

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
LAMPUNG TIMUR**

TESIS



OLEH

TRI MARDIONO

NPM. 18710006

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

TAHUN 2020

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
LAMPUNG TIMUR**

Tesis

**Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Metro untuk memenuhi salah
satu persyaratan dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

**TRI MARDIONO
NPM. 18710006**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
TAHUN 2020**

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) LAMPUNG TIMUR

Oleh

Tri Mardiono, NPM.18710006. Strategi Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Lampung Timur. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro, Pembimbing (1). Dr. Bambang Suhada. S.E, M.Si, (2). Dr. Afdal Mazni. S.E, M.M.

Persaingan antar Perguruan Tinggi mengharuskan STIE Lampung Timur memiliki strategi pemasaran yang baik dan tepat agar tetap mampu bersaing dengan Perguruan Tinggi lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal STIE Lampung Timur, (2) mengetahui posisi persaingan STIE Lampung Timur, (3) mengetahui alternatif strategi pemasaran seperti apa yang dapat dipilih oleh STIE Lampung Timur dalam memasarkan produknya, (4) mengetahui strategi pemasaran yang paling tepat digunakan oleh STIE Lampung Timur dalam memasarkan produknya. Metode analisis menggunakan SWOT dan AHP. Hasil dari analisis SWOT menunjukkan STIE Lampung Timur berada pada posisi tumbuh dan berkembang dengan strategi pemasaran yang tepat adalah strategi pengembangan pasar (*market development strategy*). Dari analisis menggunakan AHP diperoleh alternatif strategi terpilih yakni strategi pengembangan pasar (*market development strategy*) dengan nilai PV (0,380). Dengan begitu strategi pemasaran yang tepat bagi STIE Lampung Timur yaitu strategi pengembangan pasar (*Market Development Strategy*).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, AHP.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY COLLEGE OF ECONOMIC SCIENCE OF EAST LAMPUNG

By

Tri Mardiono, NPM. 18710006. The Marketing Strategy College of Economics Science of the East Lampung. Master of Management. Study Program Postgraduate Program. University of Muhammadiyah Metro, Supervisor (1). Dr. Bambang Suhada. S.E, M.Sc, (2). Dr. Afdal Mazni. S.E, M.M.

STIE East Lampung has a good and appropriate marketing strategy to be able to compete with other tertiary institutions. The purpose of this study is to (1) Analyze the internal and external environmental conditions of College of Economics Science of the East Lampung, (2) Know the competitive position of College of Economics Science of the East Lampung, (3) Find alternative marketing strategies such as what College of Economics Science of the East Lampung can choose to market their products, (4) learn the most appropriate marketing strategies used by College of Economics Science of the East Lampung in marketing their products. The analysis method uses SWOT and AHP. The results of the SWOT analysis show College of Economics Science of the East Lampung in the position of growth and development with the right marketing strategy is the market development strateg. From the analysis using AHP obtained an alternative strategy chosen is the market development strategy with a PV value (0.380). That way the right marketing strategy for College of Economics Science of the East Lampung is the market development strategy.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, AHP.

PERSETUJUAN
TESIS
STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
LAMPUNG TIMUR

Oleh
TRI MARDIONO
NPM. 18710006

Pembimbing I



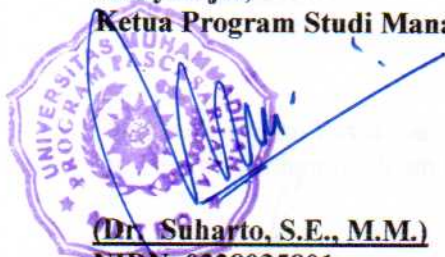
(Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si.)
NIDN. 004126401

Pembimbing II



(Dr. Afdal Mazni, S.E., M.M.)
NIDN. 0331106101

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Suharto, S.E., M.M.)
NIDN. 0228035801

PENGESAHAN

TESIS

STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

LAMPUNG TIMUR

Oleh

TRI MARDIONO
NPM. 18710006

Telah dipertahankan di depan tim penguji
Metro, 19 Mei 2020

Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si
NIDN. 004126401

Ketua

Dr. Afdal Mazni, S.E. M.M.
NIDN. 0331106101

Sekretaris

Prof. Dr. H. Karwono, M.Pd
Utama
NIDN. 0025035309

Penguji

Menyetujui,
Direktur Program Pasca Sarjana
Universitas Muhammadiyah Metro



Dr. Agus Sutanto, M.Si
NIP. 19620827 198803 1 001

MOTTO

“Kerugian materi dapat digantikan dengan industri, kerugian pengetahuan dengan belajar, kehilangan kesehatan dengan kendali diri sendiri atau obat-obatan, namun waktu yang kita lewati akan hilang selamanya”

~ *Samuel Smiles* ~

PERSEMBAHAN

Karya sederhanaku ini akan aku persembahkan untuk :

