

PERANAN ANALISIS SWOT DALAM PENINGKATAN PELAYANAN STIE IBNU SINA BATAM TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

Nurmayunita*¹

¹Universitas Ibnu Sina; Jl. Teuku Umar, Lubuk Baja

¹Program Studi Manajemen, Universitas Ibnu Sina, Batam

e-mail: *aniesvaira@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pelayanan STIE Ibnu Sina Batam terhadap mahasiswa. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan analisis SWOT di STIE Ibnu Sina Batam. Sehingga STIE Ibnu Sina Batam dapat mengetahui strengthness, weakness, oportunities dan threat yang ada dalam pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa. Hal ini diuraikan dengan matriks IFAS dan EFAS yang memperoleh nilai 2,85 dan 2,60. Dari nilai tersebut maka dapat disimpulkan STIE Ibnu Sina Batam masuk dalam kwadran I yang berarti memiliki kondisi pertumbuhan berkonsentrasi melalui integrasi horizontal, stability dan profit. Sehingga strategi dimana yang dapat dilakukan oleh STIE Ibnu Sina yaitu memperluas dunia pendidikan dengan cara meningkatkan kualitas dan pelayanan agar dapat menghindari kehilangan pelanggan yang berdampak pada profit.

Kata kunci—SWOT, STIE Ibnu Sina, Strategi

Abstract

This research was conducted with the aim to improve STIE Ibnu Sina Batam services to students. This research was conducted by conducting a SWOT analysis at STIE Ibnu Sina Batam. So STIE Ibnu Sina Batam can find out the strengths, weaknesses, oportunities and threats that exist in the services provided to students. This is explained by the IFAS and EFAS matrices that have scores of 2.85 and 2.60. From these values it can be concluded that STIE Ibnu Sina Batam is included in quadrant I which means it has concentrated growth conditions through horizontal integration, stability and profit. So the strategy which can be done by STIE Ibnu Sina is to expand the world of education by improving quality and service in order to avoid losing customers that have an impact on profit.

Keywords—SWOT, STIE Ibnu Sina, Strategy

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang didirikan baik yang menghasilkan barang maupun jasa mempunyai tujuan yang ingin dicapai. Tujuan akhir yang ingin dicapai ialah sama, yaitu meningkatkan perusahaan sehingga akan didapat laba yang maksimal. Pencapaian tujuan ini adalah demi kelangsungan hidup perusahaan tersebut dengan cara perusahaan harus dapat memanfaatkan setiap kesempatan yang ada.

Pada umumnya setiap perusahaan bertujuan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dan keuntungan maksimal dapat diperoleh melalui jumlah penjualan yang tinggi

pula. Untuk dapat mencapai jumlah penjualan yang tinggi perusahaan harus dapat memanfaatkan setiap peluang yang ada.

Penurunan perusahaan dapat diakibatkan oleh factor-faktor tertentu, seperti lambatnya sistem pelayanan dalam administrasi perusahaan, tidak adanya sinkronisasi dan komunikasi antar bagian dalam perusahaan, turunnya semangat dan kegairahan kerja karyawan karena kurangnya motivasi dalam bekerja. Selain itu, penurunan dalam perusahaan juga diakibatkan factor-faktor ekstren seperti banyaknya pesaing baru, kurangnya maksimalnya perlengkapan yang ada.

Oleh karena itu, perusahaan harus dapat mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang ada di dalam perusahaan. Selain itu, suatu perusahaan juga harus dapat memanfaatkan peluang-peluang (opportunities) di masa yang akan datang dan berusaha untuk mengatasi ancaman-ancaman (threat) dan masalah-masalah yang ada melalui strategi yang ditetapkan berdasarkan kemampuan dan kekuatan perusahaan.

Sejalan dengan perkembangan dunia pendidikan dewasa ini keberadaan jasa pendidikan, khususnya Perguruan Tinggi dirasakan sangat penting sebagai salah satu sarana pendidikan demi menciptakan SDM yang berkompeten.

