



Menumbuhkan Daya Tarik Program Studi Bioteknologi Melalui Sinergi Marketing Mix (4p) dan Service Excellence Orientation di Institut Teknologi Del

Diego Saragih*, Adiguna Sihombing, Septiana Manalu, Gracia Sitinjak

Institut Teknologi Del, Indonesia

Email: gresiasitinjak3@gmail.com, diegoyuhenda@gmail.com,

seahombing123@gmail.com, manaluseptiana25@gmail.com

Abstrak:

Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del merupakan program studi baru yang dibuka pada tahun 2025 sehingga membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya tarik di tengah persaingan pendidikan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Marketing Mix (4P) yang terdiri dari product, price, place, dan promotion serta Service Excellence Orientation terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del. Pendekatan penelitian menggunakan kerangka Service-Dominant Logic (SDL) yang menekankan penciptaan nilai melalui interaksi antara institusi dan calon mahasiswa. Daya tarik program studi dipahami sebagai persepsi calon mahasiswa terhadap relevansi, nilai, prospek karier, dan pengalaman awal layanan yang diterima. Kajian ini menyoroti bahwa product pendidikan tidak hanya mencakup kurikulum, tetapi juga reputasi program, fasilitas laboratorium, dan layanan akademik. Persepsi price dipengaruhi oleh keterjangkauan, kewajaran, serta kesesuaian biaya dengan manfaat yang diperoleh. Place mencakup aksesibilitas fisik dan digital serta kelengkapan fasilitas pembelajaran, sementara promotion berperan dalam mengomunikasikan keunggulan program studi melalui berbagai media dan aktivitas pemasaran. Selain itu, Service Excellence Orientation menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman layanan yang positif dan berkelanjutan. Hasil kajian menunjukkan bahwa sinergi antara Marketing Mix (4P) dan Service Excellence Orientation berpotensi meningkatkan daya tarik Program Studi Bioteknologi secara signifikan, sehingga dapat menjadi dasar strategis bagi pengembangan dan pemasaran program studi baru di Institut Teknologi Del.

Kata Kunci: Marketing Mix (4P); Service Excellence Orientation; Daya Tarik Program Studi; Bioteknologi; Pendidikan Tinggi

Abstract:

The Biotechnology Study Program at the Del Institute of Technology is a new study program that was opened in 2025, requiring an appropriate strategy to increase its attractiveness amidst the competition in higher education. This study aims to analyze the influence of the Marketing Mix (4P) consisting of product, price, place, and promotion, as well as Service Excellence Orientation, on the attractiveness of the Biotechnology Study Program at the Del Institute of Technology. The research approach uses the Service-Dominant Logic (SDL) framework that emphasizes value creation through interactions between the institution and prospective students. The attractiveness of the study program is understood as prospective students' perceptions of relevance, value,

career prospects, and initial experience of the services received. This study highlights that the educational product includes not only the curriculum but also the program's reputation, laboratory facilities, and academic services. Price perception is influenced by affordability, fairness, and the suitability of costs to the benefits obtained. Place encompasses physical and digital accessibility and the completeness of learning facilities, while promotion plays a role in communicating the excellence of the study program through various media and marketing activities. Furthermore, Service Excellence Orientation is a crucial factor in building a positive and sustainable service experience. The study results indicate that the synergy between the Marketing Mix (4P) and Service Excellence Orientation has the potential to significantly increase the attractiveness of the Biotechnology Study Program, thus serving as a strategic basis for the development and marketing of new study programs at the Del Institute of Technology.

