

Analisis Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi dalam Peningkatan Mahasiswa Baru pada Universitas Muhammadiyah Metro

## **TUGAS AKHIR**



**Disusun Oleh :**

**Affifa Azahra**

**19640006**

**PROGRAM STUDI D3 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**



**Analisis Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi dalam  
Peningkatan Mahasiswa Baru pada Universitas Muhammadiyah Metro**

**TUGAS AKHIR**

Disusun dan diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Metro untuk memenuhi salah satu syarat guna  
Memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi (A.Md., Ak.)

**Disusun Oleh :**

**Affifa Azahra**

**19640006**

**PROGRAM STUDI D3 AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2022**

## ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah mengidentifikasi Strategi pemasaran yang tepat untuk Universitas Muhammadiyah Metro, mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih UM Metro, mengidentifikasi bagaimana upaya UM Metro menghadapi persaingan dalam memperoleh Mahasiswa Baru. Penelitian ini menggunakan sampel nonprobability sampling yang artinya teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan teknik sampel purposive sampling, yaitu responden dipilih secara sengaja dan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SWOT Hasil Analisis SWOT dirumuskan bahwa posisi UM Metro berada pada strategi Support growth oriented strategy (Strategi Agresif). Strategi agresif ini dimaksudkan memanfaatkan seluruh kekuatan dari UM Metro dan dengan memanfaatkan peluang yang ada atau dapat disebut juga strategi SO. Berdasarkan strategi yang sudah dilakukan oleh Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro, yaitu dengan kunjungan promosi ke Sekolah, Sosialisasi Mahasiswa, Interaksi dengan pihak sekolah dan promosi melalui media sosial dengan pembuatan konten yang menarik semuanya sudah dilakukan dengan baik, untuk peningkatan strategi promosi dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi pada media sosial dan memperluas jangkauan sekolah yang dikunjungi seperti berkunjung ke sekolah-sekolah yang ada diluar Lampung.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, Perguruan Tinggi, SWOT.

## **ABSTRACT**

*The purpose of the study is to identify an appropriate marketing strategy for the metro university, identifying any factors that influence students' interest in voting for a um metro, identifying how a UM Metro project deals with the competition to get new students. The study uses a nonsampling sample which means a sample retrieval technique that does not give any of the same odds/opportunities for any element or population member to be selected as sample and sample sample sample technique, which is for the deliberately chosen responders and specious sampling techniques.*

*The analysis used in the study as a result of swot analysis found that the position Um Metro was based on a strategic support growth strategy. This aggressive strategy is intended to harness the full power of the Um Metro and by leverling the opportunities available or otherwise called strategy so. Based on the strategy already done by the marketing and promotion unit of the muhammadiyah university, which is that with promotion visits to schools, student socialization, interaction with school parties and promotion through social media with interesting content manufacturing was all well done, For increased promotion strategies can be done by increasing promotion on social media and expanding the range of schools visited, such as visiting schools outside of municipal offices.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, College, SWOT.*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**TUGAS AKHIR**

**Analisis Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi dalam  
Peningkatan Mahasiswa Baru pada Universitas Muhammadiyah Metro**

**Affifa Azahra**

**19640006**

**Telah diperbaiki dan disetujui untuk diuji**

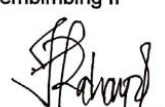
Metro, 19 April 2022

Pembimbing I

  
Yulita Zanaria, S.E., M.SI., AKT., CA.


NIDN/ 0213076902

Pembimbing II

  
Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

NIDN. 0227067602

Ketua Program Studi

  
Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM.

NIDN.0231018702

**HALAMAN PENGESAHAN**

**TUGAS AKHIR**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNIT MARKETING DAN PROMOSI  
DALAM PENINGKATAN MAHASISWA BARU PADA UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH METRO**

**Affifa Azahra  
19640006**

**Telah diuji dan dinyatakan lulus pada**

**Hari : Kamis  
Tanggal : 21 April 2022  
Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB  
Tim Penguji :**

**Yulita Zanaria, S.E., M.Si., Akt. CA. Ketua Penguji  
NIDN. 0213076902**

**Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M. Sekretaris  
NIDN. 0227067602**

**Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM. Penguji Utama  
NIDN. 0231018702**

**Mengetahui,**



**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**H. Suwanto S.E., M.M.  
NIDN. 0210036801**

## **MOTTO**

Dan Kami pasti akan menguji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang sabar

**(QS. AL-BAQARAH : 155)**

Sesungguhnya Bersama Kesulitan ada Kemudahan

**(QS. AL-INSYIRAH : 5-6)**

Jangan pernah menyerah untuk mencoba, dan jangan pernah mencoba untuk menyerah

**(Penulis)**



## PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, penulis mempersembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Burmawan dan Ibu Rosdiana yang sedari aku kecil selalu memberikan doa dan dukungan untuk segala urusanku, merawat dan membesarkan juga mendidiku dengan penuh kasih sayang.
2. Kakak, mba dan keluarga besarku yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dosen pembimbing Ibu Yulita Zanaria, S.E., M.SI., AKT., CA. dan Ibu Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M. yang selalu memberikan arahan dan bimbingan sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai tepat waktu.
4. Sahabatku Dinno Febi Andriani yang selalu ada dalam keadaan senang ataupun sulit, yang selalu memberikan semangat juga selalu mengingatkan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. Teman hidupku dimasa depan.