Di Pulau Batam sebagian pulau yang berkembang pesat tentu sangat dibutuhkan SDM yang berkualitas, maka STIE Ibnu Sina Batam sangat besar peranannya di mana membawa keuntungan baik bagi perusahaan maupun juga bagi lembaga pemerintah. STIE Ibnu Sina Batam merupakan salah satu Perguruan Tinggi yang terdapat di Kota Batam. Sejak tahun 1993 setelah melihat prospek industri dan bisnis di Pulau ini sangat dinamis. Sementara pada saat itu Perguruan Tinggi belum ada sama sekali.

Untuk mengetahui perkembangan STIE Ibnu Sina Batam sampai dengan saat ini, maka STIE Ibnu Sina Batam memiliki daftar jumlah mahasiswa lima tahun terakhir, seperti yang dapat dilihat pada table di bawah ini :

Table 1.1 DATA JUMLAH MAHASISWA STIE IBNU SINA BATAM TAHUN 2008-2012

NO	TAHUN	JUMLAH MAHASISWA
1	2008	632
2	2009	660
3	2010	659
4	2011	700
5	2012	708

Berdasarkan data pada table 1.1 diatas, pada tahun 2008 tercatat 632 jumlah mahasiswa STIE Ibnu Sina Batam.

Table 1.2 LAPORAN STIE IBNU SINA BATAM

TAHUN	TARGET	JMLH MAHASISWA	% KENAIKAN
2008	600	632	-
2009	625	660	4,2%
2010	650	659	0
2011	675	700	6,2%
2012	700	708	1,1%

Sumber data : STIE Ibnu Sina Batam

Berdasarkan data pada tabel di atas, terlihat bahwa dari tahun 2008 hingga tahun 2012 jumlah mahasiswa STIE Ibnu Sina selalu berada diatas target atau dengan kata lain target STIE Ibnu Sina dapat dilampaui. Pada tahun 2009 total mahasiswa meningkat 4,2% dari jumlah mahasiswa pada tahun sebelumnya. Pada tahun 2010 jumlah mahasiswa tidak meningkat dari jumlah mahasiswa tahun sebelumnya, pada tahun 2011 jumlah mahasiswa meningkat 6,2% dari jumlah mahasiswa tahun sebelumnya dan pada tahun 2012 jumlah mahasiswa meningkat sebesar 1,1% dari tahun sebelumnya. Meskipun setiap tahun target terlewati, tetapi sebenarnya realisasi STIE Ibnu Sina belum berjalan maksimal.

Kejadian ini seharusnya menjadi perhatian dari pihak manajemen STIE Ibnu Sina Batam mengingat pada tahun 2008 mengingat banyaknya perguruan tinggi yang bergerak di bidang yang sama yang menjadi pesaing utama STIE Ibnu Sina. Untuk itu STIE Ibnu Sina harus lebih aktif untuk menyusun strategi promosinya dalam menghadapi situasi persaingan yang lebih keras dan lebih kompetitif lagi. STIE Ibnu Sina perlu menentukan satu strategi yang dapat mempertahankan dirinya, guna kelangsungan STIE Ibnu Sina sendiri.

Sebagai analisa awal penulis mencoba mengemukakan kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses) yang merupakan factor internal STIE Ibnu Sina Batam. Selain itu STIE Ibnu Sina Batam juga harus dapat memanfaatkan peluang (Opportunities) dan berusaha untuk mengatasi ancaman (Theath) yang merupakan factor eksternal perusahaan.

Analisis lingkungan internal ditunjukan untuk mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (Weaknesses) yang ada di STIE Ibnu Sina Batam, sementara itu analisis lingkungan eksternal ditunjukan untuk mengetahui adanya peluang (Opportunities) yang dapat dimanfaatkan STIE Ibnu Sina Batam dalam indentifikasi secara dini akan adanya ancaman (Threat) terhadap STIE Ibnu Sina Batam agar resiko yang ditimbulkan dapat dikurangi dengan mempersiapkan tindakan antisipatif sebagai solusinya.