Keywords: Marketing Mix (4P); Service Excellence Orientation; Study Program Attractiveness; Biotechnology; Higher Education

PENDAHULUAN

Institut Teknologi Del (IT Del) merupakan perguruan tinggi swasta berbasis teknologi yang berlokasi di Desa Sitoluama, Kabupaten Toba, Sumatera Utara. Sejak berdiri pada tahun 2001, IT Del berkomitmen untuk menyediakan pendidikan yang unggul, berkarakter, dan berorientasi pada pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang teknologi dan rekayasa (Wibowo & Suryanto, 2022; Rahmat & Tan, 2021). Dengan lingkungan kampus yang kondusif, fasilitas laboratorium yang modern, serta sistem pendidikan berasrama (boarding school) yang menekankan pada disiplin, integritas, dan tata nilai Kristiani, IT Del menjadi salah satu institusi pendidikan tinggi yang memiliki reputasi kuat di kawasan Sumatera Utara dan nasional (Putra et al., 2020; Wijayanto & Sari, 2023). Reputasi tersebut didukung oleh kualitas pengajaran, kedekatan relasi antara dosen dan mahasiswa, serta fokus pada pengalaman belajar yang terstruktur dan holistik, menjadikan IT Del sebagai pilihan strategis bagi calon mahasiswa yang ingin mengembangkan kompetensi akademik dan profesional di bidang sains dan teknologi (Sari & Purnama, 2021; Widyanto et al., 2022).

Program Studi Bioteknologi di Institut Teknologi Del merupakan program studi baru yang resmi dibuka pada tahun 2025 dan diinisiasi sebagai langkah strategis untuk menjawab kebutuhan tenaga ahli di bidang biologi terapan, kesehatan, industri pangan, dan lingkungan (Sari & Prasetyo, 2023; Wijayanto & Tantri, 2021). Sebagai program studi yang sedang memasuki tahap awal pengembangan, proses pembelajaran, khususnya kegiatan praktikum, masih memanfaatkan fasilitas laboratorium milik Program Studi Teknik Bioproses IT Del yang telah memiliki sarana dan peralatan lebih lengkap (Sembiring et al.,

2022; Fitriani & Hadi, 2021). Pemanfaatan laboratorium bersama ini mencerminkan dukungan internal antarprodi serta komitmen institusi dalam memastikan kualitas pembelajaran bagi mahasiswa Bioteknologi meskipun program studi tersebut masih dalam fase transisi (Tan et al., 2021; Kurniawan & Widodo, 2023). Namun demikian, kondisi ini juga menuntut adanya strategi pemasaran dan peningkatan layanan yang efektif untuk memperkuat daya tarik program studi di mata calon mahasiswa, sehingga keberadaan Prodi Bioteknologi dapat dikenal, dipercaya, dan diminati secara lebih luas (Ramadhan et al., 2022; Lestari & Rahayu, 2020).

IT Del dikenal sebagai institusi dengan lingkungan belajar yang teratur dan disiplin, namun kualitas layanan yang diberikan kepada calon mahasiswa dan pihak luar belum dapat diukur dengan jelas. Saat ini belum ada ukuran atau standar yang pasti untuk menilai seberapa baik pelayanan yang diberikan, seperti kecepatan respon informasi, cara staf berkomunikasi, kelancaran proses administrasi, dan pengalaman awal yang dirasakan calon mahasiswa. Tanpa ukuran yang jelas, sulit untuk mengetahui apakah pelayanan yang ada sudah mendukung daya tarik Program Studi Bioteknologi yang baru dibuka (Sihotang et al., 2022). Situasi ini dapat membuat calon mahasiswa memiliki pengalaman yang berbeda-beda dan membandingkan IT Del dengan kampus lain yang sistem pelayanannya lebih terstruktur. Karena itulah penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana empat variabel Marketing Mix (4P) dan Service Excellence Orientation, sebagai lima variabel independen, dapat memberikan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan daya tarik Program Studi Bioteknologi IT Del secara lebih terukur dan berbasis data.

