

## KATA PENGANTAR

Dalam era informasi ini, tantangan yang dihadapi Program Studi Manajemen Pemasaran Program Diploma Tiga Bisnis dan Kewirausahaan Universitas Gunadarma dirasakan semakin menuntut langkah-langkah strategis agar Studi Diploma Tiga Manajemen Pemasaran tetap mampu memberikan sumbangan optimal kepada bangsa. Untuk itu perlu dirumuskan langkah-langkah antisipasi guna menjawab tantangan tersebut. Pandangan visioner, pemikiran kritis, dan semangat perubahan untuk mencapai cita-cita perlu sesegera mungkin diterjemahkan dalam Rencana Strategis (Renstra) Program Studi Diploma Tiga Manajemen Pemasaran 2007-2011.

Renstra diharapkan dapat merumuskan program yang lebih berkesinambungan yang dimiliki Program Studi Diploma Tiga Manajemen Pemasaran (D3) serta mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi yang unggul sesuai dengan bidangnya.

Renstra merupakan sebuah proses dari hasil pemikiran bersama seluruh komponen pada Program Studi Diploma Tiga Manajemen Pemasaran (D3). Berdasarkan renstra ini diharapkan dapat dituangkan dalam bentuk rencana tindak (*action plan*) dan dapat terlaksana dengan baik dengan dukungan pihak Universitas.

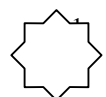
Jakarta, Januari 2007  
Ketua Program Studi  
Diploma Tiga Manajemen Pemasaran,

Bagus Nurcahyo, SE, MMSI



# DAFTAR ISI

	Hal
<b>KATA PENGANTAR</b>	
<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
<b>II SEJARAH, VISI, MISI DAN TUJUAN</b>	<b>3</b>
2.1 Sejarah	3
2.2 Visi	4
2.3 Misi	4
2.4 Tujuan	4
2.5 Orientasi	5
<b>III ISU STRATEGIS, KONDISI PROGRAM STUDI DAN ARAH PENGEMBANGAN</b>	<b>7</b>
3.1 Isu Strategis	7
3.2 Kondisi Program Studi	8
3.3 Arah Pengembangan	9
<b>IV SASARAN DAN STRATEGI</b>	<b>12</b>
4.1 Sasaran	12
4.2 Strategi	14
<b>V PENUTUP</b>	<b>16</b>



# 1

## PENDAHULUAN

Rencana Strategis Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran ini merupakan penjabaran dari Rencana Strategis Universitas Gunadarma 2007 – 2011. Rencana Strategis ini disusun berdasarkan visi universitas yang merupakan kristalisasi cita-cita dan komitmen bersama tentang kondisi ideal masa depan yang ingin dicapai dengan mempertimbangkan potensi yang dimiliki, permasalahan yang dihadapi dan berbagai kecenderungan perubahan lingkungan baik internal maupun eksternal yang sedang dan akan berlangsung. Berdasarkan visi tersebut, selanjutnya dirumuskan berbagai tujuan dan sasaran yang akan dicapai lima tahun kedepan. Berdasarkan tujuan dan sasaran tersebut, selanjutnya dirumuskan berbagai program pengembangan yang perlu ditempuh termasuk di dalamnya penentuan indikator-indikator keberhasilannya.

Titik berat Perencanaan Strategi pengembangan universitas ini adalah aspek-aspek strategis dalam penyelenggaraan dan pengembangan program studi, meliputi kinerja penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat, yang sebenarnya merupakan satu kesatuan yang saling terkait. Penyusunan Rencana Strategis ini dimaksudkan sebagai pedoman untuk penyelenggaraan dan pengembangan program studi untuk jangka waktu 5 (lima) tahun ke depan, dengan kemungkinan adanya peninjauan setiap tahun sekali sesuai dengan perubahan-perubahan penting yang diperkirakan berpengaruh secara signifikan terhadap penyelenggaraan dan pengembangan program studi. Rencana Strategis disusun sebagai pedoman bagi penyelenggaraan dan pengembangan program studi yang merupakan komitmen bersama seluruh elemen penyelenggara program studi. Karena sifatnya yang masih berupa garis besar, maka Rencana Strategis ini perlu dijabarkan dalam berbagai dokumen perencanaan yang lebih operasional.

