

## PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK DI UNIVERSITAS XYZ

---

**Yudha Adi Kusuma**

Teknik Industri, Universitas PGRI Madiun  
Jl. AURI No 14-16, Kec. Kartoharjo, Kota Madiun, Jawa Timur  
Email: [yudhakusuma@unipma.ac.id](mailto:yudhakusuma@unipma.ac.id)

### **ABSTRAK**

*Keberadaan mahasiswa memiliki peran kunci dalam mendukung institusi perguruan tinggi. Pembenahan institusi perguruan tinggi perlu dilakukan untuk mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam melanjutkan studinya. Perlunya manajemen strategi yang tepat dalam menarik calon mahasiswa agar berkuliah di Fakultas Teknik, Universitas XYZ. Kondisi Fakultas Teknik, Universitas XYZ yang masih baru berdiri tahun 2017 membuat jumlah mahasiswa cenderung fluktuatif setiap tahunnya. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan solusi dalam menentukan manajemen strategi terbaik dalam meningkatkan jumlah calon mahasiswa. Metode dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan analisis SWOT. Hasil dari pengukuran regresi linier berganda menunjukkan bahwa promosi, biaya perkuliahan, fasilitas pendukung, kualitas pelayanan dan jaringan alumni berpengaruh signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa dalam melanjutkan studi. Melalui analisis SWOT dihasilkan alternatif strategi yang terbagi menjadi strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.*

*Kata Kunci: Manajemen Strategi, Regresi Linier Berganda, SWOT*

### **ABSTRACT**

*The existence of students plays a key role in supporting higher education institutions. Improvement of higher education institutions needs to be carried out to influence the decisions of prospective students about continuing their studies. The importance of proper strategic management in attracting prospective students to study at XYZ University's Faculty of Engineering. The condition of XYZ University's Faculty of Engineering, which was only established in 2017, causes the number of students to fluctuate year after year. This research was conducted to provide solutions for determining the best management strategy for increasing the number of prospective students. The method in this study uses multiple linear regression and SWOT analysis. The results of multiple linear regression measurements show that promotions, tuition fees, supporting facilities, service quality, and alumni networks have a significant effect on prospective students' decisions about continuing their studies. Through SWOT analysis, alternative strategies are produced that are divided into S-O strategy, W-O strategy, S-T strategy and W-T strategy.*

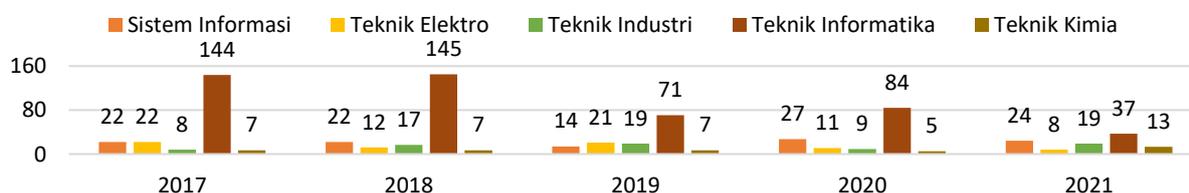
*Keywords: Strategy Management, Multiple Linear Regression, SWOT*

# 1 Pendahuluan

Keberadaan institusi perguruan tinggi tidak terlepas oleh adanya mahasiswa. Peran mahasiswa memberikan kontribusi terhadap eksistensi institusi. Cara menjaga eksistensi dilakukan melalui peningkatan kualitas [1]. Kemajuan kualitas dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kelanjutan studi setelah jenjang SMA. Potensi era sekarang terhadap kelanjutan studi membuat institusi perguruan tinggi saling berlomba-lomba dalam menggait calon mahasiswa. Kompetisi persaingan yang semakin ketat mengharuskan perguruan tinggi memiliki branding supaya dikenal oleh kalayak umum [2] [3]. Keberadaan *branding* berperan dalam menjangkau pasar serta mengetahui tingkat ancaman yang akan dihadapi [4]. Keberhasilan branding menimbulkan institusi tetap eksis dalam keberlangsungan hidupnya [5].

Keberadaan branding di institusi perguruan tinggi bagian dari kegiatan promosi. Setiap kegiatan promosi perlu dukungan sumber daya seperti biaya, tenaga dan waktu [6] [7]. Pemilihan strategi promosi yang tepat memperhatikan efisiensi sumber daya yang ada. Efisiensi sumber daya dalam promosi perlu pertimbangan serius mengingat calon mahasiswa sekarang ini sangat selektif. Hal ini dikarenakan proses perkuliahan membutuhkan waktu dan biaya sehingga apa yang dikeluarkan akan sebanding dengan produk jasa institusi perguruan tinggi berikan [8]. Produk jasa institusi perguruan mau tidak mau harus berbenah secara periodik. Pembenaan tersebut untuk mengantisipasi tidak ada aturan kuota dalam sistem penerimaan oleh Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sehingga membuat Perguruan Tinggi Swasta (PTS) mengalami penurunan mahasiswa [9].

