

Educare

Jurnal Pendidikan dan Budaya

ISSN 1412-579X

Vol. 2, No. 2

Agustus 2004

EDUCARE adalah jurnal ilmiah yang terbit setiap tiga bulan sekali, bertujuan untuk meningkatkan apresiasi dan menyebarkan konsep-konsep pendidikan dan budaya.

Pelindung: Rektor UNLA.

Penasehat: Pembantu Rektor I UNLA, dan Ketua Penelitian dan Pengembangan UNLA.

Penanggung Jawab: Dekan FKIP UNLA.

Tim Asistensi: Pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III FKIP UNLA.

Tim Akhli: Prof. H.E.T. Ruseffendi, S.Pd., M.Sc., Ph.D., Prof. H. Aas Sae-fudin, Drs., M.A., H. Otong Kardisaputra, Drs.

Pemimpin Redaksi: Eki Baihaki, Drs.

Sekretaris: Ria Herdiana, Dra.

Redaktur Khusus PIPS: Ketua Jurusan PIPS FKIP UNLA; Sungging Handoko, Drs., S.H.; Hj. Rita Zahara, Dra.

Redaktur Khusus PMIPA: Ketua Jurusan PMIPA FKIP UNLA; H.EndiNurgana, Drs.; H. Erman Suherman, Drs., M.Pd.

Sirkulasi: Budi Rusyanto, S.H.

Tata Usaha: Staf Tata Usaha FKIP UNLA.

Penerbit: Badan Penerbitan FKIP UNLA.

Percetakan: C.V. Sarana Cipta Usaha.

Setting dan Layout: 3Nur Studio

DAFTAR ISI

PENGANTAR DARI REDAKSI	ii
PERANAN DOSEN WALI BAGI MAHASISWA	
Oleh : Anytha Basaria Silitonga	1
PERAN GURU DALAM MELAKUKAN PENILAIAN KETERAMPILAN PROSES	
Oleh : Reviandari W.	8
UPAYA UNTUK MENCAPAI KEBERHASILAN BERWIRAUUSAHA DI KOPERASI	
Oleh : Ria Herdhiana	18
KONTRIBUSI PEMBINAAN MAHASISWA OLEH DOSEN TERHADAP KEGAIRAHAN BELAJAR MAHASISWA	
Oleh : Rita Zahara	32
PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PENDIDIKAN BUDI PEKERTI DI SEKOLAH-SEKOLAH	
Oleh : Cucu Lisnawati	51
MARKETING PLAN PMB UNLA TAHUN 2005/2006	
Oleh : Asep Hidayat	62
MENGUNAKAN OPEN-ENDED UNTUK MEMOTIVASI BERPIKIR MATEMATIKA	
Oleh : Mumun Syaban	71
PENGEMBANGAN KOPERASI DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT	
Oleh : Uus Manzilatusifa	79
KEBISINGAN DAN PENGARUHNYA PADA LINGKUNGAN HIDUP	
Oleh : Sungging Handoko	89
PROFIL KEMAMPUAN GENERIK AWAL CALON GURU DALAM MEMBUAT PERENCANAAN PERCOBAAN PADA PRAKTIKUM FISILOGI TUMBUHAN	
Oleh : Taufik Rahman, dkk.	95

Terbitan Pertama: 02 Mei 2002

Redaksi menerima tulisan dengan panjang tulisan maksimal 6000 kata dan sudah ditulis dan dikemas dalam disket dengan format Microsoft Word. Isi tulisan ilmiah populer, hasil penelitian, atau gagasan orisinal pada bidang pendidikan dan budaya. Isi tulisan, secara yuridis formal menjadi tanggung jawab penulis. Naskah yang dikirim ke Redaksi menjadi milik redaksi Jurnal Educare.

Alamat Penerbit dan Redaksi:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Langlangbuana

Jl. Karapitan No. 116 Bandung 40261, Telp. (022) 4215716.

<http://www.e-fkipunla.info>

e-mail: educare-red@telkom.net

PENGANTAR DARI REDAKSI

Educare Volume 2 Nomor 2 edisi bulan Agustus 2004 menyajikan sepuluh buah karya tulis ilmiah, baik berupa hasil penelitian maupun pemikiran-pemikiran orisinal. Pada edisi kali ini, kami menyajikan topik yang lebih beragam dibandingkan dengan edisi sebelumnya, mulai dari kajian ilmiah tentang upaya peningkatan kualitas proses belajar mengajar, sampai dengan peningkatan kualitas pengelolaan pendidikan tinggi.

Seluruh tulisan, mulai dari terbitan pertama dapat anda lihat pada situs kami pada <http://www.e-fkipunla.net> dengan format *pdf*, yang dapat dibaca dengan software Acrobat Reader.

Keinginan kami untuk menyajikan beragam tulisan dan kajian ilmiah dengan kualitas yang lebih baik dan teratur, adalah merupakan tekad kami, maka respon dan kritik bagi penyempurnaan pada edisi berikutnya sangat kami nantikan.

Bandung, 01 Agustus 2004

Redaksi

MARKETING PLAN PMB UNLA TAHUN 2005/2006¹

Oleh: Asep Hidayat

A. Ringkasan Eksekutif

Fokus pemasaran yang dilakukan Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Langlangbuana Tahun Akademik 2005/2006 (selanjutnya cukup ditulis Panitia PMB UNLA) dirumuskan secara eksplisit, memperbaharui visi dan fokus strategi pada pengkemasan ulang potensi yang dimiliki oleh UNLA, dengan target market utama adalah mahasiswa reguler yang berada di kota Bandung, kabupaten Bandung, kota Cimahi, kabupaten Sumedang, Kabupaten Purwakarta, dan Kabupaten Cianjur.

Dengan fokus pemasaran di atas, tujuan Panitia PMB UNLA adalah untuk memperoleh mahasiswa baru sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru reguler sebanyak 20% dari tahun sebelumnya, sejalan dengan peningkatan jumlah peserta Ujian Akhir Nasional SMA/K Tahun Akademik 2004/2005 serta sejalan dengan perkembangan kualitas penyelenggaraan dan fasilitas pendidikan di UNLA.
2. Meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru pindahan dan/atau melanjutkan sebanyak 40% dari tahun sebelumnya, sejalan dengan peningkatan jumlah mitra kerja potensial yang dijalin oleh UNLA dengan instansi pemerintah dan instansi swasta.

Tujuan Panitia PMB di atas dicapai dengan cara mereposisi UNLA sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang unggul dengan spesifikasi sebagai berikut:

1. UNLA merupakan PTS umum yang dibina oleh Yayasan Brata Bhakti Polri Daerah Jawa Barat yang dipayuni oleh Polisi Republik Indonesia Daerah Jawa Barat (POLDA JABAR).
2. UNLA merupakan PTS yang dibina, dalam suasana kemitraan, oleh

¹ Disampaikan pada Acara Diskusi Pengembangan UNLA, Rektorat tanggal 27 Juli 2004

Universitas Padjadjaran (UNPAD).

3. UNLA merupakan PTS yang sejajar dengan UNISBA, UNPAS, UNIKOM.
4. UNLA merupakan PTS yang berkualitas dalam penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan biaya pendidikan dapat terjangkau oleh masyarakat ekonomi menengah ke bawah.

Keberhasilan Panitia PMB UNLA tidak akan tercapai jika hanya menunggu calon mahasiswa baru mendatangi dan mendaftarkan diri ke Sekretariat Panitia. Oleh karenanya, Panitia PMB UNLA menetapkan target market utamanya adalah siswa SMA/SMK kelas III Tahun Akademik 2004/2005. Untuk mencapai target market tersebut, Panitia PMB UNLA menggunakan strategi inti berikut ini:

1. Mengunjungi langsung calon mahasiswa baru di sekolahnya, melalui presenter yang terlatih.
2. Menyelenggarakan pendaftaran secara kolektif di kota-kota yang telah ditentukan, yang ditindaklanjuti dengan menyelenggarakan seleksi penerimaan mahasiswa baru di kota-kota tersebut.

B. Analisis Situasi

1. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh UNLA untuk memperoleh mahasiswa baru, yaitu:

a. Infrastruktur

- 1) Gedung sangat representatif dan terpelihara dengan baik, serta masih terisi di bawah kapasitas.
- 2) Laboratorium Bahasa, Laboratorium Komputer, dan Laboratorium Teknik cukup lengkap, mutakhir, memadai serta milik sendiri.

b. Manajemen:

- 1) Strategi pengembangan UNLA: Perubahan, dalam arti selalu antisipatif dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi dan akan terjadi.
- 2) UNLA merupakan PTS yang dipayungi oleh Yayasan yang dimiliki oleh POLDA JABAR.
- 3) UNLA merupakan PTS yang dibina, dalam suasana kemitraan, oleh UNPAD.

2. Kelemahan

Kelemahan yang dimiliki oleh UNLA dalam menerima mahasiswa baru, yaitu:

- a. Potensi keunggulan UNLA belum terpublikasi secara teratur dan terukur dengan baik.
- b. Keterlibatan sivitas akademika dan karyawan UNLA untuk mempublikasikan UNLA masih rendah.

3. Peluang

Peluang yang dimiliki UNLA untuk memperoleh mahasiswa baru masih cukup terbuka, dilihat dari:

- a. Telah beralih statusnya UNPAD, ITB, dan UPI dari PTN menjadi BHMN, yang menyebabkan biaya pendidikan relatif lebih mahal dibandingkan biaya pendidikan rata-rata yang ditetapkan oleh PTS pada Kopertis Wilayah IV.
- b. Telah terjallinnya kerjasama dengan instansi pemerintah dan instansi swasta dalam bidang peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Kerjasama dimaksud adalah kerjasama yang dibangun oleh universitas dan fakultas.
- c. Adanya PTS yang menyatakan kesediaan untuk bekerja sama dalam PMB, khususnya untuk kelas-kelas melanjutkan.

4. Hambatan

Hambatan potensial yang dihadapi oleh UNLA dalam penerimaan mahasiswa baru yaitu semakin banyaknya PTS pada Kopertis Wilayah IV Jawa Barat dan Banten, khususnya yang berada di kota Bandung dan kabupaten Bandung. Keadaan ini berpotensi menghambat penerimaan mahasiswa baru, dilihat dari aspek:

- a. Semakin ketatnya persaingan penerimaan mahasiswa baru, karena jumlah calon mahasiswa baru akan terbagi kepada sejumlah PTS dengan hasil bagi rata-rata di bawah 100 orang per PTS.
- b. Adanya kecenderungan “perang harga” diantara sesama PTS, sampai pada tingkat yang tidak rasional bila dihadapkan pada pembiayaan yang harus dikeluarkan untuk memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas.

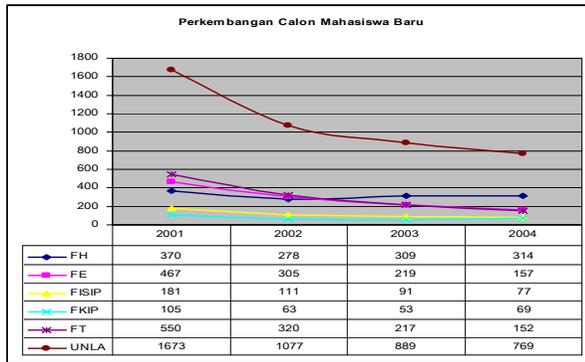
C. Ringkasan Penerimaan Mahasiswa Baru

1. Keadaan Mahasiswa Baru

Keadaan mahasiswa baru dianalisis dengan menggunakan Tahun 2001 sebagai tahun dasar, mengingat asupan mahasiswa tahun tersebut akan lulus pada tahun ini. Berdasarkan data yang ada, keadaan calon mahasiswa baru sejak Penerimaan Mahasiswa Baru tahun 2002 sampai dengan tahun 2004 mengalami penurunan secara terus menerus, dalam prosentase yang sangat berarti. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

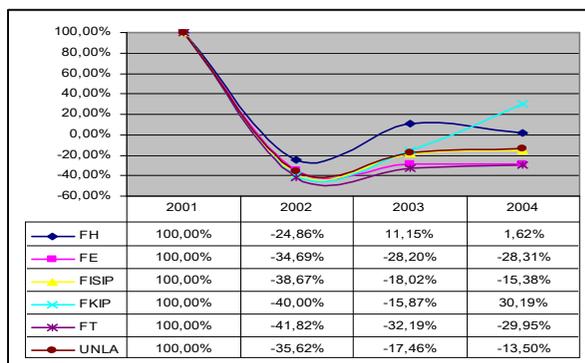
FAKULTAS	2001	2002	2003	2004
FH	370	278 (-24,86%)	309 (-16,49%)	314 (-15,14%)
FE	467	305 (-34,69%)	219 (-53,10%)	157 (-66,38%)
FISIP	181	111 (-38,67%)	91 (-49,72%)	77 (-57,46%)
FKIP	105	63 (-40,00%)	53 (-49,52%)	69 (-34,29%)
FT	550	320 (-41,82%)	217 (-60,55%)	152 (-72,36%)
UNLA	1673	1077 (-35,62%)	889 (-46,86%)	769 (-54,03%)

Kecenderungan turun ini, terjadi baik secara total pada tingkat universitas maupun pada setiap fakultas. Untuk lebih jelasnya, penurunan ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Secara keseluruhan, untuk Universitas, calon mahasiswa baru pada tahun 2004 mengalami penurunan -54,03% dari calon mahasiswa baru tahun 2001, sedangkan untuk tingkat fakultas penurunan terendah dicapai oleh Fakultas Hukum dengan -15,14% dan penurunan tertinggi dicapai oleh Fakultas Teknik dengan 72,36% dari perolehan calon mahasiswa baru tahun 2001.

Apabila dilihat dari perolehan calon mahasiswa baru dari tahun ke tahun, terdapat penurunan, namun penurunan tersebut semakin mengecil. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut ini.



2. Keadaan Market Share

Berdasarkan data PTS tahun 2000 sampai dengan 2003, student body di 85 PTS yang terdata di wilayah kota Bandung, Kabupaten

Bandung, dan Kota Cimahi sebesar 97.793 mahasiswa di mana 3.957 mahasiswa atau sekitar 4,04% terdapat di UNLA. Market share untuk PMB 2000 sampai dengan PMB 2003 antara 3% - 5%, yang sejalan dengan penurunan jumlah total mahasiswa di 85 PTS tersebut. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

	TOTAL	2000	2001	2002	2003
TOTAL	97.793	24.850	26.198	24.579	22.166
UNLA	3.957 4,04%	1.257 5,06%	1.185 4,5%	794 3,2%	721 3,3%

Secara berurut, dengan mengambil 15 PTS teratas, dapat dilihat posisi UNLA pada tabel berikut ini.

NO.	PTS	TOTAL	2000	2001	2002	2003
1	UNIVERSITAS PASUNDAN	14.034	3.489	3.745	4.011	2.789
2	UNIVERSITAS PARAHYANGAN	8.696	2.022	2.236	1.974	2.464
3	UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG	6.736	1.977	1.635	1.733	1.391
4	UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA	6.624	1.494	1.519	1.823	1.788
5	UNIVERSITAS KOMPUTER	5.671	1.242	1.422	1.411	1.596
6	INSTITUS TEKNOLOGI NASIONAL	4.964	1.489	1.338	1.064	1.073
7	STKIP SILIWANGI	4.404	999	1.023	1.250	1.132
8	UNIVERSITAS WIDYATAMA	4.398	1.031	1.086	1.103	1.178
9	UNIVERSITAS JENDERAL AHMAD YANI	4.288	1.080	1.210	1.048	950
10	UNIVERSITAS LANGLANBUANA	3.957	1.257	1.185	794	721
11	STT TELKOM	3.025	575	786	854	810
12	UNBAR	2.300	775	974	420	131
13	STBA YAPARI	2.234	679	697	493	365
14	UNINUS	2.131	759	600	469	303
15	STIE YPKP	2.057	736	598	409	314

D. Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru

1. Misi

Misi dari Panitia PMB UNLA adalah untuk:

- a. Mengkemas potensi UNLA dalam konteks publikasi, dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan UNLA dibandingkan dengan PTS pesaing di wilayah Jawa Barat dan Banten, dan secara khusus di wilayah kota/kabupaten Bandung dan kota Cimahi.
- b. Memasarkan UNLA kepada calon-calon mahasiswa baru, baik dari kelompok reguler maupun karyawan dan melanjutkan.
- c. Melayani pendaftaran calon mahasiswa baru, baik secara individual maupun kolektif.
- d. Menyelenggarakan seleksi atau ujian saringan masuk untuk menjaring calon mahasiswa baru yang bermutu.
- e. Meyakinkan calon mahasiswa baru yang lulus seleksi untuk melakukan registrasi sebagai mahasiswa UNLA.

2. Tujuan

Panitia PMB UNLA bertujuan melaksanakan tugas yang dibebankan oleh Rektor UNLA dengan sebaik-baiknya yaitu untuk mempersiapkan dan melaksanakan segala sesuatu yang berkaitan dengan Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Langlangbuana Tahun Akademik 2005/2006.

3. Target

Berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dihadapkan pada peluang dan hambatan, Panitia PMB UNLA menetapkan target sebagai berikut:

- a. Penjualan formulir sebanyak 1.500 lembar.
- b. Target optimis perolehan calon mahasiswa baru sebanyak 750 calon.
- c. Target pesimis perolehan calon mahasiswa baru sebanyak 600 calon.

4. Sasaran

Berdasarkan kecenderungan asal calon mahasiswa baru, Panitia PMB menetapkan sasaran pasar sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Reguler, dengan kriteria sebagai berikut:
 - 1) Asal Sekolah: Sekolah Menengah Atas, Madrasah Aliyah, dan Sekolah Menengah Kejuruan.
 - 2) Asal Kota: kota Bandung, kabupaten Bandung, kota Cimahi, kabupaten Sumedang, Kabupaten Purwakarta, dan Kabupaten Cianjur.
- b. Mahasiswa Karyawan, dengan kriteria berasal dari instansi pemerintah dan swasta yang dipayungi oleh kerjasama. Untuk instansi pemerintah difokuskan ke Kabupaten Bandung.
- c. Mahasiswa Melanjutkan, dengan kriteria berasal dari PTS yang dipayungi oleh kerjasama, yaitu dengan LPKIA.

5. Positioning

Tujuan Panitia PMB di atas dicapai dengan cara memposisikan UNLA sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang unggul dengan spesifikasi sebagai berikut:

- a. UNLA merupakan PTS umum yang dibina oleh Yayasan Brata Bhakti Polri Daerah Jawa Barat yang dipayuni oleh Polisi Republik Indonesia Daerah Jawa Barat (POLDA JABAR).
- b. UNLA merupakan PTS yang dibina, dalam suasana kemitraan, oleh Universitas Padjadjaran (UNPAD).
- c. UNLA merupakan PTS yang sejajar dengan UNISBA, UNPAS, UNIKOM.
- d. UNLA merupakan PTS yang berkualitas dalam penyelenggaraan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan biaya pendidikan dapat terjangkau oleh masyarakat ekonomi menengah ke bawah.

6. Strategi Inti

Keberhasilan Panitia PMB UNLA tidak akan tercapai jika hanya menunggu calon mahasiswa baru mendatangi dan mendaftarkan diri ke Sekretariat Panitia, terlebih lagi bila melihat banyaknya PTS di kota Bandung, kabupaten Bandung, dan kota Cimahi yang mencapai sekitar 85 PTS. Oleh karenanya, Panitia PMB UNLA menetapkan strategi inti yang menekankan pada kegiatan marketing yang proaktif berikut ini:

- a. Mengunjungi langsung calon mahasiswa baru di sekolahnya, melalui presenter yang terlatih, yang ditindaklanjuti dengan pendaftaran secara kolektif ditempat tersebut.
- b. Menyelenggarakan pendaftaran secara kolektif di kota-kota yang telah ditentukan, yang ditindaklanjuti dengan menyelenggarakan seleksi penerimaan mahasiswa baru di kota-kota tersebut.
- c. Memanfaatkan mahasiswa sebagai media publikasi, untuk menyampaikan keunggulan-keunggulan UNLA.

E. Daftar Referansi

- Clueck, William F. and Lawrence R. Jauch, (1998), *Strategic Management and Business Policy*, Fifti Edition, New York, Mc. Graw Hill, Inc.
- C,F. Arthur A. Thomson, JR, AJ Strickland, (1993). *Strategy Formulation and Implementation, Task of The General Manager*, NV edition Business Publication Plant, Texas.
- David, Fred R, 1998, *Strategic Management, Concepts and Cases*, New Jersey: Prentice Hali
- David, C, Fogg, (1999), *Implementiing Your Strategic*, New York: Amalom Dommermuth, P. William, (1994), *Promotion; Analysis, and Strategy*, Second Edition.
- Kotler, Philip, (2000), *Marketing Management, Intemational Edition*, New Jersey: Prentice Hall
- Stewarth, H. Rewolth, James Scott, (1995). *Perencanaan dan Strategi Pemasaran*, Terjemahan A. Hasymi Ali, Cetakan ke-2, Rekena Cipta.