



+62 878-9658-6407

087896586407

<https://dinastirev.org/JEMSI>editor@dinastirev.org

PERUMUSAN STRATEGI BAGI UNIVERSITAS PUTRA INDONESIA YPTK PADANG UNTUK MERAHAI KEUNGGULAN BERSAING

Vivi Nila Sari¹, Hapzi Ali²

¹⁾ Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

²⁾ Universitas Mercu Buana, Jakarta

ARTICLE INFORMATION

Received: 01 September 2019

Revised: 11 September 2019

Issued: 21 September 2019

Corresponding author: first author

E-mail:

vivinilasari@upiypk.ac.id



DOI:10.31933/JEMSI

Abstrak: Pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, semakin tinggi pendidikan suatu bangsa semakin tinggi pula tingkat kemakmuran. Dalam beberapa tahun terakhir terdapat fenomena pada Universitas Putra Indonesia Yptk Padang yaitu adanya fluktuasi jumlah mahasiswa baru. Dengan adanya fenomena tersebut yang berkepanjangan akan menimbulkan risiko atau dampak yang berpengaruh pada keuangan organisasi dan biaya belajar-mengajar. Dengan demikian organisasi harus mempunyai strategi yang selalu dievaluasi dan dirumuskan ulang untuk dapat bersaing dengan yang lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian antara perumusan strategi dan implementasi strategi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang (PTS); untuk mengetahui perumusan strategi pada Universitas Putra Indonesia Yptk Padang (PTS); untuk merumuskan strategi baru bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Hasil dari analisa evaluasi strategi bahwa asumsi kondisi internal dan eksternal dari beberapa unsur yang digunakan oleh Universitas Putra Indonesia Yptk Padang mengalami perubahan yang besar. Dengan adanya perubahan tersebut maka perlu perumusan strategi yang baru bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang. Hasil dari perumusan strategi yang menggunakan beberapa alat analisis, seperti Matrik EFE, Matriks IFE, SWOT/TOWS, Matrik SPACE, Matrik IE, dan Matrik QSPM maka telah menghasilkan beberapa alternatif strategi yang dapat dipilih oleh Universitas Putra Indonesia Yptk Padang. Kesimpulannya dari penelitian ini adalah dari evaluasi strategi menghasilkan adanya perbedaan asumsi unsur pada kondisi asumsi internal dan eksternal dengan kondisi internal pada saat ini dan masa mendatang Universitas Putra Indonesia Yptk

	<p>Padang. Dari hasil perumusan strategi dengan menggunakan beberapa alat analisis strategi, bahwa strategi yang sesuai dengan kondisi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang adalah strategi intensif.</p> <p>Kata Kunci: Perumusan strategi, Perguruan Tinggi Swasta, Keunggulan bersaing.</p>
--	--

PENDAHULUAN

Pada masa era globalisasi, mengakibatkan setiap organisasi berusaha untuk mempertahankan keberadaannya. Persaingan yang muncul menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi persaingan tersebut, organisasi harus memiliki strategi yang sesuai untuk mengahadapinya. Strategi tersebut pada dasarnya dapat member arahan kepada organisasi untuk menghadapi tantangan dan ancaman yang muncul pada saat ini maupun masa yang akan datang dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Dalam beberapa tahun terakhir terdapat fenomena pada PTS yaitu adanya kenaikan-penurunan (fluktuasi) jumlah mahasiswa baru. Dengan adanya fenomena tersebut yang berkepanjangan akan menimbulkan risiko atau dampak yang berpengaruh pada keuangan organisasi dan biaya belajarmengajar. Penyebab menurunnya jumlah minat calon mahasiswa baru pada Universitas Putra Indonesia Yptk Padang, salah satunya adalah perguruan tinggi negeri dari tahun ke tahun terus membuka banyak jurusan atau program studi baru. Adapun tantangan lain bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang, salah satunya dengan perumusan strategi bagi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang untuk meraih keunggulan bersaing.

Tujuan dari penelitian ini antara lain:

- a. Untuk mengetahui kesesuaian antara perumusan dan implementasi strategi
- b. Untuk mengetahui perumusan strategi pada Universitas Putra Indonesia Yptk Padang
- c. Untuk merumuskan strategi baru bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang.

