

# PENINGKATAN MUTU PERGURUAN TINGGI MELALUI RENCANA STRATEGIS DAN ANALISIS SWOT

Oleh :  
Jefry Melcheor Pangkey<sup>1)</sup>  
Yoel Giban<sup>2)</sup>  
Hendrik Legi<sup>3)</sup>  
Tetap Sekolah Tinggi Teologi Reformasi Wamena<sup>1)</sup>  
tetap Sekolah Tinggi Agama Kristen Diaspora Wamena<sup>2,3)</sup>

E-mail :

[Jefrymp82@gmail.com](mailto:Jefrymp82@gmail.com)<sup>1)</sup>  
[nukarekygmandiri@gmail.com](mailto:nukarekygmandiri@gmail.com)<sup>2)</sup>  
[Hendriklegi83@gmail.com](mailto:Hendriklegi83@gmail.com)<sup>3)</sup>

## ABSTRACT

*Improving the quality of education is determined by the quality of educational institutions in carrying out their duties and responsibilities as education providers. The quality of a higher education institution is closely related to the task of planning, managing learning and assessing the results of the implementation of education through a strategic plan and the preparation of a SWOT analysis. This study seeks to describe how to improve the quality of higher education through RENSTRA and SWOT analysis. The results of this study indicate that in order to improve the quality of a higher education institution, universities must analyze and develop institutional work plans that lead to institutional quality improvement. The method used in this study is a qualitative method, the author's description uses various sources, both journals and books as references to support the research discussed.*

**Keywords:** *Quality Improvement, SWOT Analysis*

## ABSTRACT

Peningkatan kualitas pendidikan ditentukan oleh mutu institusi pendidikan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya sebagai penyelenggara pendidikan. Mutu sebuah institusi perguruan tinggi berkaitan erat dengan tugas perencanaan, pengelolaan pembelajaran dan penilaian hasil penyelenggaraan Pendidikan melalui sebuah rencana strategi dan penyusunan analisis SWOT. Penelitian ini berupaya menguraikan bagaimana peningkatan mutu perguruan tinggi melalui RENSTRA dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan mutu suatu perguruan tinggi maka perguruan tinggi harus membuat analisis dan menyusun rencana kerja institusi yang bermuara pada peningkatan mutu institusi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif deskripsi penulis menggunakan berbagai sumber baik jurnal maupun buku-buku sebagai referensi guna mendukung penelitian yang dibahas.

**Kata Kunci:** *Peningkatan Mutu, Analisis SWOT*

## 1. PENDAHULUAN

Berisi Salah satu cara untuk

meningkatkan standar sumber daya manusia berkualitas dengan daya saing

bagus ialah dengan sekolah, Sekolah ialah salah satu sektor penyedia layanan pendidikan. Sebuah lembaga pendidikan akan lebih sulit bersaing atau memaksimalkan fasilitasnya jika tidak mampu bereaksi terhadap peluang dan ancaman dari luar (Rahayu, 2015). Ketika hal ini tidak diantisipasi atau diperbaiki factor risiko yang terjadi yaitu terancamnya kelangsungan suatu sector Pendidikan. Manajemen strategis secara operasional terutama tahap perencanaan menempatkan unsur pimpinan puncak organisasi berperan penting dan menentukan dalam proses penyusunannya, implementasi dan evaluasi. Kaitan istilah keunggulan, reputasi, dan status dengan konsep persaingan dalam dunia pendidikan. Dengan meningkatkan kualitas pengajaran di sekolah, lembaga pendidikan yang juga merupakan penyedia layanan pendidikan berusaha mencari cara terbaik untuk memuaskan konsumen dan memenuhi keinginan mereka, pelanggan atau konsumen yang dimaksud ialah peserta didik atau siswa siswa.

Kemampuan layanan pendidikan, baik internal maupun eksternal, untuk memenuhi tuntutan yang diantisipasi ditunjukkan oleh karakteristik dan deskripsi mereka secara keseluruhan, yang dikenal sebagai kualitas pendidikan (Haq, 2022). Tingginya tingkat kepercayaan menjadi suatu indikator bahwa sekolah

dapat berdayasaing baik, yang tercermin dalam penerimaan peserta yang banyak (Munir, 2022). Oleh sebab itu, banyak orang tua yang mendaftarkan anaknya ke sekolah yang berkualitas baik, hal itu sebab orang tua nya telah mencari informasi terlebih dahulu terkait sekolah yang berkualitas baik. Akhir tahun ajaran akan mengungkapkan bagaimana sekolah bersaing bagi siswa. Pemerintah memiliki sekolah negeri, dan semuanya didanai oleh pemerintah, baik dari pemerintah pusat atau daerah yang membantu segala hal mulai dari biaya pendidikan hingga pendanaan sekolah untuk perbaikan gedung (Amirudin, 2019).

Beberapa institusi di Indonesia yang hanya menawarkan program studi baru, membuka kebijakan khusus seperti kelas karyawan, kelas jarak jauh, kelas akhir pekan atau kelas Sabtu-Minggu, atau membuka eksekutif untuk menarik lebih banyak siswa. Dengan mendaftar di kelas khusus tersebut mahasiswa mendapatkan ijazah tapi tidak terjamin kualitasnya. Dengan mata kuliah yang padat, pengajar yang memberikan kuliah sewenang-wenang, penyampaian materi satu arah, dan kurangnya latihan yang memadai, kelas seperti itu tidak dimaksudkan untuk mencapai kualitas yang tinggi. Iklim akademik di kampus, kesehatan keuangan, dan manajemen operasional institusi Indonesia merupakan faktor-faktor yang

mempengaruhi keunggulan kompetitif (Nugroho, 2015).

Karena perguruan tinggi berupaya meningkatkan mutu melalui penjaminan mutu internal dan eksternal agar dapat maju di era global, perguruan tinggi akan menjadi lebih kompetitif. Daya saing didefinisikan oleh efisiensi dan efektivitas yang ditargetkan dalam menetapkan arah dan hasil dari tujuan yang ingin dicapai, termasuk tujuan akhir dan prosedur akhir dalam menghadapi persaingan. “Kata daya dalam kalimat daya saing bermakna kekuatan, dan kata saing berarti mencapai lebih dari yang lain, atau beda dengan yang lain dari segi mutu, atau memiliki keunggulan tertentu. Artinya daya saing dapat bermakna kekuatan untuk berusaha menjadi lebih dari yang lain atau unggul dalam hal tertentu baik yang dilakukan seseorang, kelompok maupun institusi tertentu (Umami, 2022).

Pernyataan ini menyiratkan bahwa adanya upaya untuk meningkatkan standar pendidikan tinggi yang diberikan lembaga-lembaga tersebut yang akan membedakan kualitas universitas satu dengan yang lainnya. Agar suatu organisasi dapat terus eksis, maka harus mampu meningkatkan daya saing dan meningkatkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) (Ahmad, 2022).

Daya saing yang tinggi secara efektif

memobilisasi sumber daya manusia sekaligus mengelola kemandiriannya dalam pengembangan program. Mempertahankan personel dengan banyak keahlian sangat penting untuk keberhasilan strategi sumber daya manusia untuk mendukung tujuan organisasi, dan menggunakannya secara efektif dan efisien. Analisis SWOT dan rencana strategi lokasi sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan daya saing universitas (Azis, 2022).

Secara khusus, analisis SWOT, yang pertama kali dilaporkan Albert Humphrey pada 1960-an dan 1970-an. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) digunakan. Dengan menggunakan metode analisis ini, masalah dasar dimaksudkan untuk dilihat dari empat sudut yang berbeda. Hasil, biasanya dalam bentuk saran atau pedoman untuk mempertahankan keuntungan dari pilihan yang tersedia sambil membatasi kekurangan dan mencegah bahaya dan rintangan Analisis ini dan kadang-kadang akan sangat subjektif karena dua orang atau lebih dapat memeriksa sesuatu dari empat perspektif yang berbeda. Selain itu, SWOT pada dasarnya bukanlah obat yang cepat. Satu-satunya keluaran dalam suatu masalah adalah arahan. Pendekatan analisis SWOT, yang digunakan untuk mengimplementasikan strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan

internal universitas, ancaman dan peluang yang dapat muncul dari luar institusi (Wibowo, 2022). Hal ini diharapkan dapat berfungsi dengan baik dan mampu meningkatkan kualitas baik internal maupun eksternal, sehingga mendukung keberhasilan rencana peningkatan daya saing dan kualitas pendidikan tinggi.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Strategi Peningkatan Keunggulan Daya Saing**

Produktivitas, yang didefinisikan sebagai hasil input tenaga kerja, adalah yang membuat suatu industri kompetitif (Djunaidi & Alfitri, 2022). Kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dengan bisnis lain untuk menciptakan nilai disebut sebagai daya saing. Dengan menerapkan strategi bersaing yang tepat, salah satunya dengan mengelola sumber daya secara efektif dan efisien, daya saing dapat ditingkatkan atau ditingkatkan. Tindakan fungsi perusahaan juga harus disesuaikan dengan penggunaan semua strategi yang sesuai untuk menghasilkan produktivitas yang diharapkan dan bahkan lebih besar dari bisnis. Pendekatan rencana peluncuran besar, berniat untuk berinteraksi dengan kondisi pasar di masa depan untuk memenuhi tujuan perusahaan (Desta Skadinavion, Aliami, & Djoko S, 2022). Strategi adalah pola atau rencana yang menyatukan tujuan utama organisasi,

kebijakan, dan tindakan menjadi satu kesatuan yang kohesif. Strategi yang dirumuskan dengan hati-hati dapat membantu, mengatur, dan mendistribusikan sumber daya organisasi ke dalam operasi yang aktif dan terpisah berdasarkan kekuatan internal dan kekurangan relatif perusahaan, dan dapat meramalkan perubahan lingkungan. Keunggulan bersaing adalah keunggulan yang dimiliki dan digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi untuk bersaing dengan perusahaan atau organisasi lain guna memperoleh sesuatu. Jika satu faktor melakukan sesuatu lebih baik dari yang lain, melakukan sesuatu yang lain lebih baik dari yang lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak dimiliki faktor lain, faktor itu dikatakan memiliki keunggulan kompetitif (Fathurrahman, 2022).

### **Mutu Perguruan Tinggi**

Efektivitas sekolah sebagai fasilitas pengajaran hanyalah salah satu faktor dalam menentukan kualitas pendidikan; faktor lain termasuk bagaimana harapan dan sudut pandang masyarakat berubah seiring waktu. Akibat perkembangan ini, opini publik tentang kualitas lulusan sekolah terus berkembang. Oleh karena itu, dengan menjawab harapan masyarakat yang terus berkembang akan pendidikan yang unggul berdasarkan norma ideal, sekolah harus terus meningkatkan kualitas

lulusannya. Tahap ketiga dari strategi sistem terbuka, yang meliputi akreditasi, proses transformasi, dan penilaian, membutuhkan kualitas. Sementara evaluasi berfokus pada keluaran, akreditasi lebih memperhatikan masukan. Keterampilan dasar siswa, sumber daya, fasilitas, dan program semuanya dianggap sebagai masukan. Prosedurnya meliputi pemeriksaan sistem data, metodologi pembelajaran, dan desain pembelajaran. Prestasi mahasiswa dan pasca-kelulusan adalah outputnya.

### **Rencana Strategis dan Analisis SWOT**

Rencana strategis peningkatan mutu sekolah dan pelaksanaannya tidak dapat dipisahkan dari penyelenggaraan peningkatan mutu sekolah. Tiga pilar manajemen peningkatan mutu adalah sebagai berikut: (1) Peningkatan mutu harus dilakukan di sekolah; (2) hanya dapat dilakukan di bawah arahan kepemimpinan yang kuat; dan (3) harus didukung oleh fakta dan statistik. (5) Peningkatan mutu adalah menjadikan sekolah lebih memuaskan siswa, orang tua, dan masyarakat. (4) Peningkatan mutu harus mengintegrasikan dan memberdayakan seluruh komponen sekolah (Nasution, 2022).

Strategi adalah rencana menyeluruh untuk mencapai tujuan organisasi. Organisasi harus terus eksis dalam

lingkungan di mana ia berfungsi selain untuk memenuhi tujuannya. Strategi adalah kesempatan untuk bertindak yang memerlukan keputusan manajerial yang signifikan dan sumber daya perusahaan yang substansial. Berorientasi masa depan, strategi berkonsentrasi pada bagaimana bisnis akan berkembang dalam jangka panjang, seringkali lima tahun berikutnya. Tujuan jangka panjang organisasi dan penggunaan serta alokasi sumber daya penting untuk memenuhi tujuan ini disebut sebagai strateginya. Strategi adalah suatu proses yang terdiri dari sejumlah tindakan yang saling berhubungan dan berhubungan. Analisis situasi, desain strategi, eksekusi strategi, dan evaluasi kinerja biasanya merupakan empat langkah utama dari proses manajemen strategi. Strategi harus sesuai dengan keterampilan utama dan masalah yang dihadapi, dan juga bersifat kontekstual. Jadi, dapat dikatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan yang dibuat perusahaan untuk mencapai tujuannya dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Sintasari & Afifah, 2022).

Analisis SWOT ialah pengetahuan metodis dari berbagai aspek untuk membangun strategi perusahaan. Masing-masing harus mampu memanfaatkan sepenuhnya setiap kekuatan dan peluang serta bersiap menghadapi kelemahan dan ancaman. Strategi ini bertujuan untuk

mencapai keseimbangan antara kekuatan dan kelemahan internal organisasi serta peluang dan risiko yang ada di lingkungan eksternal saat ini. Strategi ini harus digunakan, dan masalah pertama organisasi perlu diperiksa dengan baik dan mendalam. Strategi perumusan harus menargetkan beberapa organisasi yang sangat penting dan membutuhkan solusi yang tepat (Samsul, 2022).

Penyelidikan ini dapat membantu proses pengambilan keputusan yang rasional. Tujuan perusahaan, serta visi dan misinya, diperhitungkan saat membuat keputusan. Untuk membuat analisis SWOT alat yang berguna untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis dan untuk membuat pilihan strategis. Unsur-unsur SWOT antara lain (Kusuma, 2022):

#### 1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan perusahaan adalah sumber daya atau kemampuan yang dimilikinya atau yang dapat diaksesnya dan yang membantunya berkinerja relatif lebih baik daripada para pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan klien yang dilayaninya. Sumber daya dan kompetensi perusahaanlah yang memberinya kekuatan. Kekuatan dapat ditemukan dalam sumber daya keuangan perusahaan, merek, kepemimpinan pasar, hubungan

dengan pelanggan dan pemasok, dan elemen lainnya. Kompetensi unik yang ditemukan dalam organisasi, yang mengarah pada kepemilikan unit bisnis atas keunggulan komparatif di pasar, adalah aspek kekuatan yang dimiliki perusahaan atau organisasi.

#### 2. Kelemahan (*Weakness*)

Keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya atau kompetensi perusahaan jika dibandingkan dengan pesaingnya menimbulkan tantangan untuk melayani kebutuhan klien secara efisien. Kendala dan kelemahan tersebut dapat diamati dalam praktek nyata pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak, kemampuan manajerial yang rendah, kemampuan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau tidak diminati konsumen. atau calon pengguna, dan dalam tingkat keuntungan yang tinggi. Operasi internal suatu organisasi dapat dijalankan dengan sangat sukses atau sangat buruk, dan itu adalah kekuatan dan kelemahan yang dikendalikannya. Ini dapat ditemukan dalam produksi,

penelitian & pengembangan, pemasaran, keuangan, atau akuntansi.

### 3. Peluang (*Opportunities*)

Keadaan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan adalah peluang. Salah satu sumber peluang adalah tren yang dominan. Peluang bagi organisasi dapat mencakup penemuan area pasar yang sampai sekarang belum dimanfaatkan, penyesuaian terhadap lingkungan persaingan dan peraturan, kemajuan teknis, dan peningkatan hubungan dengan pelanggan dan pemasok.

### 4. Ancaman (*Threats*)

Keadaan negatif utama di lingkungan perusahaan adalah ancaman. Hambatan utama yang mencegah korporasi mencapai posisi yang ada atau yang dimaksudkan adalah ancaman. Kinerja perusahaan mungkin terhambat oleh pengenalan pesaing baru, ekspansi pasar yang lambat, kekuatan negosiasi yang lebih besar dari pelanggan/pemasok yang signifikan, kemajuan teknologi, dan undang-undang yang diperbarui atau diubah.

## 3. METODE PELAKSANAAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskripsi kepustakaan. Di mana, penulis akan mengkaji secara *literature* mengenai topik penelitian pendidikan Kristiani yang bersifat toleransi. Sumber-sumber yang akan digunakan adalah jurnal penelitian yang memiliki topik yang relevan sesuai dengan topik penelitian, buku-buku yang diterbitkan untuk menunjang tesis penulis. Selanjutnya, dari sumber-sumber yang digunakan, akan dilakukan pengkajian atas topik penelitian yang dilakukan sehingga kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan (Ningsih, Mayasari, & Ruswandi, 2022).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi Tingkat produksi suatu universitas ditentukan oleh berbagai manajemen, faktor, kebijakan, dan institusi yang membentuk daya saing (Rahmadani & Subroto, 2022). Manajemen perguruan tinggi yang menganggap pendidikan sebagai produk daripada sepenuhnya mengabaikan masalah kualitas produk Menjual barang-barang "berkualitas" adalah strategi lain yang digunakan dalam pemasaran pendidikan tinggi. Kualitas sekarang dipahami untuk merujuk pada produk pendidikan daripada pendidikan itu sendiri. Nilai sebenarnya dari pendidikan ditemukan dalam kapasitas sains untuk

aplikasi masyarakat dan peningkatan kualitas hidup. Jelas bahwa ada sejumlah atau kumpulan manajemen, faktor, kebijakan, dan institusi di perguruan tinggi. Ini semua merupakan pilar kokoh yang menopang sebuah universitas.

Unsur yang paling penting adalah orang, khususnya siswa yang berada di lingkungan guru pada tingkat atas. Kebijakan yang dimaksud dibuat oleh lembaga untuk menerapkan sistem yang terorganisir dan terprogram. Kapasitas perguruan tinggi untuk membantu mengatasi kesulitan persaingan antar negara dan menegakkan atau memperluas produksi mereka adalah definisi lain dari daya saing (Hasibuan et al., 2022). Pendapat tersebut di atas menjadi contoh bagaimana sebuah universitas dapat bersaing, terutama di era globalisasi yang sangat kompetitif. Kebutuhan akan akses pendidikan yang adil, mutu pendidikan, relevansi pendidikan, dan daya saing pendidikan merupakan empat tema yang akan senantiasa memberikan tantangan dalam ranah pendidikan. Di setiap lingkup komunitas pendidikan Indonesia, sejumlah isu terus memicu perdebatan.

Kesimpulannya adalah perguruan tinggi selalu berusaha untuk terus menganalisis masalah sebagai pencetak profesional. Perguruan tinggi atau pendidikan tinggi menurut Undang-Undang Sisdiknas tahun 2003 Pasal 19

ayat (1) menyebutkan “Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi”. Belakangan ini, konsep daya saing lebih ditekankan, yaitu “dimulai” dengan keunggulan komparatif. Salah satu masalah yang paling banyak dibicarakan, tetapi masih tidak mudah dipahami, adalah persaingan. Daya saing dapat memiliki banyak definisi dan ukuran yang berbeda karena sifatnya yang multidimensi. Modal manusia yang sering disebut dengan sumber daya manusia atau human capital merupakan pilar utama daya saing suatu negara. Pilar kedua adalah inovasi teknologi.

Proses berjalan lebih lambat sebagai akibat dari masalah sumber daya manusia yang buruk karena tidak ada cukup produktivitas dan pekerja berkualitas tinggi untuk mempertahankannya. Salah satu ukuran kualitas SDM adalah tingkat produktivitas; semakin tinggi tingkat produktivitas, semakin tinggi kualitasnya. juga benar. Serupa dengan ini, perhatian terkait SDM sangat penting untuk meningkatkan daya saing institusi dalam studi pendidikan tinggi. Faktor utama untuk mendongkrak daya saing suatu universitas adalah kualitas dosen dan efisiensi staf

pengajarnya, serta kekuatan lulusannya, karena kualitas lulusannya merupakan salah satu tolak ukur seberapa sengit persaingan dengan perguruan tinggi lain. Persoalannya, perguruan tinggi kesulitan mencari sumber daya manusia yang berkualitas. Selain kurikulum dan fasilitas, kurangnya dedikasi dosen dan tenaga kependidikan menjadi faktor utama rendahnya kompetensi lulusan perguruan tinggi. Kurangnya pengajaran berkualitas tinggi untuk profesor adalah akibat dari pengurangan atau revisi kurikulum di sebagian besar universitas.

Analisis SWOT sering digunakan saat membuat keputusan untuk memperhitungkan semua hasil potensial dan memeriksa semua opsi yang tersedia. Akibatnya, pilihan yang dibuat akan masuk akal dan terukur. Analisis SWOT adalah “identifikasi banyak aspek secara metodis untuk membangun strategi perusahaan” menurut Rangkuti (2006). Analisis ini didasarkan pada penalaran yang dapat meminimalkan kerentanan dan bahaya sekaligus memaksimalkan kekuatan dan peluang. Penafsiran analisis di atas sesuai dengan penjelasan Kotler (2005) dan menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi secara keseluruhan.

Salah satu tujuan utama dari rencana strategis adalah untuk

mewujudkan visi, misi, tujuan, dan sasaran perguruan tinggi dalam jangka pendek (3 tahun), jangka menengah (5 tahun), dan jangka panjang (10 tahun). Tujuan universitas dapat diwujudkan dengan melibatkan semua pihak yang diperlukan dan mendapatkan dukungan dari beberapa pemangku kepentingan, baik akademik maupun non-akademik. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan sistem jaminan kualitas yang andal dan tahan lama. Strategi peningkatan akreditasi dilakukan dengan menetapkan kriteria mutu akademik yang mencakup tujuh unsur yang tercantum dalam proposal akreditasi. Selama dana tersedia, peningkatan mutu akademik dilakukan secara konsisten, berkesinambungan, dan bertahap dengan berpedoman pada standar penjaminan mutu. Langkah-langkah berikut diambil sebagai bagian dari strategi untuk mencapai tujuan percepatan peningkatan kualitas akademik: (1) Menciptakan kurikulum yang terintegrasi antara kurikulum nasional dan lokal, dengan mempertimbangkan tuntutan pasar dan kebutuhan masyarakat. kemajuan ilmu pengetahuan, komunikasi, dan teknologi informasi; dan (2) Menciptakan alat-alat penting, dukungan akademik, dan pedoman akademik yang sesuai.

Pengelola dan pegawai institusional yang siap dan profesional diperlukan untuk pengembangan institusi

menuju manajemen yang transparan, berkualitas, dan modern. Dalam hal ini, sangat penting bahwa stasiun kerja dan sistem administrasi, seperti sistem pemantauan dan evaluasi yang dioperasikan oleh universitas, dikuasai dan ditingkatkan. Dalam evaluasi kami terhadap sistem pengendalian internal universitas untuk kegiatan/pengembangan kegiatan penjaminan mutu internal, kami mengidentifikasi beberapa masalah, antara lain: (1) manajemen akademik, kemahasiswaan, dan unit kerja, termasuk Unit Penjaminan Mutu (UPM), masih di bawah standar dan kurang praktik sistematis; (2) kelengkapan instrumen dan SOP dalam melaksanakan kegiatan kerja masih sangat kurang; dan (3) kemampuan staf masih sangat kurang.

### **1. Analisis Peluang Lingkungan Eksternal**

Letak geografis perguruan tinggi yang strategis akan berdampak pada berkembang atau tidaknya perguruan tinggi swasta:

- 1) Pemeriksaan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh mereka sekarang dan di masa depan.
- 2) Sumber daya manusia, khususnya yang berpendidikan tinggi dan tahun kedua atau ketiga cenderung meningkat.
- 3) Tingginya rasa keingintahuan akademik di kalangan pegawai

yang mayoritas belum berstatus sarjana, membuat usulan pembukaan kelas khusus di perguruan tinggi swasta disambut baik.

- 4) Upaya pemerintah untuk mendukung pendidikan bagi masyarakat cukup kuat, baik di tingkat nasional maupun daerah.
- 5) Tingginya kesadaran masyarakat terhadap pendidikan.

### **2. Analisis Kekuatan (*Strengths*)**

#### **1) Lingkungan Internal**

- a. Masyarakat telah mengembangkan kepercayaan pada universitas swasta karena sejarah panjang mereka dan nama perguruan tinggi mereka.
- b. Lokasi kampus atau kantor menguntungkan dan nyaman.
- c. Jaringan dan aliansi untuk operasi telah dibentuk. Khususnya dengan lembaga setingkat SMA.
- d. Sumber daya manusia yang cukup sebagian.
- e. Kapasitas untuk melakukan proyek bersama dengan organisasi afiliasi

pemerintah daerah dan bisnis lainnya.

### 3. Analisis Kelemahan (*Weakness*)

#### 1) Lingkungan Internal

Berikut ini telah disorot sebagai kelemahan internal strategis:

- a. Sarana dan prasarana yang dimiliki untuk membantu operasional dalam proses peningkatan akademik masih terbatas jumlahnya.
- b. Karena sumber dana dan permodalan yang masih sedikit, maka sulit untuk memperluas kegiatan yang membutuhkan pengeluaran keuangan yang signifikan, seperti promosi, pelatihan, studi banding, peningkatan tingkat pendidikan karyawan dan dosen, dan lain-lain.
- c. Kemitraan yang terbentuk belum berjalan secara maksimal.
- d. Rendahnya kualitas sumber daya manusia akademik di sektor tersebut.
- e. Keadaan teknologi sistem informasi (TSI) saat ini menghambat pelayanan dan pelaporan.
- f. Masih banyak posisi terbuka dan tidak ada

aturan kepegawaian, terutama yang berhubungan dengan penghargaan dan penghargaan.

### 4. Analisis Kesempatan (*Opportunities*)

#### 1) Lingkungan Eksternal

- a. Tingkat kelulusan tahunan dari sekolah menengah dan sekolah menengah kejuruan di lokasi perkotaan dan pedesaan.
- b. Personil terdekat dari sektor publik dan swasta yang membutuhkan lebih banyak pendidikan untuk memajukan pekerjaan mereka.
- c. Memiliki banyak siswa yang masih bersekolah.
- d. Mahalnya biaya kuliah dan ketatnya persaingan di PTN.
- e. Beberapa mahasiswa pindahan kampus.

### 5. Analisis Tantangan/Ancaman (*Threats*)

#### 1) Lingkungan Eksternal

Ancaman dan tantangan akan selalu ada dan harus dihadapi; ini akan menyebabkan lembaga menjadi matang dan secara berkala mengevaluasi kemajuan mereka. Faktor eksternal, seperti:

- a. Minat yang terus dan kuat di kalangan calon mahasiswa untuk masuk Perguruan Tinggi Negeri dengan nama, berpotensi menimbulkan persoalan yang dapat menghambat pencapaian tujuan organisasi (lembaga pendidikan), baik saat ini maupun di masa yang akan datang.
- b. Akademisi masih banyak yang berminat bekerja sebagai PNS dan guru besar PNS.
- c. Ketidakmampuan pemerintah daerah, dunia usaha, industri, dan masyarakat untuk memahami makna dan manfaat hasil penelitian menyebabkan kesulitan dalam melakukan inisiatif penelitian.
- d. Perguruan tinggi swasta, terutama yang berada di daerah pedesaan, terus kekurangan kepercayaan publik meskipun standar mereka tinggi.
- e. Prasarana dan fasilitas yang kurang memadai dapat menghalangi calon mahasiswa baru untuk mendaftar.
- f. Perguruan Tinggi Negeri yang menawarkan program studi kepada individu dari kalangan menengah ke atas yang dapat dengan mudah kuliah di Perguruan Tinggi Negeri
- g. Universitas swasta terkemuka lainnya dengan reputasi yang kuat.
- h. kurangnya kepercayaan pada administrator universitas

## 5. SIMPULAN

Perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh paradigma pertumbuhan pendidikan dan keberadaan undang-undang. Masalah sumber daya manusia sangat penting untuk dipecahkan dalam studi pendidikan tinggi agar perguruan tinggi lebih kompetitif. Faktor utama untuk meningkatkan daya saing perguruan tinggi adalah kualitas guru besar dan efisiensi tenaga pengajar, serta daya saing lulusan perguruan tinggi, karena kualitas lulusan perguruan tinggi merupakan salah satu indikator untuk menentukan daya saing perguruan tinggi. Jelas bahwa ada sejumlah atau kumpulan manajemen, faktor, kebijakan, dan institusi di perguruan tinggi. Ini semua merupakan pilar kokoh yang menopang sebuah

universitas. Unsur manusia, khususnya mahasiswa yang berada di lingkungan universitas, menjadi faktor yang relevan. Strategi yang sukses untuk pengembangan perguruan tinggi swasta di masa depan dapat dikembangkan dengan menganalisis berbagai masalah dan variabel internal dan eksternal yang mempengaruhi perguruan tinggi swasta. Kondisi tersebut memiliki dampak positif dan negatif. Akan sangat membantu untuk mengidentifikasi opsi-opsi strategis melalui analisis SWOT untuk memahami potensi institusi swasta untuk bertahan dalam periode globalisasi di masa depan.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, T. (2022). PENINGKATAN MUTU PENDIDIKAN MADRASAH MELALUI IMPLEMENTASI STANDAR ISI DAN STANDAR PROSES PENDIDIKAN. *Adz-Zikr: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 7(1), 50–88.
- Amirudin. (2019). Model Manajemen Pondok Pesantren dalam Peningkatan Mutu Santri Bertaraf Internasional: Studi pada Pondok Pesantren Amanatul Ummah Mojokerto Jawa Timur. *Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam*.
- Azis, A. (n.d.). *Strategi Kepala Sekolah Dalam Menambah Sumber Pembiayaan Pendidikan Melalui Wirausaha di Sekolah Dasar (SD) Karakter Identik Serpong*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Desta Skadinavion, M. O., ALIAMI, S. R. I., & DJOKO S, E. D. Y. (2022). *Kolaborasi Content Marketing dan Event Marketing Sebagai Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Wisata Korea Fantasy Kediri*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Djunaidi, D., & Alfitri, A. (2022). Dilema industri padat modal dan tuntutan tenaga kerja lokal. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(1), 29–40.
- Fathurrahman, M. (n.d.). *Inovasi Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah di SMP PGRI Cikupa Kabupaten Bogor*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Haq, U. A. (2022). *PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG MAKASSAR 1*. Universitas Hasanuddin.
- Hasibuan, L., Jailani, M. S., Susrianto, D., Zahrah, H., JM, J., Khairan, K., ... Supriadi, S. (2022). *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan Islam*. CV. Karya Mandiri Bersama.

- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan, Ed.). Jakarta: PT Indeks Kelompok Media.
- Kusuma, I. W. (2022). *Strategi Kepala Madrasah Dalam Mewujudkan Madrasah Unggul (Studi Kasus di MTs Negeri 2 Ponorogo)*. IAIN Ponorogo.
- Munir, M. (2022). Strategi Membangun Brand Image Lembaga Pendidikan. *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(2), 22–41.
- Nasution, R. H. (2022). *Implementasi Program Peningkatan Mutu Profesionalitas Guru Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Padang Lawas Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.
- Ningsih, I. W., Mayasari, A., & Ruswandi, U. (2022). Konsep Pendidikan Multikultural di Indonesia. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 1083–1091.
- Nugroho, M. (2015). Model Peningkatan Kinerja Operasional melalui Praktek-praktek Manajemen Kualitas Pada Industri Kecil Menengah (IKM) di Kota Semarang. *In Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM)*, 2(1), 422–434.
- Rahayu, M. (2015). Pelaksanaan standar pengelolaan pendidikan di sekolah dasar kecamatan Ngemplak, Sleman. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 8(1).
- Rahmadani, R. D., & Subroto, W. T. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Kabupaten Sidoarjo di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(2), 167–181.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- SAMSUL, M. (2022). *MANAJEMEN PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI SEKOLAH TINGGI ILMU TARBIYAH BUSTANUL ‘ULUM LAMPUNG TENGAH*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Sintasari, B., & Afifah, N. (2022). Strategi Manajemen Pemasaran Unggul Jasa Pendidikan di SMP Islam Terpadu Ar Ruhul Jadid Jombang. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 13–26.
- Umami, W. (2022). *Analisis Strategi Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Dalam Mempersiapkan Kualitas Sumber Daya Insani*. Universitas Islam Riau.