Universitas XYZ merupakan salah satu PTS yang berada di Kota Madiun, Jawa Timur. Universitas XYZ dihadapkan oleh adanya fluktuasi jumlah mahasiswa salah satunya pada Fakultas Teknik. Pendirian fakultas teknik pada tahun 2017 dan merupakan fakultas baru dilingkup Universitas XYZ. Gambar 1 merupakan data mahasiswa baru Fakultas Teknik tahun 2017-2021. Hasil data tersebut diketahui bahwa setiap tahunnya ada kondisi naik turun. Penyebab fluktuasi jumlah mahasiswa akibat tidak dilakukan identifikasi “trend” sehingga kegiatan promosi tidak maksimal [10][11]. Kegiatan promosi seperti pameran, pemasangan iklan, publikasi karya mahasiswa serta pemberian beasiswa bisa jadi tidak berpengaruh maksimal dalam pengambilan keputusan bagi calon mahasiswa melanjutkan studi [12] di Fakultas Teknik, Universitas XYZ. Langkah tepat dalam mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dengan perumusan dan penerapan strategi yang menjadi prioritas [13] Fakultas Teknik, Universitas XYZ. Oleh karena itu, Fakultas Teknik Universitas XYZ harus memprioritaskan calon mahasiswa dengan cara mengetahui keinginan, kebutuhan dan preferensi saat ini [14].

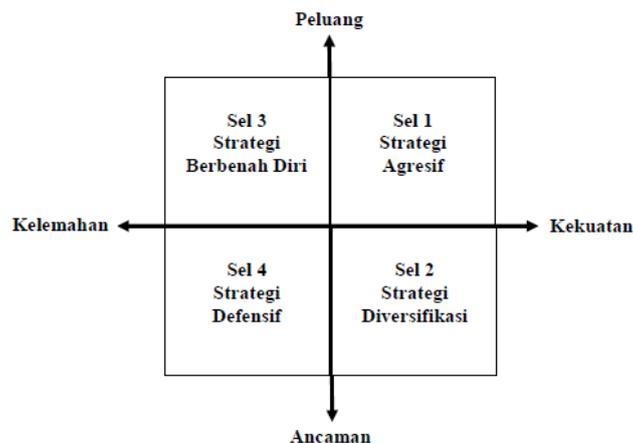


Gambar 1. Pertumbuhan Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Teknik 2017-2021

Berdasarkan permasalahan tersebut dilakukan penelitian terhadap strategi institusi khususnya pada Fakultas Teknik, Universitas XYZ dalam meningkatkan jumlah calon mahasiswa. Tujuan penelitian menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan strategi institusi. Hasil penentuan strategi institusi secara khusus berguna untuk mengetahui pemilihan strategi, menguraikan dampak sebelum dan setelah dilakukan perubahan strategi serta memecahkan kendala terhadap perubahan strategi.

## 2 Metodologi Penelitian

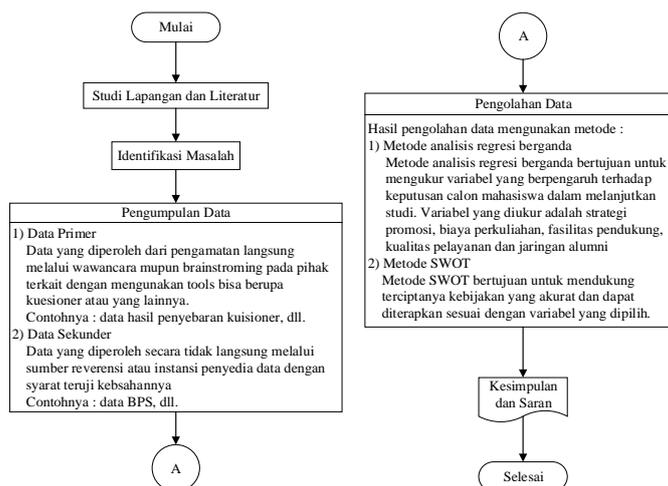
Metode penelitian dilakukan dengan beberapa tahapan. Gambar 2 menjelaskan diagram SWOT. Penelitian ini didahului studi lapangan dan literatur. Kegiatan studi lapangan dan literatur bertujuan untuk pengamatan terkait kondisi di lapangan dengan disertai pendalaman terhadap referensi yang diperoleh terkait topik permasalahan. Hasil studi lapangan dan literatur ditindaklanjuti pada tahapan identifikasi masalah. Kegiatan identifikasi masalah didasarkan rumusan masalah yang berkaitan dengan permasalahan promosi. Hasil identifikasi masalah dilanjutkan pada tahapan pengumpulan data.



