dalamnya profile dan masalah sosial yang ada pada masyarakat tersebut. Merujuk pada Netting, Kettner dan McMurtry (1993), pemetaan sosial dapat disebut juga sebagai social profiling atau "pembuatan profile suatu masyarakat".

Pemetaan sosial dapat dipandang sebagai salah satu pendekatan dalam Pengembangan Masyarakat yang oleh Twelvetrees (1991) didefinisikan sebagai "the process of assisting ordinary people to improve their own communities by undertaking collective actions". Sebagai sebuah pendekatan, pemetaan sosial sangat dipengaruhi oleh ilmu penelitian sosial dan geography. Salah satu bentuk atau hasil akhir pemetaan sosial biasanya berupa suatu peta wilayah yang sudah diformat sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu image mengenai pemusatan karakteristik masyarakat atau masalah social. Dengan menggunakan metode desk research berupa data online perguruan tinggi (forlap), hasil akhir pemetaan ini berupa data demografi economic upgrading perguruan tinggi di Indonesia yang diklasifikasikan kedalam 4 jenis economic upgrading.

Populasi penelitian ini adalah PTN (Perguruan Tinggi Negeri) dan Kopertis Wilayah 1 sampai Kopertis Wilayah 14 (Tabel 1). Pengumpulan data populasi melalui penelusuran online dari sumber-sumber yang dapat diverifikasi yaitu situs Pangkalan Data Perguruan Tinggi (PDPT) dan situs resmi perguruan tinggi yang menjadi unit analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian diturunkan dari konsep economic upgrading yang dikenal dalam sektor manufaktur dengan modifikasi yang disesuaikan untuk sektor jasa pendidikan.

Tabel 1
Jumlah PTN dan Kopertis di Indonesia

Koordinator Perguruan Tinggi	Jumlah	Proporsi	Jumlah unit analisis
PTN	121	3,65	6
Kopertis I	273	8,23	14
Kopertis II	215	6,48	11
Kopertis III	339	10,21	17
Kopertis IV	492	14,82	25
Kopertis V	113	3,40	6
Kopertis VI	251	7,56	13
Kopertis VII	337	10,15	17
Kopertis VIII	164	4,94	8
Kopertis IX	369	11,12	18
Kopertis X	258	7,77	13
Kopertis XI	174	5,24	9
Kopertis XII	42	1,27	2
Kopertis XIII	111	3,34	6
Kopertis IV	60	1,81	3
Total	3319	100,00	166

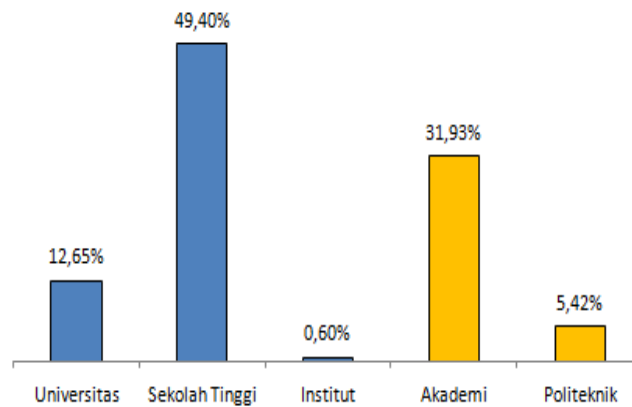
Sumber: PDPT, diolah

Unit analisis dipilih secara acak memanfaatkan fasilitas Random Number Generator yang disediakan oleh SPSS v.19. Unit analisis terpilih kemudian ditelusuri melalui internet untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Metode ini memiliki keterbatasan yaitu adanya jeda waktu (updating) yang bervariasi sehingga informasi yang didapatkan tidak menggambarkan secara komprehensif mengenai unit analisis. Namun demikian, hal ini dianggap mencukupi dikarenakan di era keterbukaan informasi dan globalisasi penggunaan sarana internet merupakan unsur fundamental.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

