

LAPORAN KERJA PRAKTEK

**OPTIMASI PEMASARAN DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA PADA ERA
NEW NORMAL**



Di Susun Oleh:

Nisrina Dwi Aprida (1812110055)

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN HASIL KERJA PRAKTEK (KP)

“OPTIMASI PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATAN
PENERIMAAN MAHASISWA BARU INSTITUT INFORMATIKA DAN
BISNIS DARMAJAYA PADA ERA NEW NORMAL“

Oleh :

Nisrina Dwi Aprida 1812110055

Telah memenuhi syarat untuk di terima

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan



Sri Rahayu, S.E., M.M.
NIK.10520508



Adi Sutrisno, S.Kpm.
NIK.11120309

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Anggalia Wibasuri, M.M.
NIK.11310809

RIWAYAT HIDUP

1. Identitas

- a. Nama : Nisrina Dwi Aprida
- b. NPM : 1812110055
- c. Tempat Tanggal Lahir : Bandarlampung, 26 April 1999
- d. Agama : Islam
- e. Alamat : Jl. Eboni TE 1 BTN 3 NO 19 LK 3 RT 05
Way Halim Permai, Way Halim,
Bandarlampung
- f. Kewarganegaraan : Indonesia
- g. E-mail : nisrinadwiapr@gmail.com
- h. Nomor Telepon : 0896-2459-3272

2. Riwayat Pendidikan

- a. Sekolah Dasar : SD Negeri 2 Rawalaut
- b. Sekolah Menengah Pertama : SMP Kartika II-2 Bandarlampung
- c. Sekolah Menengah Atas : SMA YP UNILA Bandarlampung

Bandar Lampung, 15 September 2021

Nisrina Dwi Aprida
NPM. 1812110055

RINGKASAN

Kerja Praktek adalah mata kuliah wajib dilakukan oleh mahasiswa/I strata 1 (S1) yang telah memenuhi syarat yang telah disepakati serta telah menyelesaikan jumlah sks yang telah ditentukan yang dilaksanakan 2 (dua) kali dalam setahun pada semester ganjil dan genap dengan beban 4 SKS (sistem kredit semester). Dengan melakukan praktik secara nyata mahasiswa diharapkan dapat memahami keterkaitan antara teori, metoda, teknik dan realita di tempat kerja. Dalam hal ini penulis melaksanakan kerja praktek pada bagian Pemasaran di bawah naungan Biro Humas Kerjasama Pemasaran Kantor Internasional tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)

Target yang harus dicapai untuk tahun ajaran 2021 adalah sebanyak 1000 orang. Target tersebut tentu menjadi tanggungjawab yang harus direalisasikan oleh bagian pemasaran yang dibantu oleh bagian Humas dan Pemasaran serta bagian pemasaran digital baik non digital (DGDM) IIB Darmajaya.

Namun Dalam proses pelaksanaannya masih belum mencapai target. Jika dilihat juga dari perkembangan per jurusan, masing-masing jurusan ada yang meningkat dari tahun ketahun dan bahkan ada yang menurun tiap tahunnya. Hal inilah yang harus dianalisis apakah penyebab dari permasalahan ini. Apakah pelayanan kampus yang kurang bagus atau pemasaran yang belum maksimal.

Kata Kunci : Mahasiswa Baru, Strategi, Penerimaan mahasiswa baru.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Karunianya-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Kerja Praktek di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat waktu.

Dalam hal ini Penulis menyadari dalam penyusunan laporan ini banyak mendapat tantangan dan hambatan, akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak sehingga kendala tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberi kelancaran dan kemudahan kepada saya dari pelaksanaan, pembuatan laporan sampai dengan selesai.
2. Bapak Hi. Ir. Firmansyah YA, M.B.A., M.Sc selaku Rektor IIB Damajaya.
3. Dr. Anggalia Wibasuri, S.E., M.M selaku kepala jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
4. Sri Rahayu, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan masukan yang sangat berpengaruh dalam pelaksanaan Kerja Praktek ini sampai penyusunan laporan Kerja Praktek.
5. Ibu Cahyani Pratisti, S.Pi, M.B.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan saran, usulan dan motivasi yang sangat berharga dalam pelaksanaan Kerja Praktek ini sampai penulisan laporan Kerja Praktek.
6. Bapak Adi Sutrisno, S.Kom. selaku Kepala Bagian Pemasaran IIB Darmajaya

7. Terspesial untuk kedua orang tua dan kakak saya yang selalu mendukung segala aktivitas saya dan senantiasa mendoakan yang terbaik untuk saya.
8. Teruntuk untuk teman teman saya terutama Hendry dan Shabrina yang telah menemani dan membantu saya dengan sumbangan ide, dan motivasi.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan laporan kerja praktek ini.

Akhir kata semoga laporan kerja praktek ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan bagi penulis dan bagi para pembaca.

Terimakasih

Bandar Lampung, 15 September 2021
Penulis,

Nisrina Dwi Aprida
NPM. 1812110055

DAFTAR ISI

Cover Judul Laporan	i
Halaman Pengesahan	ii
Riwayat Hidup	iii
Ringkasan.....	iv
Prakata.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Tabel	xi

Bab I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program KP	2
1.3 Manfaat dan Tujuan	3
1.3.1 Manfaat.....	3
1.3.2 Tujuan.....	4
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	4
1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek.....	5
1.4.2 Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5

Bab II. Gambaran Umum Perusahaan

2.1 Sejarah perusahaan.....	7
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	10

2.2.1 Visi Perusahaan	8
2.2.2 Misi Perusahaan.....	8
2.3 Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan.....	8
2.4 Lokasi Perusahaan	9
2.5 Struktur Organisasi	10

Bab III. Permasalahan Perusahaan

3.1 Analisis Permasalahan yang dihadapi Perusahaan	13
3.1.1 Temuan Masalah.....	14
3.1.2 Perumusan Masalah	14
3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah	15
3.2 Landasan Teori	17
3.3 Metode yang digunakan	18
3.4 Rancangan Program yang akan dibuat.....	18
3.4.1 Program 1	18
3.4.2 Program 2.....	19
3.4.3 Program 3.....	20

BAB IV PEMBAHASAN DAN EVALUASI

4.1 Hasil	21
4.2 Pembahasan.....	22

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	25
----------------------	----

5.2 Saran	25
5.2.1 Saran yang ditunjukkan Kepada Tim PMB	25
5.2.2 Saran yang ditunjukkan Kepada Tim Pemasaran Digital	25
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN-LAMPIRAN	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Lokasi Perusahaan	11
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	12
Gambar 3 Kerangka Pemecahan Masalah	14

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Pendaftar tahun 2021-2022	21
---	-----------

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Program Kerja Praktek

Perguruan tinggi adalah sarana pendidikan lanjutan setelah program wajib belajar 12 tahun yang diselenggarakan untuk memperkaya wawasan dan menyiapkan peserta didik yang kompeten dalam bidang akademik dan professional yang dapat menerapkan, mengembangkan atau menciptakan ilmu pengetahuan dan teknologi. Proses pembelajaran perguruan tinggi difokuskan kepada pendekatan dan penyelesaian masalah - masalah secara kreatif. Penting bagi mahasiswa untuk memiliki wawasan yang luas, bersikap analitis, kritis dan tidak terpaku pada proses pembelajaran di kelas. Mahasiswa perlu dihadapkan dengan masalah nyata untuk melatih mereka memecahkan masalah secara efektif dan inovatif. Dengan perkembangan teknologi dan kemudahan mencari informasi dan ilmu, diharapkan mahasiswa dapat menggunakan teknologi untuk meningkatkan kompetensi agar menjadi tenaga kerja yang berkualitas.

Program kerja praktek merupakan kegiatan mahasiswa yang dilakukan di perusahaan untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama mengemban pendidikan dan melihat relevansinya di dunia kerja. Program kerja praktek dilaksanakan dengan tujuan agar mahasiswa memiliki kemampuan secara professional untuk menyelesaikan masalah- masalah di bidang yang digeluti dan cenderung fokus pada kebutuhan kompetensi di dunia kerja, sehingga diharapkan perguruan tinggi dapat memberikan bentuk pembelajaran yang selaras dengan perkembangan dan kebutuhan pasar kerja, seperti keterampilan soft skill dan hard

skill juga pengetahuan yang dapat membangun sumber daya manusia yang handal serta memberikan kontribusi bagi pembangunan sumber daya manusia Indonesia pada umumnya terutama bagi Provinsi Lampung khususnya.

Kerja Praktek adalah mata kuliah wajib dilakukan oleh mahasiswa/I strata 1 (S1) yang telah memenuhi syarat yang telah disepakati serta telah menyelesaikan jumlah SKS yang telah ditentukan yang dilaksanakan 2 (dua) kali dalam setahun pada semester ganjil dan genap dengan beban 4 SKS. Dengan melakukan praktik secara nyata mahasiswa diharapkan dapat memahami keterkaitan antara teori, metoda, teknik dan realita di tempat kerja. Selain itu, pengalaman KP tersebut juga akan memberikan tambahan wawasan bagi mahasiswa sebagai bekal untuk berkerja setelah menyelesaikan pendidikan juga dengan adanya Kerja Praktek ini diupayakan agar mahasiwa/i paham tentang tanggungjawab yang harus dilaksanakan ketika berada dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

1.2 Ruang Lingkup Kerja Program Kerja Praktek

Ruang lingkup Kerja Praktek adalah suatu bentuk batasan bidang bagi mahasiswa dalam melakukan kegiatan penulisan laporan Kerja Praktek. Kerja Praktek dilaksanakan di *Institut Informatika & Bisnis Darmajaya* bertempat di Jalan ZA. Pagar Alam No. 93 Gedung Meneng Bandar Lampung. Penulis melaksanakan Kerja Praktek nya di bagian Pemasaran tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Kegiatan Kerja Praktek dilaksanakan mulai 1 juli 2021 sampai dengan 1 Agustus 2021 (1 Bulan)

1.3 Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktek

1.3.1 Manfaat dari kegiatan Kerja Praktek

1. Bagi Perguruan Tinggi :

1. Perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas lulusannya melalui pengalaman Kerja Praktek.
2. Sebagai tolak ukur tingkat keberhasilan proses penyelenggaraan program studi yang ada dan kesesuaian antara muatan kurikulum dengan tuntutan ilmu.
3. Sebagai acuan dalam proses penyesuaian dan pengembangan kurikulum dengan tuntutan ilmu pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan masyarakat dunia kerja.

2. Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Dapat mengetahui dan memahami permasalahan dan kebutuhan pekerjaan di lokasi kerja praktik
2. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus dalam dunia kerja/usaha yang sesungguhnya sesuai dengan program studi masing-masing.
3. Menjadi bahan pembelajaran dan menumbuhkan jiwa bersaing dalam dunia kerja/usaha.
4. Sarana pelatihan bagi mahasiswa untuk menjadi manusia yang disiplin, bertanggungjawab dan berpikir maju tentang pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan keterampilan yang dipelajari.

5. Melatih Kedewasaan cara berpikir dan mengingatkan daya penalaran mahasiswa dalam melakukan penelaahan, perumusan dan pemecahan masalah dalam dunia kerja/usaha.
6. Memberi mahasiswa kesempatan untuk belajar mengenal secara langsung mekanisme dalam dunia kerja, melatih, mengembangkan dan menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap implementasi tugas.

3. Bagi Institusi

1. Sebagai bahan evaluasi Instansi untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dalam memoptimalkan strategi pemasaran
2. Memberikan rekomendasi positif untuk kemajuan Unit Penerimaan Mahasiswa Baru Darmajaya.

1.3.2 Tujuan Program Kerja Praktek

1. Memperoleh wawasan sehingga dapat mengembangkan disiplin ilmu yang berguna untuk mencukupi kebutuhan SDM di dunia kerja
2. Melatih kedisiplinan dan tanggung jawab mahasiswa terhadap tugas yang di berikan.
3. Mengamati secara langsung aktivitas yang ada dalam dunia pekerjaan
4. Untuk memperoleh pengalaman kerja.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek

1.4.1 Waktu pelaksanaan Kerja Praktek

Waktu pelaksanaan Kerja Praktek dimulai pada tanggal 1 Juli 2021 – 1 Agustus 2021 (1 Bulan).

1.4.2 Tempat pelaksanaan Kerja Praktek

Kerja Praktek pada laporan ini bertempat di di *Institut Informatika & Bisnis Darmajaya* bertempat di Jalan ZA. Pagar Alam No. 93 Gedung Meneng Bandar Lampung Tepatnya di Bagian Pemasaran Di bawah naungan Biro Humas Kerjasama Pemasaran Kantor Internasional

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika adalah penjelasan isi dari setiap Bab, mulai dari Bab I hingga Bab V. Dimana uraian ini memberikan gambaran langsung tentang sisi tiap-tiap Bab yang ada dalam lampiran ini, berikut sistematika dari laporan adalah:

1. BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Program KP Ruang Lingkup Kerja Program Kerja Praktek, Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktek Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek, dan Sistematika Penulisan.

2. BAB II Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi tentang sejarah Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Bidang Usaha/Kegiatan Utama Perusahaan, Lokasi Perusahaan, dan Struktur Organisasi.

3. BAB III Permasalahan Perusahaan

Bab ini berisi tentang Analisa Permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan, Landasan Teori dalam Perusahaan dan Rancangan Program yang akan dilakukan kepada Perusahaan.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang kegiatan dan pengamatan serta pengetahuan yang diperoleh saat pelaksanaan Kerja Praktek di *Institut Informatika & Bisnis Darmajaya* . Juga menguraikan kendala yang dihadapi serta cara penyelesaiannya.

5. BAB V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapat setelah melaksanakan Kerja Praktek dan saran dari hasil pelaksanaan Kerja Praktek di *Institut Informatika & Bisnis Darmajaya*.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Darmajaya adalah salah satu institusi pendidikan tinggi swasta (PTS) terkemuka di Provinsi Lampung, berdiri pada tahun 1995, dibawah naungan Yayasan Pendidikan Alfian Husin. Nama “Darmajaya”, memiliki arti ” *Dharma Bhakti dan Jasa Yoenidar Alfian* “. Kampus Terpadu Darmajaya dibangun diatas tanah seluas 2,5 hektar yang beralamat di jalan Zainal Abidin Pagar Alam, No.93B Labuhan Ratu, Bandarlampung, Provinsi Lampung, Indonesia. Sampai saat ini, Darmajaya memiliki dua Program pendidikan yaitu Sarjana (S1) dan Pascasarjana (S2). Program Sarjana memiliki 7 prodi yaitu Fakultas Ilmu Komputer (Teknik Informatika, Sistem Informasi, Sistem Komputer dan Desain Komunikasi Visual) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Manajemen, Akuntansi dan Bisnis Digital). Program Pascasarjana tersedia untuk Magister Teknik Informatika dan Magister Manajemen.

Pembangunan Perguruan Tinggi ini berawal dari niat dan ketulusan hati serta dukungan penuh dari istri tercinta, seorang putra asal Lampung, Hi. Alfian Husin, S.H mengabdikan di daerah asalnya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya generasi muda agar menjadi sumber daya manusia yang handal dan dapat berkiprah dan berkompetisi di kancah nasional maupun internasional dalam menghadapi era globalisasi. Kemudian hal ini diwujudkan dalam pendirian Yayasan Pendidikan Alfian Husin melalui Notaris Cahaya Hairani Djausal Zubaidi, S.H akta Nomor 4 (empat) tanggal 5 Januari 1995

berkedudukan di Kotamadya Bandar Lampung jalan Teuku Umar No. 93 kelurahan Gedong Meneng kecamatan Kedaton dengan Badan Pendiri Hi. Alfian Husin, S.H, dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian, Dr. Andi Desfiandi, S.E, MA dan Ary Meizary Alfian, S.E, M.B.A. Sedangkan badan pengurus adalah Ary Meizary Alfian, S.E.,M.B.A (Ketua), Hi. Ir. Firmansyah Yunialfi Alfian, M.B.A., M.Sc (Wakil Ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (Sekretaris I), Dian Septarina, BA (Sekretaris II) dan dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (Bendahara) dan Badan Pengawas terdiri dari Hi. Alfian Husin, S.H dan Dr. Andi Desfiandi, S.E, MA.

Seiring dengan visi dan misi Yayasan dan kondisi tantangan kedepan maka berdasarkan hasil rapat yayasan diambil keputusan untuk merubah susunan badan pengurus dan badan pengawas yang dikuatkan oleh Notaris Cahaya Hairani Djausal, SH akta No. 2 tanggal 23 Januari 1995 dengan susunan Badan Pengurus Hi. Alfian Husin, S.H (Ketua), Ary Meizary Alfian, SE, MBA (Wakil Ketua), dr. Lyza Marfianita Rozalinda (Sekretaris I), Dian Septarina, BA (Sekretaris II), dr. Hj. Yoenidar Karim Alfian (Bendahara) sedangkan Badan Pengawas adalah Dr. Andi Desfiandi, SE, MA dan Ir. Firmansyah Yunialfi Alfian M.B.A., M.Sc..

Melalui yayasan ini maka untuk pertama kalinya didirikan Lembaga Pendidikan Tanjung Karang (LPTK) dengan mendapat izin prinsip dan operasional dari Departmen Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Lampung untuk menyelenggarakan kursus komputer dan program pendidikan satu tahun. Dengan perkembangan LPTK serta pesatnya tuntutan masyarakat Lampung, maka pada

tanggal 5 juni 1997 didirikanlah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Darmajaya yang lebih dikenal dengan STMIK Darmajaya. Yang dikukuhkan Koordinator Perguruan Tinggi Swasra (Kopertis) wilayah II berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 29/D/O/1997 dengan menetapkan sebagai status terdaftar untuk program studi: Teknik Informatika (S1), Teknik Komputer (D3), dan Manajemen Informatika (D3), kemudian seiring perkembangannya, STMIK Darmajaya membuka dua program studi tambahan yaitu Sistem Informasi (S1) dan Sistem Komputer (S1).

Dengan perkembangan bangunan gedung perkuliahan dan sarana pendukung lainnya, Pada tanggal 6 Juli 2000 didirikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darmajaya (STIE Darmajaya) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No. 101/D/O/2000 dengan menetapkan status terdaftar untuk program studi Manajemen (S1), Akuntansi (S1) dan Akuntansi (D3).

Atas kepercayaan yang diberikan Masyarakat, Pemerintah Daerah dan Pemerintah Pusat (DIKTI), STMIK-STIE DARMAJAYA tumbuh dan berkembang menjadi Perguruan Tinggi dengan reputasi yang baik sebagai Institusi Pendidikan. Maka STMIK-STIE DARMAJAYA mendapat pengakuan Direktorat Jendral Pendidikan dengan peningkatan status menjadi IBI Darmajaya pada tanggal 20 agustus 2008 melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan No. 167/D/O/2008.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1. Visi

Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya mempunyai Visi yaitu Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berdaya saing berbasis riset dan teknologi.

2.2.2. Misi

- a. Menyelenggarakan pembelajaran yang kreatif, Inovatif dan adaptif terhadap kemajuan teknologi informasi berdasarkan pendekatan riset dan nilai-nilai kejujuran.
- b. Mengembangkan penelitian dan pengabdian pada masyarakat yang unggul dan inovatif serta relevan dengan kebutuhan stakeholder
- c. Mengembangkan budaya profesionalisme Dalam tata kelola perguruan tinggi berbasis Teknologi informasi
- d. Mengembangkan lingkungan kampus yang kondusif.

(sumber: www.darmajaya.ac.id/visi-misi/)

2.3 Bidang Usaha/kegiatan Utama Perusahaan

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah lembaga yang bergerak di bidang pendidikan yang turut mendukung pengembangan pendidikan di Provinsi Lampung. Sebagai bentuk mewujudkan visi dan misinya, IIB Darmajaya menyiapkan rencana kerja yang disesuaikan seiring dengan perkembangan zaman. Sampai saat ini IIB Darmajaya memiliki program Strata Satu dan Strata Dua dimana masing-masing jurusan mempunyai visi dan misi tersendiri untuk mencapai visi dan misi institusi.

Adapun jurusan pada program strata satu adalah sebagai berikut :

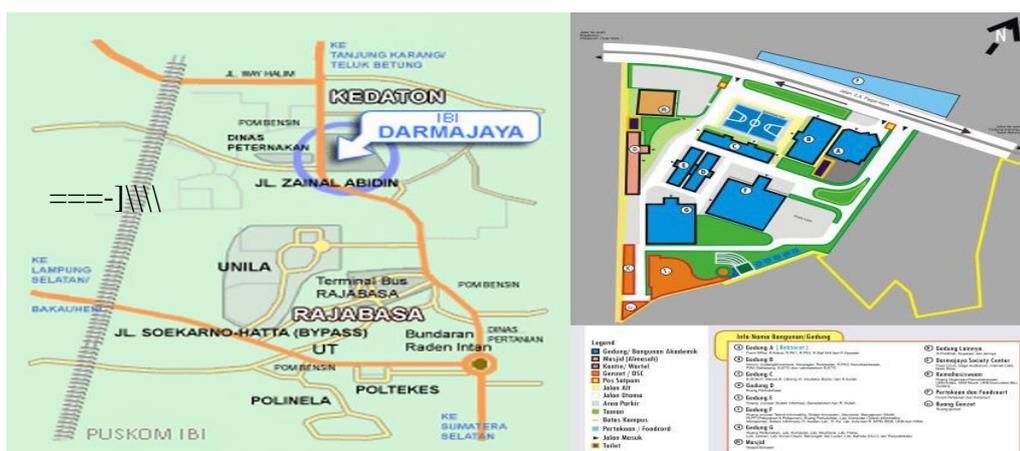
- a. S1 Teknik Informatika (Terakreditasi B)
- b. S1 Sistem Informasi (Terakreditasi B)
- c. S1 Sistem Komputer (Terakreditasi B)
- d. S1 Desain Komunikasi Visual (Dalam Proses)
- e. S1 Manajemen (Terakreditasi A)
- f. S1 Akuntansi (Terakreditasi B)
- g. S1 Bisnis digital (Dalam Proses)

Adapun jurusan pada program strata dua adalah sebagai berikut :

- a. Magister Teknik Informatika (Terakreditasi B)
- b. Magister Manajemen (Terakreditasi B)

2.4 Lokasi Perusahaan

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya berlokasi di Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Gedung Meneng Bandar Lampung. 35142



Gambar 1.1 Lokasi Perusahaan

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang di Hadapi Perusahaan

Pandemi COVID 19 memberikan dampak yang signifikan terhadap banyak sektor dimana hal ini juga berpengaruh pada pemasaran Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Proses pemasaran secara berkepanjangan terus dilaksanakan oleh tim pemasaran, namun disaat dihadapkan dengan kondisi pandemi tentu perlu adanya adaptasi dan analisa mendalam mengenai kebiasaan baru yang tercipta selama pandemi yang juga dalam prosesnya mematuhi atau sejalan dengan peraturan normal baru. Dengan terjadinya proses pemasaran pastinya memiliki kendala salah satunya di bidang internal yaitu dimana disaat PPKM jumlah karyawan yang berkeja di kantor dibatasi sehingga komunikasi antar karyawan mengalami kesulitan dan performa kerja dalam tim menurun. Kecakapan tim PMB sebagai pihak pelayanan penerimaan mahasiswa baru cukup baik namun disaat terdapat kebijakan baru seperti kebijakan potongan biaya putra putri desa, penyebaran informasi dan tingkat pemahaman tim PMB perlu ditingkatkan sehingga dapat meminimalisir kebingungan saat melakukan pelayanan. Dan juga pemasaran digital yang dilakukukan oleh tim pemasaran digital masih perlu di evaluasi dan melalui perbaikan agar jaringan pemasaran dapat lebih luas dan mampu meningkatkan minat banyak orang untuk berkuliah.

Sedangkan menurut Coviello, Milley and Marcolin (2001) Pemasaran digital adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lainnya untuk membuat dan

menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen. Di masa Pandemi, mayoritas masyarakat beraktifitas secara mobile dimana mereka menghabiskan banyak waktu dalam menggunakan gadget, mengakses sosial media, bermain *game online*, *online streaming*, dan lainnya. Oleh sebab itu dengan adanya perubahan perilaku masyarakat, tim pemasaran perlu melakukan inovasi, menyajikan pemasaran digital secara ringkas, kreatif, mudah dimengerti dan menjangkau banyak audiens terutama *potential buyers*.

3.1.1 Temuan Masalah

Ditemukan tiga masalah yang ada Pemasaran Digital Darmajaya yaitu:

1. Promosi pemasaran masih belum maksimal terutama kecakapan tim pelayanan
2. Database calon mahasiswa cukup banyak ditemukan tidak valid
3. Implementasi pemasaran digital dengan ruang gerak yang dibatasi pandemi COVID 19

3.1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, ada tiga pertanyaan penelitian yang bisa dirumuskan:

1. Bagaimana cara memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen?
2. Bagaimana mengelola database calon mahasiswa dengan baik?
3. Bagaimana implementasi pemasaran digital yang efektif pada masa pandemic COVID 19?

3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk memecahkan masalah tersebut maka kerangka pemecahan masalah adalah sebagai berikut:



Gambar 1.3 Kerangka Pemecahan masalah

Langkah-langkah dalam pemecahan masalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Mengenali masalah secara umum/mengidentifikasi masalah yang terdapat selama proses pemasaran IIB Darmajaya

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil identifikasi penulis, penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi strategi pemasaran IIB Darmajaya yang berdampak pada promosi IIB Darmajaya di masa pandemi, menemukan solusi pengelolaan data calon konsumen yang efektif agar promosi pemasaran dapat tepat sasaran, dan juga meningkatkan pelayanan.

3. Menentukan cara Penyelesaian masalah

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan pemasaran digital seperti:

- a. Mengembangkan aset digital dengan membangun identitas, contohnya dengan membangun situs web, dan menyiapkan akun sosial media (contoh: facebook, instagram, YouTube, tiktok, twitter dan lainnya).
- b. Meningkatkan lalu lintas situs web, pemasar dapat mengandalkan SEO (Search engine Optimization), penempatan iklan melalui google Adsense dan sejenisnya.
- c. Optimalisasi website, dimana disaat banyak diakses, terjadinya website *down* dapat dihindari
- d. Optimalisasi akun media sosial dengan meningkatkan interaksi dengan pengguna media sosial dengan mengatur dan menerbitkan konten yang menarik dan interaktif. Admin media sosial harus dengan tanggap menanggapi pertanyaan yang ditanyakan.
- e. Pesan siaran pers. Pemasaran pesan siaran seperti pesan singkat (SMS), whatsapp bahkan pesan langsung media sosial. Meski rentan pemblokiran akun, namun pada kenyataannya pemasaran pesan siaran masih memiliki tingkat konversi yang baik.
- f. Iklan berbayar di platform yang terkemuka

Berdasarkan cara penyelesaian masalah yang ditentukan, selanjutnya adalah menerapkan cara penyelesaian masalah/ menjalankan program atas pemecahan masalah di perusahaan.

4. Kesimpulan dan Saran

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari penelitian. Dimana penulis menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan masukan yang membangun untuk pemasaran IIB Darmajaya.

3.2 Landasan Teori

Menurut Kotler dan Lane (2007) dalam (Lukmandaru & Istoto, 2016), Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok yang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan produk maupun jasa.

Dalam melakukan sebuah kegiatan pemasaran terdapat suatu penentuan yakni meliputi tujuan, strategi, serta taktik. Tujuannya adalah untuk menghilangkan ketidakpastian masa yang akan datang bila ada perubahan yang diakibatkan oleh situasi dan kondisi perusahaan maupun luar perusahaan seperti faktor lingkungan. Menganalisa situasi pasar kaidahnya penting agar dapat menentukan strategi yang tepat dengan mengetahui ancaman, peluang utama serta persaingan dari sebuah produk maupun jasa yang ditawarkan.

Digital marketing menurut Urban (2004:2) adalah menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Definisi ini berkonsentrasi pada seluruh *marketing* tradisional. Dapat juga dikatakan “*interactive marketing*”, “*one-to-one marketing*” dan “*e-marketing*” erat kaitannya dengan “*digital marketing*”

Sedangkan menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2008:47) adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan media berbasis web seperti blog, website, e-mail,

adwords ataupun jejaring sosial. Penerapan teknologi digital dapat melalui berbagai inovasi terbaru seperti feed dan podcast yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

3.3. Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam laporan praktek kerja lapangan ini adalah menggunakan metode analisis deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan teknik observasi. Dengan mengobservasi pada kantor PMB Darmajaya langsung yang bertujuan untuk memberikan hasil terkait sebuah permasalahan yang ada. Metode ini menjelaskan gejala-gejala permasalahan yang ada dan dengan kondisi yang sudah terjadi.

3.4. Rancangan Program Yang akan di Buat

3.4.1 Program 1

Bagian pelayanan adalah pusat informasi yang harus selalu siap dengan senang hati menjawab pertanyaan dari calon mahasiswa dan membantu proses dari mulai proses pendaftaran hingga daftar ulang. Maka kecakapan tim pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Untuk meningkatkan kecakapan dari Tim pelayanan, Pelatihan perlu dilakukan mulai dari cara bersikap yaitu:

1. Menyapa pelanggan dengan cara yang ramah namun tepat
2. Aktif mendengarkan pelanggan
3. Bersikap ceria, sopan dan hormat sepanjang interaksi dengan pelanggan
4. Menutup interaksi layanan dengan tepat

Pengetahuan dan wawasan tim pelayanan pun perlu ditingkatkan, semua anggota tim harus paham mengenai informasi seputar instansi seperti fasilitas, akreditasi, tenaga pendidik, prestasi, program pendidikan yang ditawarkan seperti pada Strata 1 terdapat kelas reguler, ekstensi, Internasional atau konversi, Begitupun dengan program Strata II. Pemaparan pengetahuan produk ini harus lengkap, bukan hanya memberikan materi informasi produk namun juga mengenai kebijakan yang berlaku dan prosedurnya, promosi yang sedang berjalan, informasi beasiswa, dan pengetahuan mendalam mengenai instansi. Pembekalan atau pelatihan dapat diimplementasikan dalam bentuk *coaching* dan simulasi wajib bagi tim pelayanan yang dapat berlangsung dalam beberapa hari.

3.4.2 Program 2

Dalam melakukan melakukan whatsapp *blasting*, tim pemasaran membuat dan merancang materi yang akan dikirimkan kepada calon pelanggan dari nomor whatsapp calon pelanggan yang tersimpan di pangkalan data (*database*) yang dikelola menggunakan Microsoft Excel. Namun, penyebaran dan pengiriman materi pemasaran tersebut tidak semuanya berhasil terkirim. Beberapa nomor ditemukan tidak valid dan terdapat pula yang tercatat berulang atau ganda. Oleh sebab itu, pangkalan data perlu di cek secara berkala dan nomor yang valid dan yang tidak valid perlu di pisahkan agar kedepannya tim pemasaran dapat fokus mengirimkan materi kepada nomor yang valid saja.

3.4.3 Program 3

Melakukan Pemasaran Digital dengan yang kreatif. Memberikan promosi yang dapat mendorong minat calon mahasiswa untuk berkuliah dengan adanya promosi potongan biaya yang disebarakan di media sosial, *website*, pesan pers, iklan berbayar, dan lainnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Tabel perkembangan jumlah pendaftar mahasiswa baru dari Tahun 2021/2022

Jumlah Pendaftar TA 2021 s/d 2022

Jurusan	Program	2020/2021	2021/2022
		05-okt-2020	28-sept-2021
Teknik Informatika	S-1	136	137
Sistem Informasi	S-1	113	103
Sistem Komputer	S-1	39	45
Desain Komunikasi Visual	S-1	70	70
Manajemen	S-1	219	221
Akuntansi	S-1	108	101
Bisnis Digital	S-1	61	57
Jumlah		746	734

Tabel 4.1 Jumlah pendaftar tahun 2021-2022

Hasil dari observasi penulis selama menjalankan program kerja praktek yang dilakukan di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya bagian PMB, didapatkan bahwa:

1. IIB Darmajaya adalah perguruan tinggi swasta terbaik di Provinsi Lampung. Keunggulan ini seharusnya menjadi daya tarik utama, namun kurangnya pemaparan informasi terbaru mengenai IIB Darmajaya dan bujukan pemasaran membuat calon mahasiswa memilih perguruan tinggi lain. Hal ini dapat di minimalisir dengan pengimplementasian program 1.

2. Pengelolaan database calon mahasiswa belum terstruktur, terdapat nomor yang tidak valid dan tercatat ganda sehingga pemasaran pesan pers dengan whatsapp masih belum maksimal dalam pelaksanaannya hal ini dapat diatasi dengan mengimplementasikan program 2.
3. Pandemi COVID 19 masih terus berlangsung, dan menjadi tantangan besar bagi Tim Pemasaran IIB Darmajaya dari awal kemunculannya. Kegiatan pemasaran yang dengan ruang gerak yang dibatasi pandemi membuat tim pemasaran IIB Darmajaya harus bergerak cepat untuk menetapkan strategi yang inovatif dan berkoordinasi sebagai tim dalam menarik minat calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya di IIB Darmajaya sesuai dengan program 3.

4.2 Pembahasan

1. Program 1

Tim Pemasaran harus memiliki pengetahuan dan wawasan mendalam mengenai instansi dan produk. Perekrutan secara mendadak menjadi salah satu permasalahan dalam kinerja tim pelayanan. Hal ini membuat tim pelayanan masih terkesan tidak teratur atau kurang siap. Oleh sebab itu perekrutan tim pelayanan harus dilakukan jauh hari dan perlu melalui proses pembekalan, pelatihan dan simulasi agar setiap anggota tim memiliki pemahaman dan wawasan yang sama sehingga dapat meminimalisir kebingungan disaat melakukan pelayanan juga memiliki sikap sempurna yang memenuhi standar pelayanan. Pelatihan ini dapat dilakukan secara *virtual* dalam jaringan maupun secara tatap muka dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang berlaku.

2. Program 2

Pengelolaan database pelanggan sangat penting untuk meningkatkan efektifitas pemasaran digital. Database harus selalu dipantau, nomor whatsapp yang valid dan tidak valid perlu di pisahkan agar tim pemasar dapat fokus melakukan pemasaran pada nomor yang aktif saja. Hal ini dikarenakan proses whatsapp *blasting* memerlukan waktu yang cukup lama, sehingga jika tim pemasar tidak mengelompokkan nomor-nomor tersebut akan membuang waktu dan tidak efektif. Respon positif dari whatsapp *blasting* harus di data dengan baik dan eksekusi dengan segera dilakukan *follow-up*.

3. Program 3

Promosi digital marketing perlu kreatif namun juga tetap simple, dimana tersedia menu-menu informasi dimana informasi tersebut terfokuskan, seperti informasi mengenai kampus, fasilitas, tenaga pendidik, akreditasi, kegiatan mahasiswa ditampilkan dalam menu khusus. Dan penawaran terbaru harus muncul di halaman utama, bisa ditampilkan secara “*pop up*” disaat calon mahasiswa mengakses website darmajaya.

Namun tidak semua orang mengetahui website maupun media sosial IIB Darmajaya maka saat ini metode yang cukup efektif untuk menjangkau calon pelanggan adalah dengan pesan siaran whatsapp. Namun melakukan pemasaran *broadcast*, lebih baik jika kontennya bervariasi dan tidak hanya mengenai promo, karena hal tersebut dapat membuat calon pelanggan merasa bosan maupun kesal dan berdampak pada calon pelanggan yang akhirnya memblokir nomor pemasaran. Informasi promo dapat diselingi dengan *broadcast* informasi menarik seputar instansi, fasilitas, tim pengajar

yang dibuat semenarik mungkin oleh tim pemasaran digital darmajaya (DGDM) agar calon pelanggan tidak merasa bosan.

Tim pemasaran digital pun juga membuat konten podcast, namun hal ini perlu di tinjau kembali agar dapat menjangkau banyak khalayak. Materi podcast perlu menarik, berbicara mengenai fenomena terkini dan digemari calon pelanggan, seperti berbicara mengenai tips menjadi mahasiswa berprestasi, softskill dan hardskill yang dibutuhkan saat ini, dan lainnya seputar perkuliahan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama melakukan Kerja Praktik (KP) di Bagian pemasaran tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) IIB Darmajaya, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) perlu di optimalkan dengan adanya pelatihan dan simulasi agar memenuhi standar pelayanan, pelatihan ini dapat dilakukan secara berkala untuk memaksimalkan kinerja tim pelayanan yang sangat berpengaruh dalam pencapaian target mahasiswa baru.
2. Database calon mahasiswa adalah aset penting bagi keberhasilan pemasaran digital terutama pemasaran pesan siaran whatsapp *blasting* oleh sebab itu pengelolaan database perlu dilakukan *screening* secara berkala
3. Konten pemasaran digital perlu dikemas dengan menarik, memuat informasi yang cukup dan terkini mengenai IIB Darmajaya dan mudah dipahami agar calon mahasiswa dengan mudah mengetahui informasi seputar IIB Darmajaya

5.2 Saran

5.2.1 Saran yang ditujukan kepada tim PMB (Penerimaan Mahasiswa Baru)

- a. Optimalisasi kinerja tim pemasaran terutama bagian pelayanan yang berkomunikasi langsung dengan calon mahasiswa perlu ditingkatkan agar kesalahan informasi dapat dihindari dengan cara mengimplementasikan program 1.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan yang cepat tanggap melalui media sosial untuk memudahkan calon mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi serta mendaftar dengan mudah.

5.2.2 Saran yang ditujukan kepada Tim Digital Marketing IIB Darmajaya

- a. Secara berkala memantau *database* pelanggan agar pemasaran digital dapat lebih efektif dengan mengimplementasikan program 2.
- b. Mengoptimalkan konten pemasaran yang menarik yang mengikuti perkembangan jaman dengan pengadaan konten tiktok dan *podcast*. Namun dalam pelaksanaannya perlu membangun tim kreatif yang merancang skema konten tiktok dan *podcast* tersebut agar lebih efektif sesuai dengan program 3.

DAFTAR PUSTAKA

Silaban, Enop.2018.Laporan KP, IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Sari, Winni. 2020. Tinjauan penggunaan media sosial sebagai bagian dari *integrated marketing communication (imc)* tim pmb darmajaya terhadap sekolah elit swasta di bandar lampung, Laporan PKPM, IIB Darmajaya Bandar Lampung

Liswita, Sumaria (2020) Analysis Digital Marketing Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Laporan PKPM thesis, IBI Darmajaya Bandarlampung

Saragih, Megasari Gusandra. 2020. Marketing Era Digital. Penerbit Andalan

<http://digitalmarketing.comlabs.itb.ac.id/>

<http://msuharto.blogdetik.com/konsep-digital-marketing/>

LAMPIRAN



Liked by [stevanyaaf](#) and 87 others

[darmajayathebest](#) Selamat bergabung,

Yusup Dwi Yudiantara dari SMK Taman Siswa telah mendaftarkan diri ke PTS Terbaik se-Sumbagsel.

Kak Yusup memilih Prodi [@jurusan_si_dj](#) untuk melanjutkan studi ke Kampus Swasta Terbaik di Lampung.

Kamu kapan?

