

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MAHASISWA LUAR JAWA

Caetano Gomes Soares Fatima, Herru Prasetya Widodo

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang

Email: caetanomozy9@gmail.com

***Abstract:** Marketing communications developed in Roman times because at that time people had maintained the awareness that good communications were broadly reaching and prioritizing effectiveness rather than through only individuals. In addition, in Roman times, people knew that if people do not know the product, then there would not be an intention or attention to buy. In subsequent developments, marketing communications are not only linked to media usage but include the increased product acquisition and distribution. Therefore, education at the university level is considered very important for the community. The type of research is a qualitative research. Meanwhile the data collection techniques included observation, interviews, documentation, data the analysis technique was by data reduction, data presentation and withdrawal conclusion. The Results of Marketing Communication Strategy used by student admissions section to all students from outside Java were with some marketing communication strategies such as mass media advertisement - poster ads/ banners/education, the website upmb.unitri2017@gmail.com presentation of UPMB program directly to students. The supporting factors in marketing communication strategy of UPMB Unitri in recruiting many students outside Java to study at Unitri Malang.*

Keywords: Strategy, Improving, Marketing Communication

Abstrak: Komunikasi pemasaran berkembang pada masa Romawi karena pada waktu itu masyarakat sudah membentangkan memiliki kesadaran bahwa berkomunikasi yang baik itu adalah jangkauannya luas dan mengutamakan efektivitas daripada hanya lewat orang perorangan atau individu. Selain itu, pada masa Romawi sudah mengetahui bahwa bila orang tidak tahu akan produk, maka tidak akan ada maksud atau perhatian untuk membeli. Pada perkembangan berikutnya, komunikasi pemasaran bukan saja dihubungkan dalam penggunaan media, melainkan mencakup peningkatan perolehan dan distribusi produk. Oleh sebab itu dengan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi dipandang sangat penting bagi masyarakat. Jenis penelitian yang dipilih penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data meliputi: observasi, wawancara, dokumentasi, Teknik analisis data dengan cara Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Kesimpulan. Hasil Penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran: Yang digunakan oleh bagian penerimaan mahasiswa baru pada semua mahasiswa dari luar Jawa dengan beberapa strategi komunikasi pemasaran antara lain: iklan media massa-Iklan poster/ spanduk/ pendidikan, website Upmb.unitri2017@gmail.com presentasi program UPMB langsung kepada siswa-siswa. Faktor pendukung strategi komunikasi pemasaran UPMB Unitri dalam merekrut banyak mahasiswa luar Jawa kuliah di Unitri Malang.

Kata Kunci: Strategi, Meningkatkan, Komunikasi Pemasaran

PENDAHULUAN

Komunikasi pemasaran berkembang pada masa Romawi karena pada waktu itu masyarakat sudah membentangkan memiliki kesadaran bahwa berkomunikasi yang baik itu adalah jangkauannya luas dan mengutamakan efektivitas daripada hanya lewat orang perorangan atau individu. Selain itu, pada masa Romawi sudah mengetahui bahwa bila orang tidak tahu akan produk, maka tidak akan ada maksud atau perhatian untuk membeli. Pada perkembangan berikutnya, komunikasi pemasaran bukan saja dihubungkan dalam penggunaan media, melainkan mencakup peningkatan perolehan dan distribusi produk. Oleh sebab itu dengan pendidikan pada tingkat perguruan tinggi dipandang sangat penting bagi masyarakat. Keberadaan dari perguruan tinggi saat ini sebagai sarana untuk

mengembangkan ilmu semakin besar, ini terbukti semakin banyak minat calon mahasiswa baru yang lulusan SMA banyak yang mau melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi, sebagian besar mendaftarkan diri di perguruan tinggi negeri maupun swasta, perguruan tinggi swasta saat ini semakin meningkat membuat calon mahasiswa baru lebih memilih di perguruan tinggi swasta dengan biaya yang terjangkau. Perguruan tinggi swasta semakin meningkat membuat persaingan merebut mahasiswa baru, setiap perguruan tinggi akan menghadapi persaingan pada semakin ketat dan kompleks. Kondisi ini yang menuntut setiap perguruan tinggi untuk selalu memperhatikan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen potensialnya yaitu calon mahasiswa baru dan atau orang tuanya secara lebih memuaskan dibanding dengan perguruan tinggi lainnya itu (pesaingnya). Perguruan tinggi swasta sekarang dihadapkan pada keputusan yang sulit selain mereka tetap bersaing dengan perguruan tinggi negeri ia juga harus bersaing dengan perguruan tinggi swasta lainnya, persoalannya dan masalah yang dihadapi oleh perguruan-perguruan tinggi sekarang yaitu, saling berlomba menawarkan produk-produk pendidikan yang semakin kompetitif. Hal ini yang akan berpengaruh pada jumlah mahasiswa pada suatu lembaga pada perguruan tinggi swasta tertentu. Pendidikan merupakan suatu hal yang mempunyai prioritas dalam saat ini, pendidikan yang baik bisa di jadikan modal investasi masa depan hal ini berdasarkan manfaat sesuatu dari pendidikan. Pendidikan yang berkualitas sangat bermanfaat bagi kehidupan pada seseorang yang mempunyai, pada pendidikan yang baik dapat menentukan karir seseorang dalam dunia kerja sehingga menjadi lebih profesional.