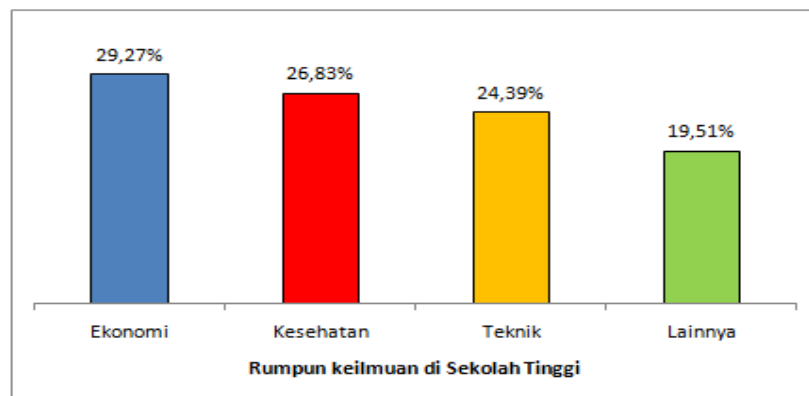
Studi menunjukkan mayoritas karakter perguruan tinggi di Indonesia berbentuk institusi yang memiliki spesialisasi dalam satu rumpun keilmuan tertentu dalam bentuk sekolah tinggi, akademi dan politeknik (lihat Gambar 1). Bentuk distribusi ini secara teoritis merupakan salah satu keadaan yang cukup ideal dalam pengembangan industri perguruan tinggi. Spesialisasi memberikan keuntungan dalam hal penentuan fokus pengembangan. Paige (2005) dalam menguji kinerja dan indikator dari internasionalisasi perguruan tinggi menyatakan bahwa institusional dari pendidikan internasional merupakan hal yang penting. Jika suatu bidang memiliki struktur yang kuat memungkinkan proses internasionalisasi berhasil. Dalam hal ini harus ada spesialisasi agar strategi internasionalisasi berjalan dengan baik. Kemudian, berbagai kajian juga merangkum bahwa identifikasi dari berbagai elemen dan aktivitas

diantaranya fakultas, kurikulum, perekrutan, faktor organizational merupakan hal yang penting dalam menentukan strategi yang sesuai dalam peningkatan daya saing perguruan tinggi (Qiang,2003). Program yang terfokus dalam rumpun ilmu tertentu bersifat terbatas dalam lintas koordinasi dan membutuhkan infrastruktur yang relatif serupa sehingga ide dan implementasi ide relatif lebih mudah dilaksanakan (Rusinko, 2010). Namun demikian, spesialisasi memberikan tekanan biaya yang tinggi kepada perguruan tinggi dalam hal mengejar ketertinggalan dari perguruan tinggi sejenis yang telah lebih dahulu berdiri dan menguasai market (Hawawini, 2011).



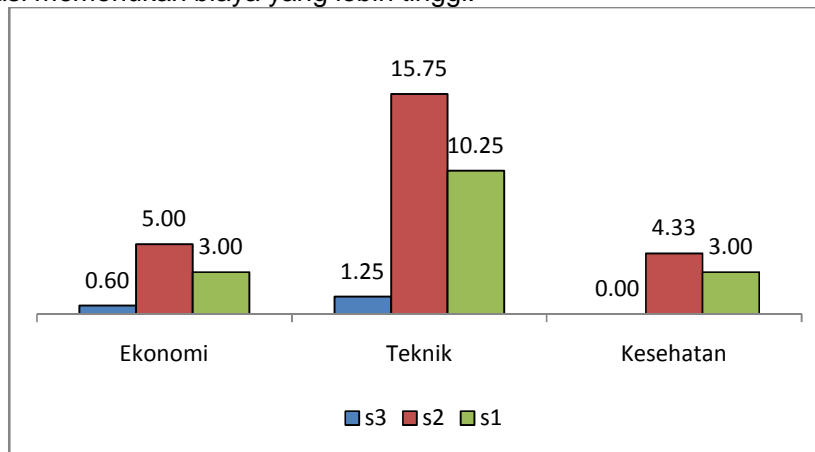
Gambar 1. Distribusi struktur perguruan tinggi di Indonesia tahun 2015 (dalam persen)

Berdasarkan rumpun ilmu, distribusi terbanyak perguruan tinggi di Indonesia berada pada rumpun ilmu Ekonomi. Peluang dan permintaan yang tinggi akan lulusan di bidang ekonomi di semua bidang perusahaan membuat fakultas atau jurusan ekonomi memiliki peminat paling tinggi. Hal ini dikarenakan semua perusahaan membutuhkan tenaga ahli di bidang ekonomi baik bidang kesehatan, industri, pertanian, pertambangan, asuransi dan sebagainya. Statistik juga menunjukkan bahwa lama studi di rumpun ekonomi lebih cepat dengan rerata 3,87 tahun, diikuti rumpun kesehatan sebesar 4 tahun dan rumpun teknik/komputasi selama 5 tahun.



