

STRATEGI PROGRAM KOMERSIALISASI UNTUK FAKULTAS SENI DAN DESAIN FAKULTAS INDUSTRI KREATIF, UNIVERSITAS TELKOM

Rara Diasa¹, Muhammad Hisyam Alfarisi², Raditya Raihannaufal Rahardyan³,

^{1,2,3} Magister Desain, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University

¹email: siraradiasa@student.telkomuniversity.ac.id

²email: hisyamalfarisi@student.telkomuniversity.ac.id

³email: raditdyan@student.telkomuniversity.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 3 Maret 2023

Revisi, 1 April 2023

Diterima, 20 Agustus 2023

Publish, 15 September 2023

Kata Kunci :

Program Komersial,
Pendanaan,
Sertifikasi,
Pengembangan Fakultas

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan memberikan saran rancangan/strategi terhadap fakultas seni dan desain secara umum tentang program komersial untuk penambahan dana demi pengembangan fasilitas fakultas. Penelitian ini menggunakan Mix Method dalam proses pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner dan observasi. kuesioner disebar dengan tujuan untuk mengukur kualitas pelayanan oleh objek penelitian, populasi dalam kuesioner untuk penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Industri kreatif dengan sampel 150 mahasiswa angkatan 2019 dan 2020, wawancara dilaksanakan kepada perwakilan dosen masing-masing prodi sebanyak 1 orang, 5 ketua kelompok keahlian fakultas dan 6 ketua program studi, serta 3 orang Dekan Fakultas Seni dan Desain dari Universitas Pemandang. hasil dari wawancara dan kuesioner menunjukkan bahwa banyak kekurangan yang masih dimiliki oleh objek penelitian baik dari segi kualitas fasilitas maupun jenis fasilitas, hal ini terjadi karena kurangnya pemasukkan dana untuk pengembangan dan peremajaan fasilitas terkait. sehingga dibutuhkan sebuah strategi untuk mengumpulkan dana lebih banyak demi pengembangan fakultas, agar dapat merancang strategi yang tepat maka dilakukanlah observasi terhadap objek penelitian dan kompetitor agar sehingga dapat melihat peluang di industri sehingga menjadi dasar atas rancangan strategi kedepannya. berdasarkan observasi maka disimpulkan agar objek penelitian dapat mendapatkan penambahan dana maka direkomendasikan agar membuat program komersial yaitu pelatihan atau sertifikasi bidang seni dan desain yang berskala nasional/internasional dan ciri khas dari pelatihan/sertifikasi adalah *Project based*.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Fajar Ciptandi

Telkom University

fajarciptandi@telkomuniversity.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 1955, Bank Dunia mengeluarkan evaluasi terhadap 150 negara yang menunjukkan bahwa keunggulan suatu bangsa dibentuk oleh inovasi sebesar 45%, networking sebesar 25%, teknologi sebesar 205 dan sumber daya alam sebesar 10% (Depdiknas, 2005). Pembangunan sumber daya manusia menjadi tantangan tersendiri bagi bangsa Indonesia bila mencermati data yang dikeluarkan Bank Dunia, dimana pada tahun 2018 Bank Dunia

menyebutkan bahwa kualitas SDM Indonesia berada di peringkat 87 dari 157 negara. Sementara itu, di tahun yang sama, Business World memaparkan bahwa peringkat daya saing SDM Indonesia berada di ranking 45 dari 63 negara. Peringkat ini masih kalah dari dua negara tetangga yaitu Singapura dan Malaysia yang masing-masing berada di peringkat 13 dan 22. Urgensi pembangunan sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam memenangkan persaingan global, yang membawa konsekuensi semakin ketatnya

persaingan di tengah ketidakpastian, langkah strategis ini sudah selayaknya mendapatkan dukungan penuh dari seluruh pemangku kepentingan.

Peran pendidikan yang semakin dianggap penting dalam menyokong perkembangan sumber daya manusia, telah memacu perkembangan pada industri pendidikan khususnya pada pendidikan tinggi di semua negara (Andriani, 2007). Sehingga diperlukan inovasi dalam meningkatkan efektifitas pada proses belajar dan mengajar (Azhar, 2021) Pendidikan Tinggi adalah jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, program sarjana, program magister, program doktor, dan program profesi, serta program spesialis, yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia (UU. 12/2012).

Misi perguruan tinggi di Indonesia adalah mengembangkan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat. PP Nomor 60/1999 tentang pendidikan tinggi menyebutkan tujuan perguruan tinggi untuk: 1) menyiapkan peserta didik memiliki kemampuan akademik dalam menerapkan, mengembangkan dan atau memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, teknologi dan atau kesenian, 2) mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi dan atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan budaya. Upaya pencapaian misi tersebut memiliki konsekuensi yang menyeluruh terkait kualitas pendidikan secara keseluruhan. Untuk mencapai tersebut membutuhkan dana yang sangat besar dan sering kali sumber dana langsung yang dimiliki oleh perguruan tinggi, belum mencukupi untuk terwujud kondisi ideal tersebut.

