

## **Analisis Peningkatan *Brand Awareness* Teknik Industri Menggunakan SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)***

<sup>1</sup>Uni Pratama Pebrina Tarigan, <sup>1</sup>Merryanti Hasibuan, <sup>1</sup>Indira Ruth S. Damanik

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Universitas Prima Indonesia  
Jl. Sampul No. 4 Medan

email: [unipratamapebrinatarigan@unprimdn.ac.id](mailto:unipratamapebrinatarigan@unprimdn.ac.id), [merryanti212134@gmail.com](mailto:merryanti212134@gmail.com)

**Abstrak.** Kebutuhan masyarakat akan perguruan tinggi yang semakin meningkat, dapat dilihat dari banyaknya perguruan tinggi yang bermunculan baik perguruan tinggi swasta (PTS) atau perguruan tinggi negeri (PTN) dimana persaingan masing-masing perguruan tinggi untuk mencetak mahasiswa yang berkualitas. Perguruan tinggi yang memiliki jurusan Teknik Industri di Indonesia cukup banyak. Hingga tahun 2021 Program Studi Teknik Industri terdaftar sebanyak 187 universitas. Salah satu universitas yang terdapat di Medan adalah Teknik Industri Universitas Prima Indonesia ini hingga tahun 2021 masih berakreditasi Baik Sekali. Pada penelitian ini dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan untuk mengetahui seberapa besar *awareness* calon mahasiswa ketika ingin memasuki universitas. Dalam penelitian ini digunakan analisis SWOT dan QSPM untuk mengetahui strategi-strategi apa yang cocok dalam kegiatan meningkatkan *awareness* tersebut. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi jurusan, sedangkan QSPM membantu menentukan strategi pemasaran yang paling efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jurusan berada pada kuadran I SWOT, yang mendukung penerapan strategi agresif. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap Jurusan Teknik Industri dan memperkuat daya saingnya di antara perguruan tinggi lainnya.

**Kata Kunci:** Brand Awareness, SWOT, QSPM, Strategi Pemasaran, Teknik Industri

### Pendahuluan

Pendidikan tinggi merupakan salah satu elemen kunci dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas dan kompetitif di era globalisasi. Dalam beberapa decade terakhir, persaingan antar perguruan tinggi di Indonesia semakin ketat, baik dalam aspek akademik, fasilitas, maupun pemasaran. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana meningkatkan awareness agar calon mahasiswa lebih mengenal dan tertarik untuk bergabung dengan jurusan tertentu. Jurusan teknik industry di universitas X telah memperoleh akreditasi A pada tahun 2022, sebuah pencapaian yang menunjukkan kualitas pendidikan yang kompeten. Namun, data survei pendahuluan menunjukkan bahwa awareness masyarakat terhadap jurusan ini masih rendah. Hanya 6% responden yang memilih teknik industry universitas X sebagai pilihan utama, dan 54% responden tidak mengetahui jurusan yang ada di fakultas teknik. Rendahnya kesadaran ini menunjukkan bahwa perlunya langkah strategis untuk memperbaiki citra jurusan dan menarik perhatian calon mahasiswa.

### Metodologi Penelitian:

Penelitian ini merupakan studi deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan data terkait tingkat brand awareness serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi citra jurusan.

#### 1. Data primer

- Kuesioner yang didistribusikan kepada 100 responden, meliputi siswa SMA kelas 3, calon mahasiswa, dan masyarakat umum. Responden dipilih secara acak dari berbagai lokasi untuk memberikan gambaran yang lebih representative.