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian pada sekolah Tinggi Ibnu Sina Batam yang beralamat di jalan Teuku Umar Lubuk Baja kota Batam No. 55. Jadwal penelitian penulis direncanakan akan berlangsung kurang lebih 4 bulan mulai dari November 2013 – Februari 2014

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan nmenjadi dua, yaitu :

1. Data Primer, yaitu data yang penulis peroleh langsung dari obyek penelitian yang belum diolah untuk tujuan tertentu.
2. Dat Sekunder, yaitu data yang sudah dikelola sedemikian rupa baik oleh STIE Ibnu Sina maupun oleh penulis sendiri untuk tujuan tertentu.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap kegiatan perusahaan, agar yang diperoleh data yang obyektif dan berhubungan dengan masalah yang diteliti

2. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi langsung dengan pimpinan dan staf perusahaan serta berbagai pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti

3. Teknik pustaka

Yaitu dengan membaca buku - buku literatur yang ada kaitannya dengan proposal yang akan ditulis dengan metode penelitian

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dengan kata lain untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat guna menganalisis permasalahan yang ada, maka digunkaan analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT merupakan kegiatan yang paling penting dalam proses analisis memahami keseluruhan informasi yang terdapat pada suatu kasus. Menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi, dan memutuskan tindakan apa yang harus segera dilakukan untuk memecahkan masalah Perguruan Tinggi.

Untuk menganalisis posisi suatu instansi dalam sebuah persaingan dalam hal ini jasa pendidikan, maka STIE Ibnu Sina Batam menggunakan metode analisis SWOT agar dapat mengetahui masalah yang sedang terjadi. Sehingga semua permasalahan STIE Ibnu Sina secara tepat dan efektif dipergunakan. Caranya adalah, dengan memahami secara keseluruhan informasi yang ada dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

Analisis SWOT bukan audit yang akan muncul dalam rencana pemasaran. Analisis SWOT berisi informasi mengenai pengambilan strategi diantaranya adalah sebagai berikut :

- Strengths (Kekuatan)
- Weaknesses (Kelemahan)
- Opportunities (Peluang)
- Threats (Ancaman)

Analisis Strengths (S) dan Weaknesses (W) merupakan factor internal sebuah instansi, sedangkan Opportunities (O) dan Theats (T) disebut menjadi factor Eksternal. Analisis SWOT yang dilakukan STIE Ibnu Sina secara benar akan membantu STIE Ibnu Sina untuk mengidentifikasi isu-isu sebenarnya dimasa yang akan datang sebagai sesuatu yang harus diprioritaskan. Analisis SWOT juga memungkinkan STIE Ibnu Sina untuk mengambil keuntungan kesempatan dalam menganalisis kinerja STIE Ibnu Sina Batam.

1. Faktor Internal STIE Ibnu Sina Batam

1. Kekuatan (Strength) adalah keunggulan STIE Ibnu Sina Batam dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa antara lain :
 - a. Sudah TER-AKREDITASI

Mengingat pada saat ini instansi-instansi baik Pemerintahan maupun Swasta membutuhkan SDM yang berkualitas, namun tidak cukup hanya itu, karna instansi-instansi tersebut juga membutuhkan SDM lulusan dari Perguruan Tinggi yang telah TER-AKREDITASI, maka ini menjadi kekuatan STIE Ibnu Sina STIE Ibnu Sina Batam karena STIE Ibnu Sina telah TER-AKREDITASI sejak tahun 2007.

- b. Lokasi Strategis

Lokasi STIE Ibnu Sina Batam sangat strategis dan akses yang mudah dijangkau, berada di Jalan Teuku Umar Lubuk Baja yang berada di tengah-tengah Kota Batam.

- c. Memiliki Gedung Sendiri

Selain berada pada lokasi yang strategis STIE Ibnu Sina juga telah memiliki gedung sendiri

2. Kelemahan (Weaknesses) adalah kekurangan STIE Ibnu Sina Batam dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa antara lain :

- a. Belum Berjalannya Sistem Komputerisasi secara maksimal

Sistem Komputerisasi pada saat ini merupakan kebutuhan mutlak bagi STIE Ibnu Sina Batam guna meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa. Masalahnya di STIE Ibnu Sina ini system komputerisasi yang dimaksud tidak / belum berjalan sesuai dengan yang diharapkan. System komputerisasi berkaitan dengan system (networking) antara bagian dan unit di STIE Ibnu Sina Batam. Hal ini menyebabkan lemahnya kinerja STIE Ibnu Sina dari aspek manajemen informasi sehingga dapat berdampak pada lemahnya pelayanan pada mahasiswa.

