

# Marketing Plan sebagai Upaya Pencapaian Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta

Angga Dewi Anggraeni<sup>#1</sup>

<sup>#</sup>Manajemen Bisnis, Politeknik Pos Indonesia  
Bandung

<sup>1</sup>anggadewi@poltekpos.ac.id

**Abstract**— Marketing Plan digunakan untuk membantu pihak manajemen untuk menjalankan pemasarannya. Hasil kerja tahun lalu tergolong berhasil namun belum mencapai target yang diharapkan. Hal ini terjadi karena ketatnya persaingan dan kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan Oleh Politeknik Pos Indonesia, sehingga hal tersebut akan menjadi peluang bagi pesaing untuk mengambil bagian pasar yang tersedia. Jika hal ini terus berlanjut maka Politeknik Pos Indonesia dapat berkurang jumlah mahasiswa.

Didukung oleh sarana dan prasarana kampus yang lengkap seperti : lapangan tenis dan badminton, internet yang memadai dan gratis dengan mendaftarkan user pada tehni, untuk menunjang dan memperluas jangkauan belajar dan waktu belajar dan sarana informasi yang dibutuhkan mahasiswa. Strategi yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia dengan melihat Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada, sebagai berikut : Langkah yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia untuk menerapkan strategi, anggaran pemasaran, Pengawasan dilakukan oleh Direktur Politeknik Pos Indonesia dibantu oleh Wakil Direktur dengan schedule yang telah direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan membaca dan mempelajari laporan tertulis dari pelaksanaan. Kegiatan pengawasan adalah mengukur atau menilai pelaksanaan atau hasil pekerjaan dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

**Keywords**— marketing plan, strategi, Perguruan Tinggi

## I. PENDAHULUAN

Semakin banyak Perguruan Tinggi, maka akan semakin banyak pilihan untuk melanjutkan studi dengan kualitas yang beragam. Pangsa pasar Perguruan Tinggi menjadi jelas sesuai dengan input mahasiswa, bisa berdasarkan prestasi siswa dan tingkat ekonomi orang tua siswa. Politeknik Pos Indonesia sebagian besar berasal dari keluarga ekonomi menengah ke atas dan memiliki motivasi yang tinggi dan mindset masyarakat mengenai perguruan tinggi vokasi yang lebih baik dari universitas karena lebih cepat selesai studi dan cepat bekerja. Semakin banyak kegiatan yang menyenangkan dan variatif dapat menjadikan mahasiswa semakin senang kuliah dan memiliki loyalitas yang baik terhadap kampus.

## II. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2.1 ANALISIS SWOT IFAS

Tabel 2. Analisis Tabel IFAS Politeknik Pos Indonesia

No.	Pernyataan	Penentuan Pembobotan	Penentuan Peringkat	Skor
	Kekuatan (S)	Bobot	Rating	Skor
1.	Kualitas lulusan yang dihasilkan yang qualified & competence dalam bidang logistics, supply chain management dan e-commerce	0,1	3	0,3
2.	100 lulusan akan ditempatkan di PT. Pos Indonesia dan Pos Logistik. Sebanyak 60% mahasiswa dikontrak untuk bekerja pada saat magang/internship	0,2	2	0,4
3.	Memiliki mitra dengan berbagai perusahaan untuk menyalurkan lulusan setiap tahunnya	0,1	2	0,2

Politeknik Pos Indonesia didirikan pada tanggal 5 Juli 2001. Politeknik Pos Indonesia secara hukum ada dibawah naungan Yayasan Bhakti Pos Indonesia berdasarkan Keputusan Menteri Pendidikan Nasional 56/D/O/2001. Pemberian izin pendirian Politeknik Pos Indonesia adalah pada jalur Diploma III untuk Jurusan Teknik Informatika, Manajemen Informatika, Akuntansi, Manajemen Pemasaran dan Logistik Bisnis. Selain itu, dibuka pula program Diploma IV untuk Logistik Bisnis yang dibuka pada tahun 2009, Akuntansi, Teknik Informatika, Manajemen Informatika, dan Manajemen Bisnis

