



Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kualitas Lulusan Bidang Teknologi Informasi (Study Case STMIK Pelita Nusantara Medan)

Nora Anisa Br Sinulingga

Administrasi Perkantoran Politeknik Trijaya Krama, Medan, Indonesia

Email : Norrasinulingga@yahoo.com

Abstrak- Dalam meningkatkan kualitas lulusan perguruan tinggi harus melakukan strategi bauran pemasara terdiri dari Produk (Program Studi), Harga (Biaya Pendidikan), Tempat (Lokasi Kampus) dan Promosi (Web, Sosial Media). Produk (Program Studi) merupakan kesatuan rencana belajar sebagai pedoman penyelenggara pendidikan akademik atau professional. Program studi ini diselenggarakan atas dasar kurikulum yang ditunjukan agar mahasiswa dapat menguasai pengetahuan keterampilan dibidang teknologi informasi. Harga (Biaya Pendidikan) merupakan pengorbanan keuangan yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa dalam menempuh pendidikan di STMIK Pelita Nusantara Medan. Tempat merupakan lokasi dimana lembaga pendidikan berada yang biasaya ada kaitannya dengan jauh tidaknya dari kota (strategis). STMIK Pelita Nusantara sangat strategis yaitu berlokasi di JL. Iskandar Muda No 1 Medan. Promosi merupakan penyampaian informasi kepada masyarakat untuk memilih STMIK Pelita Nusantara. Promosi yang dilakukan STMIK Pelita Nusantara melalui online yaitu berupa WEB dan Sosial Media (Facebook, Whatsapp). Jika Perguruan Tinggi sudah menerapkan bauran pemasaran yang baik maka dapat mencetak tenaga kerja yang siap pakai terhadap perusahaan yang membutuhkan, dan mendapatkan lulusan yang berkualitas khususnya dibidang Teknologi Informasi.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Kualitas Lulusan

Abstract- In improving the quality of tertiary graduates, a marketing mix strategy must be carried out consisting of Product (Study Program), Price (Tuition Fees), Place (Campus Location) and Promotion (Web, Social Media). The product (Study Program) is a unified study plan as a guideline for administering academic or professional education. This study program is organized on the basis of a curriculum that is intended so that students can master knowledge and skills in the field of information technology. The price (education fee) is the financial sacrifice that will be incurred by students in studying at STMIK Pelita Nusantara Medan. Place is the location where the educational institution is located which is usually related to whether it is far from the city (strategic). STMIK Pelita Nusantara is very strategic, which is located on JL. Iskandar Muda No. 1 Medan. Promotion is the delivery of information to the public to choose STMIK Pelita Nusantara. Promotions carried out by STMIK Pelita Nusantara online are in the form of WEB and Social Media (Facebook, Whatsapp). If Universities have implemented a good marketing mix, they can produce a ready-to-use workforce for companies that need it, and get quality graduates, especially in the field of Information Technology.

Keywords: Marketing Mix, Quality of Graduates

1.PENDAHULUAN

Dewasa ini pendidikan semakin tahun mengalami pertumbuhan yang signifikan, karena pendidikan merupakan faktor pendukung yang memegang peranan penting di segala sektor. Manusia membutuhkan pendidikan dalam kehidupannya. Pendidikan adalah usaha agar manusia dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran. Menurut UU No 2 Tahun 1989 tentang sistem pendidikan nasional menyebutkan bahwa perguruan tinggi dapat berbentuk Akademik, Politeknik, Institut atau Universitas. Pendidikan tinggi ini dapat diselenggarakan oleh pemerintah dalam hal ini Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Perguruan Tinggi-PTS), departemen atau lembaga pemerintah yang lain (Perguruan Tinggi Kedinasian-PTK) atau masyarakat (Perguruan Tinggi Swasta-PTS). Saat ini kebutuhan jasa pendidikan, khususnya pendidikan tinggi semakin meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan ini menyebabkan kapasitas jasa pendidikan tinggi yang diselenggarakan pemerintah tidak lagi mampu menampung seluruh calon peserta didik[1].

Kondisi jumlah perguruan tinggi swasta yang sangat besar serta perubahan tuntutan mahasiswa dan calon mahasiswa terhadap atribut dan kinerja jasa pendidikan yang mereka dapatkan memicu meningkatnya intensitas persaingan antara penyedia jasa pendidikan tinggi. Sekarang ini penyedia jasa pendidikan tinggi dituntut untuk bisa menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan berusaha menawarkan jasa pendidikan tinggi yang sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa. Dalam mengembangkan atribut dan kinerja jasa perguruan tinggi, perguruan tinggi swasta perlu mempertimbangkan strategi pemasaran dalam bentuk kombinasi bauran pemasaran dengan kualitas lulusan yang tepat untuk memenangkan persaingan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 menyatakan bahwa Sistem Pendidikan Nasional memberikan dasar hukum



untuk membangun pendidikan nasional dengan menerapkan prinsip demokrasi, desentralisasi, otonomi, keadilan dan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Untuk itu, masyarakat di Indonesia berhak untuk mendapatkan pendidikan yang lebih baik guna menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas. Dalam rangka globalisasi perguruan tinggi juga dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas lulusannya karena perguruan tinggi merupakan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas sumber daya manusianya[2].