Gambar 2. Diagram SWOT

Tahapan pengumpulan data berdasarkan jenis datanya dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pengamatan langsung melalui wawancara maupun *brainstroming* pada pihak terkait dengan menggunakan *tools* bisa berupa kuesioner atau yang lainnya. Contoh data primer seperti data hasil kuesioner, dll. Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui sumber referensi atau instansi penyedia data dengan syarat teruji keabsahannya. Contoh data sekunder seperti data hasil BPS, dll.

Hasil pengumpulan data dikalkulasi pada tahapan pengolahan data. Data hasil kuesioner diolah menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan SWOT. Penggunaan metode regresi linier berganda bertujuan mengukur variabel yang berpengaruh terhadap keputusan calon mahasiswa dalam melanjutkan studi di Fakultas Teknik, Universitas XYZ. Variabel yang menjadi pengukuran adalah strategi promosi, biaya perkuliahan, fasilitas pendukung, kualitas pelayanan dan jaringan alumni. Bila hasil pengukuran variabel sudah ditentukan maka tahapan selanjutnya adalah menyusun strategi dengan menggunakan metode SWOT. Penggunaan metode SWOT bertujuan untuk mendukung terciptanya kebijakan yang akurat dan dapat diterapkan sesuai dengan variabel yang dipilih. Bila tahapan pengolahan data dinyatakan selesai maka dilakukan tahapan kesimpulan dan saran. Tahapan kesimpulan dan saran menjelaskan seluruh tahapan penelitian secara garis besar serta memberikan rujukan terkait kekurangan penelitian serta tahapan kedepan yang harus dilakukan terutama pada penelitian sejenis.



Gambar 3. Langkah Penelitian

## 2.1 Manajemen Strategi

Manajemen strategi memiliki peran kunci dalam penentuan kebijakan pada suatu organisasi. Kebijakan yang diambil pada organisasi tidak secara serta merta namun melalui pengamatan dan evaluasi terhadap ancaman serta peluang berdasarkan tingkat kemampuan organisasi [15]. Pengembangan tingkat kemampuan perusahaan melalui kajian manajemen strategi terdiri dari analisis, keputusan dan tindakan [16]. Kajian manajemen strategi membantu organisasi dalam mewujudkan masa depan organisasi [17], melalui :

- 1) Perancangan laba dengan tempo panjang (*long-range profit planning*)  
Perancangan laba dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu penyusunan strategi, pengaturan strategi dan pengagendaaan program.
- 2) Perancangan laba dengan tempo pendek (*short-range profit planning*)
- 3) Penerapan (*implementation*)
- 4) Peninjauan (*monitoring*)

Konsep manajemen strategi berusaha secara efektif dan efisien dalam menggunakan sumber daya organisasi [18]. Keberadaan sumber daya organisasi tersusun secara terencana mulai level tertinggi sampai terendah. Keputusan tetap dibuat oleh level tertinggi organisasi dan diimplementasikan pada semua pihak di organisasi [19]. Keterlibatan semua pihak membuat terwujudnya cita-cita dari visi dan misi organisasi [20]. Pastinya pencapaian cita-cita organisasi perlu proses sehingga sulit terbentuk secara instan maupun tiba-tiba.

## 2.2 Regresi Linier Berganda

Metode regresi sangat umum digunakan dalam kajian dalam perhitungan di penelitian. Perhitungan regresi secara sederhana berkaitan dengan hubungan antar variabel [21]. Estimasi hubungan variabel baik bebas maupun terikat diwujudkan dalam model dan analisis [22]. Pada beberapa kasus pada pemodelan maupun analisis terdapat lebih dari satu hubungan variabel bebas maka disebut dengan regresi linier berganda. Hasil regresi linier berganda dapat diketahui pengaruhnya signifikan dari kajian dua atau lebih variabel bebas dari objek penelitian [23]. Rumus perhitungan regresi linier berganda [24] terhadap populasi pada dapat dilihat Persamaan 1 dan sampel dapat dilihat pada Persamaan 2.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e \tag{1}$$

$$\hat{Y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n \tag{2}$$

Keterangan

$\hat{Y}$  = Nilai penduga bagi variabel Y

$b_0$  = Dugaan bagi parameter konstan

$b_0, b_1, \dots, b_k$  = Dugaan bagi parameter konstan  $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_k$

X = Variabel bebas

### 2.3 Strengths, Weakness, Opportunities and Threats (SWOT)

Metode SWOT bagian dari teknik perencanaan strategi. Perencanaan strategi dengan menggunakan metode SWOT dapat dijelaskan pada Tabel 1 [25] [26]. Pentingnya perencanaan strategi dalam organisasi terutama dalam hal penjualan produk dan ide bisnis baru. Hasil penjualan produk dan ide bisnis baru akan dirasakan setelah strategi diterapkan. Pencapaian hasil strategi perlu adanya pengetahuan terhadap lingkungan luar dan dalam dari suatu organisasi [27].

