

7 strategi jadikan Malaysia hab pendidikan

Oleh Sapora Sipon

PELAN Strategik Pemasaran Antarabangsa Pengajian Tinggi 2006-2010 yang dirasmikan Menteri Pengajian Tinggi, Datuk Mustapa Mohamed, minggu lalu adalah satu peristiwa penting dalam dunia pendidikan tinggi negara.

Selain dihadiri tokoh penting pendidikan tinggi negara, institusi pengajian tinggi awam (IPTA) dan swasta (IPTS), apa yang sangat menarik mengenai pelan strategik ini ialah visinya untuk menjadikan Malaysia hab kecemerlangan pendidikan tinggi.

Misi pelan strategik itu bertujuan, antara lain menghasilkan intelektual berdaya saing dan inovatif yang mampu memenuhi aspirasi nasional dan antarabangsa. Tentu sekali misi itu seiring untuk memperkukuhkan institusi pengajian tinggi tempatan.

Pelan itu menggariskan tujuh dasar utama dalam mencapai visi dan misinya. Sebuah buku panduan bertajuk *Strategic Plan For International Marketing of Higher Education in Malaysia 2006-2010* di-

hasilkan bagi menghuraikan secara lebih terperinci mengenai pelan ini.

Secara umum, dasar atau strategi itu ialah menawarkan program berkualiti dengan kadar bayaran berpatutan, mengintegrasikan program, memudahkan proses kemasukan pelajar antarabangsa dan sistem sokongan pelajar.

Pelan strategik itu juga akan memberi perhatian utama kepada pengiktirafan dan kolaborasi pada peringkat antarabangsa, meningkatkan sinergi antara pendidikan tinggi dan sektor pelancongan, memantau dan memperkukuhkan sistem kawalan kualiti dan akhirnya meningkatkan keupayaan sistem pendidikan tinggi negara.

Menawarkan program berkualiti tinggi pada kadar berpatutan adalah strategi pertama pelan ini. Penekanan yang diberikan ialah memfokus kepada program pengajian dan institusi berkualiti tinggi.

Dalam merealisasikan strategi ini, langkah yang boleh dilakukan ialah memastikan yuran pengajian bersifat kompetitif dengan matlamat pendidikan tinggi di Malaysia sebagai yang paling moden, inovatif dan progresif.

Selain itu, dalam menawarkan program berkualiti tinggi, Kementerian Pengajian Tinggi juga berusaha meningkatkan pasaran untuk program pasca-siswazah terutama kepada pelajar luar negara.

Strategi kedua ialah mengintegrasikan semua program promosi dan pemasarannya. Dalam strategi ini, kementerian akan berusaha memperhebatkan aktiviti promosi dengan tujuan menjadikan Malaysia sebagai pilihan pertama pendidikan bagi negara yang disasarkan 'targeted countries'.

Usaha lebih berfokus akan dilakukan untuk meningkatkan jumlah pelajar dari China, Indonesia, India, Bangladesh, Pakistan, Yaman, Thailand dan Iran.

Laman web yang bersifat autoritarif dan dapat memenuhi fungsinya berhubung kait pendidikan tinggi di negara ini juga akan disediakan. Usaha menambahkan bilangan pelajar dari negara di atas perlu dilakukan melalui publisiti meluas dan berterusan.

Pemberian biasiswa dan bantuan kewangan yang ditawarkan oleh agensi dan sektor korporat adalah antara usaha yang dapat menarik pelajar asing melanjutkan pelajaran mereka di negara ini. Justeru,

pemasaran pendidikan tinggi negara perlu kepada usaha memudahkan proses kemasukan pelajar asing tanpa mengabaikan mutu program yang ditawarkan.

Sistem sokongan kepada pelajar ini juga wajar dipertingkatkan. Pelajar yang ingin menuntut di negara ini perlu melalui sistem pemilihan kemasukan yang bermutu tinggi. Namun, adalah wajar bantuan diberi dalam urusan mempermudah kemasukan pelajar ke negara ini seperti permohonan visa dan pas pelajar.

Ini boleh dipercepatkan melalui pelaksanaan agensi sehenti 'one-stop centre'. Sistem e-university juga wajar diperkemaskan.

Strategi keempat ialah menambahkan pengiktirafan dan kolaborasi pada peringkat antarabangsa. Program yang ditawarkan perlu mendapat pengiktirafan daripada negara yang menjadi sasaran.

Pengiktirafan dan penghargaan juga wajar diberikan kepada pelajar antarabangsa yang mendapat keputusan cemerlang dalam pengajian mereka di sini.

Sempena Tahun Melawat Malaysia 2007 ini, Kementerian Pengajian Tinggi tidak ketinggalan meningkatkan sinergi pendidikan tinggi dengan sektor pelancongan. Ia boleh direalisasikan dengan memformulasikan pakej pendidikan-pelancongan 'Edu-Tourism' bermutu tinggi.

Antara aktiviti yang boleh dilaksanakan ke arah merealisasikan strategi ini ialah mewujudkan program jangka pendek berteraskan bahasa, budaya dan kombinasi komponen akademik dan separa akademik.

Pakej Edu-Tourism ini boleh diperkenalkan kepada ibu bapa dan juga ahli keluarga pelajar antarabangsa yang sedang menuntut di Malaysia. Kualiti cukup penting dalam menentukan kejayaan pendidikan tinggi sesebuah negara. Jadi, strategi seterusnya ialah memantau dan mempertingkatkan sistem kawalan kualiti pendidikan tinggi. Sistem kualiti pendidikan tinggi mestilah bersifat proaktif dan komprehensif bagi melahirkan graduan yang bermutu tinggi.

Dalam usaha memantau sistem kawalan kualiti, kementerian perlu berterusan melaksanakannya berdasarkan tanda aras yang ditetapkan. Sistem dua hala komunikasi antara pihak terbabit dengan pelajar luar negara yang terpilih untuk mendapatkan maklum balas perlu diadakan.

Strategi yang ketujuh ialah meningkatkan keupayaan sistem pendidikan tinggi. Pemasaran pendidikan yang berjaya adalah penting untuk menjadikan Malaysia sebagai hab antarabangsa kecemerlangan pendidikan.

Justeru, strategi yang dicadangkan menerusi pelan itu diharapkan dapat direalisasikan sebaik mungkin bagi meningkatkan kualiti dan nilai pendidikan tinggi di negara ini.

Penulis ialah Pengarah Pusat Perhubungan Korporat dan Antarabangsa Kolej Universiti Islam Malaysia (KUIM)