Perguruan tinggi juga merupakan institusi pendidikan yang melahirkan SDM-SDM berupa lulusan yang diharapkan siap diserap oleh masyarakat sebagai pengguna. Alumni/lulusan merupakan ujung tombak akuntabilitas sebuah universitas di mata masyarakat. Keberadaan dan aktivitas mereka akan membawa atribut perguruan tinggi, kelebihan, keunikan maupun kekurangan perguruan tinggi tidak akan lepas dari alumni. Alumni yang terserap pasar dengan baik, baik mereka berwirausaha maupun bekerja dengan orang lain, mampu menjadi dasar apakah keberadaan institusinya (program studi/jurusan/fakultas) masih akan dipertahankan atau tidak[3].

Kualitas lulusan yang baik, diharapkan dapat meningkatkan waktu tunggu lulusan dalam bekerja, karena diserap pasar dengan cepat. Apalagi dalam Borang Akreditasi, kurun waktu tunggu lulusan dan kepuasan konsumen pengguna lulusan menjadi salah satu item penilaian[4]. Hal ini sangat penting karena akreditasi program studi saat ini menjadi sesuatu yang *urgent*. Salah satu Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ingin meningkatkan kualitas lulusannya adalah STMIK Pelita Nusantara Medan, dalam meningkatkan kualitas lulusan bidang teknologi STMIK Pelita Nusantara Medan melakukan bauran pemasaran karena bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas lulusan. Menurut [5] Strategi bauran pemasaran terdiri dari Produk (Program Studi), Harga (Biaya Pendidikan), Tempat (Lokasi Kampus) dan Promosi (Web, Sosial Media).

Produk (Program Studi) merupakan kesatuan rencana belajar sebagai pedoman penyelenggara pendidikan akademik atau professional. Program studi ini diselenggarakan atas dasar kurikulum yang ditunjukkan agar mahasiswa dapat menguasai pengetahuan dan keterampilan dibidang teknologi informasi. Harga (Biaya Pendidikan) merupakan pengorbanan financial yang akan dikeluarkan oleh mahasiswa dalam menempuh pendidikan di STMIK Pelita Nusantara Medan. Tempat merupakan lokasi dimana lembaga pendidikan berada yang biasaya ada kaitannya dengan jauh tidaknya dari kota (strategis). STMIK Pelita Nusantara sangat strategis yaitu berlokasi di JL. Iskandar Muda No 1 Medan. Promosi merupakan penyampaian informasi kepada masyarakat untuk memilih STMIK Pelita Nusantara. Promosi yang dilakukan STMIK Pelita Nusantara melalui online yaitu berupa WEB dan Sosial Media (Facebook, Whatsapp). Jika Perguruan Tinggi sudah menerapkan bauran pemasaran yang baik maka dapat mencetak tenaga kerja yang siap pakai terhadap perusahaan yang membutuhkan, dan mendapatkan lulusan yang berkualitas khususnya dibidang Teknologi Informasi[6].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan survey, yaitu kegiatan pengumpulan data sebanyak-banyaknya mengenai fakta-fakta yang merupakan pendukung terhadap penelitian, dengan maksud untuk mengetahui status, gejala, menentukan kesamaan status dengan cara membandingkan standard yang sudah dipilih dan atau ditentukan [7] Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan tentang sifat-sifat (karakteristik) dari suatu keadaan atau objek penelitian), yang dilakukan melalui pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta pengujian statistic [8]). Sifat penelitian ini adalah *ekplanatory*, yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lain [9]

Fokus dan tujuan utama dari penelitian ini adalah ingin memanfaatkan secara optimal dengan cara menganalisis secara cermat, mendalam, dan komprehensif terhadap data tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara Medan. Dengan demikian penelitian ini merupakan studi kasus, dengan obyek penelitian adalah mahasiswa STMIK Pelita Nusantara Medan[10].

1 Alat dan Bahan

Alat dan bahan utama yang digunakan dalam penelitian terdiri atas hardware dan software. Hardware menggunakan seperangkat komputer dengan OS Windows 7, sedangkan softwarenya menggunakan SPSS 20[11].

2 Prosedur Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian dan analisa data yang dilakukan dengan metode ilmiah secara efisien dan sistematis yang hasilnya berguna untuk rngetahui suatu keadaan atau persoalan dalam usaha pengembangan ilmu pengetahuan untuk membuat keputusan dalam rangka pemecahan masalah.