Setelah melalui perjuangan panjang dalam menghadapi berbagai tantangan, Universitas Gunadama telah menjelma menjadi salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Indonesia yang berbasis teknologi informasi. Pengalaman selama 25 tahun yang diiringi pengabdian dan dedikasi tenaga pengajar; komitmen yayasan dan pimpinan; pengadaan fasilitas pembelajaran serta kepercayaan masyarakat, Universitas Gunadarma akan terus berupaya menghasilkan lulusan yang berguna dan bisa mendarmabaktikan kompetensinya demi membangun masa depan bangsa yang lebih baik.



Perguruan tinggi, dalam memasuki era globalisasi, dihadapkan pada pelbagai peluang dan tantangan yang bersifat global dengan lingkungan yang tatanannya senantiasa berubah dengan sangat cepat dan penuh dinamika. Perubahan dimaksud dipicu oleh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi dan komunikasi yang pesat. Diyakini, di masa depan, ilmu pengetahuan akan menjadi penggerak utama produktivitas dan pertumbuhan ekonomi menuju ke satu fokus di mana informasi, teknologi dan pembelajaran memegang peranan penting dalam peningkatan kinerja ekonomi. Dengan demikian, penguasaan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan syarat pokok bagi kemajuan suatu bangsa.

Mengacu pada fenomena tersebut, lembaga pendidikan termasuk perguruan tinggi menempati posisi strategis dalam pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan bangsa. Universitas Gunadarma sebagai salah satu perguruan tinggi swasta berbasis teknologi informasi dan komunikasi terkemuka di tanah air berketetapan hati untuk memainkan peran dalam menciptakan masyarakat berbasis pengetahuan (*knowledge-based society*) tatanan masyarakat yang diperlukan di era ekonomi berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*).

Dalam satu dekade terakhir bangsa Indonesia menghadapi beragam masalah yang kompleks dan berkepanjangan. Universitas Gunadarma sebagai pengelola ilmu pengetahuan dan sebagai salah satu agen perubahan (*agent of change*) dituntut peranannya dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi bangsa ini.



# 2

## SEJARAH, VISI, MISI, DAN TUJUAN

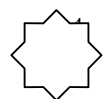
### 2.1 Sejarah

Tahun 1996 menjadi tonggak sejarah tersendiri bagi Yayasan Pendidikan Gunadarma, karena pada tahun ini, melalui Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 92/Kep/Dikti/1996 tanggal 3 April 1996, STMIK Gunadarma di*merger* dengan STIE Gunadarma dan ditambah dengan beberapa program studi baru menjadi Universitas Gunadarma atau disingkat menjadi UG.

Sejak saat itu, Universitas Gunadarma mengelola 6 fakultas dengan tiga program (Program Diploma, Program Sarjana S1, dan Program Pascasarjana S2, dan S3). Mahasiswa kuliah di 8 lokasi, yaitu Jakarta (3 lokasi), Depok (4 lokasi), Bekasi (1 lokasi). Program Diploma mencakup program studi Manajemen dan Akuntansi (untuk Ilmu Ekonomi), Manajemen Informatika dan Teknik Komputer (untuk Ilmu Komputer), dan Kebidanan. Untuk Program Sarjana mencakup Sistem Informasi dan Sistem Komputer (untuk Ilmu Komputer), Manajemen dan Akuntansi (untuk Ilmu Ekonomi), Teknik Sipil dan Teknik Arsitektur (untuk Teknik Sipil dan Perencanaan), Teknik Industri, Teknik Mesin, Teknik Elektro, dan Teknik Informatika (untuk Teknik Industri), Sastra Inggris (untuk Sastra dan Bahasa), dan Psikologi (untuk Psikologi).

Program Pendidikan Jenjang Diploma adalah merupakan program pendidikan yang bertujuan untuk mendidik calon ahli madya yang memiliki pengetahuan dan keterampilan sesuai dengan bidangnya yang digeluti dengan jangka waktu 6 semester. Dengan perkembangan dunia bisnis dan ekonomi di era globalisasi ini semakin memberikan dampak yang positif bagi calon lulusan program diploma untuk terjun memasuki dunia kerja dan dunia usaha.

