

LAPORAN KERJA PRAKTEK

ANALYSIS DIGITAL MARKETING

INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA TAHUN 2020



Di Susun Oleh:

Sumaria Liswita

NPM: 1712110292

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KERJA PRAKTEK**

**“ANALYSIS DIGITAL MARKETING
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA TAHUN 2020”**

Oleh :

Sumaria Liswita 1712110292

Telah memenuhi syarat untuk di terima

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Pembimbing Lapangan

M. Ariza Eka Yusendra, S.P., M.M

NIK. 12990313

Adi Sutrisno, S.E.

NIK.11120309

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

Aswin, S.E., M.M

NIK. 10190605

RIWAYAT HIDUP

1. Identitas

- a. Nama : Sumaria Liswita
- b. NPM : 1712110292
- c. Tempat Tanggal Lahir : Giham Sukamaju, 15 Juli 1999
- d. Agama : Islam
- e. Alamat : Giham Sukamaju ,RT 01 RW 01,
Sekincau, Lampung Barat
- f. Suku : Lampung
- g. Kewarganegaraan : Indonesia
- h. E-mail : sliswita@gmail.com
- HP : 0857-8328-5438

2. Riwayat Pendidikan

- a. Sekolah Dasar : SD Negeri 1 Giham Sukamaju
- b. Sekolah Menengah Pertama : SMP Negeri 1 Sekincau
- c. Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 1 Sekincau

Bandar Lampung, 01 Oktober 2020



Sumaria Liswita
NPM. 1712110292

RINGKASAN

Kerja Praktek yang di terapkan di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya merupakan syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Dalam hal ini penulis melaksanakan kerja praktek pada bagian Pemasaran di bawah naungan Biro Hubungan Kerjasama dan Pemasaran Internasional tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), Dalam hal ini penulis mengambil data dalam penyusunan laporan ini dari bagian pemasaran dan DGDM darmajaya.

Target yang harus dicapai untuk tahun ajaran 2020 adalah sebanyak 1000 orang. Berdasarkan keputusan tersebut tentu menjadi beban dan tanggungjawab yang harus direalisasikan oleh bagian pemasaran yang dibantu oleh bagian Humas Kerjasama Dan Pemasaran internasional serta bagian pemasaran digital baik non digital (DGDM) IIB Darmajaya.

Namun Dalam proses pelaksanaannya masih banyak target yang belum dicapai , penerimaan mahasiswa baru saat ini masih sangat terjadi fluktasi, Jika dilihat juga dari 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 karena akreditasi kampus yang belum sesuai keinginan calon mahasiswa tersebut atau pemasaran yang belum maksimal.

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat limpahan rahmat dan Karunianya-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan Kerja Praktek di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya yang berjudul “Analisis Digital Marketing Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya tahun 2020”

Adapun tujuan penulisan laporan ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 Jurusan Manajemen di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya.

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 yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, semoga bantuannya mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

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. Bapak Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,M.T selaku Wakil Rektor I IIB Darmajaya.
4. Bapak Ronny Nazar, S.E, M.M selaku Wakil Rektor II IIB Darmajaya.
5. Bapak Muprihan Thaib, S.Sos.,M.M selaku Wakil Rektor III IIB Darmajaya.
6. Bapak Prof .Dr. Ir. Bustomi Rosadi, M.S. Selaku Wakil Rektor IV IIB Darmajaya
7. Ibu Aswin, S.E.,M.M selaku ketua jurusan Manajemen IIB Darmajaya.
8. Bapak Ariza Eka Yusendra, 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.

9. Ibu Novita Sari S.Sos.,M.M selaku Kepala Biro Hubungan Kerjasama dan Pemasaran Internasional IIB Darmajaya.
10. Bapak Adi Sutrisno S.E selaku Kepala Bagian Pemasaran IIB Darmajaya
11. Terspesial untuk kedua orang tua dan keluarga saya yang selalu mendukung segala aktivitas saya dan senantiasa mendoakan yang terbaik untuk saya.

Dalam hal ini Penulis menyadari di dalam penulisan laporan ini masih jauh dari kata sempurna baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Atas kekurangan ini, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bertujuan untuk penyempurnaan laporan ini.

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

Akhir kata semoga laporan kerja praktek ini dapat memberikan manfaat dan menambah ilmu pengetahuan serta wawasan khususnya penulis dan umumnya bagi yang membacanya.

Terimakasih

Bandar Lampung, 01 Oktober 2020

Penulis,



Sumaria Liswita
NPM. 1712110292

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Riwayat Hidup	iii
Ringkasan	iv
Prakata	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang kerja Praktek	1
1.2 Ruang Lingkup Kerja Program Kerja Praktek	2
1.3 Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktek	3
1.3.1 Manfaat dari kegiatan Kerja Praktek.....	3
1.3.2 Tujuan Program Kerja Praktek.....	4
1.4 Tempat dan Waktu pelaksanaan Kerja Praktek	5
1.4.1 Tempat Pelaksanaan Kerja Praktek.....	5
1.4.2 Waktu 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.....	8
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	8
2.1.2 Visi dan Misi Bagian Marketing	8
2.3 Bidang Usaha Perusahaan	9
2.4 Lokasi Perusahaan	10
2.5 Struktur Organisasi	11
BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN	
3.1 Analisis Permasalahan yang Dihadapi Perusahanaan	15
3.1.1 Temuan Masalah	16

3.1.2 Perumusan Masalah.....	16
3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah.....	16
3.2 Landasan Teori	18
3.3 Rancangan Program yang akan dilaksanakan	19
3.3.1 Program 1	19
3.3.1 Program 2	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 di tujukan Kepada Tim PMB	25
5.2.2 Saran yang di tujukan Kepada Tim Pemasaran	26
5.2.3 Saran yang di tujukan Kepada Pembaca	27
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Dokumentasi	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	21
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	10
Gambar 1.2.....	11
Gambar 1.3.....	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Program Kerja Praktek

