

PENERAPAN MARKETING MIX UNIVERSITAS WIRARAJA DALAM UPAYA MENINGKATKAN MINAT MAHASISWA BARU

Nur Qoudri Wijaya¹

¹Program Studi Manajemen, Universitas Wiraraja
qoudri@yahoo.co.id

ABSTRACT

The development of science and technology requires people to make the changes so that they can keep abreast of the times. The role of knowledge is significant for any society that wants to improve its ability to follow the competitive rivalry in the multidimensional crisis. Thus, Wiraraja University as a Higher Education institution has a task that is not easy, it needs a good management system. This is so that educational institutions become one of the services in the field of education that has contributed to the development of the Nation and State. This research aims to analyze the factors supporting and inhibiting factors as well as the concept of Marketing Mix to increase interest in new students at the University Wiraraja Sumenep. This research is descriptive quantitative research, the technique used in data collection are interviews, observation, Documentation and the questionnaire. The results of the group of data are analyzed using methods Force Field Analysis.

Marketing Mix in the University Wiraraja in an effort to increase student interest in new approaches 7 P yaitu Product (products), Price (price), people (human resources), Place (location / place), Promotion (promotion), Physical Evidence (Physical Infrastructure), Proses (Service) has not run optimally. Need for strategy development to increase interest in new students, skill soft equip the students, increased educational qualifications for lecturers, do not raise the cost of education, the provision of entrepreneurial provision for students. And to increase the number of new students is required new student recruitment agency aims to increase the number of new students.

Keywords: *Marketing mix, Interests Lecture, New Students*

PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang pendidikan di era globalisasi sangat mempunyai peranan penting dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga bisa mengikuti perkembangan zaman. Peran pendidikan sangat penting dalam meningkatkan kemampuan pengetahuan dalam persaingan di era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community* (AEC).

“Pendidikan dipercaya sebagai alat strategis meningkatkan taraf hidup

manusia. Melalui pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan atau skill, sikap hidup yang baik, sehingga dapat bergaul dengan baik di masyarakat. Pendidikan menjadi investasi yang memberi keuntungan sosial dan pribadi yang menjadikan bangsa bermartabat dan individunya menjadi manusia yang memiliki derajat (Engkoswara dan Komariah, 2010:1)”.

Pendidikan yang menjadi bidang utama dan pertama menjadi penentu terhadap pencerdasan masyarakat, pendidikan benar – benar memberikan

tempat di dalam membentuk karakter generasi muda sehingga mereka memiliki daya saing. Perubahan – perubahan itu membawa akibat yaitu persaingan yang ketat antar perguruan tinggi di dalam mendapatkan calon mahasiswa baru, bagaimana masing – masing perguruan tinggi berusaha mengemas produk yang ditawarkan itu dengan berbagai penawaran yang diberikan seperti mutu pendidikan yang baik dengan biaya yang terjangkau. Pertambahan Program studi sesuai dengan tuntutan pasar serta dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang mendukung demi kelancaran proses belajar mengajar. Penyedia jasa pendidikan memiliki kewajiban untuk menciptakan manusia yang berkualitas melalui proses pendidikan yang efektif dan efisien, karena pendidikan memiliki peranan yang sangat penting dalam menghasilkan sumber daya manusia manusia yang handal dan berkualitas, agar mampu bersaing meraih pendidikan yang berkualitas dan sukses di masa depan.

“Fungsi pemasaran pada organisasi yang berorientasi laba (perusahaan) dengan organisasi nirlaba (perguruan tinggi) sangat berbeda. Perbedaan yang nyata terletak pada cara organisasi dalam memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas operasi

perusahaan, memperoleh modal pertamanya dari para investor atau pemegang saham. Jika perusahaan telah beroperasi, dana operasional perusahaan terutama diperoleh dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya, organisasi nirlaba (perguruan tinggi) memperoleh dana dari sumbangan para donatur atau lembaga induk yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari organisasi tersebut (Wijaya, 2008)”.

Dengan demikian Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan yang mempunyai tugas yang tidak mudah, perlu sistem pengelolaan yang baik. Hal ini supaya lembaga pendidikan menjadi salah satu layanan jasa dalam bidang pendidikan yang memiliki kontribusi terhadap perkembangan Bangsa dan Negara.

