



Analisis SWOT Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru: Tinjauan Pustaka dan Eksplorasi Praktis

Syafril^{1*}, Sofia², Bobby Saputra³, Andi Makkulawu Panyiwi Kessi⁴

¹ Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin, Indonesia

²⁻³ Program Studi Manajemen STIE Muara Teweh, Indonesia

⁴ Program Studi Manajemen STIE Tri Dharma Nusantara Makassar, Indonesia

Email korespondensi: syafril.5t1m1@gmail.com¹, makkulawu.pkessi@gmail.com², sofiatajeri@gmail.com³, bobysaputrabyra@gmail.com⁴

Abstract: *This study aims to determine the implementation of new student admission strategies at STIMI Banjarmasin. This is a descriptive qualitative study aimed at comprehensively describing the phenomena occurring in the field based on non-numerical data collection. The method used is a literature study, which analyzes various theoretical references relevant to the identified problems. Practical exploration refers to a learning or problem-solving approach that emphasizes the direct application of knowledge, skills, and theory in real-world situations or through direct experience, rather than solely through theoretical or abstract study. The analytical tool used is a SWOT analysis, which systematically identifies various factors to formulate a company strategy. This analysis is based on logic that maximizes strengths and opportunities while simultaneously minimizing weaknesses and threats. The results of the study indicate several IFAS and EFAS strategies that STIMI Banjarmasin can implement to increase new student admissions.*

Keywords: *Opportunities; Strengths; SWOT Analysis; Threats; Weaknesses.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi STIMI Banjarmasin. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara komprehensif berdasarkan pengumpulan data non-numerik. Metode yang digunakan adalah metode studi pustaka merupakan yang menganalisis berbagai referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi dan dieksplorasi praktis mengacu pada pendekatan pembelajaran atau pemecahan masalah yang menekankan pada penerapan pengetahuan, keterampilan, dan teori secara langsung dalam situasi nyata atau melalui pengalaman langsung, bukan hanya melalui studi teoretis atau abstrak. Alat analisis yang digunakan yakni Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Hasil penelitian menunjukkan beberapa strategi IFAS dan EFAS yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi STIMI Banjarmasin untuk meningkatkan penerimaan mahasiswa baru.

Kata Kunci: Analisa SWOT; Ancama; Kekuatan; Kelemahan; Peluang.

1. LATAR BELAKANG

Analisa SWOT merupakan salah satu alat yang sering digunakan untuk membantu manajemen dalam memutuskan suatu strategi organisasi dalam meraih tujuannya. Untuk meraih suatu tujuan diperlukan strategi yang tepat agar mudah dicapai. Tujuan utama suatu perguruan tinggi adalah mendapatkan jumlah mahasiswa yang memenuhi kuota dalam satu periode agar perguruan tinggi tersebut dapat menghidupi dirinya sendiri dan terus berkembang. Sejak era reformasi perguruan tinggi diharuskan menghidupi dirinya sendiri tanpa subsidi dari pemerintah (Jannah, et al., 2025). Oleh sebab itu setiap perguruan tinggi harus menyusun strategi untuk mendapatkan mahasiswa sesuai kuota maksimal agar perguruan tinggi dapat bertahan dan terus berkembang. Salah satu alat untuk menyusun strategi tersebut dapat digunakan analisa SWOT.

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis yang bermanfaat dalam melakukan analisis strategi, dalam konteks artikel ini ditujukan untuk strategi penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi. Beberapa penelitian yang dilakukan (Winda Nurul Azizah, 2025), (Rizki & Wijaya, 2024) dan (Darus Winanten Piandani, et all., 2025) menyatakan bahwa Analisis SWOT adalah suatu proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perguruan tinggi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Oppotunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Dalam hal ini analisis SWOT mengoptimalkan kekuatan (strength), dan memanfaatkan peluang (oppurtunity), dengan meminimalkan kelemahan (weakness) dan memperkecil ancaman (threat). Menurut (Namugenyi, et all., 2019a), analisis SWOT dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi perusahaan, sesuai dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan serta bagaimana perusahaan dapat beradaptasi dengan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapinya. Penelitan dari (Winda Nurul Azizah, 2025) menyatakan konsep SWOT yang terbagi 4 indikator baik kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman, kemudian dari analisa tersebut dilakukan gambaran strategi SWOT yang menghasilkan internal (SO-WO) dan eksternal (ST-WT) serta diperoleh simpulan proses konsep SWOT yang sudah dilakukan