Sistem pendidikan perguruan tinggi melalui proses pembelajaran mahasiswa tidak hanya memahami maupun mendengarkan tetapi lebih pada pendekatan penyelesaian masalah - masalah secara kreatif. Artinya, dosen sudah bukan lagi menjadi pusat utama dalam pencapaian hasil pembelajaran dan seakan-akan menjadi sumber ilmu, melainkan lebih pada peran mahasiswa yang dihadapkan pada masalah nyata di bidang sains dan diberi tugas untuk menyelesaikannya sebagai suatu cara pembelajaran. Selanjutnya, mahasiswa harus didorong untuk memiliki motivasi dalam diri mereka sendiri, kemudian berupaya keras mencapai kompetensi yang diinginkan.

Dunia kerja nyata ini, cenderung menitik beratkan pada kebutuhan kompetensi bagi lulusan atau *output*, sehingga diharapkan perguruan tinggi dapat memberikan bentuk pembelajaran yang selaras dengan perkembangan dan kebutuhan pasar kerja, seperti keterampilan, pengetahuan dan pada akhirnya dapat membangun sumber daya manusia yang handal serta memberikan kontribusi bagi pembangunan sumber daya manusia Indonesia pada umumnya terutama bagi Provinsi Lampung khususnya. Pelaksanaan Kerja Praktek pada dunia industri maupun instansi pemerintah perlu ditinjau kembali, mengingat bahwa kompetensi mahasiswa diharapkan tidak saja diimplementasikan pada dunia industri maupun instansi pemerintah secara normatif. Melainkan, lebih pada pengayaan pengetahuan dan pemberdayaan kemampuan yang langsung menyentuh pada kebutuhan masyarakat maupun pemerintah setempat. Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya menyadari akan pentingnya *knowledge based community* dalam tatanan global dewasa ini dan tanggung jawab serta peran dalam memajukan kehidupan sosial masyarakat pada umumnya.

Peran dan tanggung jawab tersebut diaktualisasikan melalui kegiatan Pengabdian Masyarakat sebagai salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi. Kerja Praktek merupakan salah satu dari mata kuliah yang mejadi bagian integral kurikulum yang bertujuan sebagai perantara antara dunia kampus dan dunia kerja yang sesungguhnya. Kerja Praktek dilaksanakan oleh mahasiswa kelas ekstensi yang sudah bekerja. Kerja Praktek adalah mata kuliah dengan beban 4 SKS (sistem kredit semester), dan wajib dilakukan oleh mahasiswa/I strata 1 (S1) yang telah memenuhi syarat tertentu serta telah menyelesaikan jumlah SKS yang telah ditentukan. Selain hal tersebut Kerja Praktek wajib dilakukan dikarenakan tuntutan di era globalisasi dan kompetensi lulusan perguruan tinggi sehingga diharapkan lulusan yang dihasilkan sesuai dengan visi dan misi perguruan tinggi.

Program Kerja Praktek ini dimulai kembali sejak tahun 2018 periode Agustus yang dapat menghasilkan dan menciptakan hubungan timbal balik antara dunia kerja sebagai pencipta kesempatan kerja dengan dunia pendidikan sebagai penyedia tenaga kerja terdidik. Selain itu juga Kerja Praktek ini diupayakan agar mahasiswa/i benar-benar mengerti tentang tanggungjawab yang harus dilaksanakan ketika sudah berada dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

Berdasarkan deskripsi hal-hal di atas, maka Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya menerapkan kerja Praktek sebagai syarat kelulusan mata kuliah sekaligus sarana implementasi dalam bersaing pada dunia kerja yang sesungguhnya. Pelaksanaan Kerja Praktek ini juga memfasilitasi mahasiswa dalam menerapkan ilmu teori yang diperoleh di perkuliahan melalui pembekalan sebelum terjun ke tempat Kerja Praktek masing-masing dan disesuaikan dengan job disk yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan konsentrasi yang dipilih oleh mahasiswa tersebut.

1.2 Ruang Lingkup 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 ZA. Pagar Alam No. 93 Gedung Meneng Bandar Lampung. Penulis

melaksanakan Kerja Praktek nya di bagian Pemasaran di bawah naungan Biro Hubungan Kerjasama dan Pemasaran Internasional tepatnya di bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Kegiatan Kerja Praktek dilaksanakan mulai 8 juli 2020 sampai dengan 30 September 2020 (3 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.
4. Memberikan wacana baru dengan perubahan paradigma bahwa mahasiswa dengan *personality development* harus dapat memberikan umpan balik (*feed back*) baik dalam pengembangan ilmu yang sudah ditekuni serta memelihara kerjasama yang berkelanjutan dengan pemerintah daerah, khususnya pada perusahaan tempat Kerja Praktek.

2. Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Dapat menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengimplementasikan ilmu yang di dapatkan dari kampus dalam dunia kerja/usaha yang sesungguhnya.
- b. Menjadi bahan pembelajaran dan menumbuhkan jiwa bersaing dalam dunia kerja/usaha.
- c. Sarana pelatihan bagi mahasiswa untuk menjadi manusia yang disiplin, bertanggungjawab dan berpikir maju tentang

pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan keterampilan yang dipelajari.

- d. Melatih Kedewasaan cara berpikir dan mengingatkan daya penalaran mahasiswa dalam melakukan penelaahan, perumusan dan pemecahan masalah dalam dunia kerja/usaha.
- e. Memberi mahasiswa kesempatan untuk belajar mengenal secara langsung mekanisme dalam dunia kerja, melatih, mengembangkan dan menumbuhkan rasa tanggung jawab terhadap implementasi tugas.
- f. Membuat Mahasiswa Mampu mengimplementasikan ilmu yang di dapat di dalam perkuliahan dan menerapkan kemampuan yang langsung menyentuh pada kebutuhan masyarakat maupun pemerintah setempat sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap tenaga kerja di perusahaan yang dituju.