KAJIAN PUSTAKA

Keunggulan bersaing (competitive advantage) menurut (Goyal, 2001) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi yang langgeng ketika menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli.

Menurut Eko Putra (2003), tidak ada istilah yang jelas untuk keunggulan bersaing baik dalam praktek maupun literatur dari strategi pemasaran. Kadang-kadang menggunakan istilah "kepentingan khusus" untuk mengartikan keunggulan yang relatif dalam kemampuan dan sumber daya. Keunggulan bersaing adalah jantung kinerja perusahaan dalam pasar persaingan. Keunggulan bersaing dapat dimiliki oleh perusahaan apabila perusahaan mau dan sadar akan lingkungan perubahan sekitar dan terus melakukan adaptasi dan motivasi mengenai kekuatan serta peluang yang ada. Disaat perusahaan dapat melakukan hal itu, maka perusahaan akan mampu meminimalkan segala kelemahannya serta ancaman yang ada dari lingkungan perusahaan, sehingga perusahaan memiliki daya saing daripada pesaing-pesaing lainnya. Analisis dan diagnosis keunggulan strategi adalah suatu proses dimana penyusun strategi memeriksa faktor-faktor keuntungan strategi suatu perusahaan untuk menentukan di mana kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga penyusun strategi dapat memanfaatkan secara efektif kesempatan

lingkungan dan menghadapi tantangan lingkungan (Kuncoro, 2005). Jika penyusun strategi tidak sepenuhnya menyadari kekuatan-kekuatan atau keuntungan-keuntungan strategi perusahaan, maka mereka tidak dapat memilih berbagai kesempatan lingkungan yang tersedia untuk pencapaian tujuan perusahaan dengan lebih sukses. Dengan analisis dan diagnosis faktor-faktor strategi, penyusun strategi dapat mengembangkan profile keuntungan strategi atau Strategic Advantage Profile (SAP) dan mempertemukannya dengan profile kesempatan dan tantangan lingkungan atau Environmental ThreatandOppurtunity Profile (ETOP) untuk menciptakan kondisi-kondisi optimal dalam menyelesaikan atau mengubah strategi atau kebijakan.

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Strategi

Strategi perusahaan diklasifikasikan atas dasar tingkatan tugas, yaitu strategi generik yang dijabarkan menjadi strategi utama atau induk. strategi utama (*Grand strategy*) selanjutnya dijabarkan menjadi strategi di tingkat fungsional perusahaan, yang disebut dengan strategi fungsional (Umar, 2003:31). Penjabaran strategi generic dan strategi utama disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Alternatif Strategi Strategi Generik Strategi Utama

Strategik generik	Strategi Utama
Strategi Integrasi Vertikal (<i>Vertical Integration Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Integrasi ke Depan (<i>Forward Integration Strategy</i>) • Strategi Integrasi ke Belakang (<i>Backward Integration Strategy</i>) • Strategi Integrasi Horisontal (<i>Horizontal Integration Strategy</i>)
Intensif (<i>Intensive Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> * Strategi Pengembangan Pasar (<i>Market Development Strategy</i>) • Strategi Pengembangan Produk (<i>Product Development Strategy</i>) • Strategi Penetrasi Pasar (<i>Market Penetration Strategy</i>)
Strategi Diversifikasi (<i>Diversification Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Diversifikasi Konsentrik (<i>Concentric Diversification Strategy</i>) • Strategi Diversifikasi Konglomerat (<i>Conglomerat Diversification Strategy</i>) • Strategi Diversifikasi Horisontal (<i>Horizontal Diversification Strategy</i>)
Strategi Bertahan (<i>Defensive Strategy</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Strategi Patungan (<i>Joint Venture Strategy</i>) • Strategi Penciutan Biaya (<i>Retrenchment Strategy</i>) • Strategi Penciutan Usaha (<i>Divestiture Strategy</i>) • Strategi Likuidasi (<i>Liquidation Strategy</i>)

Sumber: David dalam Umar (2003:43)

Analisis dan pilihan strategi merupakan langkah dalam manajemen strategi yang

dilakukan manajer untuk mempertimbangkan alternatif-alternatif strategi yang mana akan digunakan oleh organisasi. Alat yang dapat diterapkan untuk semua ukuran dan jenis organisasi serta dapat membantu para penyusun strategi mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memilih strategi.

