ANALISIS SEGMENTASI PASAR CALON MAHASISWA BARU INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

Henry Bambang Setyawan[1)], **Tutut Wurijanto**[2)], **A.B. Tjandrarini**[3)]

1) Program Studi Sistem Informasi, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: henry@stikom.edu
2) Program Studi Sistem Informasi, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: tutut@stikom.edu
3) Program Studi Manajemen Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, email: asteria@stikom.edu

Abstrak

Proses penerimaan mahasiswa baru (maba) pada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya (Stikom Surabaya) dilaksanakan oleh Bagian *Marketing*, dengan calon maba adalah para siswa lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang sederajat. Proses penerimaan maba diawali dengan serangkaian kegiatan promosi ke beberapa SMA atau yang sederajat. Kegiatan promosi perlu didukung dengan data target segmen pasar siswa SMA atau yang sederajat. Berdasarkan kegiatan promosi yang telah dilaksanakan, siswa yang berminat melanjutkan pendidikan di Stikom Surabaya dapat memperoleh informasi tentang pendaftaran dan penerimaan maba melalui Guru Bimbingan Konseling (BK) sekolah, situs penerimaan maba, atau datang langsung ke *counter* penerimaan maba Stikom Surabaya. Berdasarkan data siswa yang mendaftar, dapat diketahui latar belakang calon maba Stikom Surabaya yang dapat dikelompokkan berdasarkan segmentasi geografis yaitu pembagian wilayah provinsi dan berdasarkan segmentasi demografis seperti asal sekolah, status sekolah, asal jurusan sekolah, status sosial ekonomi orang tua, dan lain-lain. Hasil analisis segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis menunjukkan bahwa sebagian besar calon maba berasal dari Provinsi Jawa Timur (89%). Untuk segmentasi demografis, sebagian besar asal jurusan sekolah maba adalah IPA (43%), sebagian besar status asal sekolah maba adalah SMA Negeri (33%) dan SMA Swasta (31%), sebagian besar jenis pekerjaan orang tua maba adalah Pegawai Swasta (43%), dan sebagian besar penghasilan orang tua maba adalah penghasilan antara Rp 2 juta – 4 juta (33%).

Kata kunci: calon mahasiswa baru, segmen pasar, segmentasi geografis, segmentasi demografis.

PENDAHULUAN

Dalam ilmu pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya, pasar atau segmen yang dibidik harus jelas lebih dahulu. Salah satu penyebab dari kegagalan bisnis yang terjadi adalah gagalnya fungsi *marketing* mendefinisikan pasar yang dituju. Fungsi *marketing* segera bergerak bila mendengar potensi pasar, tetapi tidak bertanya lebih jauh: siapa pasar yang ingin dituju, atau bagaimanakah potensinya. Jumlah konsumen sangat banyak sehingga daripada bersaing di semua segmen, fungsi *marketing* perlu mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayani paling efektif, yaitu dengan melakukan penelitian segmentasi. Pentingnya segmentasi bagi fungsi *marketing*

disebabkan segmentasi memungkinkan fungsi *marketing* lebih terfokus dalam mengalokasi sumber daya dan segmentasi merupakan basis untuk menentukan komponen-komponen strategi, taktik, dan nilai secara keseluruhan. Segmentasi yang disertai dengan pemilihan *target market* akan memberikan suatu acuan dan basis bagi penentuan *positioning*. Segmentasi berarti melihat pasar secara kreatif, dan juga merupakan seni mengidentifikasikan serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar.

Schiffman dan Kanuk (2008) mendefinisikan segmentasi pasar sebagai proses membagi pasar menjadi irisan-irisan konsumen yang khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda. Suprapti (2010) juga menjelaskan bahwa studi segmentasi dirancang untuk menemukan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen tertentu. Pasar, khususnya pasar konsumen dapat disegmentasi berdasarkan lima kelompok besar variabel, yaitu: variabel geografis, demografis, psikografis, perilaku, dan teknografis. Pemasar harus menggunakan kombinasi dari kelima variabel tersebut untuk memperoleh cara segmentasi yang terbaik (Suprapti, 2010).