3. Bagi Masyarakat dan Pemerintah

- a. Memperoleh kontribusi tenaga dan pemikiran dalam upaya memajukan dan mengembangkan cara berfikir sehingga terciptanya usaha produktif wilayah kerja praktek sasaran dan meningkatkan potensi sumber daya manusia (SDM) guna mempercepat proses pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di tempat kerja praktek.

1.3.2 Tujuan Program Kerja Praktek

1. Mengaplikasikan kemampuan mengenai pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan.
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 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek

1.4.1 Tempat pelaksanaan Kerja Praktek

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

1.4.2 Waktu pelaksanaan Kerja Praktek

Waktu untuk melaksanakan Kerja Praktek pada tanggal 9 Agustus 2018 – 9 September 2018 (Selama 1 Bulan), Penulis juga melaksanakan Kerja Praktek nya sesuai dengan waktu masuk kerja karyawan yang sudah ditetapkan yaitu pukul 7.15 WIB – 16.10 WIB.

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 PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Berlokasi di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.93 Gedong Meneng Bandar Lampung .IIB Darmajaya berada di lokasi yang cukup strategis yang mudah diakses dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum, hal ini memberikan pengaruh yang cukup baik bagi status IIB Darmajaya yang berstatus sebagai salah satu kampus swasta terbaik yang ada di Sumatera maupun Indonesia. Lokasi yang mudah diakses ini menjadi salah satu alasan calon mahasiswa memilih perguruan tinggi di IIB darmajaya. 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 ingin mengabdikan di daerah asalnya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya generasi muda agar dapat berkiprah dan berkompetisi dengan SDM-SDM daerah lain maupun dengan bangsa-bangsa lain dalam rangka 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, 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 yang dikenal dengan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

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

2.2.2. Visi dan Misi Bagian Marketing

Visi

Membangun dan meningkatkan secara bertahap dan terus menerus sikap yang positif terhadap visi dan misi IIB Darmajaya di kalangan stakeholders dalam dan luar negeri, sehingga tercapainya pencitraan institusi IIB Darmajaya sebagai perguruan tinggi swasta yang unggul dan berdaya saing berbasis Teknologi dan Bisnis

Misi :

1. Membangun dan meningkatkan kemitraan dengan semua stakeholders terkait baik dalam dan luar negeri.

2. Membangun dan meningkatkan kemitraan terhadap media dan publik yang dinamis dan sehat.
3. Menyajikan informasi yang lengkap, akurat, komprehensif dan terpadu.
4. Meningkatkan peran Biro dalam menguasai teknologi informasi dan komunikasi
5. Membangun dan meningkatkan pencitraan yang baik melalui peningkatan kualitas pelayanan kepada sivitas akademika dan stakeholders eksternal.

2.3 Bidang Usaha/kegiatan Utama Perusahaan

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut IIB Darmajaya menyiapkan rencana kerja yang akan 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 (On process)
- e. S1 Manajemen (Terakreditasi A)
- f. S1 Akuntansi (Terakreditasi B)
- g. S1 Bisnis digital (On process)

Adapun jurusan pada program strata dua adalah sebagai berikut :

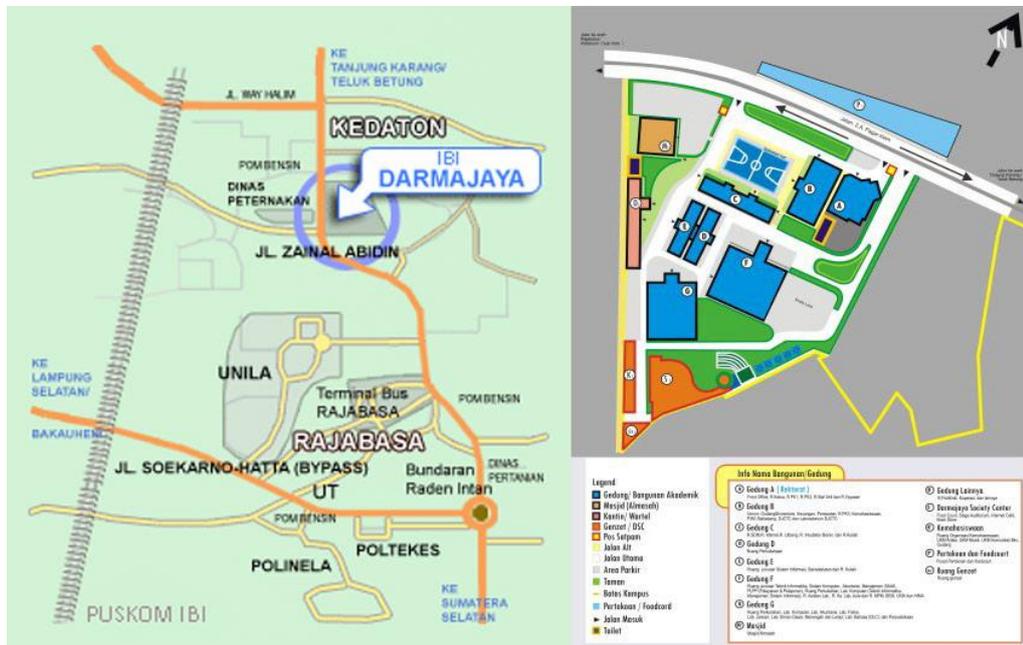
- a. Magister Teknik Informatika (Terakreditasi B)
- b. Magister Manajemen (Terakreditasi B)