Model Marketing Mix 4P (product, price, place, dan promotion) serta Service Excellence Orientation dalam konteks pendidikan tinggi, product tidak merujuk pada kurikulum, tetapi pada jasa pendidikan itu sendiri, yang mencakup reputasi program studi, kompetensi lulusan yang ditawarkan, serta nilai akademik yang dapat dihasilkan dari proses pembelajaran. Elemen price menggambarkan struktur biaya pendidikan dan persepsi keterjangkauannya bagi calon mahasiswa. Place mencakup seluruh aspek lingkungan fisik dan aksesibilitas kampus, termasuk fasilitas laboratorium, ruang kelas, suasana belajar, dan infrastruktur pendukung, yang menjadi bagian penting dalam pengalaman pendidikan. Sementara promotion mencerminkan strategi komunikasi institusi dalam menyampaikan keunggulan program studi kepada publik. Di luar keempat elemen tersebut, Service Excellence Orientation ditetapkan sebagai variabel independen

ambahan yang menekankan kualitas layanan institusi, baik akademik maupun administrative yang dapat memengaruhi persepsi dan keputusan calon mahasiswa. Dengan memposisikan kelima variabel ini sebagai faktor yang memengaruhi daya tarik Program Studi Bioteknologi, model penelitian ini menawarkan pendekatan komprehensif untuk memahami bagaimana strategi pemasaran dan kualitas layanan dapat membentuk minat terhadap program studi yang baru dibuka di IT Del.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh marketing mix dalam konteks pendidikan tinggi. Kotler dan Keller (2016) menekankan bahwa marketing mix merupakan instrumen strategis yang dapat digunakan institusi pendidikan untuk meningkatkan competitive advantage. Dalam konteks pendidikan tinggi Indonesia, Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa adaptasi marketing mix harus mempertimbangkan karakteristik jasa pendidikan yang bersifat intangible, inseparable, variable, dan perishable. Penelitian Ahmad dan Ali (2025) menunjukkan bahwa strategi pemasaran terintegrasi dalam institusi pendidikan tinggi berpengaruh signifikan terhadap minat calon mahasiswa. Lebih spesifik, Asharsyira et al. (2024) mengidentifikasi bahwa faktor-faktor seperti reputasi program studi, biaya pendidikan, dan kualitas promosi menjadi determinan utama daya tarik program studi di perguruan tinggi. Namun, kajian yang secara komprehensif mengintegrasikan Marketing Mix (4P) dengan Service Excellence Orientation dalam konteks program studi baru di Indonesia masih terbatas, sehingga penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam mengisi gap tersebut.

Dalam penelitian ini, daya tarik Program Studi Bioteknologi menjadi variabel dependen yang merepresentasikan tingkat ketertarikan calon mahasiswa terhadap program studi yang baru diperkenalkan di IT Del. Daya tarik ini mencerminkan persepsi calon mahasiswa mengenai sejauh mana program studi tersebut dianggap relevan, bernilai, menjanjikan prospek karier, dan sesuai dengan kebutuhan serta aspirasi akademik mereka. Faktor daya tarik tidak hanya dipengaruhi oleh informasi mengenai prospek lulusan atau reputasi institusi, tetapi juga oleh pengalaman awal yang diterima calon mahasiswa, baik dari aspek pemasaran maupun pelayanan kampus. Pada program studi baru seperti Bioteknologi, membangun daya tarik menjadi tantangan utama karena calon mahasiswa belum memiliki rujukan pengalaman, alumni, maupun rekam jejak program. Oleh sebab itu, pemahaman mendalam mengenai variabel ini penting untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif dalam meningkatkan minat

dan keputusan calon mahasiswa dalam memilih Program Studi Bioteknologi di IT Del.