- b. Waktu Tunggu
Waktu tunggu mahasiswa baik dalam proses administarsi pendaftaran, pembayaran pengambilan mata kuliah dan kartu hasil studi masih cukup lama. Hal ini terjadi karna masih menggunakan system manual.
- c. Terbatasnya Ruang Kelas
Terbatasnya ruang kelas juga merupakan salah satu kelemahan STIE Ibnu Sina. Hal ini terjadi terutama pada saat Ujian berlangsung dimana begitu sulit mengatur ruang kelas karna daya tampung kelas tidak sebanding dengan banyaknya jumlah mahasiswa.

2. Faktor Eksternal STIE Ibnu Sina Batam

1. Peluang (Opportunities) STIE Ibnu Sina Batam antara lain :
 - a. Hal ini dapat dimaklumi mengingat STIE Ibnu Sina Batam merupakan Perguruan Tinggi tertua di Kota Batam. Dari aspek biaya perkuliahan di STIE Ibnu Sina Batam inipun terbilang lebih rendah dibandingkan Perguruan Tinggi Swasta lain. Karena umurnya yang sudah lama, maka ini menimbulkan tingkat kepercayaan yang tinggi bagi mahasiswa Kota Batam khususnya. Kepercayaan ini harus dipegang dan diperhatikan sebaik-baiknya oleh jajaran manajemen STIE Ibnu Sina Batam dan mengembalikannya kepada mahasiswa dalam bentuk pelayanan yang lebih baik lagi, serta pengembangan STIE Ibnu Sina secara fisik yang lebih bermakna.
 - b. Permintaan Pasar
Mengingat kondisi pulau Batam yang sangat strategis serta merupakan kota industri, perdagangan dan pariwisata, dimana masyarakatnya rata-rata adalah pekerja yang jam kerjanya kebanyakan di pagi hari hingga sore hari, namun masih tetap menginginkan pendidikan yang tinggi. Hal ini memberikan peluang / kesempatan bagi STIE Ibnu Sina Batam karna STIE Ibnu Sina karena STIE Ibnu Sina melaksanakan aktifitas perkuliahan di sore hari dimana itu adalah jam pulang kerja, jadi masyarakat masih bisa untuk mengecap pendidikan di STIE Ibnu Sina Batam.
 - c. Kesadaran Masyarakat
Tripikal masyarakat Kota Batam sebagai kota industri yang dinamis memang sedikit berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia yang cenderung statis. Penulis melihat bahwa di kota Batam kesadaran masyarakat akan Pendidikan sudah mulai meningkat, hal ini merupakan peluang bagi STIE Ibnu Sina Batam.
2. Ancaman(Theaths) STIE Ibnu Sina Batam antara lain :
 - a. Persaingan
Saat ini sudah terdapat beberapa Perguruan Tinggi di Kota Batam milik swasta. Diantaranya Universitas Internasional Batam (UIB), Universitas Batam (UNIBA) Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) dan banyak lagi Perguruan Tinggi-Perguruan Tinggi yang ada di Kota Batam. Keadaan yang demikian memaksa STIE Ibnu Sina Batam untuk ikut dalam suatu persaingan antar Perguruan Tinggi. Ketatnya persaingan mengharuskan STIE Ibnu Sina memiliki strategi promosi yang handal untuk merebut pangsa pasar yang lebih besar.
 - b. Persaingan
Saat ini sudah terdapat beberapa Perguruan Tinggi di Kota Batam milik swasta. Diantaranya Universitas Internasional Batam (UIB), Universitas Batam (UNIBA) Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) dan banyak lagi Perguruan Tinggi-Perguruan Tinggi yang ada di Kota Batam. Keadaan yang demikian memaksa STIE Ibnu Sina Batam untuk ikut dalam suatu persaingan antar Perguruan Tinggi. Ketatnya persaingan mengharuskan STIE Ibnu Sina

memiliki staraeigi promosi yang handal untuk merebut pangsa pasar yang lebih besar.