Dalam menjalankan program kerja dan kemajuan institusi ini, IIB darmajaya mempunyai struktur organisasi yang bagus sehingga dapat menjalankan manajemen kerja dengan baik. Struktur organisasi merupakan bentuk hubungan yang mencerminkan kejelasan garis wewenang dan tanggung jawab guna dapat melaksanakan tugas yang telah ditetapkan. Tugas-tugas dan garis wewenang dari setiap bagian dalam perusahaan tersebut disusun agar mekanisme dalam

perusahaan dapat berjalan dengan baik, serta tujuan yang ditetapkan dapat dicapai secara efektif dan efisien. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka pimpinan dan karyawan lainnya diharapkan mampu bekerja pada bidang masing-masing dan mampu bekerjasama dengan bagian lain, serta untuk mengetahui ruang lingkup/batasan kerja di perusahaan tersebut.

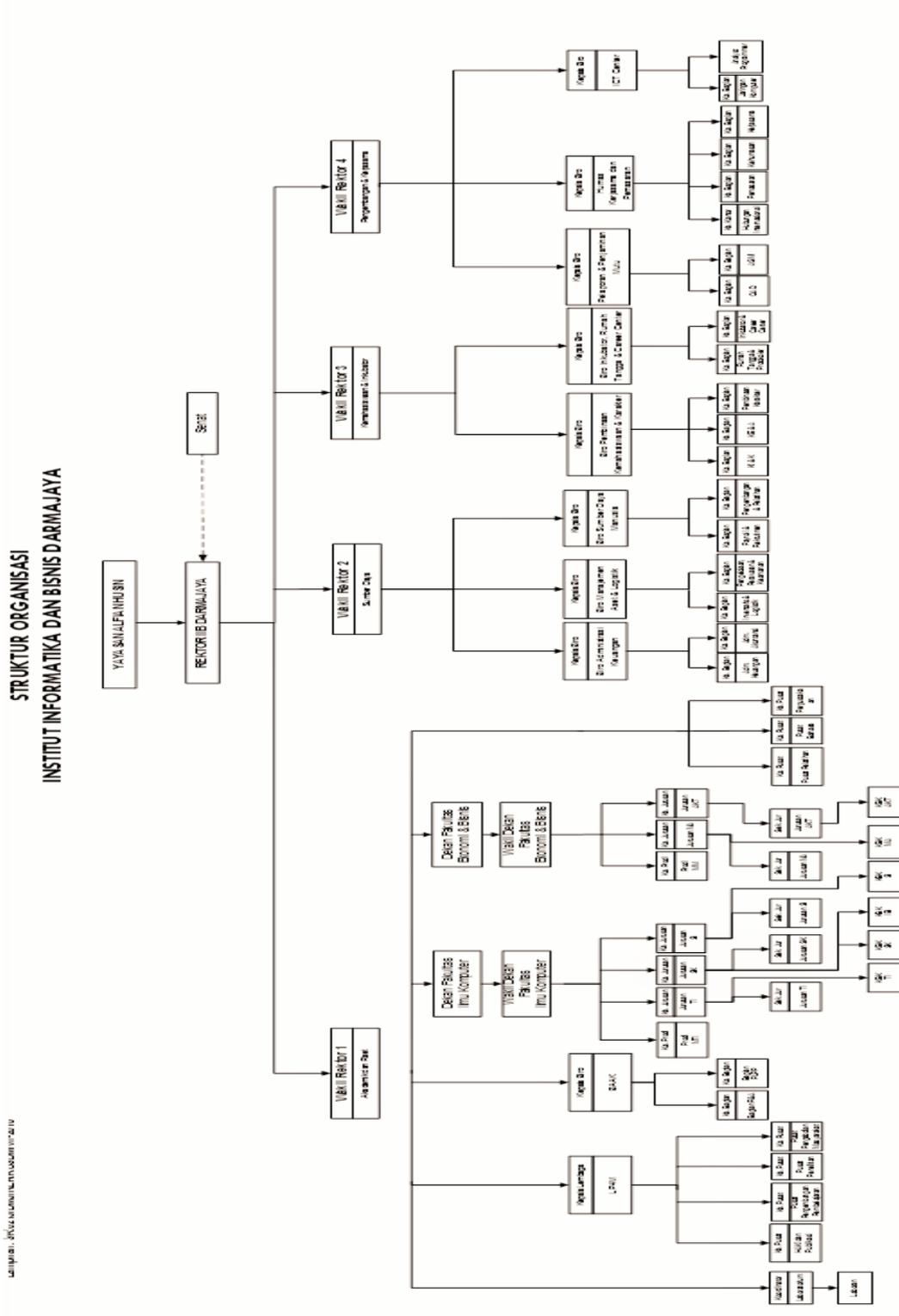
2.4 Lokasi Perusahaan

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



Gambar 1.1 Lokasi Perusahaan

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya adalah sebagai berikut :

a. Kantor Urusan Internal dan Kerjasama (KUIK)

Mewujudkan pencitraan lembaga pendidikan yang baik dengan cara menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis serta kerjasama yang mengikat antara lembaga dengan semua civitas akademika, stakeholder dan masyarakat.

b. Wakil Rektor

Wakil rektor I Bertanggung jawab terhadap bidang akademik

Wakil rektor II Bertanggung jawab terhadap bidang keuangan

Wakil rektor III Bertanggung jawab terhadap bidang kemahasiswaan

Wakil rektor IV Bertanggung jawab terhadap bidang hubungan kerjasama dan pemasaran internasional

c. Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi dan Ilmu Komputer

Bertanggung jawab langsung kepada wakil rektor 1, memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat dalam kelompok bidang ilmu, serta membina tenaga kependidikan, mahasiswa, tenaga administrasi yang sesuai dengan rencana strategis.