“Perguruan Tinggi harus memiliki “branding” yang baik dan berusaha mempertahankannya untuk tetap eksis menghadapi persaingan yang semakin ketat antar Perguruan Tinggi di Era Masyarakat Ekonomi Asean ini”.

“Masyarakat Ekonomi Asean dapat menjadikan malapetaka bagi bangsa Indonesia bila pemerintah dan para stakeholder seperti Asosiasi Perguruan Tinggi Swasta Indonesia (APTISI) tidak bekerjasama untuk meningkatkan daya saing dan produktifitas bangsa Indonesia.APTISI

yang mewakili 90 persen dari perguruan tinggi di Indonesia dengan melayani lebih dari 70 persen mahasiswa di Indonesia dan mengkaryakan lebih dari 70 persen dosen di Indonesia siap untuk memberi kontribusi bagi pemerintah dalam tugas pemerintah menyiapkan sumber daya manusia Indonesia agar mempunyai daya saing yang kuat untuk menghadapi tantangan Masyarakat Ekonomi Asean serta meraih peluang yang maksimal dari Masyarakat Ekonomi Asean sehingga nilai tambah pembangunan dapat di raih oleh Bangsa Indonesia. (APTISI Forum, Januari 2015)”

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi Universitas Wiraraja, manajemen kampus terus berbenah dengan menyediakan sarana dan prasarana yang representatif serta meningkatkan kompetensi dosen di lingkungan Kampus Universitas Wiraraja. Selain itu Universitas Wiraraja juga bekerjasama dengan beberapa perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta serta perguruan tinggi di luar negeri hal ini bertujuan dalam rangka peningkatan kualitas SDM di Universitas Wiraraja.

Pengertian Pemasaran Jasa

“Padasektor jasa, strategi pemasaran juga mutlak diperlukan untuk meningkatkan volume penjualannya. Pemasaran jasa harus dapat menafsirkan

kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan atau melihat keadaan pasar (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006)”.

“Kotler dan Fox (dalam Lupiyoadi, 2006) menyatakan bahwa dalam pemasaran jasa pendidikan digunakan 7 alat bauran pemasaran atau 7P yaitu; program (program), price (harga), place (tempat, meliputi lokasi dan sistem penyampaian jasa), promotion (promosi), process (proses), physical facilities (fasilitas fisik), dan people (orang)”.

Karakteristik Jasa Lembaga Perguruan Tinggi

“Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam karakteristik jasa pada perguruan tinggi (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006), antara lain :

1. Perguruan Tinggi termasuk dalam kelompok jasa murni (*pure service*)
2. Jasa yang diberikan membutuhkan kehadiran pengguna jasa (dalam hal ini mahasiswa).
3. High Contact System, kontak antara pemberi dan penerima jasa terbilang tinggi.
4. Hubungan dengan pelanggan.

Dalam menunjang karakteristik dan kualifikasi jasa lembaga pendidikan tersebut, maka bauran pemasaran pada lembaga pendidikan tinggi digolongkan sebagai berikut :

1. Program, termasuk proses dan pengembangan program
2. *Price* atau biaya
3. Delivery system dan Physical facilities
4. Communication”

Keputusan Konsumen

“Keputusan konsumen, yang diasumsikan sebagai keputusan mahasiswa merupakan salah satu faktor penting bagi keberadaan perguruan tinggi. Keputusan yang dipilih mahasiswa dalam melanjutkan studi ke perguruan tinggi adalah kunci bagi kelangsungan siklus sebuah perguruan tinggi karena mahasiswa merupakan aset bagi sebuah perguruan tinggi”.

