

BAB III

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Universitas Muhammadiyah Metro

Perguruan Tinggi Muhammadiyah adalah amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan tinggi yang dijiwai dan dilandasi nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyahan pada tataran ideologis-filosofis ataupun praktis aplikatif serta menjadi salah satu kekuatan untuk kelangsungan dan kesinambungan Muhammadiyah dalam mencapai tujuannya sebagai gerakan dakwah dan tajdid yang melintasi zaman. Universitas Muhammadiyah Metro sebagai bagian dari keluarga besar Perguruan Tinggi Muhammadiyah harus mampu menjawab tantangan masa depan tersebut dengan melaksanakan tugas, fungsi, dan peran sebaik-baiknya.

Keberadaan Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro) merupakan langkah merger (penggabungan) dari Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Metro, Sekolah Tinggi Ekonomi Muhammadiyah Metro, Sekolah Tinggi Teknik Muhammadiyah Metro, dan Sekolah Tinggi Ushuluddin Muhammadiyah Metro. Keempat Sekolah Tinggi tersebut telah memperoleh status terdaftar, bahkan beberapa program studinya telah ada yang diakui dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 1990. Setelah merger, keempat Sekolah Tinggi tersebut selanjutnya menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Teknik (FT) serta Fakultas Ushuluddin (FU), dalam perkembangan selanjutnya Fakultas Ushuluddin menjadi Fakultas Agama Islam (FAI). Untuk mengantisipasi kebutuhan tenaga profesional di masyarakat, maka tahun akademik 1997/1998 dikembangkan program Diploma Tiga (D-3) Manajemen Informatika Komputer, dan pada tahun akademik 2002/2003 dibuka Fakultas Hukum dan kemudian secara berturut-turut Program studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Diploma 3 Akuntansi, Manajemen Keuangan dan Perbankan.

Selanjutnya arah perkembangan pada peningkatan jenjang strata program yang dikelola. Mulai tahun 2012 dibuka Program Pascasarjana S2

Pendidikan Biologi, tahun 2013 dibuka Program Studi S2 Manajemen, dan tahun 2014 dibuka Program Studi S2 Manajemen Pendidikan.

Lalu pada tahun 2017, UM Metro kembali membuka tiga program studi secara bersamaan yakni Program S1 Ilmu Komputer, Manajemen, Pendidikan Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Pada tahun yang sama, UM Metro membuka fakultas baru yang diberi nama Fakultas Ilmu Komputer dengan menaungi 2 Prodi yakni Prodi Ilmu Komputer dan D3 Manajemen Informatika yang kemudian berganti nama menjadi D3 Sistem Informasi.

Pada Tahun 2019, UM Metro memperoleh izin pembukaan Pendidikan Profesi Guru (PPG) untuk dua Program Studi yakni Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Program Studi Pendidikan Sejarah.

B. Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro)

1. Visi

“Pusat Keunggulan Profetik Profesional, Modern dan Mencerahkan”

2. Misi

- a. Bidang Pendidikan
Mengembangkan sistem akademik yang prima, modern, dan unggul untuk menghasilkan SDM yang memiliki keilmuan profetik profesional melalui kajian keislaman tematik yang berorientasi pada IPTEKS dan berwawasan lingkungan
- b. Bidang Penelitian
Mengembangkan Sistem Kelembagaan Penelitian dan SDM yang Prima untuk menghasilkan Riset Keilmuan berbasis nilai-nilai al Islam, Kemuhammadiyah yang aplikatif dengan dunia usaha dan industri;
- c. Bidang Pengabdian kepada Masyarakat
Mengembangkan Sistem kelembagaan dan SDM yang Prima melalui peningkatan Komitmen dan Kompetensi Pengabdian dalam membangun jejaring untuk menghasilkan teknologi tepatguna yang memberikan solusi terhadap kebutuhan Masyarakat;
- d. Bidang Al Islam dan Kemuhammadiyah dan Kerja Sama :
 - 1) Mewujudkan atmosfer kampus yang bercitra Islami melalui riset dan aktualisasi keislaman dan kemuhammadiyah untuk

membangun insan kamil.
2) Mengembangkan kelembagaan Kerjasama Nasional dan Internasional untuk memperluas Jejaring Mitra yang produktif dan Berkelanjutan.