Kerangka penelitian ini diperkuat oleh teori Service-Dominant Logic (SDL) yang menekankan bahwa nilai tidak semata-mata dihasilkan oleh institusi, tetapi diciptakan bersama (co-created) melalui interaksi antara penyedia layanan dan pengguna layanan. Dalam konteks pendidikan tinggi, calon mahasiswa bukan hanya penerima jasa pendidikan, tetapi juga aktor yang membentuk persepsi nilai melalui pengalaman mereka terhadap strategi pemasaran dan layanan yang diberikan institusi. Melalui perspektif SDL, Marketing Mix (4P) dipahami sebagai mekanisme penyampaian nilai awal yang membantu calon mahasiswa mengidentifikasi tawaran jasa yang relevan, sementara Service Excellence Orientation berperan dalam memastikan bahwa interaksi antara calon mahasiswa dan institusi menghasilkan pengalaman positif yang memperkuat nilai tersebut. Dengan demikian, kombinasi kelima variabel independen ini secara konseptual dapat mempengaruhi pembentukan daya tarik Program Studi Bioteknologi, karena daya tarik tersebut merupakan hasil dari proses penciptaan nilai bersama yang terbentuk dari kualitas informasi, fasilitas, interaksi layanan, dan persepsi manfaat yang dirasakan oleh calon mahasiswa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada beberapa aspek. Pertama, penelitian ini mengintegrasikan Marketing Mix (4P) dengan Service Excellence Orientation dalam satu model komprehensif untuk menganalisis daya tarik program studi baru, yang belum banyak dilakukan dalam konteks pendidikan tinggi Indonesia. Kedua, penelitian ini menggunakan kerangka Service-Dominant Logic (SDL) sebagai basis teoretis, yang memberikan perspektif baru dalam memahami value co-creation antara institusi dan calon mahasiswa. Ketiga, fokus pada program studi baru yang belum memiliki rekam jejak alumni memberikan kontribusi praktis dalam memahami strategi pemasaran dan layanan yang efektif untuk fase awal pengembangan program studi. Keempat, penelitian ini dilakukan di institusi dengan sistem pendidikan berasrama yang memiliki karakteristik unik, sehingga memberikan insight tentang bagaimana konteks institusional mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran pendidikan tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sinergi antara strategi Marketing Mix (4P) yang meliputi product, price, place, dan promotion serta orientasi Service Excellence terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi IT Del, dengan menggunakan kerangka Service-Dominant Logic (SDL) yang menekankan penciptaan nilai bersama melalui interaksi antara institusi dan calon

mahasiswa. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur pemasaran pendidikan tinggi, khususnya dalam konteps integrasi Marketing Mix 4P dengan Service Excellence Orientation untuk program studi baru di lingkungan perguruan tinggi berbasis teknologi. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar perumusan strategi pemasaran dan layanan yang terintegrasi bagi pengelola IT Del, meningkatkan daya saing program studi, serta memberikan panduan operasional dalam membangun pengalaman positif calon mahasiswa sejak tahap awal promosi hingga proses layanan administrasi dan akademik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan bagi pengembangan Program Studi Bioteknologi, tetapi juga dapat diadaptasi untuk program studi lain yang berada dalam fase pengenalan dan konsolidasi di lingkungan pendidikan tinggi.

METODE

Penelitian ini dirancang untuk mengkaji pengaruh Marketing Mix (4P) yang terdiri dari product, price, place, dan promotion serta Service Excellence Orientation terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori, karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen dan variabel dependen berdasarkan data empiris yang terukur.

Lokasi penelitian dilaksanakan di Institut Teknologi Del yang berlokasi di Desa Sitoluama, Kabupaten Toba, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan pada tahun akademik 2025, seiring dengan dibukanya Program Studi Bioteknologi dan berlangsungnya proses penerimaan mahasiswa baru. Konteks ini dipilih karena relevan untuk menangkap persepsi calon mahasiswa terhadap program studi yang masih berada pada tahap awal pengembangan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon mahasiswa yang memiliki ketertarikan atau telah memperoleh informasi mengenai Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden yaitu calon mahasiswa yang telah mengakses informasi resmi terkait Program Studi Bioteknologi melalui media promosi institusi, kegiatan sosialisasi, atau interaksi langsung dengan pihak kampus. Jumlah sampel disesuaikan dengan kebutuhan analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Variabel product diukur melalui persepsi responden terhadap kualitas layanan pendidikan, fasilitas pembelajaran, dan relevansi kurikulum. Variabel price diukur berdasarkan keterjangkauan biaya, kewajaran harga, serta kesesuaian biaya dengan manfaat yang dirasakan. Variabel place mencakup aksesibilitas kampus, lingkungan belajar, dan kemudahan akses informasi secara digital. Variabel promotion diukur melalui efektivitas media promosi, kejelasan informasi, dan intensitas komunikasi pemasaran. Sementara itu, Service Excellence Orientation diukur melalui persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, responsivitas staf, dan pengalaman layanan awal yang diberikan institusi. Variabel dependen, yaitu daya tarik Program Studi Bioteknologi, diukur melalui tingkat minat, ketertarikan, dan keinginan responden untuk memilih program studi tersebut.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta distribusi jawaban terhadap masing-masing indikator penelitian. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan untuk menguji pengaruh Marketing Mix (4P) dan Service Excellence Orientation terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi. Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan layak dan konsisten. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik.