#### 2. Data sekunder

- Informasi profil jurusan, akreditasi, jumlah mahasiswa, dan fasilitas yang tersedia di teknik industri universitas X

**Tabel 1. Matriks SWOT**

Aspek	Detail
Kekuatan	- Akreditasi A - Fasilitas modern seperti laboratorium simulasi - Mahasiswa aktif dalam penelitian dan pengabdian masyarakat
Kelemahan	- Minimnya dosen bergelar profesor - Belum memiliki kelas internasional - Publikasi ilmiah yang terbatas
Peluang	- Tingginya minat siswa SMA terhadap PTS - Kerja sama internasional yang potensial - Program beasiswa kompetitif
Ancaman	- Persaingan dengan universitas lain - Rendahnya daya beli masyarakat terhadap pendidikan tinggi

### **gambar 1. Kuadran SWOT**

berdasarkan skor IFE(2.781) dan EFE(2.754). Teknik Industri universitas prima Indonesia berada pada kuadran 1. Hal ini menunjukkan bahwa strategi agresif merupakan pendekatan yang tepat untuk meningkatkan brand awareness

### **kesimpulan**

penelitian ini menunjukkan bahwa awareness teknik Industri universitas X berada pada tingkat yang memerlukan perhatian yang serius. Berdasarkan analisis data survey yang dilakukan, diketahui bahwa tingkat kesadaran calon mahasiswa terhadap jurusan ini masih rendah, dengan hanya 6% responden yang memilih jurusan ini sebagai pilihan utama mereka (top of mind). Hal ini menjadi tantangan yang harus diatasi agar jurusan ini dapat bersaing secara efektif ditengah tingginya kompetisi antar perguruan tinggi di Indonesia.

Melalui analisis SWOT, ditemukan bahwa teknik industri di universitas X memiliki sejumlah kekuatan signifikan, seperti akreditasi A, fasilitas laboratorium yang modern, dan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industry. Namun, kelemahan internal, seperti kurangnya jumlah dosen S3, belum adanya kelas internasional, dan keterbatasan hak paten publikasi ilmiah, menjadi hambatan yang perlu segera diatasi.

Peluang besar juga terlihat dari minat tinggi mahasiswa terhadap jurusan teknik secara umum, serta potensi kerjasama strategis dengan industry. Disisi lain, ancaman seperti persaingan ketat dengan universitas lain yang memiliki akreditasi internasional, serta rendahnya daya beli masyarakat untuk melanjutkan pendidikan tinggi, menuntut adanya langkah inovatif dan strategis dari pihak jurusan.

Melalui analisis QSPM, tiga strategi utama yang paling relevan untuk meningkatkan awareness telah dirumuskan.

1. Promosi digital : Mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform digital untuk memperkenalkan jurusan kepada audiens yang lebih luas dengan konten yang menarik dan informative
2. Kemitraan Strategis dengan sekolah menengah atas: Melibatkan SMA dalam Roadshow, seminar, dan workshop guna membangun koneksi langsung dengan calon mahasiswa potensial
3. Optimalisasi fasilitas: Menonjolkan keunggulan fasilitas modern yang memiliki jurusan untuk menarik perhatian calon mahasiswa dan meningkatkan daya saing dengan institusi lain

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa jurusan teknik industry universitas X berada pada posisi yang mendukung penerapan strategi agresif. Dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara optimal, strategi yang dirumuskan diharapkan dapat meningkatkan brand awareness secara signifikan. Selain itu langkah-langkah strategis yang diambil juga dapat memperbaiki citra jurusan, memperkuat daya saing, dan meningkatkan jumlah pendaftar dari tahun ketahun.

Namun, keberhasilan implementasi strategi utama ini membutuhkan dukungan penuh dari pihak universitas, baik dalam bentuk pendanaan, pengelolaan sumber daya manusia, maupun keberlanjutan program-program promosi. Dengan demikian, jurusan teknik industry universitas X tidak hanya mampu meningkatkan awareness tetapi juga menjadi pilihan utama bagi calon mahasiswa yang ingin menekuni bidang teknik.

### **Daftar Pustaka**

1. David, F. R. (2011). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson.
2. Ranguti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membelokkan Strategi Korporat*. Gramedia Pustaka Utama.
3. Keller, K. L. (1993). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*. *Journal of Marketing*.
4. Assauri, S. (2013). *Manajemen Strategi untuk Bisnis dan Organisasi Publik*. Rajawali Pers.
5. Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.