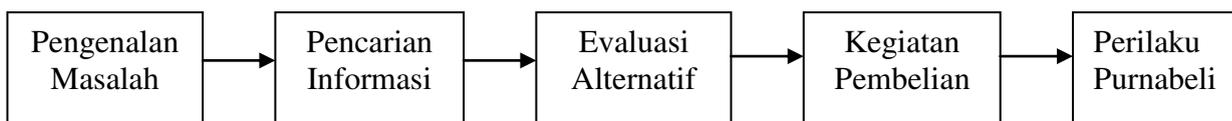
“Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian barang atau jasa, konsumen biasanya akan melalui berbagai tahapan. Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen digambarkan oleh Kotler (2005) seperti gambar 1 :

Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Perguruan Tinggi

“Zeithaml & Bitner mengatakan bahwa unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yaitu terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran. Unsur 4P yaitu product (produk); jasa seperti apa yang ditawarkan, price (harga); strategi penentuan harga, place (lokasi/tempat); dimana tempat jasa diberikan, promotion (promosi); bagaimana promosi dilakukan. Sedangkan unsur 3P adalah people (SDM); kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang-orang yang terlibat dalam pemberian jasa. Physical evidence (bukti fisik); sarana-prasarana seperti apa yang dimiliki, dan process; manajemen layanan pembelajaran yang diberikan (Hidayat & Machali, 2012).

- a. Product (produk)
 - b. *Price* (harga)
 - c. *Place* (lokasi/tempat)
 - d. *Promotion* (promosi)
 - e. *People* (SDM)
 - f. *Physical Evidence* (Sarana fisik)
- Process* (proses/pelayanan)”

Gambar 1
Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



Tabel 1
 “Komponen Bauran Pemasaran (*marketing mix*) Perguruan Tinggi

No	Komponen	Sub Variabel	Indikator-Indikator
1	ProdukJasa PT	Pilihan Program Studi	Tersedia Program Studi
		Kurikulum	Kompetensi
		Reputasi PT	Akreditasi, Prospek Lulusan
2	Harga Jasa PT	Biaya Pendidikan	Spp, Biaya Pembagunan, Biaya Laboratorium
		Discount	Beasiswa
		Pembayaran	Prosedur Pembayaran
		Alokasi Biaya	Biaya PMB
3	Lokasi Jasa PT	Lingkungan	Lokasi Jasa PT Dekat Dengan Pusat Kota, Luas Lahan Parkir, aman dan kondusif
		Transportasi	Angkutan Umum Dan Tingkat Kemacetan Rendah
4	Promosi Jasa PT	Periklanan (<i>Advertising</i>)	Iklan, TV, Radio, Spanduk, Brosur
		<i>Public Relations</i>	Event Dies Natalis
		<i>Personal Selling</i>	Pameran Pendidikan
		Direct Marketing	SMS Broadcast
		Sales Promotion	Kunjungan ke SMA/SMK/MA
5	Person/SDM Jasa PT	Tenaga Kependidikan	Kompetensi Administrasi Yang Profesional dan ramah
		Tenaga Dosen	Kompetensi Dosen Yang Profesional
		Kualifikasi tenaga Dosen	Lulusan S2 dan S3
6	Sarana dan Prasarana Jasa PT	Bangunan	Gedung perkuliahan yang representatif
		Fasilitas Penunjang	Laboratorium, perpustakaan, AC, LCD
7	Proses/ Pelayanan PT	Kualitas Jasa	Proses Pembelajaran dan kepuasan pelayanan
		Pelayanan PMB	Pendaftaran Maba dan seleks”

Force Field Analysis

“Force Field Analysis dikembangkan oleh Lewin pada tahun 1951, Force Field Analysis (FFA) merupakan salah satu alat analisis yang digunakan untuk menganalisis secara sistematis faktor-faktor yang ditemukan dalam masalah yang kompleks. Ada sembilan langkah yang diharus dilalui ketika hendak menerapkan FFA. Kesembilan langkah tersebut yaitu:

1. Mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat kinerja organisasi.

2. Menilai faktor pendorong dan menghambat kinerja.
3. Faktor kunci keberhasilan dan diagram FFA.
4. Perumusan Tujuan.
5. Menentukan sasaran dan kinerja.
6. Penyusunan strategi.
7. Penyusunan rencana kerja.
8. Pelaksanaan rencana kerja.
9. Monitoring, evaluasi dan pelaporan”.