c. Persaingan

Saat ini sudah terdapat beberapa Perguruan Tinggi di Kota Batam milik swasta. Diantaranya Universitas Internasional Batam (UIB), Universitas Batam (UNIBA), Universitas Riau Kepulauan (UNRIKA) dan banyak lagi Perguruan Tinggi-Perguruan Tinggi yang ada di Kota Batam. Keadaan yang demikian memaksa STIE Ibnu Sina Batam untuk ikut dalam suatu persaingan antar Perguruan Tinggi. Ketatnya persaingan mengharuskan STIE Ibnu Sina memiliki staraeigi promosi yang handal untuk merebut pangsa pasar yang lebih besar.

a. *Faktor Strategi Internal dan Eksternal STIE Ibnu Sina Batam*

Sebelum strategi di terapkan, perencanaan strategi harus menganalisis lingkungan eksternal untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman, lingkungan internal untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Masalah strategi yang harus dimonitor harus ditentukan, karena masalah ini mungkin dapat mempengaruhi STIE Ibnu Sina Batam, pada masa yang akan datang. Sebelum membuat matriks factor strategi eksternal dan internal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu factor strategi EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary) dan kemudian STIE Ibnu Sina Batam perlu mengidentifikasi factor strategi IFAS (Internal Strategi Faktor Analysis Summary).

Formula strategi pembuatan table EFAS dan IFAS disusun berdasarkan analisis yang diperoleh dari factor eksternal dan internal sebagai berikut :

Table 5.1 IFAS Matrik STIE IBNU SINA BATAM

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
1	2	3	4
Kekuatan (Strength) <ul style="list-style-type: none"> • Sudah Ter-Akreditasi • Lokasi yang Strategis • Memiliki Gedung Sendiri • Kesejahteraan Karyawan 			
Kelemahan (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> • System komputerisasi • Terbatasnya ruang kelas • Kurangnya fasilitas yang memadai • Sistem Pembayaran • Waktu Tunggu 			

Sumber : data yang diolah

Dari Table 5.1 IFAS (Internal Strategi Faktor Analysis Summary) diatas, kemudian disusun untuk merumuskan factor-faktor strategi internal yang dapat dijelaskan seperti berikut :

1. Kolom 1 (satu) ditentukan factor penentuan kekuatan serta kelemahan perusahaan.
2. Kolom 2 (dua) yaitu pemberian bobot,masing-masing factor diberi bobot dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting),berdasarkan pengaruh factor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan dan total akhir pada kolom 2 (dua) IFAS harus berjumlah sama dengan 1,00.
3. Kolom 3 (tiga) yaitu pemberian rating,masing-masing factor menghitung rating dengan memberikan skala kekuatan (strength).

Faktor angka penilaian :

4 = sangat baik

- 3 = di atas rata-rata
- 2 = rata-rata
- 1 = di bawah rata-rata

Faktor kelemahan (Weaknesses) pemberian nilai rating untuk masing-masing factor dengan skala selalu bertolak belakang dengan factor kekuatan (strength).Faktor angka penilaian:

- 4 = sangat baik
- 3 = di atas rata-rata
- 2 = rata-rata
- 1 = di bawah rata-rata

1. Untuk penilaian skor kalikan bobot pada kolom 2 (dua) dengan rating pada kolom 3 (tiga) untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4 (empat).Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing factor yang lainnya bervariasi dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (di bawah rata-rata).

2. Pada kolom 4 (empat),skor pembobotan dijumlahkan sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan.Nilai total ini menunjukkan bagaimana STIE Ibnu Sina Batam bereaksi terhadap factor strategi internal.

Table 5.2 EFAS Matrik STIE IBNU SINA BATAM

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Ranting	Bobot x Ranting
1	2	3	4
Peluang (Opportunities)			
<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan customer yang tinggi • Kesadaran Masyarakat • Permintaan Pasar 			
Ancaman (Threats)			
<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan 			

Sumber : data yang diolah

Dari table 5.2 EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*) di atas,kemudian disusun untuk meneruskan factor-faktor strategi eksternal yang dapat dijelaskan seperti berikut :

1. Kolom 1 (satu) ditentukan factor penentuan peluang serta ancaman perusahaan.
2. Kolom 2 (dua) yaitu pemberian bobot,masing-masing factor diberi bobot dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting),berdasarkan pengaruh factor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan dan total akhir pada kolom 2 (dua) EFAS harus berjumlah sama dengan 1,00.
3. Kolom 3 (tiga) yaitu pemberian rating,masing-masing factor menghitung rating dengan memberikan skala kekuatan (strength).