Dalam dunia pendidikan tinggi saat ini khususnya perguruan tinggi swasta, juga terjadi persaingan yang cukup ketat dalam penerimaan mahasiswa baru (maba). Para calon maba dapat memilih perguruan tinggi maupun program studi (Prodi) yang diinginkannya. Pemilihan perguruan tinggi yang dituju oleh calon maba pada umumnya bergantung pada beberapa hal, antara lain: biaya pendidikan, status akreditasi perguruan tinggi, lokasi, dan lain-lain. Demikian pula dari pihak perguruan tinggi dalam menjaring calon maba tersebut, dapat dilakukan melalui pengenalan perguruan tingginya kepada para siswa Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang sederajat dan promosi dengan berbagai metode.

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya (Stikom Surabaya) adalah salah satu perguruan tinggi swasta di Kopertis Wilayah VII yang berbasis teknologi, informatika, ekonomi, dan bisnis. Stikom Surabaya mempunyai dua Fakultas yaitu Fakultas Teknologi dan Informatika (FTI) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). FTI mempunyai enam prodi sedangkan FEB mempunyai tiga prodi. *Input* dari prodi adalah maba, dan maba berasal dari masyarakat khususnya siswa lulusan SMA atau yang sederajat. Proses penerimaan maba dilaksanakan oleh Bagian *Marketing* Stikom Surabaya diawali dengan serangkaian kegiatan promosi. Berdasarkan kegiatan tersebut, maka siswa yang berminat melanjutkan pendidikan di Stikom Surabaya akan mendapatkan informasi tentang pendaftaran dan penerimaan maba melalui Guru BK sekolah, situs penerimaan maba (http://penmaru.stikom.edu), atau datang langsung ke *counter* Penmaru Stikom Surabaya.

Berdasarkan data siswa yang mendaftar, dapat diketahui latar belakang calon maba Stikom Surabaya. Bila ditinjau dari latar belakang calon maba di Stikom Surabaya yang sampai saat ini sudah mencapai ribuan orang, calon maba tersebut berasal dari berbagai kalangan. Latar belakang calon maba tersebut dapat dikelompokkan berdasarkan segmentasi geografis yaitu pembagian wilayah provinsi dan berdasarkan segmentasi demografis seperti asal sekolah, status sekolah, asal jurusan sekolah, status sosial ekonomi orang tua, dan lain-lain. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan analisis deskriptif untuk menghasilkan

segmen pasar calon maba yang dapat menjadi masukan Bagian *Marketing* dalam melaksanakan promosi untuk penerimaan maba.

Menurut Sumarto (2010), metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk dapat menggambarkan secara jelas tentang masalah-masalah atau kejadian-kejadian yang sedang berlangsung pada saat sekarang. Analisis deskriptif pada dasarnya berusaha untuk memberikan gambaran hasil yang mudah dipahami. Sebagai alternatif dalam mengolah data yang sangat banyak, dapat dilakukan dengan menggunakan nilai yang bisa mewakili keseluruhannya. Dalam analisis deskriptif, nilai ini bisa diwakili rata-rata (*means*), *median*, *modus*, tabel frekuensi, persentase, dan berbagai diagram.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan melalui tahapan penelitian yang dilakukan, populasi dan sampel, dan prosedur pengumpulan data untuk penelitian.

Tahapan Penelitian

Identifikasi dan Analisis Permasalahan

Penelitian segmen pasar calon maba Stikom Surabaya ini dimulai dengan melakukan identifikasi permasalahan tentang segmen pasar maba Stikom Surabaya, dan selanjutnya dilakukan analisis terhadap hasil identifikasi permasalahan tersebut. Identifikasi permasalahan yang dilakukan terutama tentang masalah yang berhubungan dengan data maba yang diterima di Stikom Surabaya. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap hasil identifikasi permasalahan tersebut sehingga dapat diperoleh hasil analisis yaitu perlunya dilakukan penelitian tentang segmen pasar calon maba Stikom Surabaya. Faktor yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, yaitu: jenis kelamin, asal sekolah, status sekolah, asal jurusan sekolah, status sosial ekonomi orang tua, dan daerah asal sekolah.

Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data, mulai data pribadi atau data dasar calon maba yang meliputi nama, tahun masuk di Stikom Surabaya, prodi yang dipilih dan data lain yang dapat mendukung proses penelitian selanjutnya, seperti jenis kelamin dan usia, asal sekolah, status sekolah, asal jurusan sekolah, status sosial ekonomi orang tua, dan daerah asal sekolah sehingga diperoleh gambaran tentang kuantitas dan persentase dari berbagai hal tentang maba, seperti jenis kelamin, asal sekolah, status sekolah, asal jurusan sekolah, status sosial ekonomi orang tua, dan daerah asal sekolah.

Analisis Hasil Pengolahan Data dan Evaluasi

Hasil pengolahan data kemudian dianalisis dan dievaluasi, dengan mengelompokkan per item yang diteliti. Dari tahapan ini diperoleh hasil penelitian berupa segmen pasar maba Stikom Surabaya, untuk selanjutnya dapat digunakan sebagai masukan bagi Bagian *Marketing* Stikom Surabaya.

Populasi dan Sampel

Riduwan dalam Sumarto (2010) berpendapat bahwa populasi adalah objek atau subjek yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu dalam masalah penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa tahun masuk 2014 s.d. tahun masuk 2016. Sampel yang diambil adalah keseluruhan dari data populasi tersebut.

Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui dua cara, yaitu riset kepustakaan dan riset lapangan. Riset kepustakaan dipergunakan untuk mengumpulkan data melalui jurnal, teori-teori yang mendukung penelitian, dan data pendukung lainnya, sedangkan riset lapangan dipergunakan untuk mengumpulkan data responden.

Pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan menggunakan *database* yang berhubungan dengan maba yang ada di Bagian Pengembangan dan Penerapan Teknologi Informasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis per item penelitian dan kemudian diolah secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Calon Mahasiswa Baru

Calon maba Stikom Surabaya berasal dari berbagai sekolah menengah yaitu Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah, dan sekolah lain yang sederajat. Status sekolah asal maba dapat berasal dari sekolah negeri maupun sekolah swasta dan calon maba dapat berasal dari berbagai jurusan seperti IPA, IPS, Teknik Komputer Jaringan, Rekayasa Perangkat Lunak, Multimedia, dan lain-lain. Pekerjaan orang tua calon maba juga terdiri atas berbagai jenis seperti Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Swasta, usaha sendiri, TNI-Polri, dan lain-lain dengan besarnya penghasilan juga berbeda-beda.

Karakteristik Responden

Data responden semuanya adalah 1.167 calon maba, terdiri atas calon maba yang berasal dari Fakultas Teknologi dan Informatika (FTI) serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Berdasarkan *gender*, responden terdiri atas 935 mahasiswa pria dan 232 mahasiswa wanita, seperti pada Tabel 1.

Tabel 1 Gender Responden

Gender	Jumlah (orang)	Persentase
Pria	935	80%
Wanita	232	20%
Jumlah	**1.167**	**100%**

Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Prodi

Dalam penelitian ini, jumlah responden terbanyak berasal dari Prodi S1 Sistem Informasi (S1 SI) (40,40 %) dan paling sedikit berasal dari Prodi S1 Desain Grafis (S1 DG) (2,30 %). Hal ini dapat dipahami karena Prodi S1 SI merupakan