Gambar 2
Kerangka Pikir Penelitian



METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

“Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang kemudian diolah, dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Dengan metode deskriptif kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian yang berdasarkan data yang dikumpulkan selama penelitian secara sistematis mengenai fakta-fakta, dan sifat-sifat dari obyek yang diteliti dengan menggabungkan hubungan antar variabel yang terlibat didalamnya, kemudian diinterpretasikan berdasarkan teori-teori dan literatur-literatur yang

berhubungan strategi untuk meningkatkan minat mahasiswa baru”.

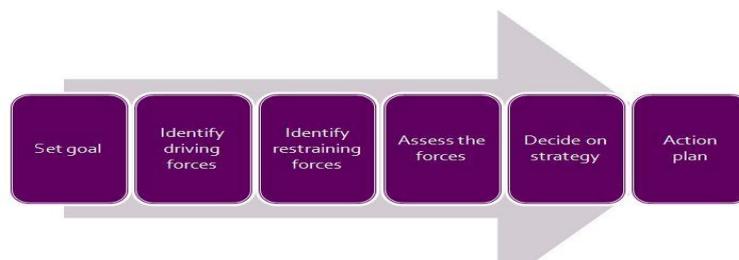
“Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang cukup jelas atas masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dengan menggunakan kuesioner yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik”.

Metode Pengumpulan Data

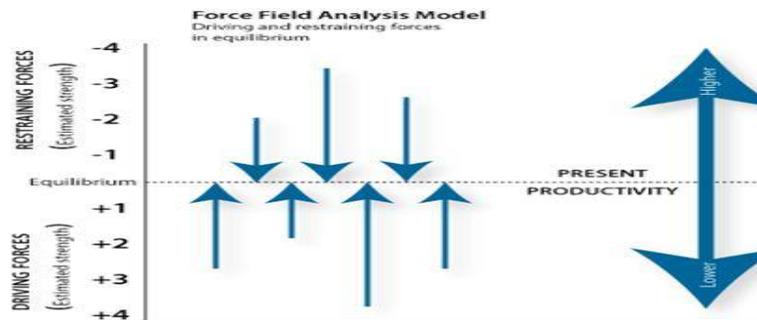
“Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi tiga yaitu :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuesioner”

Gambar 3
Langkah-langkah melaksanakan FFA



Gambar 4
Force Field Analysis Model



FFA adalah teknik analisis untuk mengidentifikasi kekuatan yang mendorong (driving force) atau menahan (restraining force) perubahan terencana ditujukan untuk memecahkan masalah dalam suatu organisasi. Pada model Force Field Analysis terdapat dua kutub kekuatan yang saling mendorong (Gomez, et al:2004). Satu sisi kekuatan dari model ini adalah driving force yang mendorong organisasi untuk menuju keadaan yang diinginkan (keadaan setelah berubah). Sisi kekuatan yang kedua dari model ini adalah *restraining force* yang menginginkan keadaan tidak berubah (status quo).

Untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat dalam upaya peningkatan minat mahasiswa di Universitas Wiraraja Sumenep, maka sebelumnya dilakukan analisis EFAS dan IFAS. Faktor – faktor yang termasuk katagori kekuatan dan kelemahan masuk dalam *internal strategic factors analysis* (IFAS) dan faktor katagori peluang dan ancaman

masuk dalam katagori External digabungkan sebagai faktor strategis eksternal dan melalui *externalstrategic factors analysis* (IFAS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Barudi Universitas Wiraraja Sumenep

Berdasarkan identifikasi serta nilai score terhadap faktor pendorong dan faktor penghambat terhadap pengembangan strategi dalam upaya meningkatkan mianat mahasiswa di Universitas Wiraraja Sumenep, maka disusunlah strategi untuk memperkuat kekuatan pendorong atau memperlemah kekuatan penghambat yaitu sebagai berikut :

1. Tuntutan dunia kerja tidak hanya terkait pada keahlian dan keterampilan fisik (hard skill) akan tetapi soft skill ; seperti kemampuan berkomunikasi, kejujuran dan etos kerja tinggi yang tidak diajarkan sangat berperan pada dunia kerja, untuk itu Universitas Wiraraja dapatnya

membekali soft skill mahasiswa sebelum mereka terjun di dunia kerja, ada pun yang dapat dilakukan adalah dengan ikut dalam organisasi kemahasiswaan akan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melatih personality, attitude, leadership, communication skill dan banyak lagi. Dengan aktif di dalam organisasi kemahasiswaan akan menjadikan mahasiswa membangun jaringan dengan dunia luar. Peningkatan akreditasi juga diperlukan karena, karena ada 4 program studi nilai akreditasi nya masih C.