Perkembangan dalam industri pendidikan yang semakin pesat yang melahirkan semakin banyak jenis perguruan tinggi negeri dan swasta, diharapkan juga dapat memberikan sumbangsih yang lebih tinggi pada perkembangan sumber daya manusia. Namun hal ini dapat terwujud bila perguruan tinggi didukung dengan komponen pendidikan yang memadai dan memenuhi standar mutu pendidikan yang diharapkan.

Kamars (1989) menyatakan bahwa keadaan keuangan di suatu perguruan tinggi sangat mempengaruhi kualitas pendidikan pada perguruan tinggi tersebut. Pendapat itu didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bowen (1981) yang menyatakan bahwa hukum biaya perguruan tinggi adalah 1) untuk mencapai *educational excellence, prestigious, and influence*, 2) untuk itu, tidak ada batas kecukupan jumlah dana yang dibutuhkan, 3) karena itu, semua perguruan tinggi harus menaikkan sumber pendanaan sebanyak-banyaknya, 4) perguruan tinggi menggunakan semua dana yang didapatkan, 5) 4 hukum sebelumnya mempengaruhi peningkatan dalam pengeluaran perguruan tinggi.

Maka dapat disimpulkan, dalam rangka meningkatkan peran perguruan tinggi dalam membangun sumber daya manusia dibutuhkan sumber

pendanaan yang cukup untuk membiayai kebutuhan perguruan tinggi dalam meningkatkan kualitas komponen-komponen pendidikannya. Sehingga dalam melaksanakan dan menyelenggarakan perguruan tinggi diperlukan pengelolaan pendanaan yang berasal dari berbagai pendapatan perguruan tinggi.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Liefner (2003), menjelaskan berbagai sumber dana Pendidikan tinggi yang diterima oleh 6 perguruan tinggi di eropa, untuk membandingkan bagaimana berbagai sumber dana itu dikelola dan efeknya terhadap perkembangan masing-masing perguruan tinggi tersebut. Keenam perguruan tinggi yang dibandingkan tersebut adalah Universitas Swiss, Universitas Basel, Universitas Twente, Universitas Bristol, Universitas Austin dan MIT.

Sumber dana yang didapat oleh keenam Perguruan tinggi tersebut dikategorikan menjadi empat : a. dana langsung dari pemerintah, bukan dari pencapaian sendiri, b. dana langsung dari pemerintah, Sebagian dari pencapaian sendiri, c. kontrak dan hibah swasta dan pemerintah, uang kuliah, d. pendapatan lain, keuntungan bisnis dan lain lain.

Hasil perbandingan sumber dana dan cara pengelolannya menyatakan bahwa, dana yang diterima dari pemerintah dikelola secara stabil oleh universitas, tidak banyak dilakukan perubahan dalam pengelolaan dana untuk operasional perguruan tinggi. Sedikit berbeda dengan cara pengelolaan dana yang didapat bukan sepenuhnya dari pemerintah, Universitas Basel mengelola sepertiga dana yang mereka dapat, yang bukan pendanaan langsung dari pemerintah, untuk mengembangkan kegiatan internal untuk mengembangkan performa internal universitas, seperti mendanai riset, dan pendanaan untuk pengembangan karyawannya.

Bila dana yang diterima oleh perguruan tinggi yang berasal dari pemerintah hanya meliputi kurang lebih sepertiga dari total pendanaan, jenis perguruan tinggi ini memiliki keleluasaan yang lebih banyak dalam kegiatannya yang berfokus separuh pada pendanaan riset, separuh lagi pada pengembangan kualitas pengajaran yang lebih baik.

Salah satu penyebab mengapa perguruan tinggi membutuhkan jenis pendanaan lain selain mengharapkan dari pemerintah dan atau satu sumber pendanaan adalah dikarenakan kompetisi untuk mendapatkan alokasi pendanaan dari pemerintah tersebut sangat tinggi. Sehingga pengalokasian sumber dana bagi berbagai fakultas dari satu universitas tergantung kepada performa masing-masing fakultas tersebut dan seringnya tidak seimbang. (Leifner, 2003)

Jenis perguruan tinggi yang bersifat swasta, yang tidak mendapatkan pendanaan dari pemerintah, seperti MIT dan Universitas Austin, menumpukan sumber dana mereka dari biaya yang dibayarkan oleh mahasiswa, kontrak kerja sama serta hibah swasta, memiliki alokasi pendanaan yang sangat

ketat. Biasanya alokasi dana setiap tahun sudah ditetapkan dari tahun sebelumnya. Sehingga hal ini memaksa semua fakultas dan departemen untuk secara aktif mencari cara mendapatkan dana tambahan mandiri untuk mendukung kebutuhan dana masing-masing fakultas dan departemen. Karena keaktifan tersebut, jenis perguruan tinggi swasta ini biasanya memiliki keterhubungan yang stabil dengan penyediaan dana dari sumber lain yang bukan berasal dari induk perusahaan, yang fungsinya adalah mendanai kegiatan operasional masing-masing fakultas dan departemen dalam rangka pengembangan kualitas perguruan tinggi.