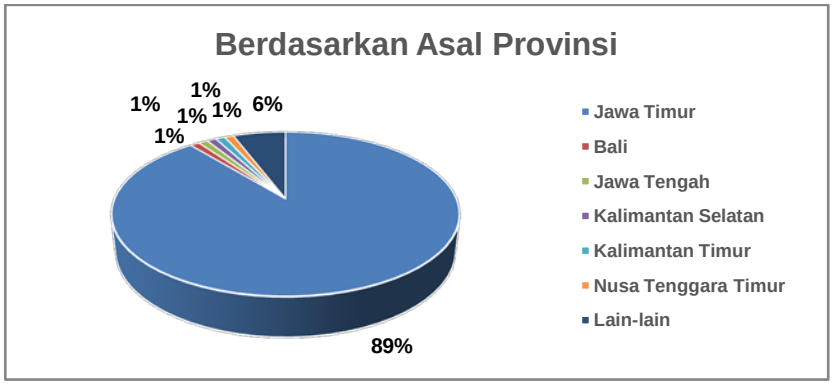
Prodi yang mempunyai jumlah mahasiswa paling banyak dibandingkan Prodi yang lain. Tabel 2 menunjukkan jumlah responden berdasarkan asal Prodi.

Tabel 2 Asal Prodi Responden

Prodi	Jumlah (orang)	Persentase
S1 Sistem Informasi	471	40,40%
S1 Sistem Komputer	158	13,50%
S1 Desain Komunikasi Visual	213	18,30%
S1 Desain Grafis	27	2,30%
DIV Komputer Multimedia	86	7,40%
DIII Manajemen Informatika	89	7,60%
S1 Manajemen	49	4,20%
S1 Akuntansi	28	2,40%
S1 Komputerisasi Perkantoran dan Kesekretariatan	32	2,70%
Jumlah	**1.167**	**100,00%**

Segmentasi Pasar Berdasarkan Segmentasi Geografis

Maba Stikom Surabaya terbuka untuk seluruh masyarakat Indonesia bahkan sampai ke luar negeri. Untuk segmentasi geografis, penelitian ini dilakukan sampai segmentasi pasar tingkat provinsi yang ada di Indonesia yaitu 34 provinsi. Gambar 1 menunjukkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis.



Gambar 1 Segmentasi Geografis

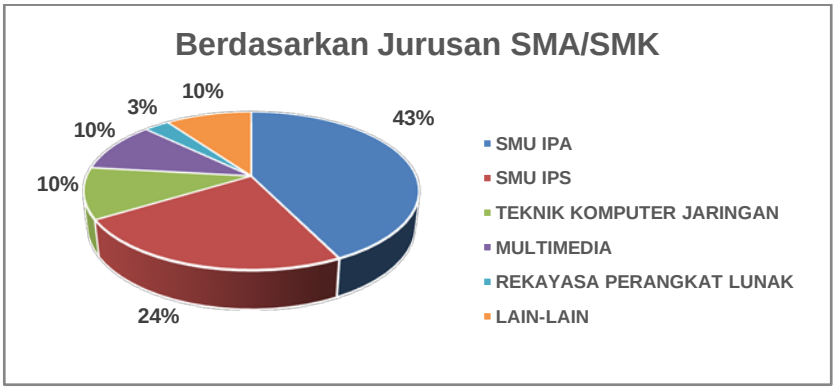
Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa provinsi asal maba sebagian besar sebarannya berasal dari Provinsi Jawa Timur (89%) sedangkan sebaran lainnya berasal dari Provinsi Bali (1%), Provinsi Jawa Tengah (1%), Provinsi Kalimantan Selatan (1%), Provinsi Kalimantan Timur (1%), Provinsi Nusa Tenggara Timur (1%), dan lain-lain (6%).

Segmentasi Pasar berdasarkan Segmentasi Demografis

Penelitian untuk Segmentasi Demografis dilakukan berdasarkan: Jurusan SMA/SMK/Madrasah asal sekolah maba, Status Sekolah asal maba, Jenis Pekerjaan orang tua maba, dan Penghasilan orang tua maba.