Faktor peluang (opportunities)

Faktor angka penilaian :

- 4 = sangat baik
- 3 = di atas rata-rata
- 2 = rata-rata
- 1 = di bawah rata-rata

Faktor ancaman (threats) pemberian nilai rating untuk masing-masing factor dengan skala selalu bertolak belakang dengan factor peluang (opportunities).Faktor angka penilaian :

- 4 = sangat baik
- 3 = di atas rata-rata
- 2 = rata-rata
- 1 = di bawah rata-rata

1. Untuk penilaian skor kalikan bobot pada kolom 2 (dua) dengan rating pada kolom 3 (tiga) untuk memperoleh factor pembobotan dalam kolom 4 (empat).Hasilnya berupa skor pembobotan

untuk masing-masing factor yang lainnya bervariasi dari 4,0 (sangat baik) sampai dengan 1,0 (di bawah rata-rata).

2. Pada kolom 4 (empat), skor pembobotan dijumlahkan sehingga diperoleh total skor pembobotan untuk perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana Perguruan Tinggi STIE Ibnu Sina Batam bereaksi terhadap factor strategi eksternal.

B. Analisis Positioning (Penentuan Posisi STIE Ibnu Sina Batam)

Untuk penentuan posisi STIE Ibnu Sina Batam, kita dapat menggunakan Matriks SWOT dengan table EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*) yang mencakup peluang dan ancaman, dan IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) yaitu kekuatan dan kelemahan dari STIE Ibnu Sina Batam. Dengan berdasarkan pada analisis total skor factor internal dan eksternal matriks.

Dapat kita analisis bahwa dengan total skor IFAS dapat dinilai dengan hasil jumlah sebesar = 2,86 dan EFAS sebesar = 2,60, dirumuskan, dianalisis dengan menggunakan matriks *General Electric*. Tujuannya adalah untuk dapat dengan mudah memformulasikan strategi yang kita peroleh dan dapat mengetahui di mana posisi STIE Ibnu Sina yang kita harapkan.

Table 5.3 Matrik Internal – Eksternal (IE Matrik)

STIE IBNU SINA BATAM

IFAS (2,86)

	HIGH (3-4) I	MEDIUM (2-3) II	LOW (1-2) III
HIGH (3-4) I	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Vertikal	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal	RETRECNCH- MENT Strategi Turnaround
MEDIUM (2-3)	STABILITY	GROWTH Konsentrasi Melalui Integrasi Horizontal STABILITY Profit Strategy	RETRENC-MENT Strategi Divestasi
LOW (1-2)	GROWTH Diversifikasi Konsentrik	GROWTH Diversifikasi Konglomerat	LIQWIDASI

Dari data table 5.3 di atas dapat dijelaskan bahwa strategi yang sesuai bagi STIE Ibnu Sina Batam dilihat dari nilai skor IFAS = 2,86 masuk ke kolom II MEDIUM yaitu nilai 2 – 3 dan nilai skor EFAS = 2,60 masuk ke kolom II MEDIUM yaitu nilai 2 – 3. Jadi, strategi yang dapat dilaksanakan oleh STIE Ibnu Sina Batam adalah GROWTH (Pertumbuhan) dengan konsentrasi melalui horizontal, stability dan profit strategy.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka yang dapat dilakukan STIE Ibnu Sina Batam ini sehubungan dengan strategi yang dilaksanakan adalah terus memperluas (Ekspansi) bidang usaha dengan cara meningkatkan atau menambah kualitas pelayanan dan meningkatkan kualitas produk serta jasa freight forwarding. Di samping itu, STIE Ibnu Sina Batam perlu meningkatkan aksesnya yang lebih luas, di mana tujuannya adalah untuk meningkatkan volume penjualan jasa serta menghindari adanya losses (kehilangan) penjualan dan kehilangan profit. Untuk itu, STIE Ibnu Sina Batam perlu menjaga stabilitas dengan tetap mempertahankan jenis pelayanan yang sudah dianggap baik dan meningkatkan jenis pelayanan yang dianggap masih di bawah standar rata-rata.