Dalam menyelenggarakan kegiatannya program diploma memiliki 3 (tiga) program studi yakni D3-Akuntansi Komputer dengan Akreditasi A berdasarkan SK Nomor : 017/BAN-PT/AK-VI/Dpl-III/XII/2006 tanggal 30 Desember 2007, D3-Manajemen Keuangan dengan SK Nomor : 002/BAN-PT/AK-VI/Dpl-III/V/2006 Tanggal 11 Mei 2007 yang juga telah terakreditasi A, dan Program Studi Manajemen Pemasaran dengan Status Akreditasi A berdasarkan SK Nomor: 017/BAN-PT/AK-VI/Dpl-III/XII/2006 tanggal 30 Desember 2007.



Berdasarkan status yang dimiliki oleh program studi di atas dengan ditunjang oleh pengembangan kurikulum yang selalu ditinjau setiap dua tahun sekali memberikan kekuatan tersendiri terhadap program studi tersebut. Dalam kegiatan proses belajar mengajar para calon lulusan diploma juga diberikan kegiatan praktikum penunjang berdasarkan kasus-kasus yang ada di dunia kerja dengan menggunakan aplikasi komputer sebagai alat bantu. Bagi mahasiswa program studi Akuntansi Komputer misalnya di samping memiliki pengetahuan tentang Ilmu Akuntansi juga dibekali materi Pemrograman, Basis Data, Internet & Jaringan sehingga diharapkan lulusan memiliki penguasaan teori maupun teknologi informasi yang selalu mengikuti perkembangan.

Di samping itu sebagai persyaratan untuk mendapatkan kelulusan para mahasiswa juga diwajibkan untuk mengikuti kursus dan workshop seperti : *Marketing Communication, Value Plus, Audit Common Language, Retail Busines, Perpajakan (Tax), Business Research* dan sebagainya. Sehingga dengan demikian diharapkan para calon lulusan program diploma memiliki kompeten dan daya saing yang tinggi dalam memasuki dunia kerja nantinya.

## 2.2 Visi

Memproyeksikan diri untuk menjadi program studi yang terkemuka di bidang Manajemen Pemasaran di Indonesia dalam sepuluh tahun mendatang

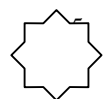
## 2.3 Misi

Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pelatihan di bidang Manajemen Pemasaran yang selalu mempertimbangkan kebutuhan industri, masyarakat dan profesional serta perkembangan IPTEK sehingga dapat menghasilkan lulusan berkualitas tinggi dengan memiliki pengetahuan dan keterampilan profesional di bidang Manajemen Pemasaran yang mendukung pertumbuhan kewirausahaan dan mampu melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

## 2.4 Tujuan

Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma diselenggarakan dengan tujuan untuk menghasilkan lulusan Ahli Madya yang diharapkan :

1. Mampu untuk bekerja dalam bidang pemasaran baik di institusi swasta maupun pemerintah.
2. Mampu berperan aktif dalam memajukan lembaga di mana mereka bekerja.



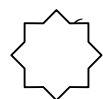
3. Mampu mengamati, menganalisis, serta melakukan pekerjaan praktek di bidang manajemen pemasaran.
4. Mampu memberikan penjelasan dan informasi tentang berbagai hal yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.
5. Memiliki dan memahami dasar ilmu pengetahuan dan teknologi yang berkaitan dengan ilmu ekonomi, khususnya manajemen pemasaran yang kebutuhannya sangat dirasakan saat ini dan di masa yang akan datang.
6. Mampu memanfaatkan perangkat lunak komputer yang relevan dengan kebutuhan masa kini dan masa yang akan datang.

