



## ABSTRACT

Internationalization in higher education industry is a response of globalization and internationalization also change the world of higher education itself. Education institution needs to prepare their student to perform successfully in the fast-changing world economy and as a responsible global citizen. At the level of the individual university, global capacity depends on resources including internal cultures, systems and policies of the institutional and academic leaders. Internationalization not only affects academic programs, faculty, and students, but also creates new administrative structure and privileges.

Internationalization is interpreted and used in different ways in different countries and different institutions. Internationalization strategy held by the education institutions represents the process of adaptation toward the increasing demands of globalization. At the end, the successful internationalization of institutions demands a good understanding of the needs of all students, staff and faculty.

MM UGM as one of the major leading business school in Indonesia should be aware on the internalization issue and proactively response toward it. MM UGM needs to pursue strategy for building global capacity of its graduate while maintains its high quality and good reputation. This thesis attempt to analyze the future challenges of internationalization in MM UGM and analyze it's intended and realized internationalization strategy. At the end, the analyses are used to formulate internationalization strategy for MM UGM.

Internationalization effort in MM UGM is directed to answer the challenge graduating high quality student who has international competency and achieving recognition as qualified business school in the world. Internationalization strategy of MM UGM is build upon three main categories, which are academic, research and scholarly collaboration, and external relation, extra-curricular, and service. Each category consists of several programs and/or activities. Strategic partnership is very important to improve and innovate new program in each category. As indicate during the research, currently the number of institutional links has realized the intended level therefore the strategic partnership strategy is not directed to add more university partner but to intensify current cooperation.

Beside strategic partnership, MM UGM needs to have internal resources and capabilities that sufficient enough to support the internationalization strategy. As indicate during the research, MM UGM has resources and capabilities needed to support internationalizations strategy. Therefore, MM UGM needs to better allocate its resources and capabilities through the stratification of key internationalization agent and investment priorities.

**Keywords:** internationalization strategy, Magister Management Universitas Gadjah Mada



## INTISARI

Internasionalisasi pada industri pendidikan tinggi merupakan salah satu bentuk respon terhadap globalisasi selain itu internasionalisasi juga merubah dunia pendidikan itu sendiri. Institusi pendidikan perlu mempersiapkan mahasiswanya untuk menghadapi perubahan ekonomi yang serba cepat sebagai masyarakat global yang bertanggung jawab. Pada masing-masing universitas, kemampuan global tergantung pada sumber daya, termasuk budaya internal, sistem dan kebijakan institusional dan pemimpin akademik. Internasionalisasi tidak hanya berdampak pada program akademik, dosen, dan mahasiswa tetapi juga menciptakan struktur administrasi baru dan keistimewaan lain.

Internasionalisasi diinterpretasikan dan digunakan dengan cara yang berbeda pada setiap negara dan institusi. Strategi internasionalisasi yang dilaksanakan oleh setiap institusi mewakili proses adaptasi terhadap meningkatnya dampak globalisasi. Kesuksesan internasionalisasi suatu institusi menuntut pemahaman mengenai kebutuhan mahasiswa, dosen, dan staf.

MM UGM sebagai salah satu sekolah bisnis terkemuka di Indonesia harus mewaspadai isu internasionalisasi ini dan menanggapi secara proaktif. MM UGM perlu melaksanakan strategi untuk membangun kapasitas global dari setiap lulusannya dan mempertahankan kualitas dan reputasi yang baik. Thesis ini berusaha untuk menganalisa tantangan internasionalisasi yang harus dihadapi MM UGM di masa yang akan datang serta menganalisa strategi internasionalisasi yang diinginkan dan yang sudah terealisasi. Analisis ini akan digunakan untuk memformulasi strategi internasionalisasi bagi MM UGM.

Usaha internasionalisasi di MM UGM diarahkan untuk menjawab tantangan meluluskan mahasiswa yang memiliki kompetensi internasional and menerima penghargaan sebagai sekolah bisnis yang berkualitas di dunia. Strategi internasionalisasi di MM UGM terdiri atas tiga kategori, yakni akademik, kolaborasi riset dan pembelajaran, serta hubungan eksternal, ekstra kurikuler, dan pelayanan. Setiap kategori terdiri dari beberapa program dan/atau aktivitas. *Strategic partnership* sangat penting dalam pengembangan dan inovasi program. Saat ini jumlah institusi yang menjadi rekanan MM UGM telah mencapai jumlah yang diinginkan. Oleh karena itu, strategi *strategic partnership* diarahkan untuk mengintensifkan kerjasama yang telah terbina.

Selain *strategic partnership*, MM UGM perlu memiliki sumber daya dan kemampuan yang cukup untuk mendukung strategi internasionalisasi. Saat ini MM UGM telah memiliki sumber daya dan kemampuan yang diperlukan untuk mendukung strategi internasionalisasi. Oleh karena itu, MM UGM perlu mengalokasikan sumber daya dan kemampuan yang dimilikinya secara tepat melalui stratifikasi agen utama internasionalisasi dan prioritas investasi.

**Kata kunci:** *strategi internasionalisasi, Magister Management Universitas Gadjah Mada*