2. Ketidakpastian lingkungan yang berkembang diluar Universitas Wiraraja, persaingan antar perguruan tinggi, persepsi masyarakat dan faktor ekonomi.
3. Dengan memberikan kesempatan kepada dosen untuk mengikuti ujian seleksi S3 jalur beasiswa dari Dikti dan pemberian beasiswa kepada dosen dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang S3.

4. Persaingan yang sangat ketat antar lembaga perguruan tinggi tidak menaikkan biaya pendidikan tanpa mengurangi kualitas yang diberikan oleh lembaga.
5. Dengan mengikut sertakan dosen pada kegiatan seminar maupun work shop terkait bidang ilmu dan kompetensi dosen.
6. Dengan memberikan bekal kewirausahaan harapannya mahasiswa setelah lulus dapat membuka lapangan kerja sendiri dan sering mengadakan job fair di internal kampus Universitas Wiraraja dengan bekerja sama perusahaan – perusahaan.

Penerapan Marketing Mix (7 P) di Universitas Wiraraja

Product (Produk)

Universitas Wiraraja Sumenep merupakan Universitas yang mempunyai 7 Fakultas dengan 13 Program Studi. Adapun Fakultas dan program Studi di Universitas Wiraraja dapat dilihat pada tabel 2 :

Price (Harga)

“Berikut biaya pendidikan masing – masing fakultas yang ada di Universitas Wiraraja :

Tabel 3 Biaya Pendidikan

NO	URAIAN BIAYA PENDIDIKAN	PROGRAM STUDI									
		MAN, AK, ADM. NEGARA, ILMU HUKUM, TEKNIK SIPIL, AGRIBISNIS, THP, PEND. IPA, PGSD		KEBIDANAN	KEPERAWATAN	KEPERAWATAN (ALIH JENJANG)	PROFESI NERS		MAGISTER HUKUM		
		KELAS PAGI	KELAS SORE				Alumni	Non Alumni			
1	Dana Pengembangan Pendidikan *	Rp 3.000.000	Rp 4.000.000	Rp 7.500.000	Rp 6.500.000	Rp 5.000.000	Rp -	Rp 3.000.000	Rp -		
2	BPP **	Rp 2.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 5.000.000	Rp 5.000.000
3	Peralatan *	Rp -	Rp -	Rp 2.525.000	Rp 2.275.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
4	Seragam *	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 850.000	Rp 850.000	Rp 850.000	Rp -	Rp -
5	BPPP *	Rp -	Rp -	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp 700.000	Rp -	Rp -
6	Jas Almamater + KTM *	Rp 225.000	Rp 225.000	Rp 225.000	Rp 225.000	Rp 225.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 275.000	Rp 350.000	Rp 350.000
7	Placement test & Pelatihan Bhs. Inggris *	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp 200.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 300.000	Rp 300.000
8	Her Registrasi **	Rp 50.000	Rp 75.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 175.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 250.000	Rp 250.000
9	Perpustakaan *	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
10	PKKMB *	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
11	Pelatihan Komputer *	Rp 125.000	Rp 125.000	Rp 125.000	Rp 125.000	Rp 125.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
12	Buku Sejarah Unjira *	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
13	Kemahasiswaan **	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp -	Rp -
14	Dana Pelayanan Mahasiswa **	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp 50.000	Rp -	Rp -
15	Uang Pangkal IKOMA *	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp 25.000	Rp -	Rp -	Rp 25.000	Rp -	Rp -
16	Uang Iuran IKOMA **	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp 10.000	Rp -	Rp -
17	Thesis *	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 4.000.000	Rp 4.000.000
18	Matrikulasi *	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
	JUMLAH BIAYA	Rp 6.135.000	Rp 8.160.000	Rp 14.960.000	Rp 14.210.000	Rp 10.460.000	Rp 9.410.000	Rp 12.610.000	Rp 10.900.000		