Meskipun secara market, rumpun ekonomi memiliki daya tarik yang tinggi, namun akibat pertumbuhan perguruan tinggi yang tinggi menyebabkan market share-nya menjadi menurun. Rasio mahasiswa per dosen dari perguruan tinggi berbentuk sekolah tinggi menunjukkan bahwa sekolah tinggi rumpun teknik/komputer lebih tinggi sebesar 1 : 39,88 orang, diikuti rumpun ekonomi 1 : 31,03 orang dan rumpun kesehatan sebesar 1 : 14,80 orang. Rasio mahasiswa per dosen yang tinggi

nampaknya memiliki hubungan dengan jumlah dan kualifikasi dosen. Jumlah mahasiswa merupakan salah satu indikator bagi adanya kesinambungan dalam pembiayaan operasional sekolah tinggi. Seperti telah disinggung sebelumnya bahwa spesialisasi memerlukan biaya yang lebih tinggi.



Gambar 3. Rerata kualifikasi pendidikan dosen PT berbentuk Sekolah Tinggi

Economic upgrading perguruan tinggi di berbagai kawasan di dunia ditampilkan dalam Tabel 2. Jika diasumsikan bahwa industri perguruan tinggi di kawasan Amerika Utara adalah yang paling maju (benchmark) maka dapat dinilai posisi industri perguruan tinggi di Indonesia. Terlihat jelas bahwa perguruan tinggi di Amerika Utara aktif ekspansi ke kawasan lainnya dengan memperkuat kerja sama dengan perusahaan IT (Microsoft, IBM dll). Kondisi ini berbanding terbalik dengan industri perguruan tinggi di Indonesia yang relatif sangat rendah dalam pemanfaatan IT.

Sekitar 33,33% sekolah tinggi yang diteliti memiliki situs resmi sendiri sedangkan sisanya memanfaatkan media sosial (facebook) dan weblog. Rendahnya penggunaan situs resmi menunjukkan bahwa kesadaran sekolah tinggi masih rendah dalam upaya melakukan image branding dalam skala luas. Kesan yang nampak bahwa sekolah tinggi tersebut kurang upaya dalam meningkatkan chain value dan tidak profesional. Rendahnya pemanfaatan situs resmi memberikan kesulitan sendiri bagi pengguna luas untuk menilai kapabilitas institusi. Dampak lanjutannya adalah memperkecil peluang terjadinya kerjasama dengan institusi lainnya.

Tabel 2 Komparasi *Economic Upgrading* Perguruan Tinggi Indonesia dan Beberapa Kawasan di Dunia

Timur Tengah	Asia Pasifik	Afrika	Europa	Amerika Utara	Amerika Latin	Indonesia
<i>Process upgrading</i>						
	<ul style="list-style-type: none"> Tenaga Pengajar antara Lokal dan Asing proporsional 	<ul style="list-style-type: none"> Program asing yang ditawarkan menurun akibat ketatnya peraturan dan proses akreditasi pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> Program kerjasama & bantuan beasiswa Penawaran tenaga pengajar 	<ul style="list-style-type: none"> Program kerjasama & bantuan beasiswa 	<ul style="list-style-type: none"> Penawaran Program visiting lecturer 	<ul style="list-style-type: none"> Program kerja sama luar negeri Kurikulum internasional
<i>Product upgrading</i>						
<ul style="list-style-type: none"> Internship/magang Afiliasi dg PT di Eropa 	<ul style="list-style-type: none"> Joint degree Tenaga Pengajar Lokal dan Asing proporsional 	Double degree Internship	<ul style="list-style-type: none"> Penawaran tenaga pengajar yang memiliki kualifikasi tinggi Kurikulum berstandar internasional 	<ul style="list-style-type: none"> Penawaran tenaga pengajar yang memiliki kualifikasi tinggi Kurikulum berstandar internasional 		<ul style="list-style-type: none"> Joint Degree Pertukaran Pelajar Double degree Kerjasama penelitian dan publikasi internasional
<i>Functional upgrading</i>						
			<ul style="list-style-type: none"> Hasil iptek sudah dikomersialisasikan ke dunia usaha 	<ul style="list-style-type: none"> PT, Akademi, dan perusahaan swasta paling aktif dan inovatif dalam ekspansi ke PT di Negara-negara lain Hasil iptek sudah dikomersialisasikan ke dunia usaha 		<ul style="list-style-type: none"> Hasil iptek sebatas di laporan penelitian dan laboratorium

