

LAPORAN PASAR · PMB 2026

PTS Insights 2026

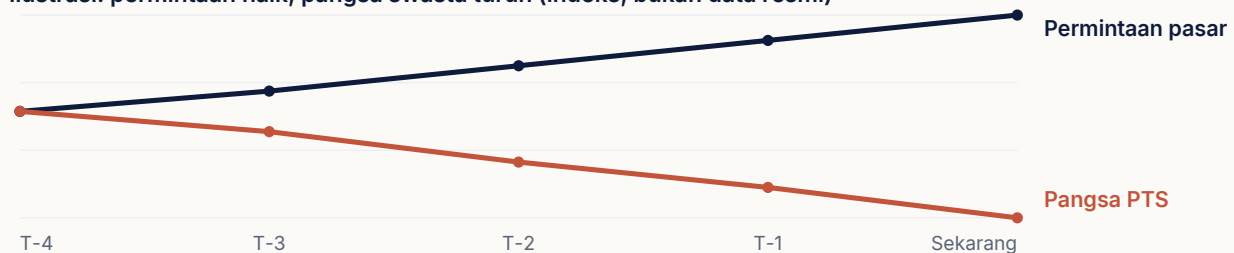
Ekonomi pertumbuhan perguruan tinggi swasta — kenapa institusi yang tahu angkanya bertumbuh, dan yang tidak, hilang.

I. Pasar dunia tumbuh. Sektor swasta Indonesia menyusut.

Secara global, pendidikan tinggi sedang berada di puncaknya. Jumlah mahasiswa dunia mencapai rekor 269 juta pada 2024 — lebih dari dua kali lipat dibanding dua dekade lalu.¹ Di Indonesia, minat kuliah juga naik: Angka Partisipasi Kasar perguruan tinggi terus meningkat sepanjang 2025.²

Tapi pertumbuhan permintaan itu tidak terbagi rata. Yang menyusut bukan pasarnya — melainkan pangsa perguruan tinggi swasta di dalam pasar yang tumbuh. Perluasan jalur mandiri PTN menarik calon mahasiswa yang sebelumnya menjadi basis pendaftar PTS, dan APTISI berulang kali menyuarkan risiko penutupan kampus swasta akibat tekanan penerimaan.³

Ilustrasi: permintaan naik, pangsa swasta turun (indeks, bukan data resmi)



Ilustrasi arah, bukan angka terukur. Data resmi per institusi: Statistik Pendidikan Tinggi 2025.

Yang menekan margin PTS sekaligus

- Pendaftar berpindah ke PTN lewat jalur mandiri yang makin luas.
- Biaya akreditasi, kepatuhan, dan operasional naik lebih cepat dari UKT.
- Belanja pemasaran musiman besar, tanpa ukuran hasil per mahasiswa terdaftar.

Institusi yang tumbuh bukan yang paling besar anggarannya. Yang tumbuh adalah yang tahu persis berapa biaya untuk mendapatkan satu mahasiswa terdaftar — dan karena itu bisa memutuskan ke mana rupiah berikutnya pergi.

Tiga pertanyaan yang dijawab laporan ini

- 01 Berapa biaya institusi Anda untuk satu mahasiswa terdaftar, bukan satu leads?
- 02 Kanal mana yang sebenarnya membiayai intake Anda, dan mana yang hanya ramai?
- 03 Bagaimana menyusun anggaran PMB yang bisa dipertahankan di depan yayasan?

2. Tanpa tahu ekonominya, mustahil berinvestasi untuk tumbuh

Di lingkungan yang ketat kas, belanja pemasaran berhenti menjadi pos anggaran dan berubah menjadi taruhan. Taruhan yang tidak bisa Anda ukur besarnya kalau Anda tidak tahu berapa harga satu mahasiswa terdaftar.

Spiral yang paling sering kami temui

Pendaftar turun → anggaran pemasaran dipotong → pendaftar turun lebih dalam → pemotongan berikutnya lebih besar.

Jalan keluarnya bukan menambah dashboard. Jalan keluarnya satu angka: belanja mana yang benar-benar berujung pada mahasiswa terdaftar.

Satu angka yang menentukan: biaya per mahasiswa terdaftar

CPE = Total biaya pemasaran ÷ Jumlah mahasiswa terdaftar

Cost per enrollment — bukan CPL, bukan impresi, bukan jangkauan.

CPL, reach, dan impresi adalah penyebut yang salah untuk institusi yang ketat kas. Semuanya bisa membaik sementara jumlah mahasiswa terdaftar tetap. Hanya CPE yang terhubung langsung ke pendapatan: kalikan dengan target intake, dan Anda punya anggaran yang bisa dipertanggungjawabkan ke yayasan.

Data portofolio kami: uang yang sama, hasil per mahasiswa yang jauh berbeda

Roadshow musiman		± Rp 400 jt / musim
Funnel digital terukur		CPL median Rp 52 rb

Rentang dari 40+ klien yang kami tangani. Data internal OurBeasiswa, bukan tolok ukur industri.

Pada program roadshow yang kami audit, sekitar 60% data kontak yang terkumpul tidak valid — nomor salah, tidak aktif, atau bukan calon pendaftar. Biaya tetap keluar penuh; yang hilang adalah penyebutnya. Funnel digital dengan verifikasi kontak membuat setiap rupiah bisa dilacak sampai ke nama yang benar-benar mendaftar.

Yang berubah begitu CPE diketahui

- Anggaran berhenti menjadi perdebatan selera; menjadi perhitungan intake × CPE.
- Kanal yang mahal terlihat sebelum musim berakhir, bukan setelah dana habis.
- Agensi bisa diikat pada hasil terdaftar, bukan pada laporan tayangan.

3. Yang bisa dikerjakan Senin pagi

Tiga langkah, semuanya memakai angka yang sudah Anda miliki hari ini.

01 Hitung CPE musim lalu

Jumlahkan seluruh biaya pemasaran satu musim PMB — agensi, iklan, roadshow, brosur, insentif tim. Bagi dengan jumlah mahasiswa yang benar-benar melakukan registrasi ulang, bukan yang mendaftar.

02 Pisahkan per kanal

Hitung ulang angka yang sama untuk tiap kanal secara terpisah. Kanal dengan CPE tertinggi hampir selalu yang paling sulit dipertanyakan secara politis di internal — mulai dari sana.

03 Kunci satu KPI untuk musim berikutnya

Tetapkan target CPE, bukan target leads. Lalu ukur setiap keputusan belanja terhadap angka itu sepanjang musim, bukan di akhir.

Rp 52 rb

CPL median
funnel digital kami

± 60%

data kontak roadshow
yang tidak valid

40+

institusi yang
kami tangani

“KPI tertulis di kontrak. Bukan CPL, bukan impresi — jumlah mahasiswa terdaftar.”

Jeremy · OurBeasiswa

WhatsApp 0813 7398 8382 · ourbeasiswa.com

Hitung CPE institusi Anda: ourbeasiswa.com/kalkulator-cpe

Sumber

1. UNESCO, Higher Education Global Trends Report (2026) — jumlah mahasiswa pendidikan tinggi dunia mencapai 269 juta pada 2024, lebih dari dua kali lipat dalam 20 tahun.
2. Badan Pusat Statistik — Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi, tabel statistik BPS; tren 2025.
3. Kemdiktisaintek, Buku Statistik Pendidikan Tinggi 2025 (data.kemdiktisaintek.go.id) untuk populasi PT, mahasiswa baru, dan mahasiswa terdaftar; pernyataan publik APTISI mengenai tekanan penerimaan PTS akibat perluasan jalur mandiri PTN, sebagaimana diberitakan media nasional 2025–2026.
4. Angka Rp 52 rb (CPL median), ± Rp 400 jt (belanja roadshow per musim), ± 60% data kontak tidak valid, dan 40+ institusi adalah data portofolio internal OurBeasiswa — bukan tolok ukur industri.