

Pemanfaatan Web Sebagai Pendukung Unit Promosi Di Perguruan Tinggi Swasta

Agus Cahyo Nugroho

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Unika Soegijapranata, Semarang

Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Dhuwur, Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

email: agus.nugroho@unika.ac.id

Abstrak – Mahasiswa adalah bagian tidak terpisahkan dari sebuah Perguruan Tinggi. Oleh sebab itu jumlah mahasiswa baru merupakan hal yang vital bagi sebuah Perguruan Tinggi untuk dapat terus beroperasi. Hal ini terutama sangat berpengaruh bagi Perguruan Tinggi Swasta. Banyak cara telah ditempuh oleh Perguruan Tinggi Swasta dalam mempromosikan diri. Promosi yang biasa dilakukan adalah melalui baliho, spanduk, radio dan mengikuti berbagai macam event yang diselenggarakan oleh berbagai SMA. Pendekatan terhadap siswa SMA sejak dini sangat penting untuk semakin mendekatkan brand sebuah Perguruan Tinggi Swasta. Promosi melalui berbagai macam media di atas tentunya sudah lazim dilakukan oleh sebagian besar Perguruan Tinggi Swasta. Untuk memenangkan persaingan ada beberapa Perguruan Tinggi Swasta mulai melirik promosi menggunakan digital marketing. Selain itu ada juga yang mengubah proses bisnisnya terutama terkait dengan menyederhanakan proses Pendaftaran Mahasiswa Baru dengan menggunakan web. Sehingga calon mahasiswa baru tidak harus datang langsung dari luar kota hanya untuk mendaftar ke sebuah Perguruan Tinggi Swasta.

Kata Kunci – digital marketing, promosi, pmb, web, php, mysql.

Abstract – Students are an inseparable part of a university. Therefore the number of new students is vital for a university to be able to continue to operate. This is especially very influential for Private Universities. Many ways have been taken by private universities in promoting themselves. The usual promotion is through billboards, banners, radio and attend various events held by various high schools. The approach to high school students from an early age is very important to bring the brand of a private university closer. Promotion through a variety of media above is of course already commonly done by most Private Universities. To win the competition there are a number of Private Universities starting to glance at promotions using digital marketing. In addition there are also those who change their business processes, especially related to simplifying the process of New Student Registration using the web. So that prospective new students do not have to come directly from out of town just to register for a Private University.

*) **penulis korespondensi:** Agus Cahyo Nugroho
Email: agus.nugroho@unika.ac.id

Keywords – digital marketing, promotion, pmb, web, php, mysql.

I. PENDAHULUAN

Media sosial semakin tidak dapat dilepaskan dari anak milenial masa kini. Hal ini bisa kita lihat melalui lamanya anak milenial dalam berinteraksi menggunakan gadget mereka. Sehingga mau tidak mau hal ini juga mempengaruhi strategi Perguruan Tinggi Swasta dalam mendekati mereka. Perguruan Tinggi Swasta yang tidak mengantisipasi hal ini maka akan ketinggalan dengan kompetitornya. Bahkan yang lebih parah tidak mendapatkan jumlah mahasiswa baru yang mencukupi. Jika hal ini dibiarkan terus menerus maka Perguruan Tinggi Swasta tersebut akan ditutup.

Mengantisipasi hal ini ada beberapa Perguruan Tinggi Swasta yang kemudian beradaptasi dengan membuat berbagai macam media sosial. Baik itu Instagram, Facebook Page bahkan mungkin Youtube Channel. Perguruan Tinggi Swasta berharap hal ini akan semakin mendekatkan brand mereka kepada anak millennial sekarang. Sehingga pada waktunya nanti anak-anak tersebut akan melanjutkan pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi Swasta tersebut.