Dalam organisasi perguruan tinggi menurut UU No 12/2012 tentang Pendidikan Tinggi pasal 61 ayat 1 menyatakan, organisasi penyelenggara merupakan unit kerja Perguruan Tinggi yang secara bersama melaksanakan kegiatan Tridharma dan fungsi manajemen sumber daya. Dalam organisasi perguruan tinggi terdapat pelaksana administrasi atau tata usaha. Yang dimaksud dengan administrasi atau tata usaha adalah bagaimana mengelola kegiatan non akademik dalam kampus sesuai dengan aturan yang berlaku. Salah satunya adalah kegiatan mengelola dana pendapatan perguruan tinggi.

Dalam mengelola pendanaan perguruan tinggi terdapat sistem pengelolaan otonom yang dimaksud adalah pengelolaan Perguruan Tinggi yang meliputi bidang akademik dan bidang non akademik (UU. 12/2012). Dalam bidang Otonomi pengelolaan di bidang akademik meliputi penetapan norma dan kebijakan operasional serta pelaksanaan Tridharma. Otonomi pengelolaan di bidang non akademik meliputi penetapan norma dan kebijakan operasional serta pelaksanaan organisasi, keuangan, kemahasiswaan, ketenagaan dan sarana prasarana (UU. 12/2012). Dalam keuangan yaitu pendapatan dalam perguruan tinggi negeri dapat dikelola sendiri sesuai aturan yang berlaku, terutama untuk Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTNBH).

Pendanaan PTN Badan Hukum dapat bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja negara dan selain anggaran pendapatan dan belanja negara (PP 26/2015). Yang dimaksud dengan selain anggaran pendapatan dan belanja negara adalah bersumber dari masyarakat, biaya pendidikan, pengelolaan dana abadi, usaha PTN Badan Hukum, kerja sama tridharma Perguruan Tinggi, pengelolaan kekayaan PTN Badan Hukum, anggaran pendapatan dan belanja daerah dan/atau pinjaman.

Kondisi pembiayaan perguruan tinggi di Indonesia menunjukkan bahwa ketersediaan dana perguruan tinggi belum mencukupi untuk menyokong pembiayaan dan pengeluaran perguruan tinggi. Pengalokasian dana perguruan tinggi tersebut juga belum merata bagi perguruan tinggi negeri dan swasta, dimana perguruan tinggi negeri mendapatkan lebih besar porsi pendanaan daripada perguruan tinggi swasta, yaitu 95% berbanding 5%. (Clark, 1998)

Seperti disampaikan oleh Dekan Fakultas Industri Kreatif, Telkom University sebagai jenis perguruan tinggi swasta yang tidak memiliki alur penerimaan dana pendidikan dari pemerintah, memiliki visi dan misi untuk memaksimalkan kualitas pendidikannya. Salah satu cara yang ingin dijalankan adalah dengan melakukan berbagai pengadaan fasilitas yang dapat menunjang proses belajar mengajar mahasiswa maupun kebutuhan dosen dalam melakukan riset namun hal tersebut terhalang oleh minimnya dana yang diberikan Kampus Telkom University kepada Fakultas Industri Kreatif sehingga dibutuhkan sebuah pendanaan tambahan yang dapat membantu fakultas dalam pengadaan fasilitas dsb.

Agar fakultas mendapatkan sumber pendanaan tambahan yang dapat memenuhi berbagai pengembangan yang ingin dilakukan, sebagai fakultas seni dan desain, hasil dari proses pembelajaran kurikulum pada setiap semester yang sering kali berbentuk sebuah karya desain dan kompetensi dari dosen dalam bidang seni dan desain, sehingga tidak menutup kemungkinan bagi para dosen yang mengajar di fakultas industri kreatif dan mahasiswa yang terpilih dapat terjun dalam berbagai proyek yang akan dilaksanakan oleh fakultas dengan berbagai pihak baik pemerintah maupun swasta sebagai bentuk dana tambahan bagi fakultas kedepannya.

Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk merumuskan rancangan program baru, feature program yang cocok untuk diaplikasikan pada fakultas desain dan seni, serta strategi komersialisasi yang memiliki nilai komersial sebagai cara untuk menghasilkan dana mandiri bagi fakultas yang sekaligus memberdayakan seluruh lapisan civitas fakultas dengan strategis. Sehingga sumber dana baru tersebut diharapkan dapat menjadi model untuk alternatif sumber daya untuk mencapai kualitas Pendidikan tinggi yang lebih baik bagi semua stakeholder fakultas di perguruan tinggi serupa.