Pada tahap satu, yaitu tahap masukan (*input stage*), terdapat tiga alat analisis yang dapat dipakai sebagai masukan dalam proses perumusan strategi, antara lain *External Factor evaluation (EFE) Matrix*, *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix*, dan *Competitive Profil Matrix (CPM)*. Ketiga matrik ini bertugas menyimpulkan informasi dasar yang diperlukan untuk merumuskan strategi.

Pada tahap kedua yaitu *matching stage*/tahap pencocokan berfokus pada pembangkitan strategi-strategi alternatif yang dapat dilaksanakan melalui penggabungan penilaian faktor eksternal dan faktor internal utama. Terdapat lima alat analisis yang dapat digunakan pada tahap ini, antara lain

Threat Opportunities Weaknesses Strength (TOWS) Matrix, *Strategic Position and Action Evaluation (SPACE) Matrix*, *Boston Consulting Group (BCG) Matrix*, *Internal External (IE) Matrix*, dan *Grand Strategy Matrix*. Pada tahap ketiga yaitu tahap keputusan (*decision stage*), hanya terdapat satu alat analisis berupa *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Matrik ini menggunakan input informasi dari tahap pertama untuk mengevaluasi secara obyektif strategi-strategi alternatif hasil dari tahap kedua yang dapat diimplementasikan, sehingga ia memberikan suatu dasar yang obyektif bagi pemilihan strategi yang paling sesuai.

Kerangka Kerja Evaluasi Strategi

Menurut David (2009:506) terdapat tiga buah kerangka kerja strategi, yaitu:

Mengkaji landasan strategi perusahaan Peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang menjadi landasan strategi saat ini harus terus-menerus dimonitor untuk mengetahui adanya perubahan. Karenanya, penting bagi perusahaan untuk selalu mengkaji landasan strategi perusahaan agar mampu menyesuaikan terhadap perubahan.

Membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan Aktivitas ini menjadi sarana untuk mengukur kinerja organisasi individu, dan mengkaji kemajuan yang dibuat ke arah pencapaian tujuan yang diterapkan. Tujuan jangka panjang maupun tahunan biasanya dipakai sebagai dasar dalam proses ini. Mengambil tindakan koreksi adalah kegiatan terakhir dalam proses evaluasi strategi. Kegiatan ini menuntut perubahan posisi perusahaan agar lebih berdaya saing.

Kerangka Penelitian

Agar penelitian ini dapat terarah dengan sistematis maka perlu kerangka pemikiran. Menurut Sekaran (2006) kerangka teoritis adalah model konseptual yang berkaitan dengan bagaimana seseorang menyusun teori atau menghubungkan secara logis beberapa faktor yang dianggap penting untuk masalah penelitian. Kerangka konseptual ini dibangun berdasarkan fakta, teori, penelitian terdahulu, dan landasan empiris. Keberadaan organisasi selalu dilingkupi oleh lingkungan yang berkembang secara dinamis. Berdirinya sebuah organisasi tentu mempunyai visi dan misi, dan visi misi ini menjadi arah kegiatan organisasi. Lingkungan organisasi ini terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki organisasi. Sedangkan, lingkungan eksternal berkaitan dengan peluang dan ancaman dari luar organisasi. Menghadapi kedua lingkungan tersebut, organisasi harus mempunyai strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Sehingga dengan demikian perusahaan/organisasi harus selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan. Jika organisasi tidak mampu menyesuaikan diri maka akan tertinggal dengan

organisasi lain yang menjadi pesaingnya.