- ✓ Ayahanda dan Ibunda, yang selalu memberi motivasi dan doa untukku.
- ✓ Kepada Kakak-kakakku tercinta yang selalu setia mendampingi.
- ✓ Seluruh sahabat dan orang terdekatku yang telah memberikan warna dalam hidupku yang tak dapat kusebutkan satu persatu dan Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami persembahkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) LAMPUNG TIMUR” ini tepat pada waktunya. Dalam menyelesaikan Tesis ini penulis memperoleh banyak bantuan baik dari segi moril, materil serta dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga Tesis ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik. Untuk itu penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bapak Dr. Agus Sutanto. M.Si selaku direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Metro,
3. Bapak Dr. Suharto. S.E, M.M selaku Ketua Prodi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Bapak Dr. Bambang Suhada. S.E., M.Si. selaku Pembimbing I dalam penelitian ini yang telah banyak meluangkan waktu memberikan bimbingan, masukan serta arahan bagi penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.
5. Bapak Dr. Afdal Mazni, SE., M.M. selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan yang berguna bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Karwono, M.Pd. Selaku penguji yang telah memberikan saran dan arahan serta bahan pertimbangan dalam penyelesaian tesis ini.
7. Seluruh Teman-teman Pasca Sarjana Magister Manajemen Angkatan 2018 terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya selama ini, semoga tali silaturahmi kita tetap terjalin.
8. Seluruh Dosen/Staf Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberi ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis.

9. Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak sekali kekurangan, kesalahan serta jauh dari kesempurnaan. Hal itu mengingat kurangnya pengalaman penulis baik dari segi teori maupun praktek serta keterbatasan pengetahuan penulis. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan Tesis yang akan datang. Akhirnya dengan diselesaikan Tesis ini semoga dapat bermanfaat bagi pembaca. Amien

Metro, 4 Mei 2020



Tri Mardiono
NPM. 18710006

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Tri Mardiono

NPM : 18710006

Program Studi : Magister Manajemen (M.M)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) LAMPUNG TIMUR”** adalah karya saya dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam Tesis tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik dan akan mempertanggungjawabkannya secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

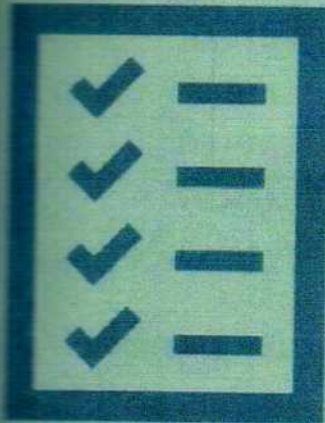
Metro, 4 Mei 2020
Yang membuat pernyataan,



Tri Mardiono
NPM. 18710006



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1126/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : TRI MARDIONO
NPM : 18710006
Jenis Dokumen : TESIS

Judul :

**STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
LAMPUNG TIMUR**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Mei 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jalan Dewantara No.116
Mulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
Email: upi.ummetro@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
LEMBAR PERSETUJUAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah, Batasan dan Rumusan Masalah	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Pembatasan Masalah	7
3. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Kajian Literatur	9
1. Pemasaran	9
2. Pemasaran Jasa Pendidikan	17
3. Strategi Pemasaran	18
4. Perumusan Strategi	19

5. SWOT	21
6. AHP	23
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	26
C. Kerangka Pemikiran	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	30
B. Obyek, Subyek dan Lokasi Penelitian	30
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	31
1. Populasi	31
2. Sampel dan Teknik Sampling	31
D. Teknik Pengumpulan Data	33
1. Data Primer	33
2. Data Sekunder	33
E. Teknik Analisa Data	34
1. Analisis Matriks IFE dan EFE	34
2. Analisis Matriks IE dan SWOT	35
3. Analisis AHP	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Profil STIE Lampung Timur	44
2. Sejarah STIE Lampung Timur	44
3. Izin Operasional	34
4. Status Badan Hukum	45
5. Visi Misi	45
6. Struktur Organisasi	46
7. Kondisi Lingkungan Internal STIE Lampung Timur	47
8. Kondisi Lingkungan Internal STIE Lampung Timur.....	55
B. Paparan Data Hasil Penelitian	58
1. Perumusan Alternatif Strategi Pemasaran	58
2. Cara yang Paling Tepat Digunakan Memasarkan Produk	81

C. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106

1. Resume	107
2. Sampul	108
3. Matriks	109
4. Matriks	110
5. Matriks	111
6. Matriks	112
7. Matriks	113
8. Matriks	114
9. Matriks	115
10. Matriks	116
11. Matriks	117
12. Matriks	118
13. Matriks	119
14. Matriks	120
15. Matriks	121
16. Matriks	122
17. Matriks	123