Metode SWOT juga berperan menunjang organisasi dalam menjuruskan strategi terhadap sesuatu yang berpengaruh besar untuk kelanjutan organisasi di dalam persaingan [28]. Pola strategi dalam metode SWOT [29] dapat dilihat Gambar 2. Sel 1 menunjukkan kondisi paling ideal dimana organisasi mempunyai kekuatan dalam mendorong untuk menggunakan peluang yang dihadapi. Sel 2 menunjukkan organisasi dapat menggunakan kekuatannya dalam menghadapi kondisi yang tidak menguntungkan. Sel 3 memperlihatkan kondisi adanya peluang namun terkendala oleh kelemahan yang dimiliki organisasi. Sel 4 menggambarkan kondisi tidak menguntungkan sehingga perlu berbenah diri agar dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 1. Matrik SWOT

	<i>Strength (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	<p><i>SO Strategies</i> Merumuskan strategi dengan mendayagunakan kekuatan untuk menggunakan peluang.</p>	<p><i>WO Strategies</i> Merumuskan strategi dengan meminimumkan kelemahan untuk menggunakan peluang.</p>
<i>Threats (T)</i>	<p><i>ST Strategies</i> Merumuskan strategi dengan mendayagunakan kekuatan untuk menanggulangi ancaman.</p>	<p><i>WT Strategies</i> Merumuskan strategi dengan meminimumkan kelemahan untuk menjauhi ancaman.</p>

## 3 Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan pada Fakultas Teknik, Universitas XYZ. Letak Fakultas Teknik, Universitas XYZ berada pada Kota Madiun, Jawa Timur. Penelitian dilakukan pada 1 Oktober – 30 November 2022 dengan estimasi kurang lebih selama 2 bulan. Proses penyebaran kuesioner melalui *event* promosi yang diselenggarakan Fakultas Teknik seperti acara servis gratis, kegiatan pengabdian dosen, Kuliah Kerja Nyata (KKN), dll. Gambar 4. salah satu contoh event promosi Fakultas Teknik. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 yang merupakan partisipan dalam kegiatan promosi oleh Fakultas Teknik selama kurun waktu pelaksanaan penelitian. Responden diminta mengisi kuesioner yang terbagi menjadi 2 yaitu pendahuluan dan inti. Hasil dari data kuesioner yang diisi merupakan salah tahapan pengumpulan data.



Gambar 4. Aktivitas Promosi Pada Kegiatan Servis

Tahapan pengolahan data diawali dengan pengukuran terhadap analisis regresi linier berganda. Perhitungan analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh keputusan melanjutkan studi terhadap strategi promosi, biaya perkuliahan, fasilitas pendukung, kualitas pelayanan dan jaringan alumni. Proses pengolahan data dengan metode analisis regresi linier berganda melalui tahapan yaitu 1) pengujian validitas, 2) pengujian rehabilitas, 3) pengujian normalitas, 4) pengujian autokorelasi, 5) pengujian multikolinearitas, 6) pengujian heterokedasitas, 7) pengujian linieritas, 8) pengujian t dan 9) pengujian F. Pengolahan perhitungan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dibantu dengan software statistik. Perhitungan regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dari masing-masing kriteria terhadap keputusan mahasiswa untuk studi lanjut. Tingkat kepentingan dibagi lima item nilai yaitu sangat penting (5), penting (4), cukup penting (3), tidak penting (2) dan sangat tidak penting (1). Hasil pengumpulan data terhadap variabel bebas dan terikat dengan menggunakan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2. Total responden berjumlah 100 orang. Hasil pengumpulan data dengan kuesioner kemudian diolah dengan software statistik.

Tabel 2. Hasil Pengumpulan Data dengan Kuesioner

Responden	Strategi Promosi	Biaya Perkuliahan	Fasilitas Pendukung	Kualitas Pelayanan	Jaringan Alumni	Tingkat Keputusan Calon Mahasiswa
1	3	2	4	4	2	4
2	4	3	3	2	4	3
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
99	3	3	3	2	3	1
100	4	4	3	4	2	3

Hasil pengolahan data kuesioner dengan software statistik dapat dilihat pada Tabel 3. Hasil pengolahan data dengan regresi linier berganda diketahui bahwa variabel strategi promosi, biaya perkuliahan, kualitas pelayanan dan jaringan alumni memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan calon mahasiswa dengan nilai  $P_{\text{Value}} < 0,005$ . Akan tetapi, secara simultan semua variabel bebasnya berpengaruh dengan keputusan calon mahasiswa dimana  $P_{\text{Value}} < 0,005$  ( $0,000 < 0,005$ ).