Dalam manajemen strategic (David) ada beberapa alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi. Pertama, tahap input yaitu dengan menggunakan Matriks IFE dan EFE. Tahap kedua, yaitu tahap pencocokan dapat berupa Matrik SWOT/TOWS, SPACE, dan IE. Tahap ketiga, yaitu tahap keputusan dengan menggunakan matriks QSPM. Setelah merumuskan strategi alur berikutnya adalah mengimplementasikan strategi yang telah dibuat, kemudian alur yang terakhir mengevaluasi strategi yang telah berjalan. Kerangka pikir ini dibuat berdasarkan dari teori (David:2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada tiga tahap dalam perumusan strategi dengan menggunakan model David. Tahap pertama adalah tahap input, tahap kedua adalah tahap pencocokan, dan tahap ketiga adalah tahap keputusan. Dalam penelitian ini, tahap input terdiri dari matrik evaluasi faktor eksternal, dan matrik evaluasi faktor internal. Tahap pencocokan terdiri dari Matrik *Threat Opportunities Weaknesses Strengths* (TOWS), Matrik SPACE, dan Matrik IE, dan tahap ketiga adalah tahap keputusan dengan menggunakan Matrik QSPM.

Tabel 2. MATRIK IFE

No.	Strength	Bobot	Peringkat	Skor
1	Jumlah mahasiswa saat ini	0.09	4	0.36
2	Jumlah sdm yang cukup	0.09	4	0.36
3	Kualitas sdm yang baik	0.08	4	0.32
4	Berpengalaman sebagai pts cukup baik	0.07	3	0.21
5	Alumni yang tersebar diberbagai daerah	0.08	3	0.24
6	Variasi program studi	0.05	2	0.1
7	Teknologi yang digunakan	0.08	3	0.24
8	Mempunyai mou dengan perusahaan	0.09	4	0.36
9	Biaya pendidikan	0.07	3	0.21
10	Lokasi yang strategis	0.06	2	0.12
No.	Weakness	Bobot	Peringkat	Skor
1	Sarana dan fasilitas kurang	0.05	3	0.15
2	Perawatan sarana dan gedung belum optimal	0.05	2	0.1
3	Kenyamanan lingkungan yang kurang kondusif	0.07	2	0.14
4	Fasilitas labor kurang memadai	0.07	4	0.28
		1		3.19

Hasil pengolahan dengan menggunakan Matrik IFE adalah dengan total skor 3,19. Hal ini menunjukkan bahwa Universitas Putra Indonesia Yptk Padang di atas rata-rata dalam usahanya untuk menjalankan strategi yang memanfaatkan peluang eksternal dan menghindari ancaman. Setelah melakukan audit eksternal dan internal, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis dengan menggunakan Matrik TOWS. Adapun hasil analisis Matriks TOWS pada Universitas Putra Indonesia Yptk Padang dapat dilihat

Tabel 3. MATRIK EFE

No.	Opportunity	Bobot	Peringkat	Skor
1	Prospek kerjasama dengan instansi lain	0.1	3	0.3
2	Program pemerintah terkait pendidikan	0.09	2	0.18
3	Kelemahan pesaing utama	0.08	3	0.24
4	Kepercayaan masyarakat terhadap Universitas Putra Indonesia Yptk Padang	0.09	3	0.27
5	Organisasi kampus yang aktif	0.1	4	0.4
6	Pola hidup masyarakat yang memprioritaskan pendidikan	0.09	3	0.27
7	Citra kampus (akreditasi)	0.1	4	0.4
No.	Threats	Bobot	Peringkat	Skor
1	Pesaing semakin banyak	0.1	4	0.4
2	Peraturan pemerintah yang kurang memihak	0.08	2	0.16
3	Perubahan teknologi	0.08	3	0.24
4	Kekuatan pesaing utama	0.09	2	0.18
		1		3.04

Hasil pengolahan dengan menggunakan Matriks EFE mendapat total skor sebesar 3,04. Hal ini menunjukkan bahwa Universitas Putra Indonesia Yptk Padang di atas rata-rata dalam kekuatan internal keseluruhannya.