C. Fakultas dan Program Studi

Saat ini UM Metro memiliki 24 Program Studi yang meliputi tiga jenjang pendidikan, yakni 3 Program Studi Jenjang Pendidikan Strata Dua (S2), 15 Program Studi dengan Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1) dan 4 Program Studi dengan Jenjang Pendidikan Diploma tiga (D3).

UM Metro memiliki 6 Fakultas, 1 Program Setingkat Fakultas yaitu Program Pascasarjana dan 1 Program Pendidikan Profesi Guru. Adapun 6 Fakultas tersebut adalah Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang mempunyai 7 program studi yaitu Bimbingan dan Konseling, Pendidikan Biologi, Pendidikan Matematika, Pendidikan Fisika, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Sejarah dan Pendidikan Ekonomi. Lalu Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) memiliki 4 program studi yaitu Akuntansi, Manajemen, D3 Akuntansi dan D3 Perbankan dan Keuangan. kemudian Fakultas Teknik (FT) terdapat 2 program studi yaitu Tehnik Mesin dan Tehnik Sipil. Selanjutnya ada Fakultas Agama Islam (FAI) dengan 3 program studi yaitu Pendidikan Agama Islam, Komunikasi dan Penyiaran Islam dan yang terakhir ada Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Selanjutnya Fakultas Hukum (FH) dengan 1 program studi yaitu Ilmu Hukum. Dan yang terakhir Fakultas Ilmu Komputer (FIKOM) dengan 2 program studi yaitu Ilmu Komputer dan D3 Sistem Informasi. Lalu belum lama dibuka program studi baru untuk jenjang Diploma yaitu program studi D3 Fisioterapi.

D. Lokasi Universitas Muhammadiyah Metro

Seiring perkembangan Universitas Muhammadiyah Metro, saat ini Universitas Muhammadiyah Metro sudah memiliki tiga kampus,

1. kampus satu beralamat di Jl. KH Dewantara No.116 Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Kampus satu ini merupakan kampus utama sebagai pusat operasional, kampus satu ini juga merupakan pusat pembelajaran bagi beberapa fakultas yaitu Fakultas

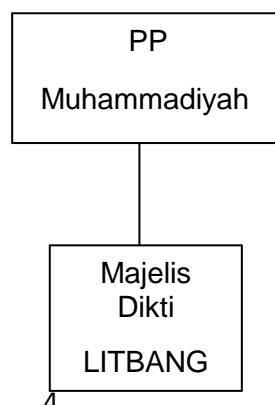
Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum dan Fakultas Agama Islam