Tabel 3. Hasil Analisis Linier Berganda

Term	Coef	SE Coef	T-Value	P-Value	VIF
Constant	0,570	0,260	2,19	0,030	
Strategi Promosi ( $X_1$ )	0,2193	0,0647	3,39	0,001	1,67
Biaya Perkuliahan ( $X_2$ )	0,1541	0,0593	2,60	0,010	1,64
Fasilitas Pendukung ( $X_3$ )	-0,1084	0,0583	-1,86	0,065	1,62

PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA  
FAKULTAS TEKNIK DI UNIVERSITAS XYZ

Kualitas Pelayanan ( $X_4$ )	0,1683	0,0549	3,07	0,002	1,48
Jaringan Alumni ( $X_5$ )	0,4161	0,0614	6,78	0,000	1,57

Hasil pengolahan data antar variabel pada analisis regresi linier berganda menghasilkan Persamaan 3. Hasil persamaan regresi linier berganda diketahui variabel bebas yang paling berpengaruh adalah jaringan alumni dengan nilai koefisien 0,4161. Nilai koefisien terendah pada aspek fasilitas pendukung dengan nilai 0,1084.

$$Y = 0,570 + 0,2193 X_1 + 0,1541 X_2 - 0,1084 X_3 + 0,1683 X_4 + 0,4161 X_5 \quad (3)$$

Hasil koefisien determinasi dapat diketahui pada Tabel 4. Besarnya *adjusted*  $R^2$  sebesar 0,5019. Hal ini berarti 50,19% nilai variasi dari keputusan calon mahasiswa dapat dijelaskan dari lima variabel bebas dengan sisanya 49,81% dijelaskan sebab lain diluar model hasil penelitian ini.

Tabel 4. Model Summary<sup>b</sup>

S	R-sq	R-sq(adj)	R-sq(pred)
0,959159	51,45%	50,19%	48,15%

Hasil uji ANOVA dapat dilihat pada Tabel 5. Hasil pengujian ANOVA menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  (40,91 > 2,24) dan  $P_{value} < 0,005$  (0,000 < 0,005). Hasil tersebut menunjukkan variabel bebasnya (strategi promosi, biaya perkuliahan, fasilitas pendukung, kualitas pelayanan dan jaringan alumni) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan calon mahasiswa dalam melanjutkan studi).

Tabel 5. Uji ANOVA<sup>b</sup>

Source	DF	Adj SS	Adj MS	F-Value	P-Value
Regression	5	188,175	37,6349	40,91	0,000
Strategi Promosi	1	10,583	10,5830	11,50	0,001
Biaya Perkuliahan	1	6,219	6,2186	6,76	0,010
Fasilitas Pendukung	1	3,175	3,1753	3,45	0,065
Kualitas Pelayanan	1	8,658	8,6576	9,41	0,002
Jaringan Alumni	1	42,307	42,3065	45,99	0,000
Error	193	177,557	0,9200		
Lack-of-Fit	188	167,057	0,8886	0,42	0,959
Pure Error	5	10,500	2,1000		
Total	198	365,732			

Hasil variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat pada pengujian analisis regresi berganda kemudian dilakukan identifikasi pada kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Hasil identifikasi SWOT dapat dilihat pada Tabel 6. Kemudahan dalam proses pencatatan diberikan kode dari masing-masing parameter SWOT. Hasil identifikasi parameter SWOT dari setiap tabel memiliki 5 kriteria dengan jumlah total adalah 20 kriteria. Hasil identifikasi SWOT kemudian dilanjutkan proses pembobotan dengan bantuan kuesioner.

Tabel 6. Hasil Identifikasi SWOT Tingkat Keputusan Calon Mahasiswa

Kekuatan ( <i>Strength</i> )		Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	
S1	Lokasi kampus strategis.	W1	Tidak berada di ibukota provinsi Jawa Timur.
S2	Memiliki sarana prasarana yang memadai.	W2	Pemanfaatan media promosi belum maksimal.

S3	Kualifikasi dosen memiliki kualitas baik.	W3	Beberapa program studi belum akreditasi.
S4	Pelayanan <i>one way servise</i> pendaftaran mahasiswa baru.	W4	Jaringan antar alumni belum terhubung dengan baik
S5	Masa tunggu mendapatkan pekerjaan pendek.	W5	Inovasi proses pengajaran belum maksimal.
Peluang ( <i>Opportunities</i> )		Ancaman ( <i>Threats</i> )	
O1	Memiliki prestasi tingkal lokal dan nasional.	T1	Berdirinya perguruan tinggi lain di Kota Madiun.
O2	Terdapat beasiswa selama studi.	T2	Kebijakan perguruan tinggi tidak konsisten.
O3	Jalinan kerja sama di dalam & luar negeri.	T3	Tuntutan peningkatan kualitas lulusan.
O4	Kebutuhan peningkatan mutu pada SDM.	T4	Kondisi perekonomian tidak menentu.
O5	Kemudahan akses informasi perguruan tinggi.	T5	Turunnya kepercayaan masyarakat.