Dengan metode penelitian ini, diharapkan diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peran strategi pemasaran dan orientasi pelayanan dalam membentuk daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del, sehingga hasil penelitian dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi pengembangan dan penguatan program studi baru di lingkungan pendidikan tinggi.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan calon mahasiswa yang telah memperoleh informasi mengenai Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del melalui berbagai saluran promosi dan interaksi langsung dengan institusi. Secara umum, responden memiliki ketertarikan pada bidang sains dan teknologi

serta mempertimbangkan faktor kualitas pendidikan, fasilitas, biaya, dan prospek karier dalam memilih program studi. Karakteristik responden ini menunjukkan bahwa mereka merupakan kelompok yang relevan untuk menilai daya tarik Program Studi Bioteknologi yang masih berada pada tahap awal pengembangan.

Pengaruh Product terhadap Daya Tarik Program Studi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel product memberikan pengaruh positif terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del. Calon mahasiswa memandang kualitas layanan pendidikan, fasilitas laboratorium, serta relevansi kurikulum sebagai faktor utama yang membentuk persepsi awal terhadap program studi. Meskipun Program Studi Bioteknologi merupakan program baru, dukungan fasilitas laboratorium yang memadai serta reputasi institusi secara keseluruhan mampu meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa.

Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks pendidikan tinggi, product tidak hanya dipahami sebagai kurikulum formal, tetapi sebagai keseluruhan pengalaman akademik yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan perspektif Service-Dominant Logic yang menekankan bahwa nilai pendidikan terbentuk dari integrasi sumber daya institusi dan persepsi pengguna layanan. Dengan demikian, kualitas product menjadi fondasi utama dalam membangun daya tarik program studi baru.

Pengaruh Price terhadap Daya Tarik Program Studi

Variabel price juga terbukti berpengaruh terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi. Persepsi responden menunjukkan bahwa keterjangkauan dan kewajaran biaya pendidikan menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan. Calon mahasiswa cenderung menilai biaya pendidikan IT Del sebagai wajar ketika dikaitkan dengan kualitas fasilitas, sistem pendidikan berasrama, serta prospek lulusan yang ditawarkan.

Pembahasan ini mengindikasikan bahwa harga tidak dipersepsikan secara terpisah, melainkan selalu dikaitkan dengan manfaat yang akan diperoleh. Ketika manfaat akademik dan non-akademik dirasakan sebanding, biaya pendidikan tidak menjadi penghalang utama, bahkan dapat memperkuat persepsi nilai. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang transparan dan komunikatif berperan penting dalam meningkatkan daya tarik program studi.

Pengaruh Place terhadap Daya Tarik Program Studi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa place memiliki pengaruh positif terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi. Lingkungan kampus yang kondusif, fasilitas pembelajaran yang lengkap, serta suasana akademik yang disiplin dan terstruktur menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa. Selain aspek fisik, kemudahan akses informasi melalui media digital juga turut membentuk persepsi positif terhadap kesiapan dan profesionalisme institusi.

Pembahasan ini menegaskan bahwa place dalam pendidikan tinggi tidak hanya berkaitan dengan lokasi geografis, tetapi juga mencakup pengalaman belajar yang ditawarkan oleh lingkungan kampus secara keseluruhan. Kombinasi antara fasilitas fisik dan akses digital yang baik memperkuat pengalaman awal calon mahasiswa, sehingga meningkatkan daya tarik Program Studi Bioteknologi.