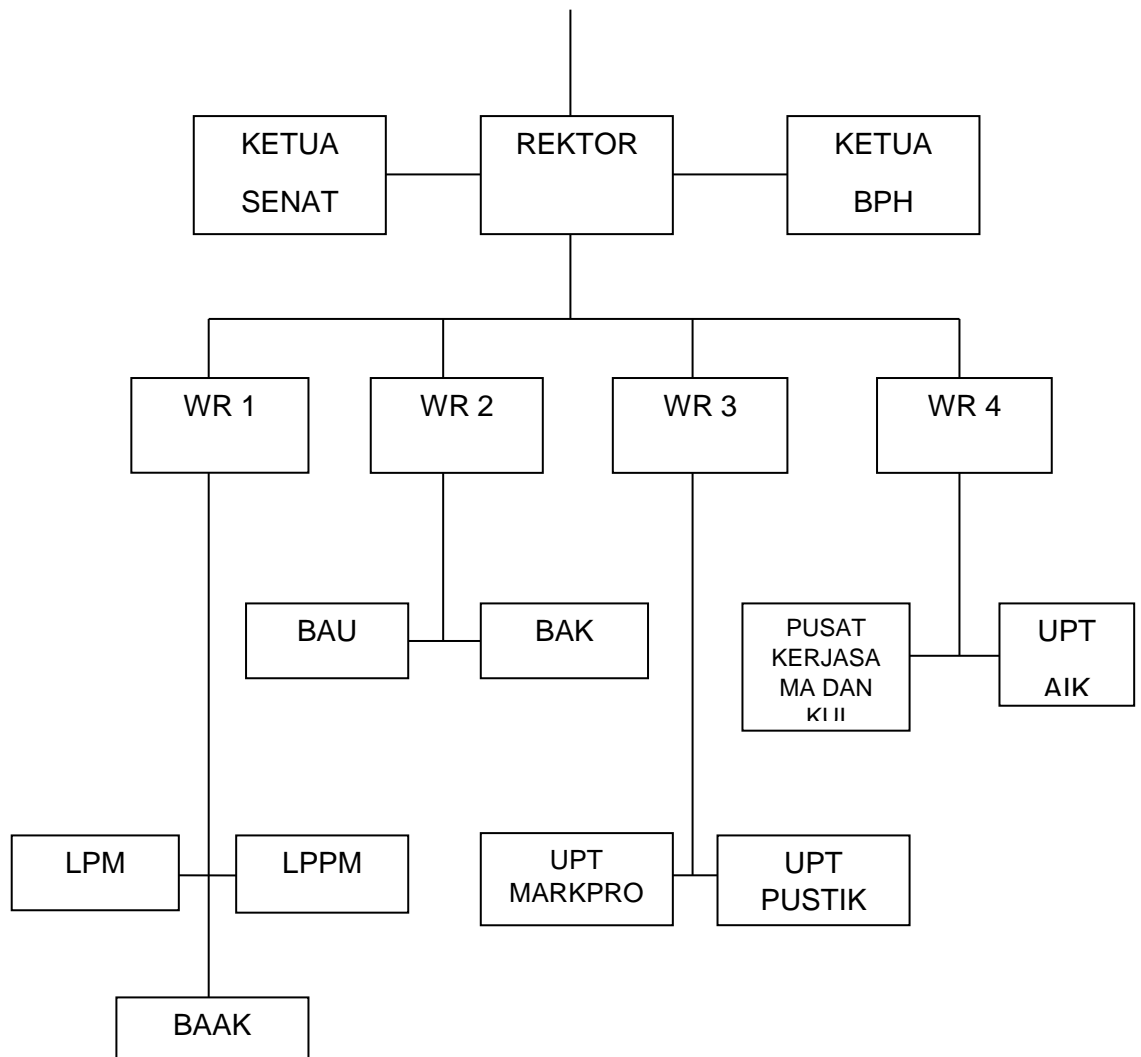
2. kampus dua beralamat di Jln. Ki Hajar Dewantara, 38 Banjar Rejo. Tidak terlalu jauh dari kampus satu, kampus dua ini merupakan pusat pembelajaran bagi Fakultas Tehnik
3. kampus tiga beralamat di Jl. Gatot Subroto No.100, Yosodadi, Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Kampus tiga merupakan pusat pembelajaran bagi Program Pascasarjana, Fakultas Ilmu Komputer dan Program Studi D3 Fisioterapi

E. Struktur

Organisasi

Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro) berperan untuk menunjukan pembagian kerja dan fungsi dalam kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan serta menunjukkan spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan. Universitas Muhammadiyah Metro memiliki struktur organisasi sebagai berikut:





Gambar 3. Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro (Sumber; UM Metro, 2022)

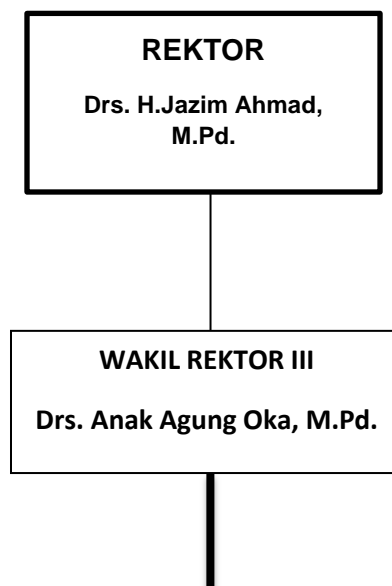
Pada struktur organisasi diatas penelitian kali ini berfokus pada Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro dimana pada unit ini merupakan bagian terpenting terhadap pengelolaan mahasiswa baru.

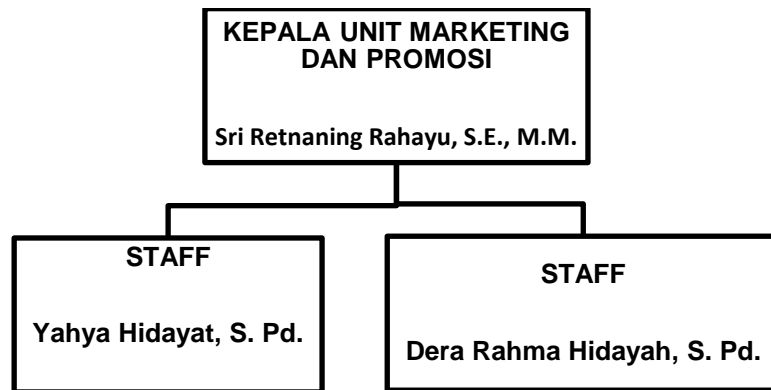
Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro ada untuk melakukan branding untuk mengenalkan kampus kepada masyarakat luas khususnya bagi calon mahasiswa baru. Dengan adanya promosi maka konsumen (calon mahasiswa) akan mengetahui bahwa kampus mempunyai banyak program yang bagus untuk para calon