Tabel 2
Fakultas, Program Studi dan Status Akreditasi

Fakultas	Program Studi	Status
Ilmu Sosial & Politik	Ilmu Administrasi Negara	Terakreditasi B
Ekonomi	Manajemen	Terakreditasi B
	Akuntansi	Terakreditasi B
Pertanian	Agribisnis	Terakreditasi B
	Tehnologi Hasi Pertanian	Terakreditasi C
Hukum	Ilmu Hukum	Terakreditasi A
	Magister Hukum	Terakreditasi C
Teknik	Teknik Sipil	Terakreditasi B
Pendidikan	Pendidikan IPA	Terakreditasi B
	PGSD	Terakreditasi C
Ilmu Kesehatan	Ilmu Keperawatan	Terakreditasi B
	Diploma Kebidanan	Terakreditasi B
	Prodi Ners	Terakreditasi B
	Profesi Ners	Terakreditasi B
Magister Hukum	Ilmu Hukum	SK Dirjen Dikti

Place (Lokasi/Tempat)

Universitas Wiraraja beralamat di Jl. Sumenep Pamekasan km 05 Patean Sumenep, berlokasi 5 km dari pusat kota sumenep. Adapun acces ke Universitas cukup mudah karena terletak di jalan utama sebelum memasuki kota sumenep dan dilewati angkutan kota maupun angkutan lintas kabupaten.

Promotion (Promosi)

Promosi merupakan hal yang terpenting di dalam pemasaran, baik itu produk barang maupun produk jasa. Perguruan Tinggi yang merupakan usaha nirlaba tidak luput dari promosi, karena pendapatan terbesar perguruan tinggi dari banyaknya jumlah mahasiswa. Semakin banyak jumlah mahasiswa maka semakin banyak pula dana operasional yang dikelola.

Dari hasil data yang terkumpul, penulis mencoba untuk menghubungkan

teori khusus yang dipakai yaitu promotion mix dengan hasil data yang penulis dapatkan untuk melihat apakah teori promotion mix berhasil digunakan pada strategi promosi yang dilakukan oleh Universitas Wiraraja untuk menarik minat mahasiswa baru. Seperti yang sudah dijelaskan pada bagian landasan teori, terdapat lima bauran dari teori promotion mix yaitu periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), penjualan personal (personal selling) public relation dan penjualan langsung (direct marketing).

Dalam penelitian ini penulis menemukan lima bauran promotion mix yang dilakukan oleh Universitas Wiraraja khususnya bagian Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru, supaya tepat sasaran. Adapun promosi yang dilakukan oleh Universitas Wiraraja sebagai berikut :

- a. Periklanan (*Advertising*)
- b. *Personal Selling*
- c. *Public Relations*
- d. *Sales Promotion*
- e. *Direct Marketing*

People (Sumber Daya Manusia)

Pengembangan sumber daya manusia di Universitas Wiraraja Sumenep harus selaras dan sejalan dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat .

Pewujudannya adalah dibutuhkan Dosen dan Tenaga Kependidikan yang profesional relevan dengan tuntutan kebutuhan masyarakat, karena Dosen merupakan komponen yang sangat penting dalam meningkatkan SDM pembangunan. Karena dosen merupakan sosok yang akan secara langsung memberikan pendidikan, pembelajaran serta pelatihan kepada mahasiswa di Universitas Wiraraja.

Physical Evidence (Sarana Fisik)

Dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana Universitas Wiraraja terus berbenah. Seluruh ruang perkuliahan sudah dilengkapi AC dan LCD untuk mendukung proses perkuliahan.

Fakultas juga terus membenahi sarana dan prasarana seperti laboratorium, serta perpustakaan yang pada tahun 2014 memperoleh bantuan

dari Dikti. Acces internet juga terus dibenahi akan tetapi kurang bisa memenuhi kebutuhan seluruh elemen baik mahasiswa maupun dosen di Universitas Wiraraja.