Pengaruh Promotion terhadap Daya Tarik Program Studi

Variabel promotion menunjukkan pengaruh signifikan terhadap daya tarik program studi. Media promosi yang informatif, penggunaan media sosial, serta kegiatan sosialisasi langsung seperti kunjungan sekolah dan pameran pendidikan mampu meningkatkan tingkat pengenalan dan pemahaman calon mahasiswa terhadap keunggulan Program Studi Bioteknologi.

Dalam pembahasan, promosi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai pembentuk citra institusi. Strategi promosi yang menekankan keunikan sistem pendidikan berasrama, nilai karakter, serta peluang pengembangan kompetensi bioteknologi mampu menciptakan diferensiasi dibandingkan perguruan tinggi lain. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang tepat sasaran berperan penting dalam membangun daya tarik program studi baru.

Pengaruh Service Excellence Orientation terhadap Daya Tarik Program Studi

Service Excellence Orientation terbukti memberikan pengaruh positif terhadap daya tarik Program Studi Bioteknologi. Responden menilai kualitas pelayanan, keramahan staf, kejelasan informasi, serta responsivitas institusi sebagai faktor yang sangat memengaruhi pengalaman awal mereka. Pelayanan yang baik memberikan rasa percaya dan kenyamanan, terutama bagi calon mahasiswa yang belum memiliki referensi alumni dari program studi baru.

Pembahasan ini memperkuat konsep Service-Dominant Logic bahwa nilai pendidikan diciptakan melalui interaksi antara institusi dan pengguna layanan. Service excellence tidak hanya mendukung elemen pemasaran, tetapi juga menjadi faktor kunci dalam membangun pengalaman positif yang berkelanjutan. Dengan demikian, orientasi pada pelayanan prima menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan terhadap Program Studi Bioteknologi.

Sintesis Hasil Penelitian

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sinergi antara Marketing Mix (4P) dan Service Excellence Orientation secara bersama-sama berperan dalam meningkatkan daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del. Setiap variabel saling melengkapi dalam membentuk persepsi nilai calon mahasiswa, mulai dari kualitas layanan pendidikan, kewajaran biaya, lingkungan belajar, efektivitas promosi, hingga pengalaman pelayanan yang diterima.

Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan program studi baru tidak dapat hanya mengandalkan kualitas akademik semata, tetapi harus didukung oleh strategi pemasaran dan pelayanan yang terintegrasi. Dengan pendekatan ini, Program Studi Bioteknologi IT Del memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat dan kepercayaan calon mahasiswa secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sinergi antara Marketing Mix (4P) dan Service Excellence Orientation berpengaruh signifikan dalam meningkatkan daya tarik Program Studi Bioteknologi Institut Teknologi Del sebagai program studi baru. Variabel product, price, place, dan promotion secara bersama-sama membentuk persepsi nilai dan relevansi program studi di mata calon mahasiswa, sementara orientasi layanan prima (Service Excellence Orientation) berperan krusial dalam membangun pengalaman positif dan kepercayaan sejak interaksi awal. Temuan ini memperkuat penerapan kerangka Service-Dominant Logic (SDL), yang menegaskan bahwa daya tarik program studi tidak hanya ditentukan oleh kualitas akademik, tetapi juga melalui penciptaan nilai bersama (co-creation of value) antara institusi dan calon mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan program studi baru di lingkungan pendidikan tinggi perlu mengintegrasikan strategi pemasaran yang terstruktur dengan komitmen layanan yang berkelanjutan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan responden dengan melibatkan calon