Kompetensi khusus yang ingin dicapai adalah lulusan dengan karakteristik sebagai berikut:

- Menguasai dan mampu melakukan perencanaan dan implementasi pemasaran perusahaan.
- Mampu mengidentifikasi, memformulasikan, dan memecahkan masalah-masalah pemasaran perusahaan.
- Mempunyai wawasan luas sehingga dapat memahami dampak penerapan keilmuan manajemen pemasaran terhadap konteks global/sosial
- Mampu berkomunikasi dengan efektif, memiliki etika bermasyarakat dan selalu berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- Mampu bekerjasama dalam kelompok yang bersifat multidisiplin, baik dalam peran sebagai pemimpin maupun anggota kelompok
- Mampu menerapkan teknik dan alat analisis baru yang diperlukan dalam menjalankan praktek profesi manajemen pemasarannya
- Mampu menguasai teknologi informasi dan komputerisasi, mengikuti perkembangan teknologi dan melakukan inovasi
- Memiliki rasa tanggung jawab dalam lingkungan masyarakat dan peka terhadap perubahan.

## 2.5 Orientasi

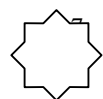
Arah yang dituju oleh Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma mencakup isu-isu strategis dalam penyelenggaraan dan pengembangan program studi, antara lain kepemimpinan, relevansi, suasana akademik, kinerja manajemen internal, keberlanjutan, efisiensi dan produktivitas. Isu – isu strategis tersebut menjadi acuan di dalam pengembangan program studi di masa



yang akan datang yang dituangkan dalam rencana strategis, menjadi komitmen bersama seluruh elemen penyelenggara universitas. Hal tersebut sejalan dengan paradigma baru manajemen Pendidikan Tinggi yang bertumpu pada kualitas, otonomi, akuntabilitas, akreditasi dan memiliki kesehatan organisasi yang baik dan kondusif bagi pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi dan landasan perkembangan di masa depan.

Mengacu ke visi dan misi tersebut dan sesuai dengan Rencana Strategis Universitas Gunadarma, maka Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran telah menetapkan tujuan dan strategi pengembangan untuk periode lima tahun ke depan. Tujuan dan strategi tersebut secara umum mencakup implementasi dan aktualisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu:

1. Meningkatkan proses pendidikan berkualitas untuk setiap bidang keilmuan melalui strategi yang mengedepankan penerapan teknologi informasi dalam proses belajar mengajar dan layanan informasi akademik kepada pengguna jasa
2. Memperkuat program penelitian inovatif yang bernilai guna dan berhasil guna sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta kebutuhan masyarakat dan dunia usaha
3. Meningkatkan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilandasi semangat kepedulian dan komitmen terhadap pencarian alternatif solusi untuk berbagai permasalahan dan kebutuhan masyarakat





# 3

## ISU STRATEGIS, KONDISI PROGRAM STUDI, DAN ARAH PENGEMBANGAN

### 3.1 Isu Strategis

Tantangan yang dihadapi dalam penyelenggaraan Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran antara lain dipengaruhi oleh semakin menguatnya arus globalisasi, pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, dan terjadinya perubahan arah kebijakan pendidikan yang berorientasi kepada kebutuhan pasar. Kondisi tersebut akan mempunyai implikasi langsung terhadap penyelenggaraan pendidikan tinggi pada umumnya dan pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran pada khususnya. Berkaitan dengan hal tersebut, Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran dituntut untuk mampu menghasilkan sumberdaya manusia yang dibutuhkan dunia kerja dengan kualifikasi yang sesuai dengan kebutuhan *stakeholder*.

Terdapat empat isu strategis yang perlu dicermati dan disikapi dalam memasuki millenium baru ini, yaitu globalisasi, perekonomian berbasis pengetahuan (*knowledge-based economy*), perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat, serta perubahan arah kebijakan pengembangan pendidikan tinggi.