Process (proses/pelayanan)

Perguruan Tinggi sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan perlu belajar dan memiliki inisiatif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (mahasiswa) dalam hal pelayanan. Untuk itu Universitas Wiraraja terus berbenah dalam hal pelayanan kepada mahasiswa. Baik dalam proses perkuliahan maupun proses pelayanan administrasi kepada mahasiswa. Khusus untuk penerimaan mahasiswa baru pada tahun 2014 universitas wiraraja sudah memberlakukan pendaftaran on line, jadi calon mahasiswa baru yang akan mendaftar tidak perlu datang ke kampus untuk mendaftar ujian seleksi. Akan tetapi kurang sosialisasi dan informasi serta minimnya pengetahuan siswa akan proses pendaftaran on line banyak pendaftar yang datang dan langsung mendaftar ke kampus.

Pengembangan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru di Universitas Wiraraja Sumenep Tahun 2017

Berdasarkan identifikasi faktor pendorong dan faktor penghambat terhadap pengembangan strategi dalam upaya meningkatkan minat mahasiswa

di Universitas Wiraraja Sumenep, maka disusunlah strategi untuk memperkuat kekuatan pendorong atau memperlemah kekuatan penghambat yaitu sebagai berikut :

7. **Product (Produk)**

- Perlunya pengembangan fakultas dengan penambahan program studi sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- membekali soft skill mahasiswa sebelum mereka terjun di dunia kerja, ada pun yang dapat dilakukan adalah dengan ikut dalam organisasi kemahasiswaan akan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melatih personality, attitude, leadership, communication skill dan banyak lagi.
- Peningkatan akreditasi juga diperlukan karena, karena ada 3 program studi nilai akreditasi nya masih C.

8. **Price (Harga)**

- Pemberian bea siswa bagi masyarakat kepulauan
- Menggunakan metode pembayaran dengan angsuran supaya meringankan beban mahasiswa
- Persaingan yang sangat ketat antar lembaga perguruan tinggi tidak menaikkan biaya

pendidikan tanpa mengurangi kualitas yang diberikan oleh lembaga.

9. **Place (Lokasi/tempat)**

- Dalam jangka panjang perlu adanya pengembangan lahan untuk pembangunan Universitas Wiraraja.

10. **Promotion (Promosi)**

- Melakukan kegiatan sosialisasi secara berkesinambungan berupa kunjungan ke sekolah – sekolah SMA/MA/SMK di wilayah Madura
- Mengikuti event pameran pendidikan yang tidak hanya diadakan di Kabupaten Sumenep saja, melainkan event pameran pendidikan yang diadakan di beberapa kabupaten lainnya.
- Meningkatkan kerja sama dengan beberapa perusahaan dalam rangka recruitment alumni Universitas Wiraraja
- Memanfaatkan media social dalam rangka penyebaran informasi Penerimaan Mahasiswa Baru

11. **People (Sumber Daya Manusia)**

- Peningkatan kualifikasi pendidikan dosen
- Peningkatan mutu layanan pendidikan

- Mengikutsertakan dosen dan karyawan di dalam pelatihan pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan mutu pelayanan pendidikan.

12. **Physical Evidance (Sarana Fisik)**

- Penambahan ruang perkuliahan
- Penambahan kuota bandwidth internet
- Penambahan laboratorium di masing – masing fakultas
- Lahan parkir yang memadai

13. **Process (Proses/pelayanan)**

- Dengan memberikan kemudahan kepada calon mahasiswa baru dalam mendaftar, dengan sistem on line.
- Agar memudahkan dalam pembayaran berkerja sama dengan Bank Jatim.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Konsep Strategi untuk meningkatkan minat mahasiswa baru pada Universitas Wiraraja Sumenep dengan pendekatan 7 P yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *people* (Sumberdaya manusia), *Place* (lokasi/tempat), *Promotion* (promosi), *Physical Evidance* (Sarana Fisik), *Proces* (Layanan) belum berjalan optimal.

2. Faktor pendorong (1) Kompetensi Lulusan masih perlu ditingkatkan,(2) Lulusan terserap/ tersebar sebagian besar di wilayah Jawa Timur, (3) Semua Dosen sudah bergelar S2, (4) Kebutuhan tenaga kerja bergelar sarjana semakin meningkat, (5) Adanya Pusat Jaminan Mutu untuk monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan.