METODE PENELITIAN

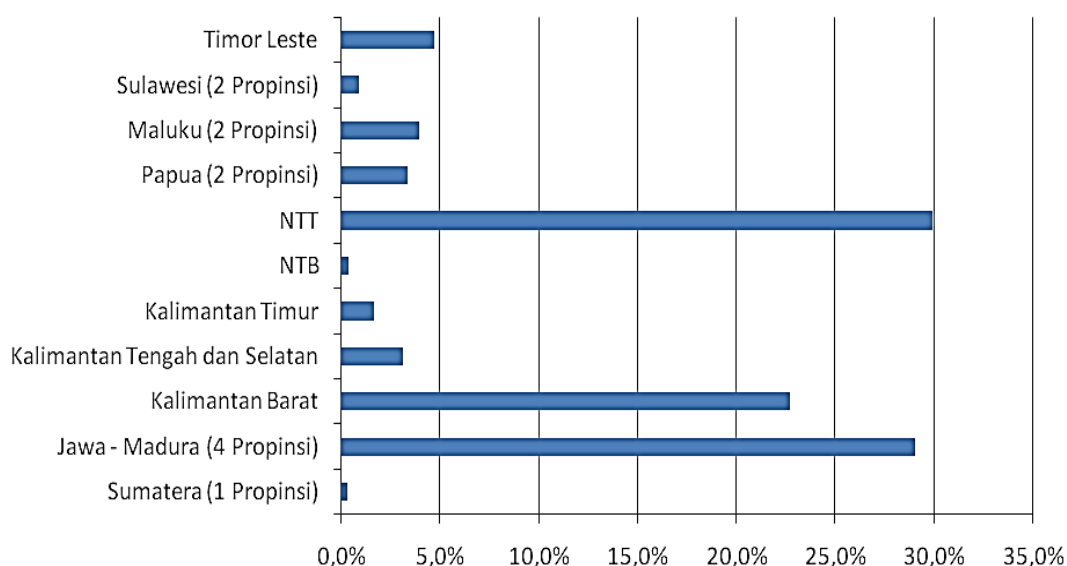
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Fokus penelitian meliputi Strategi Komunikasi Pemasaran dalam meningkatkan mahasiswa luar jawa, Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis dan sumber data yakni Data Primer dan Data Sekunder. Data primer diperoleh langsung dari UPBM Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Data Sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi UPBM Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. Teknik Sampling atau teknik penentuan informan dalam penelitian ini adalah teknik (*purposive Sampling*). Teknik Pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini adalah *observasi* (pengamatan), *interview* (wawancara), dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis teraktif (Miles and Huberman 1984) pada gambar sebagai berikut: *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display*, (Penyajian Data), *Verification* (Penarikan Kesimpulan).

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Mahasiswa Luar Jawa

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh bagian penerimaan mahasiswa baru pada semua mahasiswa dari jawa atau luar jawa dengan beberapa strategi komunikasi pemasaran antara lain yaitu :

1. Melakukan promosi secara kreatif dan intens, secara promosi konsumen yang diberikan masih secara umum, semua proses yang diajukan pada saat perkuliahan berlangsung.
2. upmb.unitri2017@gmail.com
3. Presentasi program UPMB langsung kepada siswa-siswa SLTA di sekolah.
4. Tabel 4.2 Rekam Jumlah dan Sebaran Mahasiswa UNITRI Selama 5 Tahun Terakhir.



1. Promosi konsumen yang mahasiswa dapatkan tersebut secara umum di kampus Universitas Tribuhana Tungadewi yaitu:

No.	NAMA FAKULTAS	PROGRAM STUDI S1	
1.	FAKULTAS PERTANIAN	P.S. Agribisnis P.S. Agroteknologi P.S. Peternakan P.S. Teknologi Industri Pertanian P.S. Arsitektur Lenskep	S1
2.	FAKULTAS TEKNIK	P.S. Teknik Sipil P.S. Teknik Kimia	S1
3.	FAKULTAS EKONOMI	P.S. Manajemen P.S. Akuntansi	S1
4.	FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK	P.S. Ilmu Komunikasi P.S. Administrasi Negar	S1
5.	FAKULTAS ILMU KESEHATAN	P.S. Ilmu Keperawatan P.S. Bidan	S1 D4
6.	FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN	P.S. Matematika P.S. Biologi	S1

Hasil penelitian terhadap mahasiswa baru menunjukkan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa untuk seluruh strata sebagian besar menyatakan cukup puas (43.35%). Puas 22.75%, tidak puas 20.70%, sangat tidak puas 8.25% dan yang sangat puas 4.95%. Rasio dosen tetap: Mahasiswa perlu ditingkatkan, saat ini rasio dosennya semakin bertambah sampai (30%) Promosi yang dilakukan oleh UPMB yang sebagai dari jembatan untuk kampus Universitas Tribuhwana Tungadewi untuk meningkatkan mahasiswa baru dan kualitas pelayanan UPMB tersebut.