Era globalisasi yang dimotori oleh perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi (TIK) dan dicirikan oleh tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut semua pihak untuk senantiasa meningkatkan daya saing dalam upaya memertahankan eksistensinya baik dalam sektor kehidupan ekonomi, sosial, politik, seni, budaya, maupun ideologi. Bangsa Indonesia, sebagaimana bangsa-bangsa lainnya di dunia, tidak punya pilihan lain kecuali menjadi bagian tak terpisahkan dari persaingan tersebut. Universitas Gunadarma sebagai salah satu lembaga pendidikan tinggi dituntut untuk memainkan peran penting dalam memasuki era ini. Meningkatkan kinerja di semua aspek dalam pengelolaan lembaga yang meliputi: (i) kurikulum program studi; (ii) sumberdaya manusia; (iii) mahasiswa; (iv) proses pembelajaran; (v) prasarana dan sarana; (vi) suasana akademik; (vii) keuangan; (viii) penelitian dan publikasi; (ix) pengabdian kepada masyarakat; (x) tatakelola (*governance*); (xi) pengelolaan lembaga (*institutional management*); (xii) sistem informasi; dan (xiii) kerjasama luar negeri, adalah langkah yang harus senantiasa dilakukan.



Di masa datang perekonomian sebuah bangsa akan lebih ditentukan oleh sejauh mana bangsa tersebut menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi. Pada masa *knowledge-based economy* tersebut, produktivitas dan pertumbuhan ekonomi sebuah bangsa digerakkan oleh ilmu pengetahuan dan teknologi. Peranan lembaga pendidikan tinggi dalam menghadapi kondisi seperti ini sangat strategis, terutama dalam proses percepatan terbentuknya tatanan masyarakat berbasis ilmu pengetahuan (*knowledge-based society*).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dipicu oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan hal yang tak dapat dihindarkan oleh pihak mana pun. Dikaitkan dengan konsep ekonomi berbasis pengetahuan, sekali lagi lembaga pendidikan tinggi sebagai salah satu agen perubahan (*agent of change*) dituntut kiprahnya. Kiprah dimaksud tidak hanya sebatas pendidikan dalam hal ini proses pembelajaran, melainkan juga kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebagaimana diamanahkan dalam Tridharma Perguruan Tinggi

Kebijakan otonomi perguruan tinggi (Badan Hukum Milik Negara / BHMN): (i) pengurangan subsidi pemerintah bagi perguruan tinggi negeri (PTN), (ii) strategi yang diterapkan oleh PTN dalam menggali sumber dana di luar subsidi pemerintah, dan (iii) strategi yang diterapkan oleh perguruan tinggi, baik PTN maupun PTS, dalam memenangkan persaingan, utamanya dalam menjaring calon mahasiswa.

Strategi yang diterapkan sebagaimana besar PTN dalam menghadapi kebijakan otonomi perguruan tinggi adalah meningkatkan jumlah mahasiswa yang ditampung. Langkah ini tidak secara langsung diikuti oleh peningkatan daya tampung (kapasitas) yakni adanya keseimbangan antara peningkatan kuantitas dan peningkatan kualitas. Strategi demikian sangat berpengaruh terhadap kemampuan PTS dalam menjaring calon mahasiswa. Persaingan antara PTN dan PTS dalam menjaring calon mahasiswa menjadi semakin terbuka. Fakta menunjukkan bahwa daya saing PTS dalam hal tersebut masih jauh dari memadai. Tidak ada pilihan lain bagi pengelola PTS, termasuk Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma, kecuali berusaha keras dan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas di semua aspek pengelolaan lembaga pendidikan tinggi, seperti telah dikemukakan di atas.

### **3.2 Kondisi Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma**

Hal lain yang perlu mendapatkan perhatian di dalam penyusunan Rencana Strategis adalah kondisi internal lembaga, utamanya yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Di samping itu, perhatian



perlu juga untuk dicurahkan pada upaya merumuskan pelbagai langkah yang dapat ditempuh untuk meningkatkan dan memanfaatkan kekuatan dalam menangkap peluang yang ada dan mengurangi kelemahan. Melalui proses evaluasi diri yang komprehensif, Universitas Gunadarma mengidentifikasi secara lebih cermat dan jujur pelbagai kekuatan dan kelemahan yang ada dan perlu mendapat perhatian.

Kekuatan yang dimiliki Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma adalah sebagai berikut: (i) sudah dikenal sebagai salah satu Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran yang berkualitas berbasis teknologi informasi; (ii) menggunakan kurikulum berbasis kompetensi; (iii) memiliki komunitas besar, baik dilihat dari jumlah mahasiswa maupun jumlah alumninya; (iv) memiliki sumberdaya manusia dengan kualitas dan kualifikasi tinggi dan dalam jumlah yang memadai; (v) ketersediaan sarana dan prasarana pembelajaran termasuk infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang sangat memadai; (vi) Terakreditasi oleh BAN-PT dengan peringkat A (baik sekali) (vii) memiliki Sistem Informasi Jurusan; (viii) memiliki fasilitas laboratorium lengkap; (ix) menghasilkan lulusan yang profesional dan memiliki daya saing cukup tinggi

Di samping kekuatan di atas, Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma masih memiliki sejumlah kelemahan yang perlu ditangani. Kelemahan dimaksud meliputi: (i) koleksi buku dan/atau jurnal ilmiah masih terbatas dibandingkan dengan jumlah mahasiswa yang ada; (ii) kegiatan penelitian, baik yang dilakukan dosen maupun mahasiswa, relatif masih sedikit; (iii) kegiatan pengabdian kepada masyarakat, baik yang dilakukan dosen maupun mahasiswa, relatif masih sedikit; (iv) lokasi kampus yang terpisah (v) upaya pendiseminasian dan pengimplementasian hasil penelitian masih belum maksimal; (vi) upaya pendiseminasian dan pengimplementasian hasil pengabdian kepada masyarakat masih belum maksimal; dan (vii) ruang kuliah yang ada belum sepenuhnya dan semuanya mendukung proses pembelajaran secara optimal.

### 3.3 Arah Pengembangan

Berkaitan dengan kondisi internal lembaga, baik berupa kekuatan maupun kelemahan, dikaitkan dengan kondisi eksternal lembaga yang berupa peluang dan tantangan, Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma dalam upaya memertahankan eksistensinya dan meningkatkan kontribusinya bagi kemajuan dan kesejahteraan bangsa perlu meramu keempat aspek tersebut dengan cara yang seefektif dan seefisien mungkin.



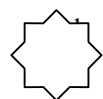
Peluang yang cukup lebar terbuka bagi lembaga ini meliputi: (i) jumlah lulusan sekolah menengah atas (SMA dan SMK) yang merupakan calon mahasiswa masih mengalami meningkat; (ii) perkembangan teknologi informasi dan komunikasi masih belum menunjukkan pelambatan bahkan, sebaliknya, semakin cepat; (iii) kebutuhan tenaga kerja profesional (berbasis ilmu pengetahuan) dan berkualitas terus mengalami peningkatan; (iv) kesadaran masyarakat akan peran pendidikan mengalami peningkatan; (v) ketersediaan dana untuk pengembangan lembaga dari beragam sumber cukup melimpah; dan (vi) ketersediaan dana untuk pengembangan sumberdaya manusia melalui kegiatan penelitian dari beragam sumber cukup melimpah.

Sementara tantangan atau ancaman yang harus dihadapi meliputi: (i) daya beli masyarakat masih belum pulih dan masih relatif rendah; (ii) tingkat persaingan antar-perguruan tinggi swasta makin meningkat; (iii) persaingan yang tidak seimbang dengan perguruan tinggi negeri; (iv) globalisasi di bidang pendidikan yang membuka peluang masuknya lembaga pendidikan tinggi asing; dan (v) perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat

Dengan kekuatan yang ada, Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma harus mampu menangkap peluang yang tersedia sekaligus mengatasi ancaman yang ada. Kemampuan dimaksud, antara lain, dalam bentuk sebagai berikut. *Pertama*, kemampuan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kualitas akademik yang baik dan memiliki daya saing tinggi, baik di tingkat nasional, regional maupun internasional. Hal ini akan membantu program studi dalam memperoleh calon mahasiswa.

*Kedua*, kemampuan untuk mengembangkan beragam produk akademik secara berkelanjutan. Dalam hal ini, Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma sebagai pengelola ilmu harus mampu menghasilkan berbagai *output* keilmuan sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan (*stakeholders*), dalam hal ini masyarakat dari pelbagai lapisan atau kalangan. Berkenaan dengan hal tersebut, sudah selayaknya paradigma pengelolaan program studi harus digeser dari pengelolaan lembaga yang berorientasi pada persediaan (*supply-driven*) ke pengelolaan lembaga yang berorientasi pada permintaan (*demand-driven*).