2. METODE PENELITIAN

Menurut Soewardikoen (2021), jumlah keseluruhan unit yang dianalisis merupakan populasi yang memiliki ciri-ciri yang mirip. Sebagian dari populasi tersebut dinamakan sampel. Objek studi kasus pada penelitian ini adalah Fakultas Industri Kreatif, Telkom University yang memiliki 7 Prodi di bidang seni/desain, Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FIK aktif angkatan 2019-2022, Dosen dan pegawai FIK yang aktif pada tahun ajaran 2022/2023.

Karena aspek yang diteliti memiliki kecenderungan perbedaan tujuan pengambilan data, maka penelitian ini menggunakan pendekatan *probability* dan *non probability sampling*. Menurut Soewardikoen (2021), salah satu jenis *non probability sampling* adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* dapat digunakan ketika penelitian memiliki tujuan tertentu dalam mengumpulkan data. Jenis sampel yang dituju memiliki satu kesamaan kriteria terhadap tujuan, bahkan ketika dipilih secara acak.

Data yang dikumpulkan dengan menggunakan pendekatan *purposive sampling* adalah perwakilan dosen masing-masing prodi sebanyak 1 orang, 5 ketua kelompok keahlian fakultas dan 6 ketua program studi, serta 3 orang Dekan Fakultas Seni dan Desain dari Universitas Pemandang.

Sedangkan dalam *probability sampling*, penelitian ini menggunakan pendekatan *proportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2018), *proportionate stratified random sampling* dapat digunakan bila jumlah populasi memiliki tingkatan dan berstrata secara proporsional. Dari total populasi Fakultas Industri Kreatif tersebut, sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2019 dan 2020 yang berjumlah 150 orang, yang secara proporsional dibagi sebarannya sama banyak, yaitu 75 orang pada masing-masing angkatan.

Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan wawancara, kuesioner dan observasi, Teknik wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur, teknik ini dipilih karena karakternya yang lebih bebas karena boleh menambahkan pertanyaan tambahan jika dibutuhkan. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa tujuan dari wawancara semi-terstruktur adalah untuk menemukan masalah secara lebih lebih bebas sehingga dapat mendefinisikan masalah dengan lebih tepat.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner diberikan kepada 150 mahasiswa aktif di Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom untuk mengetahui dan mengukur kualitas pelayanan yang mereka rasakan. Teknik pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala likert agar dapat mengetahui persepsi dan sikap seseorang atau kelompok terhadap hal tertentu (Sugiyono, 2022).

Pada penelitian berikut observasi dilakukan untuk menganalisis perilaku dari civitas akademika fakultas industri kreatif yang difokuskan pada dosen dan mahasiswa, serta kepada fakultas desain dan seni pada universitas lain sebagai cara membandingkan program yang telah dilakukan oleh berbagai lembaga yang menerapkan konsep pendanaan yang serupa.

Pendekatan analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis SWOT, Analisis Bauran Pemasaran Jasa skema eliminasi-pengurangan-peningkatan-pembuatan, kanvas strategis, dan indeks samudera biru. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisa keadaan dari objek penelitian dan keadaan industri dari objek penelitian, sedangkan strategi Analisis Bauran Pemasaran Jasa digunakan untuk mengukur kekurangan objek penelitian dari sisi pemasaran jasa, Strategi samudra biru digunakan untuk merancang strategi yang terfokus pada pengembangan program baru yang dapat menjadi sumber pendanaan alternatif bagi fakultas desain dan seni. Kanvas strategis di gunakan untuk mengevaluasi posisi perusahaan yang diteliti dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya di pasar, sementara kerangka

empat langkah digunakan untuk merekonstruksi atribut nilai pembeli dengan tujuan membuat kurva nilai baru.

Analisis marketing mix 7P adalah alat analisis kondisi pasar yang ada secara lebih mendalam. Unsur unsur bauran pemasaran jasa menurut Kotler dan Fox dalam (Lupiyoadi, 2013 : 92) pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Product**/Produk berupa program pembelajaran desain dan seni.
2. **Price**/Strategi harga yang diterapkan berkisar antara Rp. 7.000.000,- hingga Rp. 25.000.000,-
3. **Promosi** dilakukan melalui berbagai media baik online maupun offline.
4. **Place**/Tempat berada di Jalan Dayeuh Kolot, Bandung, Jawa Barat.
5. **Process** atau operasional berupa pembelajaran di kelas yang diselenggarakan secara offline dan online dan diajarkan oleh para dosen tetap dan praktisi lapangan.
6. **People**/yang menangani langsung konsumen adalah dosen, praktisi, pihak manajemen kampus dan layanan kemahasiswaan baik secara online maupun offline.
7. **Physical Evidence**/Bukti fisik berupa gedung kuliah, portal pembelajaran online serta fasilitas online dan offline sebagai pendukungnya.