### ANALISIS SWOT

4.	Semua prodi memiliki akreditasi B dan akreditasi A untuk prodi Logistik Bisnis	0,1	2	0,2
5.	Memiliki sertifikat ISO 9001:2015 Management System	0,1	3	0,3
6.	Memiliki kerjasama dengan lembaga sertifikasi seperti SAP partner, Oracle Academy, Edugate, Microsoft Student Partner dan Altissia.	0,2	2	0,4
<b>Kelemahan (W)</b>				
1.	Belum memiliki akreditasi AIPT	0,3	3	0,15
2.	Jika dilihat dari sisi promosi, perguruan tinggi lain lebih unggul, hal ini berdampak pada ketertarikan masyarakat	0,1	3	0,3

3.	Beberapa prodi memiliki biaya kuliah yang cukup mahal khususnya untuk prodi yang memiliki banyak jam praktek	0,3	2	0,6
4.	Sumber daya yang dimiliki dalam hal ini Profesor masih belum dimiliki oleh Poltekpos	0,2	2	0,4

## B. EFAS

Tabel 4. Analisis Tabel EFAS

No.	Pernyataan	Penentuan Pembobotan	Penentuan Peringkat	Skor
	Peluang (O)	Bobot	Rating	
1.	Segmen pasar yang jelas	0,2	2	0,4
2.	Lulusan logistik sedang banyak diminati oleh perusahaan di berbagai industri logistik jadi banyak dibutuhkan oleh perusahaan	0,2	3	0,6
3.	Satu-satunya kampus yang memiliki prodi Logistik	0,1	3	0,3
4.	Minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan setelah SMA sangat tinggi	0,1	3	0,3
	Ancaman (T)			
1.	Munculnya prodi Logistik dari lembaga pendidikan lain	0,1	2	0,2
2.	Ketertarikan masyarakat untuk perguruan tinggi negeri masih sangat tinggi, sehingga ada beberapa mahasiswa yang mengundurkan diri karena diterima di perguruan tinggi negeri	0,1	2	0,2
3.	Kebijakan pemerintah mungkin seringkali luput dari perhatian bahwasanya ketentuan yang dibuat oleh pemerintah kadang cukup besar pengaruhnya terhadap kelangsungan sebuah perguruan tinggi	0,1	2	0,2
4.	Uang muka kredit dalam hal ini biaya masuk, Poltekpos masih mematok uang muka yang cukup tinggi dan tempo yang singkat sehingga menyulitkan mahasiswa untuk menjangkaunya	0,1	2	2
	<b>Jumlah</b>	<b>1</b>		<b>2,3</b>

## Matrix SWOT :

### 2.2 MARKETING OBJECTIVE

Berikut ini adalah Langkah yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia untuk menerapkan strategi :

1. Politeknik Pos Indonesia melakukan penambahan sertifikasi untuk mahasiswa setiap tahunnya, atau jika memungkinkan dan dibutuhkan akan melakukan perubahan sertifikasi untuk setiap tahun angkatanya mengikuti kebutuhan perusahaan pada saat itu.
2. Baik masing-masing Program Studi maupun bagian kemahasiswaan, setiap tahunnya harus melakukan penambahan kerjasama MOU untuk penyaluran alumni