Chain value

- Adanya Investor & Institusi Asing
- Pendirian cabang-cabang PT
- Pembukaan Cabang dari Cina, Australia, & Amerika Serikat
- System Franchise pendidikan tinggi
- Internasionalisasi terjadi lebih rendah dibanding dengan yang lain
- Reformasi ekonomi di Rusia ber implikasi pembukaancabang PT dan program asing
- Program Kembaran (twinning program) & Franchise
- Banyaknya publikasi ilmiah
- Informasi perguruan tinggi tersedia secara online dan informative
- Banyaknya penelitian yang sudah dipublikasikan pada jurnal-jurnal terindeks
- Pembukaan cabang baru
- Online Education Program
- Informasi mengenai PT sudah tersedia di website namun belum semua informatif
- Belum banyak publikasi ilmiah berskala internasional

Sumber: Albach dan Knight (2007), dimodifikasi

Dalam jangka panjang dapat diprediksi bahwa industri perguruan tinggi di Indonesia lambat laun akan kehilangan market lokal. Fenomena joint program, double degree dan yang semisalnya pada hakekatnya lebih menguntungkan industri perguruan tinggi luar dibandingkan perguruan tinggi nasional yang nyata terlihat bahwa mahasiswa keluar lebih banyak dibandingkan mahasiswa asing masuk. Untuk menghindari dari dominasi perguruan tinggi luar maka industri perguruan tinggi harus mengembangkan “nilai eksklusif” yang berbasis lokal (Mazzarol dan Soutar, 1999). Diferensiasi ini diperlukan sebagai daya tawar bagi mahasiswa asing untuk studi di Indonesia. Faktor kultural yang relatif sulit ditiru merupakan nilai tambah tersendiri bagi perguruan tinggi di Indonesia

Pengalaman Afrika dalam pengembangan industri perguruan tinggi perlu dipahami lebih mendalam. Proses akreditasi yang dikeluarkan oleh pemerintah lokal berefek kepada menurunnya program asing yang dijalankan. Kondisi serupa sejatinya juga terjadi di Indonesia. Proses akreditasi harus memenuhi berbagai syarat yang secara substansial tidak terlalu menentukan kualitas perguruan tinggi. Kualitas dapat dilihat dari kemampuan perguruan tinggi menyelenggarakan kegiatannya. Meskipun tidak dimaksudkan sebagai justifikasi, temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat 1 sekolah tinggi rumpun teknik/komputasi yang telah menerapkan standar ISO. Sekolah tinggi lainnya belum diketahui standar kualitas manajemennya. ISO Certified merupakan salah satu standar internasional yang menunjukkan kualitas manajemen/proses yang berlangsung dalam suatu organisasi. Artinya dapat dijustifikasi bahwa sekolah tinggi yang sudah menerapkan ISO memiliki kualitas proses yang lebih baik. Idealnya dengan memiliki standar global maka sekolah tinggi dapat memperkuat chain value yang dimiliki.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan deskripsi data sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa economic upgrading PT di Indonesia hanya sebatas process dan product upgrading. Dalam hal ini internasionalisasi hanya sebatas kerjasama luar negeri, joint degree dan pertukaran pelajar. Publikasi ilmiah pada jurnal yang terindeks secara internasional masih sedikit. Disisi lain research collaboration juga masih sedikit, masih berupa MOU (Memorandum of Understanding) dan hasilnya hanya terbatas pada laporan penelitian di laboratorium. Fenomena yang sama juga terjadi di Negara-negara lain. Fenomena economic upgrading hanya sebatas internasionalisasi dalam system pendidikan. Dalam hal ini hanya dilihat dari keberadaan mahasiswa asing, pertukaran pelajar dan pembukaan cabang-cabang baru di luar negeri. Hanya di Negara-negara Amerika dan Eropa saja yang telah memenuhi keempat criteria economic upgrading.