Sedangkan David dalam Dwi Cahyadi menyatakan bahwa analisis SWOT adalah analisis faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi (Cahyadi, 2010). SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weaknesses*), dan ancaman (*threats*). Teknik ini merupakan salah satu dari banyak metode yang sering pakai untuk menjadi dasar dalam merumuskan strategi. Kotler dalam Tamara Angelica menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan cara perusahaan melakukan evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Alam, 2018).

Kerangka 4 langkah atau yang dikenal dengan *Erase-Reduce-Raise-Create Grid* digunakan untuk merekonstruksi elemen nilai pembeli dalam membangun kurva nilai baru. Terdapat empat aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam mengembangkan kurva nilai baru, yaitu :

1. Faktor yang harus dihapus dalam industri (*Erase*)
2. Faktor yang harus dikurangi, (*Reduce*)
3. Faktor yang harus ditingkatkan jauh di atas standar industri (*Raise*)
4. Faktor yang harus diciptakan yang belum pernah ditawarkan oleh industri (*Create*)

Hasil dari langkah di atas lalu disajikan dalam bentuk tabel sehingga perusahaan dapat secara bersamaan mengejar diferensiasi produk dan biaya rendah untuk mematahkan menciptakan produk baru dengan memaksimalkan nilai dan meminimalisir biaya. Sehingga penciptaan nilai akan berfokus pada

hal-hal yang penting dan menghilangkan hal tidak penting yang menghabiskan biaya tidak perlu.

Strategi canvas adalah kerangka diagnostik dan tindakan dalam mengembangkan strategi samudera biru. Tujuannya adalah untuk memotret kondisi saat ini dan memahami bagaimana cara para pesaing dalam menjalankan kegiatan bisnis yang serupa (Kim, 2015). Diagram strategi canvas adalah representasi visual dari value proposition suatu perusahaan, target market, produk yang ditawarkan, dan struktur biaya. Ini digunakan untuk memahami keadaan saat ini di ruang pasar yang dikenal, mengidentifikasi peluang diferensiasi dan inovasi, dan membangun strategi laut biru yang menawarkan value proposition unik, target market baru, produk yang inovatif, dan struktur biaya yang efisien.

4 faktor tersebut dianalisis berdasarkan pendekatan kepada 3 (tiga) kriteria persaingan, yaitu perusahaan yang diteliti, pesaing utamanya, dan pesaing yang memiliki kualitas sesuai standar industri. Tabel 1 memberikan gambaran peta persaingan pada lembaga serupa.

Tabel 1. Peta Persaingan Lembaga Pendidikan Desain dan Seni

	Value Proposition	Produk	Target Pasar	Struktur Biaya
Lim Kok Wing	Creative Technology Expert & Education	Agent Lim Kok Wing Creative Project Think Tank Branding Innovation Center	Bisnis dan Industri Pemerintah UMKM	By Project Per Talent
The One Academy	Creative Digital Innovation Awards Winner	Student Showcase	Bisnis dan Industri Besar Mahasiswa	By Project Per Talent
Kyoto University	Art and Design School	Ultra Factory	Japan Online Buyers	Per product sold
FIK	Fakultas Industri Kreatif	Belum memiliki produk komersial diluar program studi regular	Lulusan SMA	Tuition Fee

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Objek Penelitian

Tabel 2 Profil Objek penelitian

Fakultas Industri Kreatif Telkom University	
FIK Tel-U adalah jasa pendidikan Seni Rupa dan Desain yang fokus pada pengembangan pendidikan di Sektor Industri Kreatif.	
Visi	Menjadi Fakultas Riset & Entrepreneur berkelas dunia yang berperan aktif dalam pengembangan Industri Kreatif berbasis Teknologi Informasi dan Budaya Nusantara.
Misi	1. Menyelenggarakan sistem pendidikan bertaraf internasional di bidang industri kreatif berbasis teknologi informasi dan budaya nusantara. 2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan, karya seni dan desain berbasis teknologi

	informasi dan budaya nusantara yang diakui secara internasional 3. Melakukan kerjasama dengan pemerintah, masyarakat dan pelaku usaha dalam meningkatkan industri kreatif dan meningkatkan kesejahteraan dan kemajuan ekonomi bangsa.
Program Studi	1. S1 Desain Komunikasi Visual 2. S1 Desain Interior 3. S1 Desain Produk 4. S1 Kriya 5. S1 Seni Rupa 6. S2 Desain
Fasilitas Utama	1. Kelas Teori (50 ruang kelas) 2. Kelas Praktek (40 ruang kelas) 3. 5 Ruang Program studi
Fasilitas Pendukung	1. 17 LAB Pendukung praktek 2. 3 Galleri karya 3. 1 Aula FIK 4. 5 Ruang Ormawa 5. musholla 6. Koperasi FIK 7. 2 Ruang berkumpul