d. Ketua Jurusan

Menjadikan jurusan di IIB Darmajaya mampu menciptakan sumber daya manusia yang handal, berkualitas, memiliki keahlian khusus sesuai dengan keahlian kompetensi masing-masing jurusan sehingga mampu berkarya dan beradaptasi terhadap perubahan dan perkembangan di bidang ekonomi, bisnis, dan teknologi informasi.

e. UPT Perpustakaan

Merencanakan pengembangan koleksi, pemeliharaan dan pengadaan badan pustaka. Menjalin kerjasama dengan pihak lain dan mempromosikan perpustakaan serta mengevaluasi koleksi supaya sesuai dengan perubahan dan perkembangan program perguruan tinggi.

f. Hubungan Kerjasama dan Pemasaran Internasional

- i. Mengatur semua urusan pemasaran IIB darmajaya, mulai dari kegiatan promosi, iklan, sampai dengan penerimaan mahasiswa baru.
- ii. Merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mendatangkan meningkatkan jumlah mahasiswa.
- iii. Menyiapkan rencana strategis untuk kantor internasional, rencana bisnis tahunan dan proyeksi keuangan.
- iv. Mengembangkan jaringan internal, eksternal yang kuat dan aliansi strategis dan mempromosikan keberadaan dan reputasi perguruan tinggi pada tataran internasional.
- v. Merancang strategi pemasaran yang tepat untuk mendatangkan mahasiswa internasional.
- vi. Mengelola mahasiswa internasional yang masuk dan mahasiswa yang keluar.
- vii. Mempersiapkan perjanjian kerjasama internasional atau luar negeri.
- viii. Mengkoordinasi dan mempromosikan program Passage to ASEAN kepada mahasiswa aktif IIB Darmajaya.

g. Kantor Urusan Sumber Daya Manusia

Melaksanakan seleksi (Penerimaan), pembinaan, kesejahteraan, dan peningkatan sumber daya manusia (karyawan dan Dosen) dalam proses pencapaian visi dan misi institusi.

h. BAAK

Menjadikan BAAK sebagai pusat pelayanan dan Administrasi akademik yang baik dan memenuhi permintaan mahasiswa dan dosen.

i. Biro Manajemen Aset dan Logistik

Mengelola Biro Manajemen aset dan Logistik agar menjadi handal dan dipercaya dalam proses pengadaan, pengelolaan, perawatan, pengamanan dan pemberdayaan aset dan logistik guna mendukung pencapaian visi dan misi institusi.

j. Biro Keuangan

Menjadikan Biro keuangan sebagai pusat pelayanan keuangan kepada pihak internal (mahasiswa dan karyawan) maupun eksternal, dalam proses pencapaian visi dan misi institusi.

k. Biro Kemahasiswaan

Mewujudkan situasi dan kondisi yang kondusif bagi pembentukan dan pengembangan pribadi baik jasmani maupun rohani mahasiswa maupun alumni dalam rangka menunjang visi dan misi IIB darmajaya khususnya di bidang *soft skill*.

l. LP4M (Lembaga Pengembangan Pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat).

Sebagai pusat pelayanan bagi para dosen, karyawan, mahasiswa untuk menjalankan tri darma perguruan tinggi.

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan yang di Hadapi Perusahaan

Dengan terjadinya proses pemasaran, tentu terdapat masalah yang dapat timbul di lingkungan pemasaran digital baik itu internal maupun external. Dalam proses pengimplementasiannya Pemasaran Digital Darmajaya ini memiliki kendala di bidang internal yaitu kurang terlatihnya tim PMB sebagai pihak pelayanan penerimaan mahasiswa baru. Dan juga pemasaran digital melalui media sosial yang masih belum mencapai target dengan baik terutama dalam kondisi pandemi seperti tahun ini. Pihak pemasaran masih belum menguasai dengan baik keadaan pasar di saat pandemi covid-19 ini. Tim pemasaran masih terlihat bingung dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Sedangkan menurut Menurut Urban (2004:2)

Digital marketing menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing. Kita juga dapat menyatakan bahwa pendapat seperti "interactive marketing", one-to-one marketing dan "e-marketing" erat kaitannya dengan "digital marketing".

Namun, berdasarkan data Jumlah penerimaan mahasiswa baru tahun 2020 hanya berkisar 746 orang saja, hal ini mengalami penurunan yang sangat signifikan di banding tahun lalu yang berjumlah 1.173 orang. Hal ini mengindikasikan ada faktor kurangnya keefektifan digital marketing yang dilakukan IIB Darmajaya (*Sumber:PMB Darmajaya*).

Informasi mengenai darmajaya yang kurang spesifik atau kurang rinci di media sosial juga menjadi salah satu penyebab ketidak efisienan penggunaan media sosial saja saat melakukan promosi.

Maka sebaiknya pihak marketing segera melakukan inovasi terhadap promosi dan periklanan kampus yang menyediakan tentang informasi lengkap kampus IIB darmajaya yang dapat di akses oleh siapapun dan dimanapun. Mengingat pada saat pandemi seperti ini, kita di haruskan

menjaga jarak, ini juga akan lebih jauh efektif di bandingkan dengan informasi yang di peroleh dengan chat via Whatsapp, facebook etc

3.1.1 Temuan Masalah

Ditemukan dua masalah yang ada Pemasaran Digital Darmajaya yaitu:

1. kecakapan tim PMB dalam menguasai produk dan pelayanan sebagai ujung tombak penerimaan Mahasiswa baru
2. Inovasi pemasaran Digital Terkini dengan adanya pandemi covid-19 yang membuat ruang gerak tim pemasaran terbatas.