Agar PT Indonesia memiliki daya saing yang tinggi dalam menghadapi globalisasi, keseluruhan dimensi dari economic upgrading (Process, product, functional dan Chain value) harus tercapai. Pemerintah dan institusi terkait harus bersama-sama meningkatkan ketercapaian keseluruhan dimensi dari economic upgrading.

Dalam hal ini pemerintah lewat kebijakan dan peraturannya harus mampu meningkatkan kemampuan tenaga pengajar untuk menghasilkan publikasi-publikasi karya ilmiah pada jurnal-jurnal yang terindeks. Kerjasama-kerjasama penelitian dengan pihak asing harus mampu menghasilkan output yang dapat diaplikasikan dan dikomersialisasikan ke dunia usaha

VI. DAFTAR PUSTAKA

- ACE. (2009). *Sizing up the competition: The future of International post secondary student enrollment in the united states*. American Council on Education (www.acenet.edu).
- Altbach and Knight. (2007). The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities. *Journal of Studies in International Education*, 11: 290-306 (<http://jsi.sagepub.com/content/11/3-4/290>).
- Barrientos, Gereffi, Rossi. (2011). Economic and Social Upgrading in Global Production Networks: A New Paradigm for Changing World, *International Labour Review*, 150 (3-4).
- Bernhardt, Pollak. (2015). Economic and Social Upgrading Dynamics in Global Manufacturing Value Chains: A Comparative Analysis. *FIW Working Paper*, No. 150, March 2015.
- Ellingboe, B. J. (1998). Divisional Strategies to Internationalize a Campus portrait: Results, Resistance, and Recommendations from a Case Study at a U.S. University. Dalam Mestenhauser, J. A. & Ellingboe, B. J. (ed.), *Reforming the Higher Education Curriculum: Internationalizing the Campus*, The American Council on Education/Oryx Press, pp.198 -228.
- Gereffi, G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. Dalam *Journal of International Economics*, 48 (1): 37–70.
- Gereffi, G. 2001. Shifting governance structures in global commodity chains, with special reference to the Internet. *American Behavioral Scientist*, 44: 1616–1637.
- Humphrey J and Schmitz H. (2000). Governance and Upgrading: Linking Industrial Cluster and Global Value Chain Research (Working Paper No. 120, *Institute of Development Studies*, University of Sussex, Brighton, U.K.)
- Kaplinsky R. 2005. *Globalization, Poverty and Inequality*. Cambridge: Polity Press.
- Kaplinsky R, Readman J. (2005). Globalization and upgrading: what can (and cannot) be learnt from international trade statistics in the wood furniture sector? *Industrial and Corporate Change* 14 (4): 679-703.
- Knight, Jane. (1994). Internationalization: Elements and Checkpoints. *Research Monograph*, No. 7. Ottawa, Canada: Canadian Bureau for international education.
- Knight, Jane & Hand De Wit. (1997). *Internationalization of Higher Education in Asia Pacific Countries*. Amsterdam: European Association for International Education Publications.
- Knight (2004). Internationalization Remodeled: Definition, Approaches and Rationales. *International Journal of Studies in International Education*, 8: 5-31 (<http://jsi.sagepub.com/content/8/1/5>)
- Mazzarol, T & Soutar, GN. (1999). Sustainable competitive advantage for educational institutions: a suggested model. *The International Journal of Educational Management*, 13(6): 287-300, DOI: 10.1108/09513549910294496
- Milberg, William & Thomas Berhandt. (2011). *Economic and Social Upgrading in Global Value Chains: Analysis of Agriculture, Apparel, Tourism and Mobile Telephones*.
- NAFSA. 2010. *The Economic benefit of internatinal education to the United States for the 2008-2009 Academic Year: A statistical analysis*.
- OECD. (2004). *Internationalization and Trade of Higher Education: Challenges and Opportunities*. Paris: Organization for Economic Co-operation and Development
- Paige, R.M. (2005). Internationalization of higher education: Performance assessment and indicators. *Nagoya Journal of Higher Education*, 5, 99-122.
- Rusinko, CA. (2010). Integrating sustainability in higher education: a generic matrix. *International Journal of Suatainability in Higher Education*, 11(3): 250-259. doi: 10.1108/14676371011058541.