Selain memanfaatkan berbagai macam media sosial tersebut Perguruan Tinggi Swasta ada juga yang sudah melirik dalam hal efektifitas dan efisiensi dalam Penerimaan Mahasiswa Baru. Salah satu contoh adalah pemanfaatan web dalam melayani Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru. Hal ini tentunya sangat bermanfaat bagi para Calon Mahasiswa Baru terutama yang berasal dari luar kota. Sehingga para Calon Mahasiswa Baru tersebut tidak perlu mengeluarkan dana yang cukup besar hanya untuk mendaftar di salah satu Perguruan Tinggi Swasta tujuannya. Setelah mendaftar melalui web tersebut maka unit Promosi dari Perguruan Tinggi Swasta tersebut akan menghubungi dan memproses pendaftaran tersebut.

Dengan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mendalami pemanfaatan web sebagai pendukung unit promosi di Perguruan Tinggi Swasta.

II. PENELITIAN YANG TERKAIT

Digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang direncanakan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi digital untuk mencapai dan mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan dan mengelola hubungan baik dengan pelanggan tersebut. Tujuan utamanya

adalah untuk mempromosikan brand, membentuk preferensi dan meningkatkan penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah alternatif untuk digital marketing adalah 'pemasaran online', 'pemasaran internet' atau 'pemasaran web'. Konsep dasar dalam digital marketing berdasarkan pada pendekatan inbound marketing atau umumnya disebut pendekatan berfokus pada pelanggan. [1].

Selama beberapa dekade terakhir, perguruan tinggi dan universitas semakin berpartisipasi dalam upaya membangun brand [2]. Faktor lingkungan eksternal seperti meningkatnya persaingan di pasar pendidikan tinggi, kenaikan biaya kuliah yang memusatkan perhatian pada nilai dan kualitas, peningkatan profil peringkat perguruan tinggi [3], dan perubahan harapan konsumen (yaitu siswa) yang didorong oleh kemajuan pesat dalam teknologi telah berkontribusi untuk minat yang meningkat oleh banyak lembaga dalam meningkatkan nilai-nilai kelembagaan mereka untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan profil brand yang khas. Pharr [4] berpendapat bahwa kekuatan lingkungan ini telah menghasilkan "badai sempurna" yang telah memfokuskan perhatian yang belum pernah terjadi sebelumnya pada pemasaran pendidikan tinggi, secara umum, dan branding universitas, khususnya.

III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih adalah penelitian kualitatif. Metode ini digunakan karena mampu menggambarkan analisis situasi dan tahapan promosi yang digunakan selama ini.

Ada dua jenis data penelitian:

1. Data Utama

Data Utama adalah sumber data yang secara langsung didapatkan peneliti dari nara sumber.

2. Data Tambahan

Data Tambahan adalah sumber data yang diperoleh melalui melihat, menganalisis kemudian memahami dari beberapa media yang sumbernya berasal dari *e-book*, buku-buku dan arsip atau dokumen Perguruan Tinggi Swasta.

Penelitian ini menggunakan jenis data utama yang berasal dari data wawancara kepada Kepala Unit Promosi di PTS sedangkan data tambahan dalam bentuk data Universitas adalah arsip/dokumen terkait promosi, list calon mahasiswa baru dan lain sebagainya.

Metode pengambilan data yang dilaksanakan melalui wawancara dan observasi, peneliti mengadakan *interview* kepada beberapa narasumber yaitu Kepala Unit Promosi di PTS beserta staffnya yang terbiasa dalam mengerjakan promosi dan mengelola daftar calon mahasiswa baru. Observasi dilaksanakan melalui membaca kemudian memahami Standard Operating Procedure (SOP) yang digunakan selama ini. Berpijak kepada *interview* yang sudah dilaksanakan diperoleh beberapa kekurangan dan solusi yang diharapkan Universitas supaya dapat mengatasi beberapa kendala yang muncul di lapangan. Disamping itu juga dilaksanakan analisis terhadap dokumentasi yang ada di Universitas. Berikut ini tahapan pengambilan data yang diterapkan:

Tahap Observasi

Tahap Observasi dilakukan dengan menyelenggarakan kunjungan secara langsung ke Unit Promosi PTS bertujuan supaya dapat memperoleh informasi tentang proses keseluruhan kegiatan promosi dan tata kelola calon mahasiswa baru yang saat ini telah dilaksanakan serta mengetahui format pendaftaran calon mahasiswa baru yang dimiliki.