Dalam mendapatkan mahasiswa baru setiap perguruan tinggi memiliki strateginya masing-masing agar terpenuhinya kuota penerimaan mahasiswa baru. Persainngan untuk mendapatkan mahasiswa baru sangat ketat dimana setiap perguruan tinggi menawarkan kelebihanannya dan menutupi kekurangannya agar mahasiswa mau berkuliah di perguruan tinggi tersebut. Selain itu ancaman dari pesaing antar sesama perguruan tinggi juga harus diantisipasi dengan strategi yang benar agar mahasiswa tidak direbut perguruan tinggi lain. Setiap perguruan tinggi mempunyai peluang yang sama besarnya untuk mendapatkan mahasiswa baru sesuai dengan program studi dan jurusan yang ditawarkan kepada calon mahasiswa dan orang tuanya. Peluang yang ada harus diraih dengan strategi yang benar dan baik dengan cara promosi yang menarik dan tepat sasaran. Untuk itu program promosi perguruan tinggi sangat berperan besar dalam memperebutkan pangsa pasar mahasiswa baru yang semakin ketat dan kompetitif antar perguruan tinggi,

Dalam artikel ini sangat menarik sekali menggunakan analisa SWOT untuk menjabarkan strategi perguruan tinggi STIMI Banjarmasin mendapatkan mahasiswa baru. Penelitian ini mencoba mengabungkan beberapa strategi yang dilakukan oleh perguruan tinggi STIMI Banjarmasin untuk mendapatkan mahasiswa baru sesuai dengan target yang telah direncanakan. Dalam penulisan artikel ini menggunakan metode studi pustaka dimana data

sekunder diperoleh melalui buku, majalah, jurnal, dan artikel ilmiah. Selain itu artikel ini juga merupakan eksplorasi praktis langsung penulis terhadap objek penelitian dimana penulis merupakan dosen di perguruan tinggi STIMI Banjarmasin.

2. KAJIAN TEORITIS

Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah metode analisis strategi yang digunakan untuk menentukan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu bisnis (Prastiyo, 2018) dan (Halfi, et al., 2025a). Menurut (Sira Albina, et al., 2025), Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang diakui secara luas yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal suatu organisasi, serta peluang dan ancaman eksternal. Pendapat serupa disampaikan (Muhammad Fauzani, et al., 2018), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Pendapat dari (Fajar et al., 2022), Analisis SWOT adalah metode sistematis untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari lingkungan internal, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal.

Dalam risetnya (Nasruddin, et al., 2025) mengatakan Analisis (Halfi et al., 2025a) SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) dapat digunakan sebagai alat yang efektif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan saat membuat keputusan yang berkaitan dengan visi, misi, dan tujuan perusahaan. Analisis SWOT merupakan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi, proyek, atau individu. Untuk membuat keputusan yang lebih baik, teknik ini membantu memahami posisi internal dan eksternal. Sementara kekuatan dan kelemahan berkonsentrasi pada faktor internal, seperti sumber daya dan kapabilitas, peluang dan ancaman berkonsentrasi pada faktor eksternal yang dapat memengaruhi keberhasilan. Dalam analisis SWOT, kekuatan dapat berupa sumber daya manusia yang kuat, merek yang kuat, atau teknologi unggul. Salah satu contoh kelemahan adalah sistem organisasi yang tidak efektif atau kurangnya pendanaan.

Dengan demikian, SWOT relevan untuk perencanaan strategis dan evaluasi penerimaan mahasiswa baru pada perguruan tinggi. Analisis SWOT adalah teknik perencanaan strategis yang mengevaluasi kekuatan (kekuatan), kelemahan (kelemahan), peluang (peluang) dan ancaman (ancaman). dalam proyek atau bisnis, atau menilai lini produksendiri dan pesaing.

Dalam bidang pendidikan, institusi pendidikan dapat menggunakan SWOT untuk menentukan kekuatan mereka, seperti kurikulum yang unggul dan akreditasi perguruan tinggi.