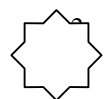
*Ketiga*, kemampuan membangun manajemen program studi yang efisien, efektif, akuntabel, dan transparan dalam rangka mengembangkan dan menerapkan konsep tatakelola program studi yang baik (*good governance*). *Keempat*, kemampuan untuk membangun budaya kerja yang dilandasi oleh kejujuran, kekentalan komitmen, dan objektivitas secara terus menerus dalam rangka membangun budaya dan iklim



akademik yang kokoh dan mapan. *Kelima*, kemampuan dalam memertahankan eksistensi dan meningkatkan kontribusi civitas akademika dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi secara berkelanjutan.

*Keenam*, kemampuan meningkatkan modal sumberdaya manusia secara berkelanjutan melalui beragam kegiatan akademik berupa praktek kerja (magang), seminar, lokakarya, dan lain-lain. *Ketujuh*, kemampuan untuk membangun jaringan dengan berbagai lembaga baik untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pengabdian pada masyarakat maupun untuk kepentingan pencarian sumberdana di luar sumberdana internal. Dan *kedelapan*, kemampuan memertahankan dan mengembangkan sistem pengelolaan sarana dan prasarana penunjang proses pembelajaran dengan konsep berbagi sumberdaya (*resource sharing*) dalam rangka mememertahankan dan bahkan meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemanfaatannya.

Kemampuan dalam memadukan atau mengintegrasikan kedelapan kemampuan tersebut merupakan prasyarat lain yang juga harus dimiliki oleh Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma, karena pada hakikatnya kedelapan kemampuan tersebut memiliki keterkaitan yang erat dalam rangka memertahankan eksistensi dan meningkatkan kontribusi lembaga bagi kemajuan dan kesejahteraan bangsa.



# 4

## SASARAN DAN STRATEGI

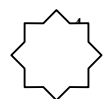
### 4.1 Sasaran

#### A. Pendidikan

- Meningkatkan mutu akademik sesuai dengan baku mutu akademik nasional
  - Program implementasi sistem penjaminan mutu akademik
    - Sasaran: program studi terakreditasi A
    - Tingkat kelulusan tepat waktu sebesar 75 %
    - Peringkat 10 besar Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran terbaik di Indonesia
  - Program pengembangan kurikulum sesuai kebutuhan pasar
    - Sasaran: minimal 70% alumni bekerja sesuai dengan bidangnya
    - Presentase waktu tunggu lulusan sebelum bekerja < 6 bulan sebesar 70%.
    - Lebih dari 70 % lulusan memiliki IPK rata-rata lebih dari 3,0
- Meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia, baik tenaga akademik maupun tenaga pendukung
  - Program Pengembangan staff untuk studi lanjut
    - Sasaran: 30 % Dosen tetap bergelar S3
  - Program sertifikasi keahlian
    - Sasaran: 100% dosen tetap bersertifikasi dosen
    - 10% dosen tetap bersertifikasi profesi dan menjadi anggota organisasi profesi.
- Menciptakan suasana akademik yang kondusif
  - Program Peningkatan komunikasi antar civitas academica
    - Sasaran: 40% penelitian dilakukan bersama antara dosen dan mahasiswa.
  - Program Peningkatan sistem komunikasi berbasis teknologi informasi dan komunikasi
    - Sasaran: 100 % dosen memberdayakan staffsite
    - 100 % mahasiswa sudah memanfaatkan studentsite
    - 100 % mahasiswa sudah memanfaatkan student center learning.