mahasiswa baru. Kegiatan promosi sangat erat kaitannya dengan penyebaran informasi untuk disampaikan ke calon mahasiswa baru. Dalam penyampaian strategi informasi ini ada beberapa cara yaitu seperti membuat brosur kampus, serta memanfaatkan iklan disosial media dll.

Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro diresmikan pada tanggal 07 Juli 2019 yang ber alamatkan di Kampus 1 Universitas Muhammadiyah Metro, Jalan Ki Hajar Dewantara No. 116, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, Indonesia, 34112 yang berjalan atau beroperasi sampai dengan sekarang dan berfokus pada bagian unit marketing dan promosi pada pelayanan penerimaan mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Metro. Setiap tahunnya Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro membuka Recruitment Mahasiswa Magang pada saat pembukaan penerimaan mahasiswa baru, memberikan kesempatan bagi mahasiswa minimal semester enam bagi mahasiswa jenjang sarjana dan minimal semester 4 bagi jenjang diploma untuk menjadi bagian *Frontliner* dan juga Desain Grafis. Pada tanggal 30 Juli 2021 Unit Marketing dan Promosi meresmikan Maskot Penmaru Universitas Muhammadiyah Metro yaitu Lebah.

Struktur organisasi pada Unit Marketing dan Promosi UM Metro adalah sebagai berikut:





Gambar 4. Struktur Organisasi Unit Marketing dan Promosi UM Metro (Sumber: Unit Marketing dan Promosi, 2022)

F. Jasa yang dihasilkan

1. *Frontliner*

Frontliner adalah garda terdepan perusahaan yang berhubungan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan. Misalnya, beri informasi, solusi, mendengarkan keluhan, dan lainnya. Setiap perusahaan umumnya punya *Frontliner*, terutama yang bergerak di bidang jasa dan perbankan. Secara umum, tugas seorang *Frontliner* adalah berkomunikasi langsung dengan pelanggan. Seperti, menawarkan produk atau program terbaru, mendengarkan keluhan pelanggan, memberikan solusi, menjawab pertanyaan. Begitu pula Unit Marketing dan Promosi bagian *Frontliner* yang bertugas melakukan pelayanan terhadap calon mahasiswa baru untuk membantu calon mahasiswa baru mengatasi kesulitan juga menjawab pertanyaan-pertanyaan terkait dengan pendaftaran di Universitas Muhammadiyah Metro.

2. *Desain Grafis*

pendekatan pada konsumen yang kebanyakan gen Y berbeda dengan generasi sebelumnya. Tampilan visual sangat penting untuk membantu calon konsumen membayangkan dulu bentuk produk yang akan dibeli (Prodi/Universitas). Pekerjaan marketing yang dilakukan *Desain Grafis* terkait dengan tampilan produk atau promosinya di media, baik cetak maupun digital.

Memadukan unsur seni, visual, dan bahasa dalam sebuah desain untuk menyampaikan suatu pesan. Mengilustrasikan konsep dalam bentuk draft. Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami guna memberikan informasi kepada pembaca mengenai Universitas Muhammadiyah Metro.

3. Admin Sosial Media

Media sosial di era digital layaknya menu makan yang tidak boleh terlewat mulai dari pagi sampai matahari terbenam. Alhasil, pekerjaan marketing harus bisa juga menjangkau konsumen melalui media sosial. Pekerjaan marketing yang digarap oleh admin sosial media seputar merancang strategi marketing dan menjalin relasi dengan rekan sesama media lainnya. Setiap event atau acara yang diadakan tentu akan menambah data pengunjung atau konsumen baru, Ruang lingkup kegiatan admin sosial media adalah pengunggahan dan interaksi media sosial dalam promosi Universitas Muhammadiyah Metro meliputi seluruh media sosial yang dikelola oleh Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro seperti Instagram, Facebook, Whatsaap serta Tiktok. Juga membalas semua pertanyaan seputar Universitas Muhammadiyah Metro terkhusus penerimaan mahasiswa baru yang banyak ditanyakan oleh calon mahasiswa baru.