Strategi

Strategi berasal dari kata “strategos” yang berarti perintah militer, atau apa yang dilakukan para jenderal ketika membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi adalah metode untuk mencapai tujuan jangka panjang (Sira Albina, et al., 2025). Menurut (Kotler, 2008) perencanaan strategi merupakan proses mengembangkan dan mempertahankan kecocokan strategis antara tujuan dan kemampuan organisasi serta peluang pemasaran yang sedang berubah. Perusahaan melalui proses perencanaan strategis dengan mendefinisikan keseluruhan tujuan dan misinya. Strategi adalah proses penentuan rencana yang difokuskan pada tujuan jangka panjang organisasi, termasuk penyusunan cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut (Lino, et al., 2025). Pendapat serupa disampaikan juga oleh (Derama & Aransyah, 2022) dan (Halfi et al., 2025b), dimana strategi adalah sebuah rencana untuk mencapai suatu tujuan, dapat diartikan juga sebagai arah keseluruhan dari suatu perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi adalah sebuah rencana untuk mencapai suatu tujuan, dapat diartikan juga sebagai arah keseluruhan dari suatu perusahaan. Strategi sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan, dengan dirancangnya sebuah strategi maka perusahaan dapat melakukan pengendalian terhadap segmentasi pasar, bauran pemasaran, anggaran, serta waktu (Alma B, 2011). Pentingnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang terhadap apa yang terjadi dimasa depan untuk mencapai keunggulan bersaing (Hasiholan, et al., 2021)..

Pemilihan strategi harus dilakukan secara cermat, disesuaikan dengan karakteristik bisnis dan kebutuhan audiens (Giandari Maulani, et al., 2025). Pendapat dari (Fajar et al., 2022) menyatakan strategi diartikan sebagai serangkaian pilihan kritis untuk merencanakan dan menerapkan tindakan serta mengalokasikan sumber daya demi mencapai tujuan jangka panjang dan keunggulan kompetitif. Karakteristik utama dari strategi meliputi berorientasi pada tujuan, berorientasi masa depan, terpadu, serta berkaitan dengan lingkungan internal dan eksternal. Dalam bukunya (Murhadi, 2024) menyatakan bahwa Inti dari konsep strategi adalah dinamika hubungan perusahaan dengan lingkungannya, dimana tindakan yang diperlukan diambil untuk mencapai tujuannya dan/atau meningkatkan kinerja melalui penggunaan sumber daya secara rasional.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2016), penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara komprehensif berdasarkan pengumpulan data non-numerik. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi penerimaan mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi pustaka dan eksplorasi praktis. Metode Studi pustaka merupakan yang menganalisis berbagai referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang telah diidentifikasi (Marzali, 2016) dan (syafil., et al., 2025). Eksplorasi praktis mengacu pada pendekatan pembelajaran atau pemecahan masalah yang menekankan pada penerapan pengetahuan, keterampilan, dan teori secara langsung dalam situasi nyata atau melalui pengalaman langsung, bukan hanya melalui studi teoretis atau abstrak.

Dalam penelitian dan pembahasan agar dapat terarah dan akurat, maka peneliti membatasi lingkup penelitian, khususnya analisis SWOT yang digunakan pada strategi penerimaan mahasiswa baru di STIMI Banjarmasin. Menurut (F. Rangkuti, 2014), analisis SWOT adalah identifikasi faktor-faktor strategis secara sistematis untuk merumuskan strategi. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan, strategi, dan kebijakan organisasi. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis organisasi (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT.

Faktor strategis internal dimasukkan dalam suatu matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan faktor strategis eksternal masuk kedalam matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Matriks IFE dan EFE disusun berdasarkan lima Langkah utama (David, F. R., David, 2017).

- a. Tulis semua faktor strategis internal yang mencakup *strength* dan *treat* serta faktor strategis eksternal yang memuat *opportunities* dan *treats*.
- b. Menentukan bobot setiap faktor dari nol (tidak penting) ke satu (sangat penting). Jumlah bobot untuk keseluruhan faktor adalah satu.

- c. Menentukan skor antara satu (paling lemah) sampai skor empat (paling baik) untuk setiap faktor sebagai gambaran strategi perusahaan saat ini dalam merespon setiap faktor tersebut.
- d. Menetapkan *weighted score* dengan mengkalikan bobot setiap faktor terhadap skor.
- e. Menjumlahkan *weighted score* antara *strength* dan *treat* dalam matriks IFE dan antara *opportunities* dan *treats* dalam matriks EFE.

Beberapa indikator yang dapat dijelaskan dalam matrik analisa SWOT sebagai berikut:

- a. IFAS, *internal strategic factory analysis summary* dengan kata lain faktor-faktor strategis internal suatu lembaga disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal dalam kerangka *strength and weaknesses*. Faktor Internal (IFAS): Kekuatan adalah kondisi yang memberikan keunggulan kompetitif, sementara kelemahan adalah kondisi yang menghambat kinerja.
- b. EFAS, *eksternal strategic factory analysis summary* dengan kata lain faktor-faktor strategis eksternal suatu lembaga disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam rangka *opportunities and threats*. Faktor Eksternal (EFAS): Peluang adalah situasi eksternal yang dapat dimanfaatkan, sedangkan ancaman adalah kondisi eksternal yang berpotensi melemahkan organisasi. Faktor eksternal dibagi lagi menjadi lingkungan mikro (pelanggan, pesaing, pemasok) dan lingkungan makro (ekonomi, demografi, teknologi, budaya).
- c. Strategi SO, strategi ini di buat berdasarkan jalan pikiran lembaga, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- d. Strategi ST, adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki lembaga untuk mengatasi ancaman.
- e. Strategi WO, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- e. Strategi WT, strategi ini didasrkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan pada Strategi penerimaan mahasiswa baru STIMI Banjarmasin, membandingkan antara faktor internal Kekuatan (*Strenght*) dan kelemahan (*Weaknesses*) dengan faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) sebagai berikut:

Faktor Internal

a. Strength (kekuatan)

Kekuatan perusahaan merupakan faktor internal yang harus dikembangkan untuk mendukung strategi perusahaan. Kekuatan perusahaan terbentuk diantaranya dari pengalaman puluhan tahun dan jaringan bisnis yang luas (Didi mulyadi1, 2021). Kekuatan yang relevan adalah Akreditasi kampus yang Baik Sekali dari organisasi yang mempunyai keistimewaan yang menjadikannya kompetitif dibandingkan pesaingnya. Adapun yang menjadi kekuatan pada STIMI Banjarmasin adalah:

- 1) Reputasi Akreditasi kampus yang Baik Sekali
- 2) Kualitas Sumber daya manusia (dosen dan tendik) yang baik
- 3) Mempunyai gedung kampus yang refresentatif ditengah kota
- 4) Fasilitas kuliah yang nyaman dan cukup lengkap

b. Weaknesses (kelemahan)

Weaknesses adalah suatu kondisi atau segala sesuatu yang membuat organisasi menjadi lemah atau cacat. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar terdapat dalam organisasi. Adapun yang menjadi kelemahan pada STIMI Banjarmasin adalah:

- 1) Keterbatasan pilihan jurusan dan program studi
- 2) Ikatan alumni yang kurang kuat
- 3) Keterbatasan peluang beasiswa mahasiswa
- 4) Tantangan dalam membangun brand *awareness*

Faktor Eksternal

a. Opportunities (peluang)

- 1) Peluang adalah kondisi lingkungan di luar organisasi yang bersifat menguntungkan sekaligus dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah usaha dan peluang dari STIMI Banjarmasin, adalah:
- 2) Peningkatan jumlah mahasiswa yang relatif stabil
- 3) Memorandum of Agreement (MoA) dengan pemerintah daerah untuk pengembangan pendidikan tiggi yang berkualitas.
- 4) Penggunaan *total marketing concept* untuk pemasaran
- 5) Strategi jemput bola langsung ke sekolah

b. *Threat* (Ancaman)

- 1) Ancaman adalah suatu kondisi eksternal yang dapat memengaruhi kelancaran sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman ini berasal dari lingkungan yang tidak bersahabat bagi Kaana STIMI Banjarmasin. Berikut adalah ancaman yang dapat diidentifikasi:
- 2) Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi
- 3) Perubahan preferensi mahasiswa dalam berkuliah
- 4) Kesulitan biaya kuliah bagi mahasiswa.
- 5) Peluang karier yang belum pasti

Analisis Faktor Strategi Internal dan Eksternal*Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)*

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal dalam kerangka Strength dan Weaknesses perusahaan.

Tabel 1. Internal Factor Evaluation (IFE).

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strength (Kekuatan)</i>				
1	Reputasi Akreditasi kampus yang Baik Sekali	0,30	5	1,50
2	Kualitas Sumber daya manusia (dosen dan tendik) yang baik	0,30	5	1,50
3	Mempunyai gedung kampus yang refresentatif ditengah kota	0,20	4	0,80
4	Fasilitas kuliah yang nyaman dan cukup lengkap	0,20	3	0,60
Total				4.40
<i>Weakness (Kelemahan)</i>				
1	Keterbatasan pilihan jurusan dan program studi	0,30	5	1,50
2	Ikatan alumni yang kurang kuat	0,30	3	0,90
3	Keterbatasan peluang beasiswa mahasiswa	0,20	3	0,80
4	Tantangan dalam membangun brand awareness	0,20	4	0,80
Total				4.20
Total				2,00

Sumber: Data dipoleh, 2025

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa STIMI Banjarmasin memiliki keunggulan yang sangat baik dalam Reputasi Akreditasi kampus Sangat Baik, Kualitas Sumber daya manusia dosen dan tenaga pendidikan, dan mempunyai gedung kampus yang refresentatif ditengah kota yang memiliki keunggulan kompetitif. Dengan skor 4.40 untuk faktor kekuatan, STIMI Banjarmasin berada pada posisi yang menguntungkan untuk bersaing di pasar. Reputasi akreditasi kampus yang saat ini grade Baik Sekali perlu ditingkatkan menjadi grade unggul agar menarik minat mahasiswa baru dan orangtuanya untk di kuliah di STIMI Banjarmasin. Faktor kualitas sumber daya manusia (dosen dan tendik) perlu dijaga dan ditingkatkan terus kualitasnya dalam hal pengajaran, penelitian dan pengabdian (Tri Darma Perguruan Tinggi).