5.	Prasarana yang masih kurang baik	0,2	2	0,4
	<b>Jumlah</b>	<b>1</b>		<b>0,4</b>

	<p><b>Strength :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas lulusan yang dihasilkan yang qualified &amp; competence dalam bidang logistics, supply chain management dan e-commerce 100 lulusan akan ditempatkan di PT. Pos Indonesia dan Pos Logistik. Sebanyak 60% mahasiswa dikontrak untuk bekerja pada saat magang/internship</li> <li>3. Memiliki mitra dengan berbagai perusahaan untuk menyalurkan lulusan setiap tahunnya</li> <li>4. Semua prodi memiliki akreditasi B dan akreditasi A untuk prodi Logistik Bisnis</li> <li>5. Memiliki sertifikat ISO 9001:2015 Management System</li> <li>6. Memiliki kerjasama dengan lembaga sertifikasi seperti SAP partner, Oracle Academy, Edugate, Microsoft Student Partner dan Altissia.</li> </ol>	<p><b>Weakness :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum memiliki akreditasi AIPT</li> <li>2. Jika dilihat dari sisi promosi, perguruan tinggi lain lebih unggul, hal ini berdampak pada ketertarikan masyarakat.</li> <li>3. Beberapa prodi memiliki biaya kuliah yang cukup mahal khususnya untuk prodi yang memiliki banyak jam praktek</li> <li>4. Sumber daya yang dimiliki dalam hal ini Profesor masih belum dimiliki oleh Poltekpos</li> <li>5. Prasarana yang masih kurang baik</li> </ol>
<p><b>Opportunities :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Segmen pasar yang jelas</li> <li>2. Lulusan logistik sedang banyak diminati oleh perusahaan di berbagai industri logistik jadi banyak dibutuhkan oleh perusahaan</li> <li>3. Satu-satunya kampus yang memiliki prodi Logistik</li> <li>4. Minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan setelah SMA sangat tinggi</li> </ol>	<p><b>Strategi SO :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas lulusan dengan sertifikasi mahasiswa (S6, O1)</li> <li>2. Menambah kerjasama mitra dengan perusahaan lain terutama perusahaan yang bergerak dibidang logistik (S3,O2)</li> <li>3. Meningkatkan promosi untuk menjangkau mahasiswa baru (S2,O4)</li> <li>4. Menambahkan kompetensi lulusan (S1, O1)</li> <li>5. Menginformasikan kepada masyarakat mengenai keunggulan Politeknik Pos Indonesia (S4, O4)</li> </ol>	<p><b>Strategi WO :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengajukan akreditasi AIPT dan mempersiapkannya secara optimal (W1, O2)</li> <li>2. Menggunakan promosi yang paling efektif (W2, O2)</li> <li>3. Melakukan benchmark dengan kampus lain mengenai biaya kuliah (W3,O4)</li> <li>4. Mencari dosen yang Sudah Profesor atau melakukan peningkatan karyawan agar segera menjadi Prof (W4, O4)</li> <li>5. Memperbaiki sarana dan prasarana agar lebih baik dan modern (W5, O4)</li> </ol>
<p><b>Threats :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Munculnya prodi Logistik dari lembaga pendidikan lain</li> <li>2. Ketertarikan masyarakat untuk perguruan tinggi negeri masih sangat tinggi, sehingga ada beberapa mahasiswa yang mengundurkan diri karena diterima di perguruan tinggi negeri</li> <li>3. Kebijakan pemerintah mungkin seringkali luput dari perhatian bahwasanya ketentuan yang dibuat oleh pemerintah kadang cukup besar pengaruhnya terhadap kelangsungan sebuah perguruan tinggi.</li> <li>4. Uang muka kredit dalam hal ini biaya masuk, Poltekpos masih mematok uang muka yang cukup tinggi dan tempo yang singkat sehingga menyulitkan mahasiswa untuk menjangkaunya</li> </ol>	<p><b>Strategi ST :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kualitas program studi logistik untuk menghadapi persaingan (S1, T1)</li> <li>2. Melakukan promosi Bahwa perguruan tinggi swasta bersaing dengan perguruan tinggi negeri ((S2, T2)</li> <li>3. Mempelajari kembali kebijakan pemerintah untuk perguruan tinggi (S2, T3)</li> <li>4. Memberikan keringanan dalam hal uang muka kredit untuk mahasiswa, namun tidak lepas dari tidak merugikan perguruan tinggi, misalnya dengan sistem kredit bulanan (S1, T4)</li> </ol>	<p><b>Strategi WT :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan akreditasi AIPT agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain (W1, T1)</li> <li>2. Melakukan promosi yang paling efektif untuk menarik calon mahasiswa baru, dengan melakukan pendekatan (W2, T2)</li> <li>3. Meningkatkan sumber daya dengan cara membantu dosen dalam biaya melanjutkan studi ataupun melakukan banyak pelatihan untuk staf dan dosen dalam hal sertifikasi karyawan (W3, T4)</li> </ol>

agar setiap tahun dapat terus menambah lulusan yang cepat bekerja dan memiliki masa tunggu bekerja minimal maksimal 6 bulan

3. Melakukan promosi pemasaran dengan menggunakan promosi yang paling efektif saat ini, mengikuti perkembangan zaman. Agar semakin dekat dengan calon mahasiswa baru.

4. Menginformasikan keunggulan Politeknik Pos Indonesia saat melakukan sosialisasi kampus, maupun di website atau pada saat promosi dilakukan, untuk menarik minat calon mahasiswa baru
5. Mendaftarkan akreditasi AIPT dengan membentuk Tim yang terbaik agar hasil yang didapatkan maksimal dan memuaskan, dengan kerjasama Tim yang baik dan unggul
6. Meningkatkan sumberdaya manusianya, baik itu staf yang setahun 2 kali diikutkan dalam sertifikasi sesuai dengan bidang masing-masing, memberikan kesempatan untuk promosi, bagi dosen diberikan kesempatan untuk melanjutkan studi serta disediakan beasiswa studi dengan mengajukan diri dan melakukan tes kelayakan, membantu dosen dalam promosi jabatan fungsional serta sertifikasi dosen.
7. Meningkatkan kualitas program studi dengan melakukan workshop kurikulum.
8. Menelaah dan mempelajari kebijakan pemerintah agar tidak luput dari pengawasan
9. Memberikan kredit lunas berjangka untuk mahasiswa agar meringankan beban biaya kuliah yang sangat tinggi

### 2.3 CORE STRATEGY

Strategi yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia dengan melihat Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada, sebagai berikut :

Strategi SO :

1. Meningkatkan kualitas lulusan dengan sertifikasi mahasiswa
2. Menambah kerjasama mitra dengan perusahaan lain terutama perusahaan yang bergerak dibidang logistik
3. Meningkatkan promosi untuk menjaring mahasiswa baru
4. Menambahkan kompetensi lulusan
5. Menginformasikan kepada masyarakat mengenai keunggulan Politeknik Pos Indonesia

Strategi WT :

1. Meningkatkan akreditasi AIPT agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain
2. Melakukan promosi yang paling efektif untuk menarik calon mahasiswa baru, dengan melakukan pendekatan
3. Meningkatkan sumber daya dengan cara membantu dosen dalam biaya melanjutkan studi ataupun melakukan banyak pelatihan untuk staf dan dosen dalam hal sertifikasi karyawan

Strategi ST

1. Meningkatkan kualitas program studi logistik untuk menghadapi persaingan
2. Melakukan promosi Bahwa perguruan tinggi swasta bersaing dengan perguruan tinggi negeri
3. Mempelajari kembali kebijakan pemerintah untuk perguruan tinggi
4. Memberikan keringanan dalam hal uang muka kredit untuk mahasiswa, namun tidak lepas dari tidak merugikan perguruan tinggi, misalnya dengan sistem kredit bulanan

Strategi WT :

1. Meningkatkan akreditasi AIPT agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lain
2. Melakukan promosi yang paling efektif untuk menarik calon mahasiswa baru, dengan melakukan pendekatan

3. Meningkatkan sumber daya dengan cara membantu dosen dalam biaya melanjutkan studi ataupun melakukan banyak pelatihan untuk staf dan dosen dalam hal sertifikasi karyawan

### 2.4 ACTION PLAN

Berikut ini adalah Langkah yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia untuk menerapkan strategi :

1. Politeknik Pos Indonesia melakukan penambahan sertifikasi untuk mahasiswa setiap tahunnya, atau jika memungkinkan dan dibutuhkan akan melakukan perubahan sertifikasi untuk setiap tahun angkatanya mengikuti kebutuhan perusahaan pada saat itu.
2. Baik masing-masing Program Studi maupun bagian kemahasiswaan, setiap tahunnya harus melakukan penambahan kerjasama MOU untuk penyaluran alumni agar setiap tahun dapat terus menambah lulusan yang cepat bekerja dan memiliki masa tunggu bekerja minimal maksimal 6 bulan
3. Melakukan promosi pemasaran dengan menggunakan promosi yang paling efektif saat ini, mengikuti perkembangan zaman. Agar semakin dekat dengan calon mahasiswa baru.
4. Menginformasikan keunggulan Politeknik Pos Indonesia saat melakukan sosialisasi kampus, maupun di website atau pada saat promosi dilakukan, untuk menarik minat calon mahasiswa baru
5. Mendaftarkan akreditasi AIPT dengan membentuk Tim yang terbaik agar hasil yang didapatkan maksimal dan memuaskan, dengan kerjasama Tim yang baik dan unggul
6. Meningkatkan sumberdaya manusianya, baik itu staf yang setahun 2 kali diikutkan dalam sertifikasi sesuai dengan bidang masing-masing, memberikan kesempatan untuk promosi, bagi dosen diberikan kesempatan untuk melanjutkan studi serta disediakan beasiswa studi dengan mengajukan diri dan melakukan tes kelayakan, membantu dosen dalam promosi jabatan fungsional serta sertifikasi dosen.
7. Meningkatkan kualitas program studi dengan melakukan workshop kurikulum.
8. Menelaah dan mempelajari kebijakan pemerintah agar tidak luput dari pengawasan
9. Memberikan kredit lunas berjangka untuk mahasiswa agar meringankan beban biaya kuliah yang sangat tinggi

### 2.5 MARKETING BUDGET

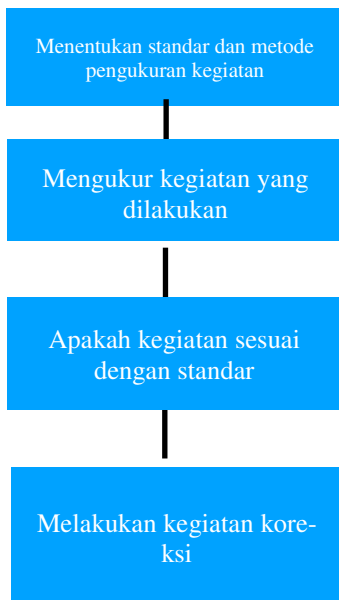
NO	KOMPONEN	ANGGARAN	SUMBER DANA
1	Roadshow (MGBK dan sekolah)	200.000.000	YPBPI
2	Cetak brosur	85.000.000	
3	Pameran pendidikan	50.000.000	
4	Iklan di Koran	47.000.000	
5	Media Sosial berbayar	35.000.000	
6	Baliho	47.000.000	

7	Radio	30.000.000
8	Ujian Saringan Masuk	64.000.000
9	Merchandise	70.000.000
10	Spanduk	47.000.000
11	Cetak Jalur Undangan	75.000.000
Total Anggaran		750.000.000

Sumber : Diolah, 2018

### III. CONTROL

Pengawasan dilakukan oleh Direktur Politeknik Pos Indonesia dibantu oleh Wakil Direktur dengan schedule yang telah direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan membaca dan mempelajari laporan tertulis dari pelaksanaan. Langkah proses pengawasan :



Kegiatan pengawasan adalah mengukur atau menilai pelaksanaan atau hasil pekerjaan dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan. Jika hasil analisis menunjukkan tindak koreksi, maka tindakan ini harus dilakukan misalnya dengan :

- a. Mengubah standar awal
- b. Mengubah pengukuran kegiatan
- c. Mengubah cara analisis dan interpretasikan penyimpangan yang ada

### IV. CONCLUSIONS

Strategi yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia dengan melihat Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada, sebagai berikut : Langkah yang dilakukan Politeknik Pos Indonesia untuk menerapkan strategi, anggaran pemasaran, Pengawasan dilakukan oleh Direktur Politeknik Pos Indonesia dibantu oleh Wakil Direktur dengan schedule yang telah direncanakan. Pengawasan dilakukan dengan membaca dan mempelajari laporan tertulis dari pelaksanaan. Kegiatan pengawasan adalah mengukur atau menilai pelaksanaan

atau hasil pekerjaan dengan standar yang telah ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

### REFERENCES

- [1] Alma, Buchari. 2003. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung:Alfabeta.
- [2] Alma dan Hurriyati. 2008. Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan. Bandung:Alfabeta.
- [3] Djaslim, Saladin. 2003. Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran. Linda Karya:Bandung
- [4] Freddy Rangkuti. 2013. Riset Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- [5] Fandy, Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa. Andi : Yogyakarta
- [6] Umar Husein. 2008. Metodologi Penelitian-Aplikasi dalam Pemasaran. PT Gramedia Pustaka : Jakarta
- [7] Kotler dan Armstrong. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Gramedia:Jakarta
- [8] Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management (Edisi 15e)*. Pearson : England