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Library Research, yaitu Riset yang dilakukan dengan cara membaca dari buku-buku literature, majalah-majalah, bahan-bahan kuliah dan sumber-sumber lainnya yang mendukung data yang sesuai dengan objek penelitian.
2. Field Research, yaitu Riset yang dilakukan dengan cara terjun langsung kelapangan untuk memperoleh data-data yang lebih akurat terhadap objek yang akan diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Test

Variabel (Constan)	t	Sig.
X1	.182	.000
X2	.181	.069
X3	.053	.001
X4	.672	.000

Dari hasil pengolahan data diatas jelas terlihat bahwa variabel Produk (X1) memiliki nilai signifikan 0.000 itu berarti bahwa produk memiliki pengaruh terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara. Pada variabel Harga (X2) memiliki nilai signifikan 0.069 itu berarti tidak adanya pengaruh antara harga terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara, karena harga tidak dapat menentukan nilai kualitas lulusan, harga juga tidak dapat memainkan peran citra perguruan tinggi di STMIK Pelita Nusantara Medan. Variabel Tempat (X3) memiliki nilai signifikan 0.001 yang berarti bahwa tempat memiliki pengaruh terhadap kualitas lulusan mahasiswa, karena kampus STMIK Pelita Nusantara Medan sangat strategis, mudah dijangkau dan sangat berdekatan dengan kampus-kampus swasta ataupun PTN, sehingga dapat menjadi pembanding dan bertukar informasi. Nilai signifikan variabel Promosi (X4) sebesar 0.000 yang artinya adanya pengaruh promosi terhadap kualitas lulusan, karena jika memiliki kualitas lulusan yang baik maka secara tidak langsung mahasiswa ataupun alumni tersebut akan menjadi media pemasaran melalui Word of mouth (WOM).

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regresion Residual Total	17.174	.000

Berdasarkan hasil penelitian uji f terlihat bahwa nilai f hitung sebesar 17.174 dan nilai signifikan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 . Dari hasil tersebut didapat H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi) terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara Medan. Dengan demikian maka hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan landasan teori dan didukung oleh analisis data hasil uji instrument penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdiri dari variabel produk (X1), harga (X2), tempat (X3) dan promosi (X4) mempengaruhi kualitas lulusan (Y). Adapun hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel produk, tempat dan promosi terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara Medan. Tetapi berbanding terbalik dengan variabel harga yaitu dimana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kualitas lulusan di STMIK Pelita Nusantara karena menurut mahasiswa STMIK Pelita Nusantara Medan menganggap bahwa harga tidak dapat menentukan nilai kualitas lulusan, harga juga tidak dapat memainkan peran citra perguruan tinggi di STMIK Pelita Nusantara Medan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Belajar, A. Permainan, and U. Paud, "Al Fitrah Journal Of Early Childhood Islamic Education".
- [2] N. Yuniati, B. Eka Purnama, and G. Kristianto Nugroho, "Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif Ilmu Pengetahuan Alam Pada Sekolah Dasar Negeri Kroyo 1 Sragen," Online.



- [3] R. Nofianti, "INOVASI MEDIA PEMBELAJARAN CERITA BERGAMBAR DALAM UPAYA MENINGKATKAN KREATIFITAS ANAK USIA DINI DI PAUD UMMUL HABIBAH KELAMBIR V MEDAN," vol. 12, no. 2, 2019.
- [4] *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi (SENSASI)*. 2018. [Online]. Available: <http://seminar-id.com/semnas-sensasi2018.html>
- [5] Setyoningsih, "E LEARNING:PEMBELAJARAN INTERAKTIF BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI."
- [6] A. Putri, C. Budihartanti, P. Studi Sistem Informasi, S. Informasi, and S. Nusa Mandiri Jakarta, "JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing) KOMPARASI METODE SAW DAN MOORA DALAM PEMILIHAN JURUSAN PADA SMAN 108 JAKARTA." [Online]. Available: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisicom> Telp.+62-21-3905050,
- [7] N. Nurhaliza and R. Adha, "PERBANDINGAN METODE AHP, TOPSIS, DAN MOORA UNTUK REKOMENDASI PENERIMA BEASISWA KURANG MAMPU," *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, vol. 8, no. 1, pp. 23–30, 2022.
- [8] C. Fadlan, A. Perdana Windarto, and I. S. Damanik, "Penerapan Metode MOORA pada Sistem Pemilihan Bibit Cabai (Kasus: Desa Bandar Siantar Kecamatan Gunung Malela)," 2019. [Online]. Available: <http://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAIC>
- [9] M. S. Rais, "Sistem Pendukung Keputusan Untuk Pemilihan Lokasi Perumahan Menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP)," *Riau Journal Of Computer Science*, vol. 2, no. 2, pp. 59–72, 2016.
- [10] C. Budihartanti and A. Nasution, "KOMPARASI METODE SAW DAN MOORA PADA SMAN 15 JAKARTA DALAM PEMILIHAN SISWA BERPRESTASI," vol. 7, no. 2, 2020.
- [11] A. Afrisawati and S. Sahren, "ANALISIS PERBANDINGAN MENGGUNAKAN METODE MOORA DAN WASPAS PEMILIHAN BIBIT SAPI POTONG TERBAIK," *JURTEKSI (Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi)*, vol. 6, no. 3, pp. 269–276, Aug. 2020, doi: 10.33330/jurteksi.v6i3.827.