Segmentasi Demografis berdasarkan Jurusan SMA/SMK/Madrasah asal sekolah maba

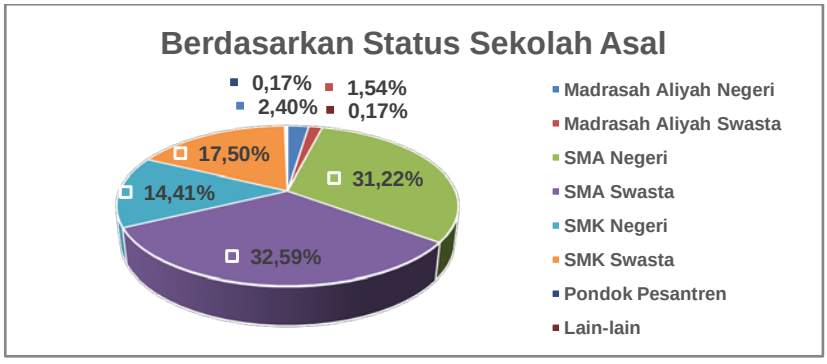
Maba Stikom Surabaya berasal dari berbagai sekolah yang meliputi Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), Madrasah Aliyah, dan sekolah-sekolah lain yang sederajat. Sekolah-sekolah menengah tersebut mempunyai berbagai jurusan seperti: IPA, IPS, Teknik Komputer Jaringan, Multimedia, Rekayasa Perangkat Lunak, dan lain-lain. Gambar 2 menunjukkan Segmentasi Demografis berdasarkan Jurusan SMA/SMK/Madrasah asal sekolah maba.



Gambar 2 Segmentasi Demografis berdasarkan Jurusan

Pada Gambar 2 dapat dilihat bahwa jurusan asal maba sebagian besar berasal dari jurusan IPA (43%), sedangkan jurusan asal maba lainnya adalah: jurusan IPS (24%), jurusan Teknik Komputer Jaringan (10%), jurusan Multimedia (10%), jurusan Rekayasa Perangkat Lunak (3%), dan jurusan lain-lain (10%).

Segmentasi Demografis berdasarkan Status Sekolah asal sekolah maba



Gambar 3 Segmentasi Demografis Status Sekolah Asal

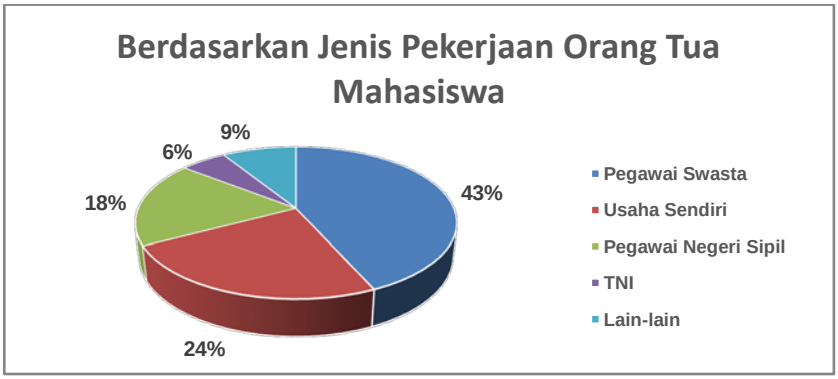
Berdasarkan status sekolah asal sekolah maba, maka status SMA, SMK, Madrasah Aliyah, dan sekolah lain-lain yang sederajat adalah negeri, swasta, dan lain-lain. Maba Stikom Surabaya bisa berasal dari sekolah negeri, sekolah swasta,

dan lain-lain. Gambar 3 menunjukkan Segmentasi Demografis berdasarkan Status Sekolah Asal sekolah maba.

Pada Gambar 3 dapat dilihat bahwa Status Sekolah asal sekolah maba berasal dari SMA Negeri (32,59%), SMA Swasta (31,22%), SMK Negeri (14,41%), SMK Swasta (17,50%), Madrasah Aliyah Negeri (2,40%), Madrasah Aliyah Swasta (1,54%), Pondok Pesantren (0,17%), dan lain-lain (0,17%).