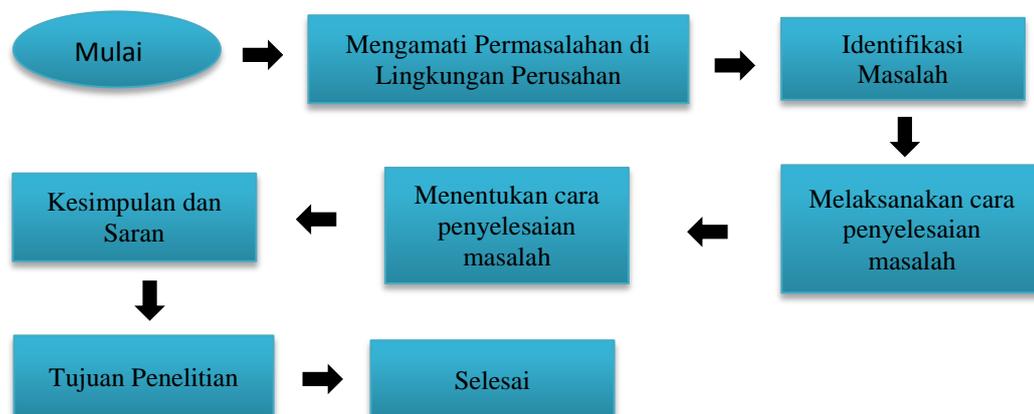
3.1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana Cara memberikan pelayanan yang baik terhadap customer?
2. Program apa saja yang harus di lakukan untuk melakukan Inovasi pemasaran digital terkini dalam menghadapi dampak dari pandemi covid-19 yang saat ini terjadi ?

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 Pemecahan Masalah :

Mengamati permasalahan di lingkungan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh berbagai informasi sehingga masukan-masukan tentang permasalahan yang diteliti.

Selanjutnya memahami konsep dasar ilmu pengetahuan yang berhubungan dan dapat menunjang penulisan laporan kerja praktik. Pada dasarnya nilai dari suatu penelitian salah satunya ditentukan pada besar pemahaman peneliti pada konsep-konsep dasar tersebut.

Langkah dalam pemecahan masalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Setelah mengamati permasalahan yang terjadi di perusahaan, penulis melakukan identifikasi masalah dan cara untuk mencapai target pemasaran berdasarkan yang sudah di targetkan oleh tim marketing IIB Darmajaya

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi yang sudah ditetapkan penulis menentukan tujuan penelitian mulai dari mengidentifikasi strategi gimic marketing yang berdampak terhadap promosi kampus IIB Darmajaya di masa pandemi covid-19 dan juga cara meningkatkan pelayanan yang baik terhadap customer.

3. Menentukan cara Penyelesaian masalah

Setelah menentukan tujuan dari penelitian, selanjutnya menentukan cara membuat program untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada didalam perusahaan.

4. Menerapkan cara penyelesaian masalah

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

5. Kesimpulan dan Saran

Langkah ini merupakan langkah terakhir dari penelitian . pekerjaan meneliti telah selesai dan tinggal mengambil kesimpulan dari hasil pengolahan data dan juga memberikan masukan terhadap perusaha dan analisis.

3.2 Landasan Teori

Menurut Kotler & Keller (2009, p:05) Manajemen Pemasaran (marketing management) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. dan Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Menurut Kotler dan Keller, (2009 p:19) ada lima konsep pemasaran yang mendasari cara organisasi melakukan kegiatan pemasaran :

1. Konsep berwawasan produksi

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah didapat dan murah harganya. Manajer organisasi yang berwawasan produksi memusatkan perhatiannya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi serta cakupan distribusi yang luas.

2. Konsep berwawasan produk

Konsep ini berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik atau hal-hal inovatif lainnya. Sehingga manajemen yang diterapkan adalah bagaimana membuat produk yang lebih baik dan terus menyempurnakannya.

3. Konsep berwawasan menjual

Konsep ini berpendapat bahwa jika konsumen dibiarkan saja konsumen tidak akan membeli produk tersebut dalam jumlah yang cukup. Manajemen yang diterapkan biasanya adalah melakukan upaya penjualan dan promosi yang agresif. Konsep ini banyak dipakai untuk barang yang tidak dicari yaitu barang yang tidak terpikir untuk dibeli. Seperti Asuransi, Ensiklopedi, dan Tanah Kuburan.

4. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih

efektif dan efisien dari pada saingannya yang dinyatakan dalam banyak cara.

5. Konsep berwawasan pemasaran bermasyarakat

Konsep ini berpendapat bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar pemasaran serta memenuhinya lebih efektif dan efisien daripada saingannya dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Pemasaran digital adalah media Digital yang memperkenalkan suatu produk kepada konsumen termasuk melalui internet, radio, televisi, mobile phone, dan lain-lain. Produk yang dimaksud disini adalah barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Ada 3 konsep digital marketing : content marketing, search engine marketing, sosial media strategy,.

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 sudah ada dan dengan kondisi yang sudah terjadi.

3.4. Rancangan Program Yang akan di Buat

3.4.1 Program 1

Meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang produk yang di tawarkan IIB Darmajaya kepada tim marketig terutama tim Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), semua tim harus paham benar mengenai informasi program Strata 1 seperti; kelas reguler, ekstensi, Internasional ataupun konversi, Begitupun dengan program Strata II. Hal ini dapat di atasi dengan memberikan pembekalan atau *training* bagi seluruh tim PMB Darmajaya.

3.4.2 Program 2

Melakukan Pemasaran Digital dengan menggunakan Gimic Marketing yang kreatif. Dengan melakukan program marketing yang kreatif melalui gimic ini dapat sekali membantu tim pemasaran konvensional melalui tim Digital Marketing Darmajaya dalam memasarkan kampus Institut Informatika & Bisnis Darmajaya dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatshap dan media lainnya.