Sedangkan untuk physical eviden gedung sarana perkuliahan juga harus mendapatkan perhatian khusus terutama lahan parkir kampus dan labiiratorium komputer secara maksimal untuk keperluan mahasiswa dan sarana perkuliahan.

Skor 4.20 untuk kelemahan merupakan hal yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan performa penerimaan mahasiswa baru. Penambahan jurusan dan program studi merupakan hal paling krusial untuk dapat di atasi, dimana semakin banyak pilihan jurusan dan program studi tentu akan menarik lebih banyak calaon mahasiswa baru. Selain itu STIMI vanjarmasin perlu juga meningkatkan brand awareness agar lebih dikenal masyarakat luas tertutama di Kalimantan Selatan. Ikatan alumni yang kuat bisa menjadi alat promosi mouth to mouth yang lebih efisien dan efektif dan penting juga bagi STIMI Banjarmasin menambah peluang beasiswa baru bagi para mahasiswa yang berprestasi akadeik dan dari kalangan yang kurang mampu.

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal dalam kerangka Opportunities dan Threats suatu usaha. nunjukkan adanya area-area yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan performa bisnis.

Tabel 2. Eksternal Factor Evaluation (EFE).

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)				
1	Peningkatan jumlah mahasiswa yang relatif stabil	0,20	3	0,60
2	Memorandum of Agreement (MoA) dengan pemerintah daerah untuk pengembangan pendidikan tigggi yang berkualitas	0,30	5	1,50
3	Penggunaan total marketing concept untuk pemasaran	0,25	4	1,00
4	Strategi jemput bola langsung ke sekolah	0,225	4	1,00
Total				4.10
Threath (Ancaman)				
1	Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi	0,30	5	1,50
2	Perubahan preferensi mahasiswa dalam kuliah	0,30	4	1,20
3	Kesulitan biaya kuliah bagi mahasiswa	0,20	3	0,60
4	Peluang karier yang belum pasti	0,20	3	0,60
Total				3,90
Total	2,00			0,20

Sumber: Data diolah, 2025

Pada hasil tabel 2 di atas STIMI Banjarmasin memiliki banyak peluang untuk berkembang seperti adanya Memorandum of Agreement (MoA) dengan pemerintah daerah untuk pengembangan pendidikan tinggi yang berkualitas, penggunaan total marketing concept untuk pemasaran, dan strategi jemput bola langsung ke sekolah, serta adanya peningkatan jumlah mahasiswa yang relatif stabil. Dengan skor 4.10, peluang-peluang ini menunjukkan

potensi besar bagi peningkatan penerimaan mahasiswa baru. Dalam hal dilakukannya MoA dengan pemerintah daerah ini merupakan salah satu strategi penting yang dilakukan oleh STIMI Banjarmasin dan diharapkan akan terus dikembangkan lagi dengan MoA dengan perusahaan dalam kesempatan magang dan rekrutment karyawan dari mahasiswa STIMI Banjarmasin.

Ancama utama berasal dari Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi yang tidak bisa dihindari karena masing-masing perguruan tinggi tentu mempunyai target dalam penerimaan mahasiswa baru, Perubahan preferensi mahasiswa dalam berkuliah merupakan fenomena faktor eksternal yang terjadi pada semua perguruan tinggi dimana banyak lulusan sekolah menengah atas yang memilih berkerja daripada berkuliah atau berkerja dulu baru berkuliah, Kesulitan biaya kuliah bagi mahasiswa merupakan hal lain yang menyebabkan banyak mahasiswa yang tidak berkuliah atau berhenti kuliah karena kesulitan biaya, serta peluang karier yang belum pasti yang dapat mengurangi daya saing dalam penerimaan mahasiswa baru dan akan berimbas terhadap pendapatan perguruan tinggi. Dengan skor 3,90 ancaman ini tetap harus diperhatikan secara serius untuk mendapatkan mahasiswa baru sesuai kuota yang ditargetkan perguruan tinggi.. Secara keseluruhan STIMI Banjarmasin berada dalam posisi yang lebih menguntungkan karena peluang yang lebih besar dibandingkan dengan ancaman.

Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan matriks yang disusun menggunakan variabel-variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diidentifikasi dalam faktor-faktor strategi internal dan strategi eksternal. Matriks SWOT ini menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Analisis matriks SWOT ini menggunakan data yang diperoleh dari tabel faktor strategi internal dan strategi eksternal STIMI Banjarmasin.

Tabel 3. Matrix SWOT.

IFE	
Strength (S)	Weaknesses (W)
1. Reputasi Akreditasi kampus yang Baik Sekali	1. Keterbatasan pilihan jurusan dan program studi
2. Kualitas Sumber daya manusia (dosen dan tendik) yang baik	2. Ikatan alumni yang kurang kuat
3. Mempunyai gedung kampus yang refresentatif ditengah kota	3. Keterbatasan peluang beasiswa mahasiswa
4. Fasilitas kuliah yang nyaman dan cukup lengkap	4. Tantangan dalam membangun brand awareness

EFE		
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
1. Peningkatan jumlah mahasiswa yang relatif stabil	1. Memperkenalkan reputasi akreditasi kampus lebih massif	1. Mengoptimalkan promosi jurusan dan prodi yang ada
2. Memorandum of Agreement (MoA) dengan pemerintah daerah untuk pengembangan pendidikan tinggi yang berkualitas	2. Meningkatkan lebih baik lagi kualitas sumber daya manusia untuk pelayanan prima	2. Melakukan tracer study dan reuni alumni untuk menjalin komunikasi antar alumni
3. Penggunaan total marketing concept untuk pemasaran	3. Memanfaatkan kampus yang refresentatif untuk melakukan pemasaran secara optimal	3. Menjalinkan kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan beasiswa bagi mahasiswa yang berprestasi dan/atau kurang mampu
4. Strategi jemput bola langsung ke sekolah	4. Menawarkan fasilitas kuliah yang nyaman dan lengkap sebagai daya tarik promosi kepada mahasiswa baru	4. Meningkatkan brand awareness agar lebih dikenal dikalangan masyarakat terutama mahasiswa baru dan orang tuanya
Threath (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Persaingan yang semakin ketat antar perguruan tinggi	1. Meningkatkan akreditasi kampus menjadi Unggul sebagai daya tarik bagi mahasiswa	1. Menambah jurusan atau program studi baru sebagai pilihan bagi mahasiswa baru
2. Perubahan preferensi mahasiswa dalam berkuliah	2. Meningkatkan kualitas dosen dan tenaga pendidikan sebagai preferensi sumber daya manusia pilihan yang tepat.	2. Memanfaatkan jaringan alumni yang sudah berkerja sebagai motor promosi <i>mouth to mouth</i> yang lebih efektif
3. Kesulitan biaya kuliah bagi mahasiswa	3. Meningkatkan fasilitas kuliah yang nyaman dan lengkap sesuai dengan biaya kuliah	3. Membuka peluang mendapatkan beasiswa bagi mahasiswa yang berprestasi akademik dan dari kalangan yang kurang mampu secara ekonomi
4. Peluang karier yang belum pasti	4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sistem pembelajaran yang adaptif terhadap kebutuhan pasar tenaga kerja	4. Meningkatkan brand awareness kampus agar lulusan perguruan tinggi lebih dikenal di pasar tenaga kerja

Simber: Data diolah, 2025

Dari table 3 matrik SWOT terdapat 4 matrik alternatif, yang dapat dilakukan yaitu:

- 1) Strategi SO (strategi kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada)
- 2) Strategi WO (strategi peluang untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki)
- 3) Strategi ST (strategi kekuatan dengan menghindari ancaman)
- 4) Strategi WT (strategi yang meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman).

Berikut adalah strategi yang dapat diterapkan berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dilakukan oleh peneliti pada STIMI Banjarmasin

Strategi (SO), implementasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Memperkenalkan reputasi akreditasi kampus lebih massif
- 2) Meningkatkan lebih baik lagi kualitas sumber daya manusia untuk pelayanan prima
- 3) Memanfaatkan kampus yang representatif untuk melakukan pemasaran secara optimal
- 4) Menawarkan fasilitas kuliah yang nyaman dan lengkap sebagai daya tarik promosi kepada mahasiswa baru

Strategi (ST), implementasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengoptimalkan promosi jurusan dan prodi yang ada
- 2) Melakukan tracer study dan reuni alumni untuk menjalin komunikasi antar alumni
- 3) Menjalinkan kerjasama dengan pemerintah untuk mendapatkan beasiswa bagi mahasiswa yang berprestasi dan/atau kurang mampu
- 4) Meningkatkan brand awareness agar lebih dikenal dikalangan masyarakat terutama mahasiswa baru dan orang tuanya

Strategi (WO), implementasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan akreditasi kampus menjadi Unggul sebagai daya tarik bagi mahasiswa
- 2) Meningkatkan kualitas dosen dan tenaga pendidikan sebagai preferensi sumber daya manusia pilihan yang tepat.
- 3) Meningkatkan fasilitas kuliah yang nyaman dan lengkap sesuai dengan biaya kuliah
- 4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan sistem pembelajaran yang adaptif terhadap kebutuhan pasar tenaga kerja

Strategi (WT), implementasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Menambah jurusan atau program studi baru sebagai pilihan bagi mahasiswa baru
- 2) Memanfaatkan jaringan alumni yang sudah berkerja sebagai motor promosi mouth to mouth yang lebih efektif
- 3) Membuka peluang mendapatkan beasiswa bagi mahasiswa yang berprestasi akademik dan dari kalangan yang kurang mampu secara ekonomi
- 4) Meningkatkan brand awareness kampus agar lulusan perguruan tinggi lebih dikenal di pasar tenaga kerja

Strategi merupakan proses penentuan rencana yang difokuskan pada tujuan jangka panjang organisasi, termasuk penyusunan cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam konteks perguruan tinggi swasta, seperti STIMI Banjarmasin, strategi pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam mencapai tujuan jangka panjang, yaitu

meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Strategi pemasaran ini bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan menetapkan strategi tepat sasaran yang dapat memenuhi target penerimaan mahasiswa baru.

Peningkatan penerimaan mahasiswa baru pada STIMI Banjarmasin harus selalu berusaha menjaga konsistensi sesuai kuota yang ada. Selain itu, perguruan tinggi swasta memang hidupnya berasal dari pendapatan dari mahasiswa berupa uang Kuliah Tunggal (UKT) atau Sumbangan Pembinaan Pendidikan (SPP). Semakin banyak jumlah mahasiswa yang diterima tentu akan semakin besar pula pendapatan perguruan tinggi tersebut yang digunakan untuk membiayai operasional kampus dan pengembangannya. Oleh sebab itu perguruan tinggi harus memiliki strategi yang jitu untuk menjaring mahasiswa agar berkuliah di perguruan tinggi tersebut. Strategi yang tepat diharapkan mampu menghasilkan pendapatan bagi perguruan tinggi untuk terus berkembang dan bersaing dengan perguruan tinggi lainnya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penerimaan mahasiswa baru di STIMI Banjarmasin dengan analisis SWOT dapat meningkatkan daya saing dan optimalisasi sumber daya yang ada untuk meraih tujuan. Optimalisasi sumber daya dan peningkatan kualitas perguruan tinggi menjadi strategi utama dalam menghadapi persaingan. Dengan menerapkan strategi inovatif total marketing konsep, strategi jemput bola ke sekolah, dan melakukan Memorandum of Agreement (MoA) dengan pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan kualitas sumber daya manusia daerah diharapkan akan meningkat jumlah penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi STIMI Banjarmasin.

Penelitian ini dilakukan secara objektif dengan tujuan memberikan informasi yang jelas terhadap kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam mendapatkan target penerimaan mahasiswa baru pada perguruan tinggi STIMI Banjarmasin. Penelitian ini memberikan alternatif strategi dengan menggunakan analisa SWOT dalam strategi penerimaan mahasiswa baru yang tentunya dapat digunakan juga oleh perguruan tinggi lainnya. Strategi yang digunakan oleh masing-masing perguruan tinggi dalam penerimaan mahasiswa baru tentu sangat beragam sesuai kebutuhan dan pengetahuan masing-masing pengelola perguruan tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat diterapkan agar penerimaan mahasiswa baru mencapai target sesuai kuota yang diharapkan diantaranya adalah meningkatkan akreditasi kampus menjadi kampus kategori Unggul, meningkat kualitas sumber daya manusia dosen dan tenaga pendidikan, meningkat brand awareness agar kampus lebih dikenal masyarakat, dan melengkapi fasilitas gedung perkuliahan yang refresntatif bagi

mahasiswa. Selain itu perlu dipikirkan untuk menambah jurusan dan program studi baru agar memberikan peluang lebih besar bagi mahasiswa dalam memilih jurusan dan program studi. Memanfaat jaringan alumni untuk promosi mouth to mouth, menambah jumlah beasiswa yang diberikan kepada mahasiswa berprestasi dan dari kalangan yang kurang mampu, dan meningkatkan brand awarness kampus STIMI Banjarmasin agar lebih dikenal masyarakat luas.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B. (2011). *Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum*. Alfabeta.
- Piandani, D. W., Pratomo, D., Tunggal, A., Sukamti, S., Hidayat, S., Soraya, N. I., Nurlaili, N., & K. K. D. (2025). Analysis of strength, weakness, opportunities, and threats in planning to improve the quality of education at SDN 003 Teluk Bayur, Berau Regency. *Sarcouncil Journal of Education and Sociology ISS*, 0(2011), 7–14. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15225348>
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach* (Pearson Education Limited, Ed.). Pearson Education Limited.
- Derama, T., & Aransyah, M. F. (2022). Analisis strategi pemasaran menggunakan metode analisis SWOT dan WASPAS pada jasa percetakan undangan Confetti Project, 8(1).
- Mulyadi, D. (2021). Analisis SWOT PT Sumo Advertising. *JUWIRA (Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan)*, 1, 15–20.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fajar, M., Putri, D., Utami, R. H., & Akbar, S. S. (2022). Strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada CV Jenang Mubarak Kudus. *Marketing strategy in enhancing competitiveness at CV Jenang Mubarak Kudus*.
- Maulani, G., Arnas, S., Apriyanto, A., Soeprapto, A., Rosalia, R., Syafril, S., & Mashud, M. I. (2025). *Pengantar bisnis digital* (W. Yuliani, Ed.; 1st ed.). Lingkar Edukasi Indonesia.
- Halfi, M., Syahputra, I., & Hasan, H. (2025a). *Brilliant International Journal of Planning and Development of Burai Tourism Village in Ogan Ilir Regency, South Sumatra*, 1–10.
- Halfi, M., Syahputra, I., & Hasan, H. (2025b). Planning and development of Burai Tourism Village in Ogan Ilir Regency, South Sumatra. *BIJMT: Brilliant International Journal of Management And Tourism*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/Muhammad> Halfi Indra Syahputra1, Hanif Hasan2
- Hasiholan, L. B., Amboningtyas, D., & Pambudy, A. P. (2021). Peranan analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pada franchise panganan ringan di Kota Semarang. *Media Sains Indonesia*.
- Jannah, T., Mohdari, T., & Tajeri, S. (2025). Analysis of the relevance between higher education graduates and job opportunities in the digital technology era in Indonesia. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 5(6), 3111–3121. <https://doi.org/10.60036/jbm.926>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Lino, P., Wibisono, L. K., & Rambulangi, A. C. (2025). Analysis of marketing strategy on Kaana Coffee in Toraja Utara Regency. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*, 1(1).

<https://doi.org/10.60036/jbm.551>

- Marzali, A. (2016). Menulis kajian literatur. *Jurnal Etnosia*, 1(2), 112–117.
- Fauzani, M., & Akramiah, N. (2018). Analisis SWOT dalam penentuan strategi. *Jurnal EMA – Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 2(2), 104–117.
- Murhadi, W. R. (2024). *Strategi kontemporer bisnis* (T. S. Iswahyudi, Ed.; 1st ed.). Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah Universitas Surabaya.
- Namugenyi, C., Nimmagadda, S. L., & Reiners, T. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145–1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283>
- Nasruddin, A., Ardiyan, A. A. I. E., & Latiep, W. K. T. I. F. (2025). *Pengantar manajemen bisnis* (R. A. P. Hardiyono, Ed.; 1st ed.). Reads Media Corp.
- Prastiyo, A. (2018). Strategi pemasaran produk jahe merah melalui analisis SWOT pada perusahaan UD. Barokah Ungaran. *Journal of Management*.
- Rizki, S., & Wijaya, F. (2024). Business development strategy using canvas business model and SWOT analysis on Bedroomstore.id. 7(1), 371–378.
- Sira, A., Beni, S., & Usman, Y. N. A. (2025). Evaluation of DapurSA business development based on SWOT analysis. *The 1st ICAMEBSS 2025*, 235–245.
- Sugiyono, S. (2016). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafril, Jannah, T., & Rifai, M. (2025). Disruption of the higher education system has impact on the high rate of educated unemployment in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, 5(2), 356–365. <https://doi.org/10.11594/jesi.05.02.12>
- Azizah, W. N. (2025). Penerapan metode SWOT pada strategi pemasaran penjualan produk tirai untuk customer di CV. Aneka Prima Sukses Abadi. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 4(1). <https://doi.org/10.55606/jupsim.v4i>