- 80 % mahasiswa sudah memanfaatkan tabloid UGNews
- 75 % alumni memanfaatkan career center
- Program Peningkatan suasana dan budaya ilmiah
  - Sasaran: 80% mahasiswa mengikuti seminar, lokakarya dan kegiatan sejenis.
  - 80% mahasiswa memanfaatkan layanan perpustakaan.
  - 20% mahasiswa mengikuti kegiatan ilmiah nasional dan internasional.
  - 50% mahasiswa mengikuti kegiatan lomba ilmiah nasional.
- Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pendukung proses pembelajaran
  - Program Peningkatan akses dan konektivitas antar-kampus
    - Akses jaringan nirkabel tersedia di seluruh kampus.
    - Layanan informasi dan administrasi akademik dilakukan secara elektronik
    - Seluruh dosen tetap dan mahasiswa menggunakan smartcard sebagai kartu identitas dan transaksi elektronik.
  - Program Peningkatan media pembelajaran
    - 80% mata kuliah dilengkapi dengan materi pembelajaran berbasis electronics (e-learning dan laboratorium virtual).
    - 80% dosen tetap memanfaatkan fasilitas multi media.
- Meningkatkan secara berkesinambungan sistem pengelolaan institusi
  - Program evaluasi berkala (Raker)
    - Evaluasi dan rencana kerja dilaksanakan setiap tahun
  - Program penguatan Sistem Informasi Manajemen institusi
    - Seluruh data/informasi kemahasiswaan, akademik, dosen, alumni, sarana dan prasarana dapat diakses secara elektronik
- Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan kemahasiswaan
  - Program kegiatan ilmiah mahasiswa/Kerja Praktek (magang)
  - Program pembekalan
  - Program pemberdayaan unit kegiatan mahasiswa



## B. Penelitian

- Pengembangan kelompok penelitian (*research group*) dan pusat kajian
  - Program penguatan kegiatan penelitian mandiri dan kelompok
- Meningkatkan kerjasama dengan lembaga penelitian di berbagai institusi, baik institusi pendidikan maupun non-pendidikan
  - Program pengembangan produk bersama dengan dunia usaha
  - Program kemitraan
- Menyelenggarakan program penelitian inovatif dan produktif.
  - Program HAKI
  - Program teknologi terapan
- Meningkatkan jumlah dan kualitas publikasi nasional dan internasional
  - Program pelaksanaan seminar nasional dan internasional secara reguler
    - Sasaran Seminar nasional 1 tahun sekali
  - Program peningkatan jurnal nasional dan internasional

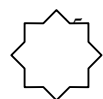
## C. Pengabdian kepada masyarakat

- Meningkatkan link&match dengan dunia usaha
- Meningkatkan kegiatan transfer teknologi untuk kepentingan masyarakat

## 4.2 Strategi

### A. Pendidikan

- Meningkatkan mutu akademik sesuai dengan baku mutu akademik nasional.
- Meningkatkan kompetensi sumberdaya manusia, baik tenaga akademik maupun tenaga pendukung.
- Menciptakan suasana akademik yang kondusif.
- Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pendukung proses pembelajaran.
- Meningkatkan secara berkesinambungan sistem pengelolaan institusi.
- Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan kemahasiswaan.



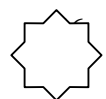


## **B. Penelitian**

- Memberdayakan peran lembaga penelitian dan pusat kajian.
- Meningkatkan kerjasama dengan lembaga penelitian di berbagai institusi, baik institusi pendidikan maupun non-pendidikan.
- Menyelenggarakan program penelitian inovatif dan produktif.
- Meningkatkan jumlah dan kualitas publikasi nasional dan internasional

## **C. Pengabdian kepada masyarakat**

- Meningkatkan link&match dengan dunia usaha
- Meningkatkan kegiatan transfer teknologi untuk kepentingan masyarakat terutama disekitar lingkungan kampus



# 5

## PENUTUP

Rencana Strategis Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Gunadarma Tahun 2007-2011 merupakan dasar bagi penyusunan Rencana Kegiatan dan Rencana Anggaran Tahunan di tingkat program studi.

Perubahan Rencana Strategis dapat dilakukan jika kondisi lingkungan, baik internal maupun eksternal, mengalami perubahan dan tidak sesuai lagi dengan sebagian besar kandungannya sehingga sulit untuk diimplementasikan. Perubahan dilakukan oleh pimpinan program studi dan direktorat diajukan kepada Senat Universitas untuk memperoleh persetujuan.