Mengingat di tahun 2020 ini kita terkendala oleh pandemi Covid-19 yang tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada penerimaan mahasiswa baru di tahun berikutnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Tabel perkembangan jumlah pendaftar mahasiswa baru dari Tahun 2020/2021

Jumlah Pendaftar TA 2020 s/d 2021

Jurusan	Program	2019/2020	2020/2021
		01-okt-2020	05-okt-2020
Teknik Informatika	S-1	171	136
Sistem Informasi	S-1	198	113
Sistem Komputer	S-1	100	39
Desain Komunikasi Visual	S-1	12	70
Manajemen	S-1	485	219
Akuntansi	S-1	200	108
Bisnis Digital	S-1	7	61
Jumlah		1.173	746

Tabell.1.1 Jumlah pendaftar tahun 20219-2020

Didalam menjalankan program kerja praktek yang berlangsung di Institut Informatika & Bisnis Darmajaya khusus di bagian marketing Darmajaya

Setelah di survei hal ini disebabkan oleh :

1. masih kurang nya informasi terbaru mengenai kampus IIB Darmajaya, sehingga banyak mahasiswa lain memilih kampus yang lain, terutama siswa dari sekolah swasta elite di bandar lampung, dimana informasi Tentang Kampus IIB Darmajaya tidak menembus kalangan mereka. Berdasarkan hasil penelitaian saya di Bagian Marketing IIB Darmajaya

dengan menerapkan berbagai program yang telah dibuat mulai dari program 1 dan juga program 2.

2. Adanya pandemi covid-19 di tahun 2020 ini menjadi tantangan besar bagi tim marketing IIB darmajaya dimana mereka harus bergerak cepat dalam menetapkan strategi pemasaran yang inovatif karena adanya pandemi ini menyebabkan ruang gerak tim marketing dalam menarik minat mahasiswa untuk mendaftar sangat terbatas.

4.2 Pembahasan

1. Program 1

Bagian pelayanan merupakan ujung tombak dari tim marketing IIB darmajaya oleh sebab itu sangat penting Bagi tim pemasaran untuk Meningkatkan pengetahuan dan wawasan tentang produk kepada tim marketing terutama tim Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), semua tim harus paham benar mengenai informasi program Strata 1 seperti; kelas reguler, ekstensi, Internasional ataupun konversi, Begitupun dengan program Strata II. Hal ini dapat membantu tim untuk saling membackup satu sama lain, sehingga memunculkan kekompakan tim dalam bekerja. Kekompakan inilah yang akan meningkatkan kualitas pelayanan di bagian pemasaran IIB Darmajaya. Kemudian perekrutan secara mendadak juga menjadi penyebab utamanya, sehingga kinerja tim marketing dalam penanganan pelayanan terhadap customer masih terkesan acak-acakan.

Oleh sebab itu perekrutan harus di lakukan dari jauh hari dan juga pelatihan terhadap tim marketing harus benar- benar di laksanakan agar permasalahan ini dapat diatasi. Namun Dalam masa covid-19 ini pelatihan tim PMB darmajaya dapat di lakukan secara virtual atau di lakukan secara tatap muka dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang di anjurkan pemerintah.

2. Program 2

Melakukan Pemasaran Digital dengan menggunakan Gimic Marketing. yang dahulunya pemasaran yang dilakukan dengan roadshow ke sekolah-sekolah, penginformasian melalui sms, penggunaan media social seperti

facebook, instagram etc. Mengingat di tahun 2020 ini kita terkendala oleh pandemi Covid-19 yang tidak menutup kemungkinan akan berdampak pada penerimaan mahasiswa baru di tahun berikutnya. Jadi, iklan dan promosi melalui internet dan media sosial harus tepat sasaran dan harus lebih di optimalkan lagi, terutama menasar sekolah-sekolah swasta menengah dan elite di dalam kota maupun luar kota.

Kemudian, pembuatan web khusus penyedia informasi lengkap mengenai kampus IIB Darmajaya sangatlah di butuhkan, sehingga calon mahasiswa dapat mengetahui informasi lengkap kampus tanpa harus melakukan chat via Whatsapp, Facebook atau media sosial lainnya.

Informasi yang di maksudkan berisi tentang :

1. Profil lengkap Institusi
2. Informasi fakultas, jurusan dan penjelasan singkatnya
3. Informasi mengenai program kampus baik nasional maupun internasional
4. Informasi mengenai unit kegiatan mahasiswa
5. Price list information
6. Profile dan dokumentasi mahasiswa berprestasi akademik maupun non akademik
7. Informasi Informasi terbaru mengenai kampus (video, pictures, etc)
8. Discussion forum khusus bagi Calon mahasiswa baru yang memiliki pertanyaan seputar darmajaya
9. Petunjuk Pendaftaran Online dan Offline

Di harapkan dengan adanya web ini, calon mahasiswa dapat mengetahui secara jelas informasi detail mengenai kampus IIB Darmajaya tanpa harus melakukan chatting via whatsapp, Facebook atau lainnya. Strategi ini masuk dalam strategi gimmick yaitu KIS (keep it simple), selain mempersingkat waktu ini juga akan sangat efektif untuk di gunakan sebagai media pemasaran di masa pandemi Covid-19 ini.

Saat ini dapat kita lihat bahwa pemanfaatan sosial media sebagai sarana marketing sudah dilakukan semaksimal mungkin. Promosi yang dilakukan menarik, inovatif, dan juga kreatif dengan adanya penambahan visualisasi pada setiap promosinya. Namun hal ini belum cukup untuk menjawab tantangan terbesar di masa pandemi ini, oleh sebab itu pembuatan web sangatlah penting, dengan adanya web yang menyediakan informasi lengkap mengenai IIB Darmajaya. Melalui perkembangan pemasaran ini mempermudah para calon mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi dan tertarik berkuliah di kampus Institut Informatika & Bisnis Darmajaya dan mempermudah calon mahasiswa untuk mendapatkan informasi lengkap tanpa harus melakukan chat via whatsapp, facebook, instagram dll agar visi dan misi kampus dapat berjalan sesuai , harapanya melalui pemasaran Digital ini kampus IIB Darmajaya semakin dikenal.