Tahap Interview

Tahap Interview dilakukan dengan cara memperoleh data Universitas baik terkait sejarah, profil Universitas, visi misi Universitas hingga informasi mengenai proses dan alur penerimaan mahasiswa baru yang saat ini sudah dilakukan.

Tahap Dokumentasi

Tahap Dokumentasi dilakukan dengan cara mengamati data-data tertulis bisa berwujud dokumen-dokumen Universitas contoh pendokumentasian calon mahasiswa baru.

Penelitian ini memilih metode analisis data kualitatif dengan mendesain Web Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru.

Dari kendala yang ditemukan yaitu tentang pendaftaran mahasiswa baru yang terbatas menggunakan aplikasi *desktop* maka diperoleh sejumlah informasi yang selanjutnya di analisis mengikuti keperluan dari Web Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru yaitu biodata calon mahasiswa baru beserta lokasi calon mahasiswa baru saat mengisi form tersebut. Hasil analisis kemudian dirancang secara visual melalui flowchart kemudian dilakukan penerapan web tersebut.

Antar muka Web Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru ini memilih warna dominan ungu dengan dikombinasikan warna lain yang serasi. Disamping itu akan dipilih *CSS Template* yang *simple* sehingga dapat mempermudah calon mahasiswa baru ataupun staff unit promosi yang akan memanfaatkan web ini.

Calon mahasiswa baru dapat langsung mengakses aplikasi ini dan langsung mendaftar sebagai calon mahasiswa baru tanpa mendaftar terlebih dahulu. Sedangkan staff unit promosi dapat mengakses aplikasi ini menggunakan username dan password masing-masing. Setelah berhasil login ke dalam sistem staff unit promosi dapat melihat biodata calon mahasiswa baru yang sudah mendaftar. Setelah itu staff unit promosi bisa menindak lanjuti pendaftaran tersebut dengan menghubungi calon mahasiswa yang bersangkutan berdasarkan biodata yang sudah mereka isi. Apabila sudah ditindak lanjuti maka staff unit promosi kemudian selanjutnya menekan tombol proses.

Sistem diharapkan dapat melayani calon mahasiswa baru maupun staff unit promosi secara responsif dan akurat. Oleh karena itu digunakan *user interface* yang *simple* dan mudah dipelajari tetapi tetap mengedepankan fungsionalitas yang sesuai dengan kebutuhan supaya tidak terjadi kesulitan saat terjadi migrasi dari proses pendaftaran calon mahasiswa baru ini yang semula aplikasi berbasis desktop berganti menjadi sistem berbasis web. Poin ini penting untuk mengantisipasi terjadinya penolakan dari pengguna.

Sistem diharapkan online secara 24 jam x 7 hari dan mampu dibuka dari mana saja melalui koneksi internet. Hal ini menjadi perhatian supaya dapat memberikan pelayanan terhadap calon mahasiswa baru yang biasanya bertempat tinggal di luar kota. Oleh karena itu sistem ini diharapkan mempermudah calon mahasiswa baru dalam melakukan proses registrasi. Keamanan sistem juga harus diperhatikan oleh karena itu digunakan halaman login menggunakan password yang dienkripsi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap desain pada penelitian ini mengimplementasikan *Unified Modeling Language (UML)*. *UML* merupakan bahasa secara grafis yang digunakan untuk mewujudkan visualisasi, spesifikasi, pembangunan dan dokumentasi setiap komponen dari *software* [5]. Diagram *UML* yang dipilih dalam penelitian ini menggunakan *Use Case Diagram*.