Pengukuran pembobotan dikelompokkan menjadi *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Proses pembobotan perlu memperhatikan peringkat dari interval skor [30] seperti Tabel 7. Masing-masing dari interval memiliki kesamaan pada batas bawah bernilai 1 dan batas atas bernilai 4. Nilai peringkat sebagai input dari penilaian pembobotan SWOT. Tabel 8 merupakan hasil dari pembobotan SWOT. Hasil pembobotan diketahui bahwa matrik IFE menghasilkan total bobot 1 serta skor bobot 3,04. Hasil total skor bobot terhadap parameter kekuatan (1,68) > kelemahan (1,36) sehingga parameter kekuatan masih unggul dibandingkan dengan parameter kelemahan. Masing-masing parameter baik kekuatan maupun kelemahan memiliki peringkat 4 pada kriterianya adalah kepemilikan sarana prasarana yang memadai dan pemanfaatan media promosi belum maksimal. Hasil pembobotan diketahui bahwa matrik EFE menghasilkan total bobot 1 serta skor bobot 2,28. Hasil total skor bobot terhadap parameter peluang (1,16) > ancaman (1,12) sehingga parameter peluang masih unggul dibandingkan dengan parameter ancaman. Masing-masing parameter baik peluang maupun ancaman memiliki peringkat 4 pada kriterianya adalah kebutuhan peningkatan mutu pada SDM dan berdirinya perguruan tinggi lain di Kota Madiun.

Tabel 7. Skor Bobot IFE dan EFE

Interval Skor	<i>Internal Position</i>	Interval Skor	<i>External Position</i>
1 – 1,99	Lemah	1 – 1,99	Rendah
2 – 2,99	Sedang	2 – 2,99	Sedang
3 – 3,99	Kuat	3 – 3,99	Tinggi

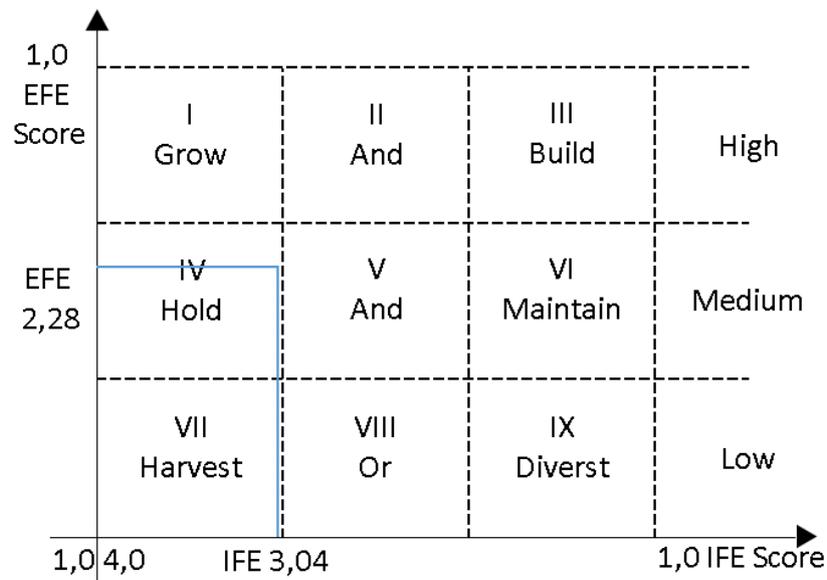
Tabel 8. Hasil Pembobotan SWOT Tingkat Keputusan Calon Mahasiswa

<i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)					
No	Faktor Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kode	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
1	Lokasi kampus strategis.	S1	0,12	2	0,24
.....	.....	.....	.....	.....	.....
5	Masa tunggu mendapatkan pekerjaan pendek.	S5	0,16	2	0,32
No	Faktor Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	Kode	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
1	Tidak berada di ibukota provinsi Jawa Timur.	W1	0,16	2	0,32
.....	.....	.....	.....	.....	.....
5	Inovasi proses pengajaran belum maksimal.	W5	0,08	2	0,16
Total			1		3,04
<i>External Factor Evaluation</i> (EFE)					
No	Faktor Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Kode	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
1	Memiliki prestasi tingkal lokal dan nasional.	O1	0,04	2	0,08
.....	.....	.....	.....	.....	.....
5	Kemudahan akses informasi perguruan tinggi.	O5	0,04	2	0,08
No	Faktor Ancaman ( <i>Threats</i> )	Kode	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
1	Berdirinya perguruan tinggi lain di Kota Madiun.	T1	0,12	4	0,48
.....	.....	.....	.....	.....	.....
5	Turunnya kepercayaan masyarakat.	T5	0,04	3	0,12

PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA  
FAKULTAS TEKNIK DI UNIVERSITAS XYZ

Total		1		2,28
-------	--	---	--	------

Hasil hitung dari IFE dan EFE kemudian dibuat dalam diagram matrik IE. Gambar 5 merupakan hasil dari diagram matrik IE. Hasil diagram diketahui posisi IFE dan EFE yaitu pada koordinat 3,04 ; 2,28 sehingga masuk pada sel IV yaitu *hold*. Langkah selanjutnya adalah penentuan alternatif strategi. Hasil alternatif strategi dibagi menjadi 4 yaitu strategi S-O, W-O, S-T dan W-T. Strategi S-O “mempergunakan kekuatan dengan memanfaatkan peluang”. Strategi W-O “meminimalkan kelemahan dengan melahirkan peluang”. Strategi S-T “mempergunakan kekuatan dalam menanggulangi ancaman”. Strategi W-T “memperkecil kelemahan dengan menyingkirkan ancaman”. Hasil alternatif strategi yang terbentuk dapat dilihat pada Tabel 9.



Gambar 5. Hasil Matrik Internal dan Eksternal (IE)

Tabel 9. Matrik Strategi SWOT Tingkat Keputusan Calon Mahasiswa

	IFAS	Kekuatan / <i>Strength</i>	Kelemahan / <i>Weakness</i>
	EFAS		
		Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang / <i>Opportunity</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>– Peningkatan kerja sama dan <i>benchmarking</i> terhadap berbagai pihak sehingga terlaksana <i>continuous improvement</i> dalam hal beasiswa, perbaikan kurikulum, perolehan hibah dll.</li> <li>– Pengembangan hubungan mahasiswa dan alumni dalam menselaraskan hubungan dalam hal akademik seperti <i>student exchange</i>, kuliah umum, dll.</li> <li>– Pengoptimalan pola kemitraan dalam hal penyediaan sarana dan prasarana yang berkualitas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Perlunya kerja sama dan dukungan antara institusi dan yayasan dalam hal kendali mutu, seperti urusan akreditasi, <i>good governance</i>, dll.</li> <li>– Peningkatan keahlian, ketrampilan dan kualitas dosen melalui pelatihan, kursus dan studi lanjut.</li> <li>– Peningkatan strategi promosi melalui <i>word of mouth</i> dengan mahasiswa sebagai objek dalam penyebaran informasi pada kalayak umum agar keberadaan institusi lebih mudah dikenal.</li> </ul>
		Strategi S-T	Strategi W-T
Ancaman / <i>Threat</i>		<ul style="list-style-type: none"> <li>– Peningkatan layanan baik dari segi kualitas dan kuantitas melalui ketersediaan program yang dibutuhkan mahasiswa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Perubahan pola pikir terhadap reputasi institusi perlu dioptimalkan dengan cara mengikuti perkembangan teknologi yang bergerak dan berubah dengan cepat.</li> </ul>

IFAS EFAS	Kekuatan / <i>Strength</i>	Kelemahan / <i>Weakness</i>
	<p>maupun masyarakat dalam rangka mendapatkan simpati.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Menciptakan iklim kompetitif dan berprestasi untuk mahasiswa sehingga tercipta profil lulusan yang dapat diterima dunia kerja.</li> <li>– Penambahan investasi berbasis teknologi pada sarana dan prasarana yang menjadi penunjang kegiatan perkuliahan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pemberian kompetensi tambahan pada mahasiswa dengan pelatihan tersertifikasi.</li> <li>– Peningkatan iklim kerja dan partisipatif kepada seluruh civitas akademik sehingga tercipta kondisi yang kondusif.</li> <li>– Peningkatan promosi dan branding dalam menghadapi kompetitor yang menjadi pesaing institusi.</li> </ul>

## 4 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dapat diambil dari tahapan penelitian yang sudah dilakukan adalah faktor strategi promosi, biaya perkuliahan, fasilitas pendukung, kualitas pelayanan dan jaringan alumni mempengaruhi keputusan melanjutkan studi bagi calon mahasiswa baru. Hasil pengujian regresi linier berganda terhadap variabel bebas dan terikat menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,91 > 2,24$ ) dan  $P_{value} < 0,005$  ( $0,000 < 0,005$ ) sehingga menerima  $H_1$  dimana variabel bebasnya berpengaruh signifikan terhadap variable terikatnya. Hasil pengujian regresi berganda dijadikan parameter dalam menentukan indentifikasi SWOT. Hasil identifikasi SWOT terbentuk 20 kriteria. Hasil kriteria yang terbentuk dilanjutkan tahapan pembobotan terhadap IFE dan EFE. Hasil pembobotan IFE dan EFE membentuk koordinat (3,04 ; 2,28) pada diagram matrik IE sehingga masuk masuk pada sel IV yaitu *hold*. Penentuan alternatif strategi pada analisis SWOT dilakukan setelah tahapan pembobotan selesai. Penentuan alternatif strategi dibagi menjadi 4 yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Saran untuk perbaikan penelitian selanjutnya adalah penambahan parameter dalam variabel bebas pada pengujian regresi linier berganda dari perhitungan yang sudah dilakukan. Perlu adanya pengukuran biaya terhadap analisis manajemen strategi pada penelitian selanjutnya. Penggunaan metode lain dalam pengukuran manajemen strategi perlu dicoba dan diaplikasikan untuk penelitian kedepannya.