Tabel 4. MATRIKS CPM

No. Faktor	Bobot	STT Ibnu Sina		Unrika		Upb	
		Peringkat	Bobot	Peringkat	Skor	Peringkat	Skor
1 Akreditasi	0.15	4	0.6	4	0.6	3	0.45
2 Biaya kuliah	0.15	3	0.45	2	0.3	3	0.45
3 Promosi	0.1	3	0.3	2	0.2	2	0.2
4 Fasilitas	0.15	4	0.6	4	0.6	2	0.3
Lokasi							
5 Strategis	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
6 Eksistensi pt	0.1	3	0.3	2	0.2	4	0.4
7 Sdm pengajar	0.25	4	1	4	1	3	0.75
Total	1		3.55		3.2		2.85

Tabel 5. ANALISA SWOT

IFE EFE ↓	→	KEKUATAN	KELEMAHAN
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah sdm yang cukup 2. Mempunyai mou dengan perusahaan 3. Jumlah mahasiswa saat ini 4. Teknologi yang digunakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana dan fasilitas kurang 2. Perawatan sarana dan gedung belum optimal 3. Kenyamanan lingkungan yang kurang kondusif 4. Fasilitas labor kurang memadai
PELUANG		STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Prospek kerjasama dengan instansi lain 2. Kepercayaan masyarakat terhadap Universitas Putra Indonesia Yptk Padang 3. Organisasi kampus yang aktif 4. Citra kampus (akreditasi) 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan kerjasama dengan instansi baik pemerintah maupun swasta untuk menjaring calon mahasiswa H 2. Menyebar brosur ke sekolah maupun instansi serta masyarakat umum (S2; O2) 3. Mengadakan sosialisasi dan event-event bertemakan pendidikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah sarana dan prasarana
ANCAMAN		STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing semakin banyak 2. Peraturan pemerintah yang kurang memihak 3. Perubahan teknologi 4. Kekuatan pesaing utama 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka pendaftaran dengan berbagai jalur 2. Meng-update selalu penggunaan teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas penggunaan teknologi

- Berdasarkan
- 1) Strategi SO adalah menggunakan kekuatan internal organisasi untuk meraih peluang yang ada, antara lain:
 - a. Mengadakan kerjasama dengan instansi baik pemerintah maupun swasta untuk menjaring calon mahasiswa
 - b. Menyebar brosur ke sekolah maupun instansi serta masyarakat umum
 - c. Mengadakan sosialisasi dan event-event bertemakan pendidikan
 - 2) Strategi ST adalah membuka pendaftaran dengan berbagai jalur dan meng-update selalu penggunaan teknologi

- 3) Strategi WO adalah menambah sarana dan prasarana kampus
- 4) Stratego WT adalah meningkatkan kualitas penggunaan teknologi

Tabel 6. Matrik space

Aspek-Aspek Strategi	Rating
Kekuatan keuangan / financial strength (FS)	
Modal usaha/keuangan yang dimiliki	5
Rasio aktifitas	5
Rasio profitabilitas	4
Rasio pertumbuhan	4
Kekuatan industry / industry strength (IS)	
Penguasaan teknologi	5
Pendidikan karyawan	6
Kualitas karyawan	5
Penelitian karyawan	4
Tri darma perguruan tinggi	4
Environmental stability (ES)	
Kondisi perekonomian Negara	-3
Perubahan teknologi	-3
Persepsi masyarakat terhadap PTS	-3
Kondisi persaingan	-4
Competitive advantage (CA)	
Tingkat produktifitas karyawan	-3
Pembagian tugas yang jelas	-4
Citra organisasi	-3
Struktur jabatan	-3
Variasi jurusan yang ditawarkan	-2
Luas jangkauan pasar	-2

Kesimpulan :

Rata-rata FS adalah 4,5

Rata-rata IS adalah 4,8

Rata-rata ES adalah -3.25

Rata-rata CA adalah -2.83

Koordinat arah vector sumbu x = 1.25 Sumbu y = 1.97

Universitas Putra Indonesia Yptk Padang harus menjalankan strategi agresif

4.0	3.0	2.0	1.0
I	II	III	
IV	V	VI	
VII	VIII	IX	

Gambar1. MATRIK IE

Dari hasil analisis diatas, Universitas Putra Indonesia Yptk Padang mempunyai posisi pada kuadran I, dimana universitas berada pada posisi yang baik untuk memanfaatkan kekuatan intenal, serta mengambil keuntungan dari peluang eksternal, oleh karena itu strategi yang sesuai dipakai menurut matrik I adalah *growth and build*.