Segmentasi Demografis berdasarkan Jenis Pekerjaan Orang Tua maba

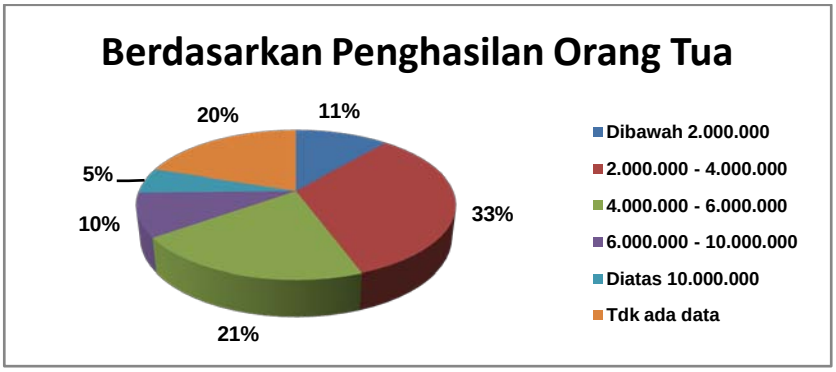
Berdasarkan jenis pekerjaan orang tua, maba Stikom Surabaya yang berasal dari berbagai provinsi dan berbagai jurusan sekolah serta status sekolahnya berasal dari berbagai keluarga dengan berbagai jenis pekerjaan orang tua yang berbeda-beda. Gambar 4 menunjukkan Segmentasi Demografis berdasarkan Jenis Pekerjaan Orang Tua maba.



Gambar 4 Segmentasi berdasarkan Jenis Pekerjaan Orang Tua

Pada Gambar 4 dapat dilihat bahwa Jenis Pekerjaan Orang Tua Maba, yaitu: Pegawai Swasta (43%), Usaha Sendiri (24%), Pegawai Negeri Sipil (18%), TNI-Polri (6%), dan lain-lain (9%).

Segmentasi Demografis berdasarkan Penghasilan Orang Tua maba



Gambar 5 Segmentasi berdasarkan Penghasilan Orang Tua

Penghasilan orang tua maba Stikom Surabaya dapat dikelompokkan dalam beberapa katagori: di bawah Rp 2 juta, Rp 2 juta – 4 juta, Rp 4 juta – 6 juta, Rp 6 juta – 10 juta, dan di atas Rp 10 juta. Gambar 5 menunjukkan Segmentasi Demografis berdasarkan Penghasilan Orang Tua maba.

Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa Penghasilan Orang Tua maba adalah: antara Rp 2 juta – 4 juta (33%), Rp 4 juta – 6 juta (21%), di bawah Rp 2 juta (11%), Rp 6 juta – 10 juta (10%), dan di atas Rp 10 juta (5%). Pada Gambar 5 juga dapat dilihat bahwa sebanyak 20% tidak diperoleh data tentang penghasilan orang tua maba.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk segmentasi geografis, sebaran daerah asal maba belum merata karena sebagian besar maba berasal dari Provinsi Jawa Timur (89%).
2. Untuk segmentasi demografis berdasarkan jurusan asal sekolah maba, masih didominasi oleh maba yang berasal dari IPA (43%).
3. Untuk segmentasi demografis berdasarkan status sekolah asal maba, didominasi oleh maba yang berasal dari SMA Negeri (32,59%) dan SMA Swasta (31,22%).
4. Untuk segmentasi demografis berdasarkan pekerjaan orang tua maba, sebagian besar adalah Pegawai Swasta (43%).
5. Untuk segmentasi demografis berdasarkan penghasilan orang tua maba, sebagian besar berpenghasilan antara Rp 2 juta – 4 juta (33%).

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Menambah kegiatan promosi untuk memperluas segmentasi pasar berdasarkan segmentasi geografis karena sebagian besar maba masih berasal dari Provinsi Jawa Timur.
2. Penelitian berikutnya dapat dilanjutkan dengan meneliti pengaruh jurusan asal sekolah maba dengan prestasi yang dicapai dalam proses pembelajaran untuk tiap Prodi.

DAFTAR PUSTAKA

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.

Sumarto. 2010. *Metode Penelitian Praktis untuk Manajemen.* UPN Press.

Suprapti. W. 2010. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University Press.