4. Administrasi dan Keuangan

Administrasi keuangan adalah mencakup seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pencatatan, pendataan, serta pengeluaran untuk pendanaan berbagai kegiatan operasional perusahaan dalam bentuk pengelolaan keuangan dan akuntansi. Tujuan dari diadakannya administrasi keuangan pada dasarnya adalah untuk memproses serta mengatur keuangan dari sebuah perusahaan agar sistem keuangan yang terdapat dalam unit perusahaan itu bisa dilakukan dengan baik. Sehingga, hal tersebut bisa dipertanggung jawabkan seluruh kebenarannya berdasarkan seluruh ketentuan yang sedang berlaku. Pada Unit Marketing dan Promosi administrasi dan keuangan bertanggung jawab penuh terkait dengan keuangan dan administrasi pada unit.

5. Database

Database administrator adalah seseorang yang bertugas untuk menyimpan dan melindungi data dengan menggunakan *software*. Data yang dilindungi atau disimpan pada Unit Marketing dan Promosi adalah data mahasiswa, baik mahasiswa lama ataupun data mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Metro, lalu memastikan bahwa data-data yang disimpan akan selalu aman dan terlindungi dari pihak-pihak yang tak berwenang.

G. Aktivitas Operasional

Dalam operasional perusahaan komunikasi memiliki peran yang sangat penting, Komunikasi merupakan hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi yang baik sangat penting bagi efektivitas kelompok atau organisasi apapun. Komunikasi membangun kontak-kontak manusia dengan menunjukkan keberadaan dirinya dan berusaha memahami kehendak, sikap dan perilaku orang lain. Komunikasi membuat cakrawala seseorang menjadi makin luas.

Sebagian besar aktivitas operasional yang ada pada Unit Marketing dan Promosi adalah untuk mempromosikan atau menarik perhatian masyarakat luas terhadap Universitas Muhammadiyah Metro, promosi merupakan aktivitas yang dilakukan Universitas Muhammadiyah Metro untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya (Prodi/Universitas) dan membujuk para konsumen (siswa sekolah tingkat atas) sasaran untuk mendaftar menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

1. Kunjungan Promosi Ke Sekolah

Kunjungan sekolah merupakan kegiatan berkunjung, tim promosi Universitas Muhammadiyah Metro ke sekolah tingkat atas, petugas tim promosi Universitas Muhammadiyah Metro dapat terdiri dari Dosen, Karyawan maupun Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro.

2. Sosialisasi Mahasiswa

Sosialisasi mahasiswa merupakan kegiatan berkunjung mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro penerima Beasiswa KIP Kuliah dan Bantuan UKT dalam rangka mempromosikan Universitas Muhammadiyah Metro, mahasiswa penerima KIP kuliah dan Bantuan UKT merupakan perwakilan mahasiswa yang berasal dari masing masing prodi di Universitas Muhammadiyah Metro.

3. Interaksi dengan Pihak Sekolah

Interaksi dengan pihak sekolah dilakukan untuk mempermudah kunjungan guna meningkatkan pencapaian target mahasiswa. Komunikasi dilakukan melalui telepon, whatsapp, atau media hubung lainnya untuk menjalin kedekatan dengan pihak sekolah lalu bisa melakukan janji untuk diadakan visit atau kunjungan.

4. Pembuatan Konten Grafis

Konten grafis merupakan salah satu media promosi yang digunakan Universitas Muhammadiyah Metro untuk mengenalkan atau menunjukkan eksistensinya pada masyarakat luas melalui media sosial ataupun media cetak. Tim desain grafis dapat terdiri dari tim mahasiswa atau karyawan Universitas Muhammadiyah Metro.

5. Pengunggahan Konten dan Interaksi Media Sosial

Media sosial menjadi bagian yang tidak terlepas dari promosi Universitas Muhammadiyah Metro untuk menjangkau pasar berupa calon mahasiswa yang lebih luas dibanding promosi luring atau tatap muka secara langsung. Ruang lingkup kegiatan pengunggahan dan interaksi media sosial dalam promosi Universitas Muhammadiyah Metro meliputi seluruh media sosial yang dikelola oleh Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro seperti Instagram, Facebook, serta Tiktok.