Faktor Pendukung dan Penghambatan Strategi Komunikasi Pemasaran UPMB meningkatkan mahasiswa UNITRI Luar Jawa.

Faktor-Faktor yang Mendukung

Adapun faktor pendukung strategi komunikasi pemasaran UPMB UNITRI dalam merekrut banyak mahasiswa luar Jawa kuliah di UNITRI Malang antara lain:

- a) Melakukan promosi secara kreatif dan intens
- b) Menyiapkan layanan pendaftaran yang praktis dan efektif melalui sistem *online*
- c) Memberikan berbagai macam beasiswa (terdapat 1000 beasiswa).
- d) upmb.unitri 2017@gmail.com. Sistem Perekrutan Pihak Pembantu UPMB (Pihak III)

✚ Besaran fee manajemen:

- a) Status Cama Beasiswa = Rp. 250.000 / cama
- b) Status Cama Subsidi = Rp. 350.000 / cama
- c) Status Non Beasiswa / non PSIK = Rp. 450.000 / cama
- d) Cama Prodi Ilmu Keperawatan = Rp. 600.000 / cama

✚ Pada Program-Program yang digunakan untuk mempertahankan kampus itu adalah pelayanan oleh mahasiswa harus maksimal dan baik, kreatif dari bagian UPMB dan KEMAHASISWAAN untuk meningkatkan kualitas pelayanan Universitas.

Cara untuk mengatasi hambatan yang bisa kita lakukan yang pertama melakukan relasi kerja, kemudian melibatkan alumni, melibatkan mahasiswa aktif, untuk sosialisasikan dimasing-masing daerah, kemudian sosialisasi juga dilakukan melalui berbagai item-item kemahasiswaan yang terformulasi pada kegiatan-kegiatan segalah regional maupun rasional sehingga dengan terbaktisnya media kita sudah tidak lagi membayar tapi yang dibaptiskan adalah semua aktifitas yang ada dikampus. Konteks mengenai hambatan adalah kerja sama dari semua unsur yang ada di akademik untuk melakukan penerimaan mahasiswa baru dari luar Jawa. Beasiswa yang diberikan UNITRI adalah beasiswa bebas SPP jadi ini yang belum dipahami oleh masyarakat secara umum bahwa beasiswa itu seolah-olah beasiswa yang menggeratiskan semua padahal tidak, beasiswa kita adalah beasiswa pembebasan SPP.

Faktor-Faktor Yang Menghambat Strategi Pemasaran UPMB Dalam Meningkatkan Mahasiswa UNITRI Luar Jawa.

Promotion dan marketing UPMB, hambatan yang sering terjadi yaitu:

- a. Hambatan dalam mempromosikan pada kampus yang pertama, media promosi terbatas pada konteks kerja sama. Kerja sama masih terbatas dibebberapa Pemerintah Daerah belum menyebar ke berbagai keseluruhan Pemerintah Daerah Di Indonesia sehingga ini masih mempengaruhi publisitasnya di kancan nasional.
- b. Hambatan kedua tim dari UPMB itu masih mempunyai anggaran yang terbatas untuk media-media informasi seperti televisi kemudian secara nasional misalnya, selain itu sosialisasi program beasiswa hambatannya belum semua masyarakat memahami konteks beasiswa yang di berikan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan di atas maka peneliti dapat membeberkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh bagian penerimaan mahasiswa baru pada semua mahasiswa dari luar Jawa dengan beberapa strategi komunikasi pemasaran

antara lain: Pada iklan media massa-Iklan poster/spanduk, website upmb.unitri2017@gmail.com. Presentasi program UPMB langsung kepada siswa-siswa SLTA di sekolah, wisata Kampus / Studi Banding. Dari hasil penelitian bagi calon mahasiswa baru yang ingin masuk di kampus Universitas Trihuana Tunggadewi dari luar Jawa hampir (95%) lebih dari Jawa (50 %) lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- Prisgunanto, Ilham. 2006. *Komunikasi Pemasaran Strategi & Taktik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Edisi pertama, Cetakan pertama, Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Kennedy, John Soemanagara dan Dermawan E. R.2006. *Marketing Communication-Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer (kelompok Gramedia).
- Burhan, Bungin. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*, Edisi pertama, Cetakan ke-2, Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wirjokusumo, Iskandar dan Ansori, Soemardji. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Unesa University Press.
- Sutopo, H.B.2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif:DasarTeori dan Terapannya dalam Penelitian*.Surakarta:UniversitasSebelas Maret Press.
- Gulo, W. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS