

ABSTRAKSI

Filda Angellia, 92208008

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA BANKING SCHOOL (STIE IBS) DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT

Tesis Magister Manajemen Sistem Informasi, Program Pasca Sarjana, Universitas Gunadarma, 2010

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, STIE IBS

(xvi + 72 + lampiran)

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banking School (STIE IBS) merupakan sekolah tinggi ilmu ekonomi yang didirikan oleh Yayasan Pengembangan Perbankan Indonesia (YPPI) dibawah binaan Bank Indonesia dengan program strata satu (S1) yang berfokus pada keuangan dan perbankan. Dengan banyaknya perguruan tinggi swasta yang berdiri maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat bagi setiap perguruan tinggi swasta tersebut khususnya STIE IBS

Metode SWOT merupakan salah satu cara untuk mengetahui sejauh mana institusi pendidikan memiliki kekuatan dan peluang, serta kelemahan dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Maka penulis terdorong untuk melakukan analisis terhadap pemasaran STIE IBS dengan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang dapat digunakan oleh perguruan tinggi tersebut agar dapat bersaing dengan perguruan tinggi swasta maupun negeri.

Dalam tesis ini penulis menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari STIE IBS, dan saat ini strategi yang perlu dilakukan oleh STIE IBS memanfaatkan kekuatan internal untuk membuka peluang jangka panjang melalui strategi pertumbuhan (konsentrasi melalui integrasi horizontal) dengan melakukan peningkatan jenis produk berupa program studi ataupun jasa pelayanan. STIE IBS juga dapat memperluas pasar, fasilitas, dan teknologi melalui pengembangan

internal maupun eksternal melalui kerjasama dengan institusi lain terutama perbankan.

Daftar Pustaka (2000-2010)