## 5 Daftar Pustaka

- [1] S. Arpah, "Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di STAI NW Samawa Sumbawa Besar," *Al-Bayan J. Huk. dan Ekon. Islam*, vol. 1, no. 1, pp. 18–29, 2021.
- [2] K. Fadli, "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017 - 2018," *Purnama Berazam*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2019.
- [3] Y. A. Kusuma and A. Z. Muttaqin, "Asset Management Based on Risk Control and Information Systems," *J. Sist. Tek. Ind.*, vol. 24, no. 2, pp. 147–158, 2022.
- [4] A. W. Pati, I. P. Sari, H. Oktaria, and ..., "Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru pada Masa Pandemi Covid-19 di STEBIS IGM Palembang," *J. Ilm. Mhs. ...*, vol. 2, no. 1, pp. 89–102, 2022.

PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA  
FAKULTAS TEKNIK DI UNIVERSITAS XYZ

- [5] A. Hakim and Wincoko, "Strategi Pemasaran Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru," *J. Ilm. Sintek*, vol. 9, no. 2, pp. 1–13, 2020.
- [6] E. H. Pujiarini, "Analisis Asosiasi untuk Menentukan Strategi Promosi Perguruan Tinggi dengan Algoritma Apriori," *J. Inform. dan Komput.*, vol. 4, no. 1, pp. 45–51, 2019.
- [7] Y. A. Kusuma and A. C. A. Bima, "Pengelolaan Laboratorium dengan Menerapkan Analisis Manajemen Risiko," *J. SENOPATI Sustain. Ergon. Optim. Appl. Ind. Eng.*, vol. 3, no. 2, pp. 95–101, 2022.
- [8] Arif Fakhrudin, "Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Minat Beli Konsumen," *J. Manaj. Dirgant.*, vol. 14, no. 1, pp. 9–20, 2021.
- [9] R. Ninanesia, S. Heri, and Jamal, "Strategi Cyber Marketing untuk Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru," *Energy*, vol. 8, no. 2, pp. 22–28, 2018.
- [10] Arsilenda, N. Efendi, and D. Komarsyah, "Analisis Strategi Promosi dalam Menjaring Mahasiswa Baru pada Sekolah Tinggi Ilmu Maritim (STIM) Mutiara Jaya Lampung," *J. Gema Ekon.*, vol. 11, no. 2, pp. 1926–1937, 2021.
- [11] Y. A. Kusuma and A. Z. Muttaqin, "Pengukuran Total Productive Maintenance Pada Stasiun Kerja dengan Memperhatikan Faktor Risiko," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 7, no. 2, pp. 122–129, 2021.
- [12] Kelvin, "Analisis Pengaruh Promosi Biaya Studi, Fasilitas Perkuliahan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Kuliah di Sekolah Tinggi Teknik Surabaya," *J. Manaj. KINERJA*, vol. 4, no. 1, pp. 46–55, 2018.
- [13] J. Patel and A. Bansal, "Effect of Demographic Variables on E-Marketing Strategies: A Review," *Int. J. Acad. Res. Dev.*, vol. 3, no. 1, pp. 311–321, 2018.
- [14] D. Hermawan, "Analisis Preferensi Perilaku Mahasiswa Baru Pada Strategi Promosi dan Biaya Berdasarkan Gender," *J. Ekuivalensi*, vol. 8, no. 1, pp. 160–172, 2022.
- [15] T. L. Wheelen and J. D. Hunger, *Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- [16] Riduwan and E. A. Kuncoro, *Cara Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- [17] Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- [18] I. Sofyan, *Manajemen Strategi (Teknik Penyusunan serta Penerapannya untuk Pemerintah dan Usaha)*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.
- [19] Rachmat, *Manajemen Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- [20] B. Hariadi, *Strategi Manajemen (Strategi Memenangkan Perang Bisnis)*. Jakarta: Bayumedia Publishing, 2005.

- [21] S. Chatterjee and A. S. Hadi, "Influential Observations, High Leverage Points, and Outliers in Linear Regression," *Stat. Sci.*, vol. 1, no. 3, pp. 379–393, 1986.
- [22] Armstrong, *Strategic Human Resources Management*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2012.
- [23] J. Supranto, *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- [24] M. Mona, J. Kekenusa, and J. Prang, "Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud," *d'Cartesian J. Mat. dan Apl.*, vol. 4, no. 2, pp. 196–203, 2015.
- [25] R. G. Dyson, "Strategic Development and SWOT Analysis at The University of Warwick," *European J. Oper. Res.*, vol. 152, pp. 631–640, 2004.
- [26] F. R. David, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- [27] F. R. David, *Personal Swot Analysis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- [28] P. Kotler and G. Armstrong, *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education Limited, 2014.
- [29] J. A. Pearce and R. B. Robinson, *Formulation, Implementation, and Control of Competitive Strategy. 7th*. Singapore, 2000.
- [30] M. Ary and R. Sanjaya, "Strategi Perencanaan dan Pengembangan Program Studi Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Program Studi Sistem Informasi Ars University)," *J. Tekno Insentif*, vol. 14, no. 1, pp. 1–8, 2020.