Usaha yang dapat dilakukan STIE Ibnu Sina Batam dalam hal ini adalah dapat dilakukan dengan cara meminimalkan biaya (*minimize cost*) sehingga dapat meningkatkan profit. Cara ini merupakan strategi yang sangat penting apabila kondisi STIE ini berada dalam tingkat pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing akan melakukan perang harga (*price war*) dalam usaha untuk meningkatkan pasar harga.

Dalam meningkatkan penjualan dan profit, strategi pertumbuhan harus berusaha memiliki kinerja serta produktivitas yang baik serta cenderung mengadakan konsentrasi agar dapat meningkatkan kekuatan atau posisi yang lebih kompetitif.

C. Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis factor-faktor strategi baik internal maupun eksternal yang terdiri factor kekuatan (strength) yaitu kekuatan apa yang dimiliki STIE Ibnu Sina Batam, kelemahan (weakness) yaitu kelemahan apa yang dimiliki oleh STIE Ibnu Sina Batam, peluang (opportunities) yaitu peluang yang ada, maupun ancaman (threats) yaitu ancaman yang dihadapi. Untuk menganalisis STIE Ibnu Sina Batam dapat menyusun strategi mempergunakan Matriks SWOT agar memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat.

Table 5.4 Diagram Matrik SWOT
STIE IBNU SINA BATAM

IFAS	STRENGTH (S) <ul style="list-style-type: none"> • Sudah Ter-Akreditasi • Lokasi Strategis • Memiliki Gedung Sendiri • Kesejahteraan Karyawan 	WEAKNESSES (W) <ul style="list-style-type: none"> • System komputerisasi • Terbatasnya ruang kelas • Kurangnya fasilitas yang memadai • Sistem Pembayaran • Waktu Tunggu
EFAS		
OPPORTUNITIES (O) <ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan customer yang tinggi • Kesadaran Masyarakat • Permintaan Pasar 	STRATEGY(SO) <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan Pelayanan kepada mahasiswa dengan kegiatan promotional mix yang lebih ditingkatkan intensitasnya • Menjaga dan memelihara pelayanan agar tetap dipercaya oleh mahasiswa 	STRATEGY (WO) <ul style="list-style-type: none"> • Memperbanyak hubungan yang baik dengan mahasiswa • Memberi insentif kepada karyawan dan memberikan penghargaan bagi yang berprestasi baik • Pendekatan terhadap mahasiswa secara face to face
Treaths(T) <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan 	STRATEGY (ST) <ul style="list-style-type: none"> • Tingkatkan market share dengan memperluas networking • Menjalin kerjasama aliansi strategic dengan berbagai instansi baik pemerintahan maupun swasta • Lebih mengutamakan tingkat kepuasan dan kenyamanan mahasiswa 	STRATEGY (WT) <ul style="list-style-type: none"> • Efisiensi disegala bidang • Tingkatkan pelayanan terhadap mahasiswa • Meningkatkan kesejahteraan karyawan

SIMPULAN

1. Perencanaan strategic suatu usaha pada era globalisasi seperti sekarang ini sudah merupakan suatu tuntutan. Perusahaan yang selalu berorientasi pada pelanggan seperti biasanya selalu menempatkan pelanggan sebagai bagian yang utama yang ikut menentukan keberlangsungan hidup suatu instansi. Instansi ini berusaha sekuat tenaga memenangkan persaingan yang sama dengan instansi lainnya. Selain kemampuan untuk tetap memberikan kepuasan pada pelanggan, maka sebaiknya perusahaan juga harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan yang terus berubah.
2. STIE Ibnu Sina Batam dapat mengetahui kekuatan (STRENGHT) dan kelemahan (WEAKNESS) yang ada didalam perusahaan tersebut. Selain itu juga harus dapat memanfaatkan (OPPORTUNITIES) dimasa yang akan datang dan berusaha untuk mengatasi ancaman-ancaman (THREATS) dan masalah-masalah yang ada melalui stategi yang ditetapkan berdasarkan kemampuan dan kekuatan STIE Ibnu Sina Batam

