

STRATEGI PENERIMAAN MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS BINA DARMA FAKULTAS KOMPUTER PROGRAM STUDI KOMPUTERISASI AKUNTANSI

Baibul Tujni¹, Muhammadinah²

Dosen Universitas Bina Darma

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12, Palembang

Pos-el: baibul@yahoo.co.id¹, mdinah76@gmail.com²

Abstract: This study aims to determine the strategy adopted by Bina Darma University Faculty of Computer Programs Computerized Accounting in the context of new admissions. The analytical method used is the SWOT analysis. The results of this study indicate that the chosen strategy to be implemented with the approach - the approach as follows: (1) Strategic focus means that the selected alternative that is at the same kwardan focus objectives to be achieved, namely the organization's strengths (2)a joint strategy or strategy mix or multi-strategy, which means that there are four strategies are carried out simultaneously, namely by choosing one strategy from each quadrat of interrelated or that support the main strategy or focus.Basis for the determination or selection of alternatives is the most effective strategy in achieving established performance goals and the cheaper the cost and the most practical implementation.

Keywords: Admissions Strategy, SWOT Analysis

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan oleh Universitas Bina Darma Fakultas Komputer Jurusan Komputerisasi Akuntansi dalam rangka penerimaan mahasiswa baru. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dipilih strategi yang akan dilaksanakan dengan pendekatan – pendekatan sebagai berikut (1) Strategi fokus artinya dipilih alternatif yang berada pada kwardan yang sama dengan fokus tujuan yang akan dicapai, yakni pada peta kekuatan organisasi, (2) Strategi gabungan atau strategi mix atau strategi multi, artinya ada empat strategi yang dilakukan secara simultan, yakni dengan memilih satu strategi dari tiap kwadran yang saling terkait atau yang mendukung strategi utama atau fokus. Dasar penentuan atau pemilihan alternatif adalah strategi yang paling efektif dalam mencapai sasaran kinerja yang telah ditetapkan dan murah biayanya serta paling praktis pelaksanaannya.

Kata Kunci: Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru, Analisis SWOT

1. PENDAHULUAN

Perilaku siswa dalam memilih sekolah sama dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, menurut Nugroho (2002) perilaku konsumen merupakan proses pengambilan keputusan dan aktivitas masing-masing individu yang dilakukan dalam rangka evaluasi, mendapatkan, penggunaan, atau mengatur barang-barang dan jasa.

Berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memilih lembaga pendidikan telah

dilakukan beberapa penelitian sebelumnya diantaranya adalah penelitian Yulianto (2001) tentang faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa dalam memilih sekolah tinggi manajemen informatika dan komputer di kota Semarang yang menyimpulkan bahwa faktor produk, harga, promosi, lokasi, kebudayaan, kelas sosial, referensi, keluarga, personal traits, proses, kondisi fisik, motivasi, persepsi, belajar, dan sikap adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) di kota semarang dengan total prosentase varian