KESIMPULAN DAN SARAN

- 1) Ada sembilan unsur yang mempengaruhi kondisi internal dan tujuh unsur yang mempengaruhi kondisi eksternal organisasi. Kondisi internal yang mempengaruhi adalah segmentasi pasar, kualitas karyawan, modal/keuangan, biaya pendidikan, jumlah mahasiswa, pangsa pasar yang ingin dicapai, variasi program studi yang ditawarkan, penggunaan teknologi/SIM, dan pesaing. Sedangkan kondisi eksternal yang mempengaruhi adalah tingkat suku bunga, peraturan pemerintahan tentang pendirian perguruan tinggi, kondisi perekonomian negara, kondisi persaingan yang terjadi, fluktuasi harga, pengaruh persaingan terhadap Universitas Putra Indonesia Yptk Padang, serta perubahan teknologi yang terjadi. Berdasarkan perbandingan asumsi kondisi internal dan eksternal dengan kondisi internal dan eksternal pada saat ini dan masa mendatang, dapat diketahui ada enam unsur kondisi internal yang berubah dan ada lima variable kondisi eksternal yang berubah. Kondisi internal yang berubah segmentasi pasar, modal/keuangan, biaya pendidikan, jumlah mahasiswa, pangsa pasar yang ingin dicapai, penggunaan teknologi/SIM. Sedangkan kondisi eksternal yang berubah adalah tingkat suku bunga, kondisi perekonomian negara, kondisi persaingan yang terjadi, pengaruh persaingan, dan perubahan teknologi yang terjadi. Setelah dilakukan analisis ternyata tidak adanya kesesuaian antara perumusan strategi pada masa lalu dengan implementasi saat ini
- 2) Dalam merumuskan strategi baru bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang menggunakan tiga tahap dari model David yaitu Matriks TOWS, Matrik SPACE, dan Matriks IE. Alternatif strategi yang muncul dari Matriks TOWS adalah ekspansi. Sedangkan alternatif dari Matriks SPACE adalah strategi agresif. Strategi yang muncul dari Matriks IE adalah intensif.
- 3) Berdasarkan dari hasil pemilihan strategi yang dilakukan dengan QSPM, strategi yang paling sesuai dengan kondisi internal dan kondisi eksternal bagi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang adalah strategi intensif. Strategi intensif ini dapat dilakukan dengan mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk/jasa yang ada dipasar saat ini, dengan melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Dengan strategi ini pula Universitas Putra Indonesia Yptk Padang dapat melakukan pengenalan produk/jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru; serta dengan cara mengupayakan penjualan jasa dengan cara memperbaiki/memodifikasi produk/jasa yang ada saat ini. Berdasarkan perubahan kondisi internal dan eksternal yang terjadi, maka sebaiknya

Universitas Putra Indonesia Yptk Padang merubah strategi yang dimiliki saat ini menjadi strategi intensif.

DAFTAR RUJUKAN

- David, F.R. 2011. Strategic Management Concept and Cases. 13th Edition. Pearson Education Inc.
- Fred R. David, 2009, Manajemen Strategis. Salemba Empat Jakarta
- Gabriel, E. 2005. Value Chains for Services: A New Dimension of Porter's Value Chains. MZembe University, Faculty of Commerce, Tanzania.
- Goyal, S.K., dan Cardenas-Barron, L.E. 2001. Note on: 'An optimal batch size for a
- Husein, Umar. (2003). Evaluasi Kinerja Perusahaan. Jakarta : Gramedia.
- Kuncoro, Mudrajad, 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif? Jakarta: Erlangga.
- McDonald, M.H.B and Dunbar, I. 2010. Market Segmentation: How You Do It, How To Profit From It. 4th Edition. Goodfellow Publisher.
- Wheelen, T.L., and Hunger, J.D. 1994. Strategic Management and Business Policy, 4th Edition, Addison-Wesley Publishing Company