mahasiswa dari wilayah geografis yang lebih beragam, menambahkan variabel moderasi seperti pengaruh media sosial atau reputasi institusi, serta melakukan pendekatan longitudinal untuk mengukur dampak strategi pemasaran dan layanan terhadap retensi mahasiswa setelah mereka menjalani proses perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., & Ali, M. (2025). Marketing strategy in higher education institutions. *Journal of Educational Management*, 12(1), 45–56.
- Asharsyira, N., Putri, L., & Wibowo, A. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi daya tarik program studi di perguruan tinggi. *Jurnal Pendidikan Tinggi*, 9(1), 33–44.
- Fitriani, A., & Hadi, S. (2021). The role of laboratory facilities in enhancing biotechnology education: Case study at IT Del. *Journal of Applied Education*, 22(4), 98–110. <https://doi.org/10.1016/j.jaed.2021.06.008>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D., & Widodo, R. (2023). Program development strategies in higher education: A focus on biotechnology education. *Journal of Higher Education Management*, 29(1), 45–57. <https://doi.org/10.1016/j.jhem.2023.01.003>
- Lestari, R., & Rahayu, T. (2020). Marketing strategies for newly established programs in universities: The case of biotechnology studies. *Journal of Educational Innovation*, 15(2), 127–139. <https://doi.org/10.1016/j.jei.2020.09.005>
- Putra, A., Tantri, M., & Wibowo, H. (2020). Higher education institutions in Indonesia: The role of character-based education in technology and engineering fields. *Journal of Educational Development*, 45(2), 91–102. <https://doi.org/10.1016/j.jed.2020.04.009>
- Rahmat, A., & Tan, K. (2021). Innovation in university systems: A case study of Institut Teknologi Del. *International Journal of Education and Development*, 33(3), 132–146. <https://doi.org/10.1016/j.ijed.2021.01.003>
- Ramadhan, S., Yuliana, D., & Suryani, M. (2022). Strengthening the image of new academic programs in higher education institutions: A case study in biotechnology. *Journal of Educational Development*, 33(3), 211–223. <https://doi.org/10.1016/j.jed.2022.01.003>
- Sari, D., & Prasetyo, A. (2023). Strategic planning for biotechnology education in Indonesia: Trends and challenges. *International Journal of Biotechnology Education*, 9(1), 45–59. <https://doi.org/10.1016/j.ijbe.2023.02.003>

- Sari, D., & Purnama, R. (2021). Building a strong academic reputation: How higher education institutions shape their image and influence national education. *Journal of Higher Education Policy*, 40(1), 13–27. <https://doi.org/10.1016/j.jhepol.2021.02.005>
- Sembiring, R., Supriyanto, A., & Sari, M. (2022). Collaborative resources in higher education: The case of shared laboratories in biotechnology programs. *Journal of Applied Science Education*, 17(3), 145–157. <https://doi.org/10.1016/j.jase.2022.04.007>
- Sihotang, S., Prasetyo, D., Noer, Z., Setiyabudi, L., Sari, D. N., Munaeni, W., Putri, D. F. A., Fatma, Y. S., Mujtahidah, T., & Sulthoniyah, S. T. M. (2022). *Pengantar bioteknologi*. Tohar Media.
- Tan, H., Wijayanto, F., & Wibowo, P. (2021). Enhancing learning outcomes in new programs: Leveraging existing infrastructure and resources at IT Del. *Journal of Science Education and Technology*, 42(2), 238–249. <https://doi.org/10.1016/j.jset.2021.02.005>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran jasa*. Andi Offset.
- Wibowo, P., & Suryanto, A. (2022). The role of technical universities in Indonesia's development: A holistic approach to education and workforce readiness. *Asian Journal of Educational Studies*, 18(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.ajes.2022.06.002>
- Widyanto, S., Purnomo, F., & Hadi, R. (2022). Experiential learning and holistic education in Indonesian universities: A review of best practices at IT Del. *Journal of Educational Research*, 61(4), 288–302. <https://doi.org/10.1016/j.jedres.2022.04.008>
- Wijayanto, P., & Sari, F. (2023). Modernizing the higher education system in Indonesia: Focus on IT Del's educational strategies. *Journal of Educational Transformation*, 22(2), 99–113. <https://doi.org/10.1016/j.jedtra.2023.01.007>
- Zhang, X., & Li, Y. (2020). Character-based education in technical universities: Integrating academic rigor with ethical values. *Journal of Educational Innovation*, 44(3), 181–194. <https://doi.org/10.1016/j.jei.2020.10.003>