

ABSTRAK

Zami'ah, Chosnul. 2021. **Analisis SWOT Sebagai Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Universitas Panca Marga Probolinggo**. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan terhadap Perguruan Tinggi Universitas Panca Marga Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui Bagaimana Analisis SWOT Sebagai Penentuan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing, selain itu juga untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi di Universitas Panca Marga Probolinggo.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deksriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis data berupa pembobotan melalui IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*). Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Variabel yang diteliti adalah Analisis SWOT, Strategi Pemasaran dan Daya Saing di Universitas Panca Marga Probolinggo dengan melakukan wawancara secara tertutup dengan beberapa mahasiswa.

Hasil penelitian ini menunjukkan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dengan Kekuatan sebesar 2.09 dan Kelemahan sebesar 1.02 maka jika dijumlahkan keseluruhannya sebesar 3.11 dan hasil penelitian untuk EFAS (*Eksternal Factors Analysis Summary*) dengan Peluang sebesar 1.89 dan Ancaman sebesar 1.04 jika dijumlahkan keseluruhannya adalah 2.93. Maka dapat diketahui posisi Universitas Panca Marga berada pada kuadran I. Dengan kondisi seperti ini Universitas Panca Marga dihadapkan pada situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki nilai yang baik yaitu diposisi peluang/*Opportunities* (Promosi yang terbuka) dan kekuatan/*Strenght* (Semua program studi berakreditasi baik) sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki. Strategi pemasaran yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi agresif. Strategi ini menandakan keadaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk memikat calon mahasiswa baru. Dimana dalam strategi ini kampus diharapkan supaya bisa mempertahankan keadaan yang sudah berkembang dengan tetap menawarkan Program Studi yang sudah berakreditasi baik dengan melakukan promosi secara terbuka dan dengan memanfaatkan lokasi kampus yang dekat dengan batas kota serta memanfaatkan jaringan alumni mahasiswa UPM maka dapat menarik calon mahasiswa baru supaya bisa kuliah di UPM dan dengan tersedianya transaksi pembayaran di area kampus mahasiswa dengan mudah mendapatkan pelayanan administrasi yang ramah. Dalam strategi ini dapat meningkatkan daya saing pada Perguruan Tinggi Universitas Panca Marga.

Kata kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Daya Saing

ABSTRACT

Zami'ah, Chosnul. 2021. *SWOT Analysis as Determination of Marketing Strategies to Increase Competitiveness at the University of PancaMargaProbolinggo*. Management Study Program, Faculty of Economics, PancaMarga University, Probolinggo.

The research was conducted at the University of PancaMargaProbolinggo with the aim of knowing how to determine SWOT analysis as a determination of a marketing strategy to increase competitiveness, as well as to find out what are the strengths, weaknesses, opportunities and threats that occur at PancaMarga University of Probolinggo.

This type of research is descriptive quantitative using data analysis methods in the form of weighting through IFAS (Internal Factors Analysis Summary) and EFAS (External Factors Analysis Summary). The data sources used are primary data and secondary data. The variables studied were SWOT Analysis, Marketing Strategy and Competitiveness at PancaMarga University, Probolinggo by conducting closed interviews with several students.

The results of this study indicate IFAS (Internal Factors Analysis Summary) with a Strength of 2.09 and a Weakness of 1.02, so if the total is 3.11 and the results of the study for EFAS (External Factors Analysis Summary) with a probability of 1.89 and a threat of 1.04 when added together is 2.93. So it can be seen that the position of Panca Marga University is in quadrant I. Under these conditions Panca Marga University is faced with a very favorable situation because it has good values, namely in the position of opportunities / Opportunities (open promotions) and strength / Strength (All accredited study programs good) so that they can take advantage of existing opportunities with their strengths. The marketing strategy that must be applied in this condition is an aggressive strategy. This strategy indicates a strong condition and is able to continue to develop by taking existing opportunities or opportunities to attract prospective new students. Where in this strategy the campus is expected to be able to maintain a developing state by continuing to offer Study Programs that are well accredited by conducting open promotions and by utilizing the campus location close to city limits and utilizing the UPM student alumni network so that it can attract new prospective students so that can study at UPM and with the availability of payment transactions in the campus area, students can easily get friendly administrative services. In this strategy, it can increase the competitiveness of the PancaMarga University Colleges.

Keywords: SWOT analysis, Marketing Strategy, Competitiveness