B. Analisis Bauran Pemasaran Jasa 7P Pada permasalahan Objek Penelitian

Tabel 3 Analisis Bauran Pemasaran Jasa Pada permasalahan Objek Penelitian

Product	1. Kurangnya minat calon mahasiswa untuk masuk ke FIK 2. Kurang memiliki Identitas fakultas yang jelas 3. Stigma Kurang baik dari mahasiswa 4. Kurangnya dukungan dari universitas terhadap fakultas 5. Memiliki banyak produk yang tidak dikomersialisasikan 6. Passing grade yang cukup rendah 7. Produk inovasi sudah ada namun masih minim 8. Fakultas ingin memiliki dana pribadi
Place	Lokasi yang berada di daerah terlalu padat dan jauh dari pusat kota
Price	Biaya Kuliah Yang tinggi
People	1. Meningkatnya jumlah lulusan dari Fakultas Industri Kreatif 2. Rasio dosen dan mahasiswa dalam sebuah kelas tidak seimbang 3. Beberapa dosen kurang memiliki Kompetensi pada penugasan 4. Jumlah dosen yang kurang 5. Sulitnya mencari dosen yang berkompeten dalam bidang yang ada di fakultas industri kreatif 6. Engagement mahasiswa yang menurun 7. Ekspektasi mahasiswa terhadap institusi tidak terpenuhi dengan baik 8. Karakter mahasiswa pasca pandemi 9. Menurunnya kualitas lulusan FIK Tel-U
Process	1. Sumber dana dalam melakukan penelitian yang terhitung kurang 2. Manajemen informasi dosen yang belum berjalan dengan baik 3. Birokrasi antar dosen yang kurang berjalan dengan baik 4. Penempatan dosen yang masih membingungkan 5. Belum adanya sistem pengawasan yang ketat terhadap pengabdian masyarakat & penelitian dosen 6. Practicum Based Learning blm efektif
Physical Evidence	1. Sudah ada sarana prasarana namun dirasa masih kurang 2. Fasilitas fakultas yang kurang mendukung untuk kreativitas mahasiswa dan dosen

C. Analisis SWOT Pada Objek Penelitian

Tabel 4. Analisis SWOT Pada Objek Penelitian

Strength	<ol style="list-style-type: none"> Berada dibawah naungan perusahaan Telkom Indonesia Memiliki dosen berkompeten pada bidang desain dan seni serta bidang bisnis Memiliki hubungan dengan tenaga expert dan praktisi sebagai tenaga pengajar tambahan Memiliki banyak ruang laboratorium dan galeri serta fasilitas pendukung lainnya Banyak menghasilkan karya kreatif dan inovatif Memiliki portal pembelajaran online yang terintegrasi Memiliki kurikulum yang mendukung pembelajaran berbasis praktek dan proyek kolaboratif Memiliki program sertifikasi keterampilan desain untuk umum Biaya kuliah tergolong lebih murah dibandingkan kompetitor sejenis
Weakness	<ol style="list-style-type: none"> Pemanfaatan ruang dan fasilitas yang kurang maksimal Produk hasil karya mahasiswa dan dosen hanya berakhir di ruang penyimpanan Belum adanya media pemasaran produk Program online belum dikelola dengan baik Belum memiliki tim khusus untuk menangani kegiatan pemasaran maupun kegiatan diluar kegiatan umum perkuliahan regular Belum banyak mencetak alumni yang memiliki impact di masyarakat
Opportunity	<ol style="list-style-type: none"> Telkom Indonesia memiliki hubungan yang sangat luas dan kuat dengan berbagai instansi hingga pemerintahan Instansi sudah sangat dikenal oleh masyarakat umum dalam negeri maupun luar negeri Dikenal sebagai Universitas Swasta Terbaik di Indonesia Fasilitas fisik dan nonfisik yang cukup memadai
Threat	<ol style="list-style-type: none"> Sudah banyak universitas yang menjual produk mereka ke masyarakat Kualitas lulusan universitas sejenis yang lebih baik Program sejenis sudah banyak diterapkan diberbagai universitas lain yang serupa Tawaran akan program pendidikan online yang lebih murah sudah banyak dipasaran

D. Analisis Kompetitor

Kompetitor 1

Tabel 5 Analisis Kompetitor 1

Lim Kok Wing University	
Negara : Selangor, Malaysia	
Tahun Berdiri : 1991	
Visi	Menciptakan kemitraan pemuda untuk membangun dunia yang lebih baik
Misi	Membentuk hati dan pikiran untuk memberdayakan transformasi global.
Solusi yang dilakukan	<ol style="list-style-type: none"> Program Creative Think Tank adalah sebuah badan usaha mandiri milik Lim Kok Wing yang mempunyai spesialisasi di bidang desain produk digital. melalui program ini Lim Kok Wing sudah bekerja sama dengan berbagai pihak di industri. Program Lim Kok Wing Agent Bagi mahasiswa yang mengikuti program ini akan mempunyai kesempatan untuk ikut serta dalam berbagai project yang sedang digarap Lim Kok Wing

Kompetitor 2

Tabel 6 Analisis kompetitor 2

The One Academy	
Negara : Malaysia	
Tahun Berdiri : 1991	
Visi	inovasi dan perkembangan dalam industri layanan kreatif dan mencapai keunggulan sebagai salah satu titik referensi kreatif yang sangat dihormati di dunia di Asia.
Misi	mendidik siswa untuk menjadi profesional yang sangat andal dan memuaskan secara internasional dan unggul dalam bidang desain
Solusi yang dilakukan	<ol style="list-style-type: none"> Master Class dan International talk series, Program ini diisi oleh berbagai profesional yang terjun di industri diharapkan melalui program ini maka one academy selalu up to date dengan industri Ruang kerja bersama bagi dosen, tamu dan profesional industri untuk digunakan saat melakukan sesi berbagi, kelas master, dan lainnya. Ruang terbuka bagi alumni untuk digunakan sebagai ruang kerja dalam mendukung inisiatif kewirausahaan lulusan.

Kompetitor 3

Tabel 7 Analisis kompetitor 3

Kyoto University of Art	
Negara : Kyoto, Jepang	
Tahun Berdiri : 1977	
Visi	mahasiswa yang memiliki "Imajinasi" dan "Kreatif"
Misi	menanamkan semangat pada mahasiswa seni yang mampu mengatasi tantangan di zaman krisis
Solusi yang dilakukan	<ol style="list-style-type: none"> Program Ultra Factory adalah sebuah Production studio yang dapat diakses oleh seluruh mahasiswa sehingga mereka dapat berkreasi, agar mendukung kreativitas mahasiswa di studio ini maka dibuatlah lomba-lomba dan agenda lainnya. Website Portofolio karya mahasiswa Karya-karya mahasiswa di Ultra Factory lalu di pasarkan melalui website.

Atribut-atribut tambahan yang didapat dari hasil observasi kompetitor sebagai saran strategi yang dapat diadopsi untuk penambahan dana bagi objek penelitian adalah sebagai berikut :

- Diversifikasi Produk Pendidikan
- Siswa Global
- Kerjasama dengan industri
- Produk inovasi
- Komersialisasi hasil karya perguruan tinggi
- Teknologi dan digitalisasi
- Student showcase
- Hubungan dengan alumni
- Keterlibatan akademisi dan expert
- Pembelajaran berbasis praktikum, hard skill
- Proyek kolaboratif

Dari hasil pemetaan SWOT dan peta persaingan terhadap kompetitor, maka langkah selanjutnya adalah memetakan nilai-nilai utama yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan peluang

diferensiasi untuk penciptaan nilai baru. Selain itu, menurut Buamonabotn (2019) atribut pokok pada produk perguruan tinggi antara lain adalah :

1. Soft skill
2. Peluang untuk magang di perusahaan,
3. Besaran biaya kuliah,
4. Ketersediaan beasiswa, dan
5. Atmosfer dan lingkungan kampus.

E. Kerangka 4 (empat) Langkah

Berdasarkan dari berbagai hasil analisis diatas, maka disusunlah kerangka 4 langkah yang dapat dilakukan oleh objek penelitian agar dapat menjadi lebih baik dan mempunyai nilai lebih dibandingkan kompetitor lainnya, kerangka 4 langkah disajikan dalam bentuk tabel yang dapat dilihat pada Tabel 7

Tabel 7. *Erase-Reduce-Raise-Create Grid*

Erase : Pembelajaran teoritis dikelas	Reduce : Diversifikasi produk pendidikan, biaya kuliah, lingkungan fisik kampus
Raise : Tipe pembelajaran bersifat praktek langsung yang menangani sebuah proyek nyata lewat teknologi media pembelajaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan ketersediaan materi ajar yang lebih terintegrasi pada penyimpanan dan penjadwalan digital	Create : 1. Memberikan sertifikat keahlian desain yang dikeluarkan oleh Telkom University sebagai standar baku kualitas lulusan pendidikan yang langsung dihubungkan dengan industri dan institusi yang mencari talent desain 2. Membangun portal penghubung pencari talent desain dan talent desain bersertifikat 3. Belajar dengan studi kasus nyata pada UMKM

4. KESIMPULAN

Setelah mengumpulkan berbagai data dari berbagai sumber, dan melakukan analisis terhadap keadaan internal objek penelitian dan kompetitornya, serta studi perbandingan dengan beberapa universitas terbuka maka hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, membutuhkan sebuah pengembangan terhadap program kreasi dan kolaborasi yang memiliki nilai komersial sebagai alternatif sumber pendapatan. Maka dibuatlah sebuah konsep solusi baru terkait program komersialisasi yang mendatangkan sumber pendapatan baru bagi fakultas, yaitu:

1. Mencari alternatif sumber pendapatan baru untuk FIK Tel-U,
2. Merumuskan strategi dan program NTF yang paling sesuai dengan kebutuhan FIK Tel-U,
3. Memetakan keunggulan dan peluang yang dapat dimanfaatkan oleh FIK Tel-U untuk membangun strategi dan program yang paling sesuai.

Untuk mewujudkan konsep solusi baru menjadi sebuah program kreasi kolaborasi yang memiliki nilai komersial sehingga dapat menjadi alternatif pendanaan baru bagi fakultas, maka pendekatan pencarian solusi baru menggunakan metode strategi samudra biru yang menghasilkan rekomendasi sebagai berikut :

1. Fakultas Industri Kreatif dapat mengembangkan sebuah program pelatihan singkat yang

menggunakan media digital untuk menjangkau audience yang lebih luas,

2. Fakultas Industri Kreatif dapat mengembangkan sebuah program pelatihan yang menawarkan sertifikat industri yang dikeluarkan oleh instansi yang sudah terakreditasi nasional dan internasional sebagai standar baku kualitas pelatihan,
3. Fakultas Industri Kreatif dapat mengembangkan sebuah program pelatihan berbasis praktikum yang didasari oleh proyek desain yang nyata
4. Fakultas Industri Kreatif dapat mengembangkan sebuah program pelatihan yang menghubungkan para talent desain dengan industri yang membutuhkannya lewat program sertifikasi industri yang menjamin kualitas lulusan sesuai dengan kebutuhan industri yang sesungguhnya.

5. REFERENSI

- Abdurrahmat Fathoni. (2011). Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi. PT.Rineka Cipta. Jakarta
- Alam, Y. (2018). Kompetensi Dosen, Motivasi Belajar Mahasiswa dan Dampaknya terhadap Prestasi Mahasiswa dalam Pembelajaran Pengantar Ekonomi (studi pada mahasiswa program studi Manajemen Informatika AMIK Bina Sriwijaya Palembang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(1), 23-30. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i1.6244>
- Azhar, H. (2021). Peningkatan Efektivitas Pembelajaran Kelas Studio Online dengan Metode Studiologi Modul SOLE. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 169-177. <https://doi.org/10.24905/cakrawala.v15i2.282>
- Esti, D. (2007). Pengembangan. Sumber-sumber Pendapatan Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Pendidikan UNY*, 113711. Retrieved from <https://www.neliti.com/publications/113711/pengembangan-sumber-sumber-pendapatan-perguruan-tinggi#cite>
- Bowen, Howard R. (1981). *The Cost Of Higher Education : How Much Do Colleges and Universities Spend*. Jossey-Bass Publishers. San Fransisco
- Buamonabot, I., Nurlaila, N., & Nurdin, N. (2019). Pengaruh Atribut Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Memilih Perguruan Tinggi. *Cakrawala Management Business Journal*, 2(1), 281-291. <https://doi.org/10.30862/cm-bj.v2i1.19>
- Cahyadi, D., (2010) *Penyusunan Strategi Jurusan Desain Berdasarkan Kebijakan Spma Polnes Menggunakan Pengembangan Model Strategi Dyson*: karyailmiah.polnes, [online] 6(1), pp.1274–1284. retrieved from <http://karyailmiah.polnes.ac.id/index.php/eksis/terbitan-jurnal/vol-06-nomor-1-maret-2010/151-penyusunan-strategi-jurusan-desain-berdasarkan-kebijakan-spma-polnes->

- menggunakan-pengembangan-model-strategi-dyson
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic journal of business research methods*, 6(1), pp53-60. Retrieved from <https://academic-publishing.org/index.php/ejbrm/article/view/1224>
- Strehl, F., S. Reisinger and M. Kalatschan (2007), "Funding Systems and their Effects on Higher Education Systems", OECD Education Working Papers, No. 6, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/220244801417>.
- Kamars, H.M. Dachel. (1989). *Sistem Pendidikan Dasar, Menengah dan Tinggi, Suatu Studi Perbandingan Antar Beberapa Negara*. Jakarta: Dapdikbud, Dirjen DIkti, P2LPTK.
- Liefner, I. "Funding, resource allocation, and performance in higher education systems." *Higher Education* 46, 469–489 (2003). <https://doi.org/10.1023/A:1027381906977>
- Soewardikoen, Didit Widiatmoko. (2021) *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual*. Kanisius. Yogyakarta
- Sugiyono. (2022) *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan RnD*. Alfabeta Publisher.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. (2012).
- Wheelen, Thomas L., et all. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. Essex: Pearson Education
- .