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat tuhan yang maha esa karena atas karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi dalam Peningkatan Mahasiswa Baru pada Universitas Muhammadiyah Metro” dengan baik, yang merupakan salah satu sayarat untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Metro.

Atas tersusunnya Tugas Akhir ini penulis menyadari betul tanpa adanya bimbingan dari berbagai pihak, tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM. Kepala Program Studi D3 Akuntansi.
4. Yulita Zanaria, S.E., M.SI., AKT., CA. Selaku dosen pembimbing I.
5. Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing II.
6. Segenap Pimpinan dan Staf Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Bapak dan Ibu, yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh.
8. Keluargaku yang sangat besar yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
9. Sahabatku dibangku perkuliahan Dinno Febi Andriani yang selalu ada dan selalu mau direpotkan juga selalu mengingatkan dan memberi semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Keluarga besar Program Studi D3 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro, Dosen serta Mahasiswa yang sudah berkontribusi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Segala kebaikan yang diberikan seluruh pihak, dimana telah penulis sebutkan tadi. Maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya dan semaksimal mungkin. sekali lagi penulis ucapkan terima kasih. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua dan terkhususnya penulis.

Metro, 19 April 2022

Penulis,

Affifa Azahra

## PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Affifa Azahra  
NPM : 19640006  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : D3 Akuntansi

Menyatakan bahwa tugas akhir dengan judul **"Analisis Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi dalam Peningkatan Mahasiswa Baru pada Universitas Muhammadiyah Metro"** merupakan karya saya dan bukan hasil plagiat. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam tugas akhir tersebut, saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik ahli madya dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Metro, 10 Mei 2022

Yang membuat pernyataan



Affifa Azahra

19640006



UNIT PUBLIKASI ILMIAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
METRO



## SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2533/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : AFFIFA AZAHRA  
NPM : 19640006  
Jenis Dokumen : TUGAS AKHIR

### JUDUL:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNIT MARKETING DAN PROMOSI DALAM PENINGKATAN MAHASISWA BARU PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Tumitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 27 April 2022

Kepala Unit,

Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.  
NIDN. 0203128801

### Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116  
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota  
Metro, Lampung, Indonesia

Website: [www.upi.ummetro.ac.id](http://www.upi.ummetro.ac.id)  
E-mail: [upi@ummetro.ac.id](mailto:upi@ummetro.ac.id)

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO .....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
<i>ABSTRAK</i> .....	iv
ABSTRACT .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN MOTO.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metode Penelitian .....	6
F. Tehnik Analisis Data .....	8
G. Sistematika Penulisan.....	9

## **BAB II KAJIAN LITERATUR**

A. Strategi Pemasaran.....	11
B. Peningkatan Mahasiswa Baru .....	15
C. Analisis SWOT .....	17
D. Penelitian Relevan .....	21
E. Kerangka Pemikiran .....	24

## **BAB III GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat UM Metro .....	26
B. Visi dan Misi UM Metro .....	27
C. Fakultas dan Program Studi .....	28
D. Lokasi UM Metro .....	27
E. Struktur Organisasi .....	29
F. Jasa Yang Dihasilkan.....	32
G. Aktivitas Operasional.....	34

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Lingkungan Tempat Penelitian .....	37
B. Analisis SWOT UM Metro.....	40
C. Strategi Promosi Penmaru UM Metro .....	41
D. Hasil Survey .....	45

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	50
B. Saran .....	51

DAFTAR LITERATUR .....	52
------------------------	----

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Perguruan Tinggi yang ada di Kota Metro .....	4
Tabel 2. Matriks SWOT.....	19
Tabel 3. Penelitian Relevan.....	21



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Mahasiswa Baru dari Tahun 2017 – 2021.....	3
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3. Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro .....	30
Gambar 4. Struktur Organisasi Unit Marketing dan Promosi UM Metro .....	32
Gambar 5. Hasil Survey Sumber Informasi Tentang UM Metro.....	46
Gambar 6. Hasil Survey Alasan Utama Memilih UM Metro .....	47
Gambar 7. Hasil Survey Penerimaan Mahasiswa Baru yang diminati di UM Metro .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro.....	55
Sekretariat Penerimaan Mahasiswa Baru .....	56
Foto Wawancara dengan Staff Unit Marketing dan Promosi.....	57
Struktur Organisasi Unit Marketing Dan Promosi.....	58
Hasil Survey Sumber Informasi Tentang UM Metro .....	59
Hasil Survey Alasan Utama Memilih UM Metro.....	60
Hasil Survey Penerimaan Mahasiswa Baru yang diminati di UM Metro .....	61