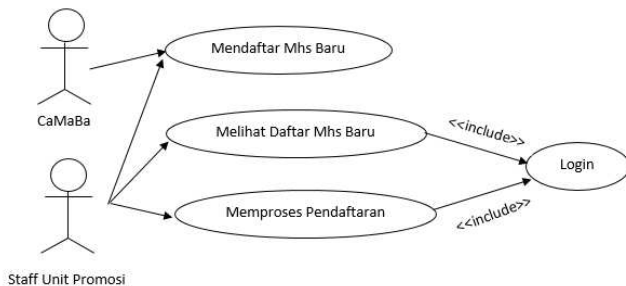
Menurut pakar Alistair Cockburn [6], *Use Case Diagram* memvisualisasikan kesepakatan terkait perilaku. Kesepakatan adalah cara aktor dalam memanfaatkan aplikasi tersebut untuk digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Bahasa pemrograman yang dipilih dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Hypertext Preprocessor (PHP)*. *PHP* menurut pakar Sharive [7] merupakan bahasa pemrograman *server-side* yang digunakan dalam mengembangkan web yang bisa disisipkan dalam file *Hyper Text Markup Language (HTML)*. *PHP* membuat sebuah web menjadi dinamis sehingga *maintenance* web dimungkinkan menjadi lebih efektif dan efisien [8].

Basis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *MySQL*. *MySQL* adalah salah satu aplikasi open source yang masuk dalam kategori *Database Management System (DBMS)*. *DBMS* merupakan sistem basis data relasional yang dikembangkan dengan tujuan untuk mempermudah proses pengelolaan basis data.

Desain dan Implementasi Sistem

Pada Gambar di bawah adalah use case diagram [9] yang mewakili visualisasi secara utuh Web Pendaftaran Mahasiswa Baru. Terdapat dua aktor dalam use case diagram tersebut antara lain Calon Mahasiswa Baru dan Staff Unit Promosi. Calon Mahasiswa Baru dapat langsung mendaftar melalui aplikasi tersebut tanpa login terlebih dahulu. Sementara Staff Unit Promosi harus login terlebih dahulu supaya dapat melihat daftar calon mahasiswa baru dan memproses pendaftaran tersebut.



Gambar 1. Use Case Diagram Aplikasi

Struktur tabel dan relasi antar tabel yang dibuat dalam proses desain aplikasi bisa kita lihat di Tabel 1 sampai Tabel 3.

Tabel 1. ip_address_visitor.sql

Nama Kolom	Tipe Data	Keterangan
id	smallint(6)	id visitor
ip_address	varchar(30)	ip address visitor
kapan	datetime	tanggal dan waktu akses

Tabel 2. pendaftar.sql

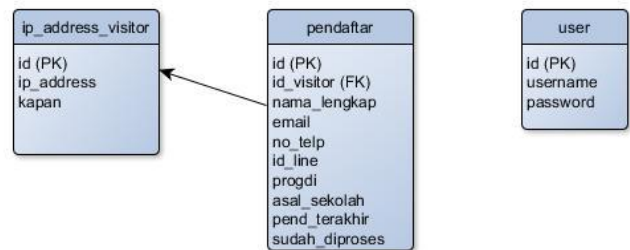
Nama Kolom	Tipe Data	Keterangan
id	smallint(6)	id pendaftar

nama_lengkap	varchar(50)	nama lengkap pendaftar
email	varchar(30)	email pendaftar
no_telp	varchar(20)	no telepon pendaftar
id_line	varchar(30)	id line pendaftar
progdi	varchar(80)	program studi pendaftar
asal_sekolah	varchar(50)	asal sekolah pendaftar
pendidikan_tera khir	varchar(20)	pendidikan terakhir pendaftar
sudah_diproses	varchar(1)	status pendaftar

Tabel 3. user.sql

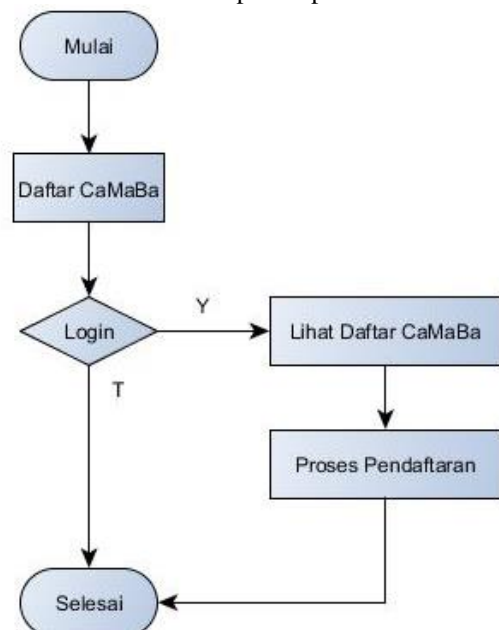
Nama Kolom	Tipe Data	Keterangan
id	smallint(6)	id user
username	varchar(20)	username
password	varchar(20)	password

Sedangkan relasi antar tabel untuk pembuatan aplikasi adalah seperti yang terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Entity Relationship Diagram Aplikasi

Diagram alur sistem bisa kita lihat pada Gambar 3. Calon Mahasiswa Baru dapat langsung mengakses *URL* aplikasi dan mendaftar sebagai Calon Mahasiswa Baru. Sedangkan Staff Unit Promosi bisa login ke dalam aplikasi terlebih dahulu agar dapat melihat daftar Calon Mahasiswa Baru. Setelah itu Staff Unit Promosi bisa memproses pendaftaran tersebut.



Gambar 3. Flowchart Aplikasi

Apabila proses perancangan sistem telah selesai selanjutnya adalah pemrograman, berikut ini adalah tampilan aplikasi untuk Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru bisa kita lihat pada Gambar 4.

Gambar 4. Tampilan Halaman Pendaftaran

Sedangkan bagi Staff Unit Promosi diberikan fasilitas login khusus sehingga bisa memproses lebih lanjut Calon Mahasiswa Baru yang sudah melakukan pendaftaran. Halaman login khusus untuk Staff Unit Promosi bisa kita ketahui pada Gambar 5.

Gambar 5. Tampilan Halaman Login Staff Unit Promosi

Setelah berhasil login ke dalam aplikasi maka Staff Unit Promosi bisa melihat daftar Calon Mahasiswa Baru yang sudah melakukan pendaftaran via aplikasi. Setelah itu Staff Unit Promosi bisa memproses pendaftaran tersebut satu per satu. Setelah memproses satu per satu Calon Mahasiswa Baru tersebut Staff Unit Promosi bisa menekan tombol Proses. Menekan tombol Proses menandakan bahwa Calon Mahasiswa Baru tersebut telah diproses lebih lanjut setelah melakukan pendaftaran online. Halaman daftar Calon Mahasiswa Baru untuk Staff Unit Promosi bisa kita lihat pada Gambar 6.

Pendaftaran Melalui Join UNIKA

Id	Nama	E-mail	No. Telp	Id. Lupa	Profil	Asal Sekolah	Profil Terakreditasi	Status Disposisi	Action
10	Edwin Prasetyo Utomo	edwinprasetyo@gmail.com	08901442879		Sistem Informasi	ISMA LUYOLA REMARANO	Sudah Lulus	Y	[proses] [hapus]
12	Vira Retnosari	promosi@unika.ac.id	08372738462		Teknik Pangan	ISMA Sant Louis Semarang	Sudah Lulus	Y	[proses] [hapus]
13	paji aya hestri	retrosariya@gmail.com	081936797753		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
14	ni made trisna sariwanti jumi	aywagunir2@gmail.com	08786164877		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
15	ni putu wiani putri	putri.wi.14@gmail.com	08786440870		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
16	DINA MARDIANI	dinamarlian2005@gmail.com	08775867280		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
17	Ni Luh Betty Oktavia	bettyoktavia@gmail.com	08190748361		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
18	Ni Putu Pujipta Sari	supriputrasari303@gmail.co	08311815557		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
19	Indah Wulantri	indahwulantri2058@gmail.com	08523430890		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]
20	devina wiani	devinawiani2001@gmail.com	089560512906		Akuntansi	smkn 1 mlaten	Kelas 12	Y	[proses] [hapus]

Gambar 6. Tampilan Halaman Daftar CaMaBa

V. KESIMPULAN

Prosedur pendaftaran mahasiswa baru yang ada sekarang kurang efektif dan efisien karena Calon Mahasiswa Baru dari luar kota harus datang ke kampus hanya untuk melakukan pendaftaran. Hal ini tentunya sangat boros waktu dan biaya. Selain itu pendaftaran yang masih menggunakan berkas mempersulit Staff Unit Promosi dalam memproses pendaftaran Calon Mahasiswa Baru tersebut. Disamping itu semakin tingginya tingkat kompetisi antar Perguruan Tinggi Swasta juga mendorong tingkat pelayanan yang harus semakin baik terhadap Calon Mahasiswa Baru. Beberapa hal tersebut menjadi alasan utama dikembangkan aplikasi ini.

Web pendaftaran mahasiswa baru yang dikerjakan telah mampu menjadi solusi permasalahan tersebut dengan cara memudahkan dan meringankan beban kerja Staff Unit Promosi. Selain itu Calon Mahasiswa Baru juga tidak harus menempuh perjalanan jauh dari luar kota hanya untuk mendaftar sebagai mahasiswa baru. Calon Mahasiswa Baru dapat mendaftar darimana saja menggunakan aplikasi selama ada koneksi internet. Hal ini bisa menghemat waktu dan biaya Calon Mahasiswa Baru. Berkas yang disimpan juga sudah dalam bentuk digital sehingga mempermudah proses penyimpanan maupun distribusi.

Namun masih ada beberapa hal yang bisa disempurnakan lagi terkait dengan tampilan web yang masih bisa lebih baik lagi. Kemudian di masa yang akan datang bisa dipertimbangkan untuk membuat versi mobile dari aplikasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.
- [2] Pinar, M., Trapp, P., Girard, T., & Boyt, T. E. (2011). Utilizing the brand ecosystem framework in designing branding strategies for higher education. International Journal of Educational Management.
- [3] Bunzel, D. L. (2007). Universities sell their brands. Journal of Product & Brand Management.
- [4] Pharr, J. M. (2017). Using Digital Content Marketing to Build the College Brand: Leveraging a Content-Rich Website into a Distinctive University Brand.
- [5] Wenur, S., Sengkey, R., & Lantang, O. (2014). Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Poliklinik Unsrat Berbasis Web. Jurnal Teknik Informatika, 4(2).
- [6] Firman, A., Wowor, H. F., & Najoran, X. (2016). Sistem Informasi Perpustakaan Online Berbasis Web. Jurnal Teknik Elektro dan Komputer, 5(2), 29-36.
- [7] Efendy, Z., Putra, I. E., & Saputra, R. (2018). Asset Rental Information System And Web-Based Facilities At Andalas University. Jurnal Terapan Teknologi Informasi, 2(2), 135-146.
- [8] Mandiri, J. S. S. N. (2016). Sistem Informasi Pelayanan Puskesmas Berbasis Web. IJSE-Indonesian Journal on Software Engineering, 2(1).
- [9] GW. Sasmito, "Penerapan Metode Waterfall Pada Desain Sistem Informasi Geografis Industri Kabupaten Tegal," Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT. 2017.