3. Analisis SWOT merupakan kegiatan yang paling penting dalam proses analisis memahami keseluruhan informasi yang terdapat dalam suatu kasus. Menganalisis situasi untuk mengetahui isu apa yang sedang terjadi dan memutuskan tindakan apa yang harus dilakukan untuk memecahkan masalah tersebut
4. Analisis lingkungan internal diajukan untuk mengetahui kekuatan (STRENGTH) dan kelemahan (WEAKNES) yang ada STIE Ibnu Sina sementara itu analisis lingkungan eksternal diajukan untuk mengetahui adanya peluang (OPPORTUNITIES) yang dapat dimanfaatkan dalam identifikasi secara dini akan adanya ancaman (THREAT) terhadap STIE Ibnu Sina agar resiko yang ditimbulkan dapat dikurangi dengan mempersiapkan tindakan antisipatif sebagai solusinya.
5. Tujuan analisis matrik IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Strategic Factor Analysis Summary) agar STIE Ibnu Sina lebih mudah memonitor strategi yang tujuannya adalah untuk dapat mengetahui strategi yang diperoleh STIE. Dari data analisis IFAS menunjukkan hasil skor yang diperoleh untuk STIE Ibnu Sina adalah 2,85 dan EFAS 2,60, bahwa STIE Ibnu Sina masuk kedalam strategi pertumbuhan berkonsentrasi melalui integrasi horizontal, stability dan profit strategi dimana yang dapat dilakukan oleh STIE Ibnu Sina yaitu memperluas dunia Pendidikan dengan cara meningkatkan kualitas dan pelayanan agar dapat menghindari kehilangan pelanggan yang berdampak pada profit.

SARAN

1. Disarankan kepada STIE Ibnu Sina Batam untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan unsur Promotion Mix termasuk didalamnya unsur periklanan, personal selling, sales promotion maupun publisitas. Kegiatan tersebut dapat dilakukan lewat media cetak maupun media elektronik dan dimaksudkan untuk lebih mengenalkan lagi STIE Ibnu Sina.
2. Untuk pencapaian realisasi pelayanan yang lebih optimal kepada customer, maka sebaiknya manajemen STIE Ibnu Sina perlu menyempurnakan kebijaksanaan dan strategi pemasaran yang ada dan yang telah dilaksanakan, sehingga mencapai sasaran yang lebih efektif agar dapat meningkatkan dan memuaskan konsumen.
3. Mengingat ketatnya persaingan antar perguruan tinggi khususnya di Kota Batam, dimana masing-masing perguruan tinggi berusaha untuk memperluas market share nya, maka hal ini perlu ditunjang kegiatan pemasaran jasa dengan mengadakan kegiatan promosi yang terarah dan terencana setiap tahunnya sehingga volume yang diharapkan dapat tercapai.
4. Pelayanan yang dilakukan selama ini dipandang sudah cukup memuaskan pelanggan. Hal ini perlu dipertahankan dan bahkan sangat perlu ditingkatkan lagi.
5. Disarankan kepada STIE Ibnu Sina Batam membuka website sendiri sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan volume penjualannya. Dengan adanya website tersebut, maka seluruh pelanggan atau bahkan calon pelanggan baik di dalam maupun di luar negeri mengetahui keberadaan STIE Ibnu Sina Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Freddy Rangky. (2002). *Analisis teknik membedah kasus bisnis*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- J. Suprpto (2002). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Rienika Tjipta
- Alex S Nitisemito (1996). *Marketing*. Cetak ke – 6 Jakarta : Ghalia Indonesia.
- James A.F Stoner. (1992). *Management” Second Edition*. Ph New Delhi

M.Manulung. (1995). *Manajemen Personalia*. Cetak ke-10 Jakarta :

Adrian Payne . (2000).*Service Marketing,Pemasaran Jasa*,Yogyakarta : Fandy Tjiptono.

Basu Swasta DH. (2000). *Manajemen Pemasaran Modern*,Yogyakarta : Liberty

J.Supranto. (1997).*Pengantar Metode Statistik*,Yogyakarta : Aksara.

J.Supranto. (1998).*Metode Riset dan Aplikasi Dalam Pemasaran*,Jakarta : LP-FEUI