3. Sedangkan faktor penghambat (1) Tuntutan dunia kerja sudah terkait dengan Soft Skill, Hard Skill, Network, dan peringkat Akreditasi, (2) Ketidakpastian lingkungan yang berkembang diluar Universitas Wiraraja, (3) Dosen yang berpendidikan S3 masih relative sedikit, (4) Persaingan yang semakin ketat antar lembaga perguruan tinggi dengan cara menurunkan biaya pendidikan.

4. Pengembangan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Mahasiswa Barudi Universitas Wiraraja Sumenep yaitu :

- Membekali soft skilil mahasiswa dengan ikut dalam organisasi kemahasiswaan akan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk melatih *personality, attitude, leadership, comunication skill* dan banyak lagi. Dengan aktif di dalam

organisasi kemahasiswaan akan menjadikan mahasiswa membangun jaringan dengan dunia luar.

- Ketidakpastian lingkungan yang berkembang diluar Universitas Wiraraja, persaingan antar perguruan tinggi, persepsi masyarakat dan faktor ekonomi.
- Dengan memberikan kesempatan kepada dosen untuk mengikuti ujian seleksi S3 jalur bea siswa dari Dikti dan pemberian bea siswa kepada dosen dalam melanjutkan pendidikan ke jenjang S3.
- Persaingan yang sangat ketat antar lembaga perguruan tinggi dimungkinkan tidak menaikkan biaya pendidikan tanpa mengurangi kualitas yang diberikan oleh lembaga.
- Dengan mengikut sertakan dosen dan karyawan pada kegiatan seminar maupun work shop terkait bidang ilmu dan kompetensi dosen.

- Dengan memberikan bekal kewirausahaan harapannya mahasiswa setelah lulus dapat membuka lapangan kerja sendiri dan sering mengadakan *job fair* di internal kampus Universitas Wiraraja bekerja sama dengan perusahaan – perusahaan.

SARAN

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai berikut ;

Berdasarkan penelitian diatas perlu ada evaluasi dan implementasi dalam pengembangan Marketing Mix dalam upaya meningkatkan minat mahasiswadi Universitas Wiraraja Sumenep dengan metode 7 P yaitu :

1. *Product* (produk), dengan menambah jumlah program studi disesuaikan dengan minat kebutuhan masyarakat, meningkatkan nilai akreditasi prodi maupun institusi.
2. *Price* (harga), menambah quota untuk penerima bea siswa serta penyesuaian biaya pendidikan dengan para pesaing antar Peguruan Tinggi.
3. *Place* (lokasi/tempat), perluasan pembangunan kampus mengingat lokasi yang sekarang sangat padat dan harus disesuaikan dengan jumlah mahasiswa.

4. *Promotion* (promosi), dengan melakukan promosi yang berkesinambungan dengan mengikut sertakan seluruh fakultas untuk ikut bagian dalam penerimaan mahasiswa baru, tidak hanya pada waktu tertentu saja.
5. *People* (Sumberdaya manusia), peningkatan mutu tenaga pendidik/dosen dan tenaga kependidikan dengan peningkatan kualifikasi pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, dengan mengikut sertakan pelatihan dan work shop.
6. *Physical Evidance* (Sarana Fisik), menambah sarana dan prasarana dalam rangka menunjang proses perkuliahan, peningkatan gedung perkuliahan, peningkatan laboratorium di masing – masing fakultas, serta peningkatan acces internet di kampus.
7. *Proces* (Layanan), memberikan pelatihan kepada tenaga kependidikan dalam rangka peningkatan pelayanan terhadap mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ara Hidayat & Imam Machali, *Pengelolaan Pendidikan Konsep, Prinsip, Dan Aplikasi Dalam Mengelola Sekolah Dan Madrasah*, Yogyakarta: kaukaba, 2012.
- Dudung Abdurrahman, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta :Kurnia Kalam Semesta, 2003.
- Engkoswara dan Komariah, Aan.(2010). *Administrasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Lupiyoadi,& Hamdani. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*.Edisi 2.Salemba Empat.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, cet.ke-3, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta; Rineka Cipta, 1993.
- Universitas Wiraraja (2017.20 Mei). *Penerimaan Mahasiswa Baru*. <https://pmb.wiraraja.ac.id> (diakses 10 Juni 2017)