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. Pelaksanaan Kerja Praktik berlangsung selama 3 bulan, dimulai dari tanggal 1 Juli dan berakhir pada 30 September 2020 di Kantor Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) IIB Darmajaya.
2. Pemasaran IIB Darmajaya mengalami penurunan signifikan meskipun pemasaran digital sudah dilakukan semaksimal mungkin dikarenakan pengaruh pandemi covid-19 namun inovasi yang dilakukan pemasaran digital sangat baik karena masih bisa meyerap 74,6% dari target penerimaan mahasiswa baru tahun 2020 mengingat keadaan ekonomi masyarakat yang hancur karena dampak dari pandemi.
3. Kurangnya Pelatihan terhadap tim penerimaan mahasiswa baru, sehingga sering terjadinya miss komunikasi sesama tim.

5.2 Saran

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

- a. Meningkatkan kinerja dan juga pemahaman terhadap produk yang dikeluarkan IIB Darmajaya dengan lebih baik lagi. Agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian informasi dan membangun kekompakan sesama tim dalam saling membackup satu sama lain.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan melalui media sosial untuk memudahkan calon mahasiswa baru untuk mendapatkan informasi serta mendaftar dengan mudah.

5.2.2 Saran yang ditujukan kepada Tim Marketing IIB Darmajaya

- a. Lebih mengoptimalkan lagi penggunaan kecanggihan Internet dalam melakukan promosi, salah satunya pembuatan web resi yang di uraikan penulis agar calon mahasiswa dapat mengakses dimanapun dan kapanpun mereka butuhkan.
- b. Mengoptimalkan lagi pelatihan terhadap tim PMB (penerimaan mahasiswa baru) supaya tidak terjadi lagi kesalahan penyampaian informasi.
- c. kualitas pelayan yang cepat dalam menyampaikan promosi melalui media social, penambahan software dan hardware untuk pembalasan pesan via Whatsapp dan media sosial lainnya.

5.2.3 Saran yang ditujukan kepada Pembaca

- a. Apabila pembaca merupakan civitas akademika IIB Darmajaya agar ikut berpartisipasi dalam pengenalan kampus kepada masyarakat yang ada disekitarnya.
- b. Apabila pembaca bukan civitas akademika IIB Darmajaya semoga menjadikan IIB Darmajaya sebagai pilihan utama perguruan tinggi untuk diri sendiri, teman, saudara ataupun keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada

https://lms.darmajaya.ac.id/pluginfile.php/126289/mod_resource/content/2/PANDUAN%20PKPM%20COVID-19%20FIXED.pdf

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

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

Nainggolan, Pita.2017. Laporan PKPM, IIB Darmajaya Bandar Lampung.

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

LAMPIRAN

DARMAJAYA
Institut Informatika & Bisnis
Yayasan Alifian Husin

**BE BOLD,
BE YOUNG,
BE A
TECHNOPRENEUR**

**DAFTAR ONLINE
KLIK DISINI!**

pmb.darmajaya.ac.id
Wajib Pakai Masker!

Gratis Rapid Test 50%

Pendaftar Ulang Pertama di Bulan Juli

**PTS TERBAIK DI LAMPUNG
PERINGKAT 2 DI SUMATERA
PERINGKAT 3 PTN/PTS SE-SUMABASEL**
Hasil Pemeringkatan/Pengantar Tinggi Oleh KEMENDIRISTEKDIKTI 2019

0811 7972 244

Jl. Z. A. Pagar Alam No.93 Gedong Meneng, Bandar Lampung 35142

DARMAJAYA
Institut Informatika & Bisnis

**Mau Cepat Berkarir?
Kuliah di Darmajaya Aja!**

pmb.darmajaya.ac.id

Yesi Yunaini, S.E
Alumni S1 Manajemen
GM Secretary & Marketing Communication
Hotel Horison Lampung

0811 7972 244
0822 8252 0003

@darmajayathebest Darmajaya Thebest @darmajayabest sahabat darmajaya

09:05 Selamat bergabung... lainnya
14 September

darmajayathebest
IIB Darmajaya

Mode Data **Buka Gratis**

Cari

DARMAJAYA
Institut Informatika & Bisnis
Yayasan Alifian Husin

**Yuk Guy's,
Buruan Daftar Ulang
Selain dapat potongan biaya
Kamu-kamu juga
langsung dapat
Kuota Gratis
10 GB Loh**

Klik aja: pmb.darmajaya.ac.id

Mahasiswi IIB Darmajaya
Kirana

DARMAJAYA
Institut Informatika & Bisnis

**SAYA PILIH KULIAH DI
IIB DARMAJAYA**

DARMAJAYA
The Best

Darmajaya Thebest
Untuk Pendaftaran Mahasiswa Baru Wa di Nomor
0811 7972 244 (Chat Only)

Pesan

- Marketing Officer di IIB Darmajaya
- Pernah belajar di IBI Darmajaya Bandar Lampung
- Pernah belajar di Sekolah Darma Bangsa (SDB)

Disukai oleh chelvin_dewantoro dan 397 lainnya

darmajayathebest Hallo milenial dan Z... lainnya

Lihat semua 7 komentar

rizkiarisandir Gmn caranya min?dah bayar daftar ulang

darmajayathebest @rizkiarisandir nanti akan diinfoin ya Kakak
funaau xia

