

Efektivitas Program Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Melanjutkan Studi Di Universitas Bina Taruna Gorontalo

Rahmad Dandi Tuadingo¹, Ellys Rachman², Lisda Van Gobel³

^{1,2,3}Universitas Bina Taruna Gorontalo

Corresponding Author: Rahmad Dandi Tuadingo, e-mail: dandituadingo08@gmail.com¹, ellysrachman12@gmail.com², lisdavangobel69@gmail.com³

Published: August , 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Efektivitas Program Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan studi di Universitas Bina Taruna Gorontalo. Fokus utama dari penelitian ini adalah pembentukan unit/bidang promosi, peningkatan promosi, dan keterlibatan alumni. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi lapangan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Penelitian ini melibatkan pihak-pihak terkait dalam penerimaan mahasiswa baru, termasuk staf pengelola, mahasiswa, dan alumni.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Bina Taruna Gorontalo belum memiliki unit atau bidang promosi khusus yang secara efektif mengelola dan mempromosikan penerimaan mahasiswa baru. Pembentukan UPMB sangat dibutuhkan untuk meningkatkan efektivitas dan sistematisasi proses penerimaan mahasiswa baru. Meskipun strategi promosi yang menggunakan direct marketing dan media digital sudah dilaksanakan, efektivitas promosi digital perlu ditingkatkan, terutama dalam hal penyajian konten yang lebih menarik dan mudah diakses oleh calon mahasiswa di berbagai daerah. Keterlibatan alumni juga sangat penting, karena mereka dapat membantu membangun citra positif universitas dan memperluas jaringan informasi.

Penelitian ini merekomendasikan perlunya pemetaan wilayah secara sistematis dengan mempertimbangkan potensi daerah dan akses informasi. Daerah dengan tingkat literasi pendidikan rendah, seperti Posigadan dan beberapa wilayah Sulawesi Tengah dan Utara, perlu menjadi prioritas dalam program sosialisasi langsung. Pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik lokal akan meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan penerimaan mahasiswa baru di Universitas Bina Taruna Gorontalo.

Keywords: Efektivitas 1; Program Mahasiswa Baru (PMB) 2; Minat Masyarakat 3

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pendidikan Tinggi di Indonesia merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan suatu bangsa. Sebagai tingkat pendidikan tertinggi dalam sistem pendidikan nasional, pendidikan tinggi menjadi ujung tombak dalam mendorong pembangunan suatu bangsa. Untuk mencapai tujuan pendidikan nasional sebagaimana dinyatakan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS), pelaksanaan pendidikan tinggi nasional di Indonesia dilakukan melalui Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Perguruan Tinggi Keagamaan (PTK), Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTAI), dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Perguruan Tinggi, sebagai salah satu instrumen pendidikan Nasional, diharapkan menjadi pusat penyelenggaraan dan pengembangan pendidikan tinggi, serta pemeliharaan, pengembangan, dan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara (Zulfikhar et al., 2024). Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 24 Ayat 2 dan 3, dinyatakan bahwa perguruan tinggi memiliki otonomi untuk mengelola lembaganya sendiri sebagai pusat penyelenggaraan pendidikan tinggi, penelitian ilmiah, dan pengabdian kepada masyarakat.

Provinsi Gorontalo, yang terletak di bagian utara Pulau Sulawesi, memiliki perkembangan yang cukup signifikan dalam bidang pendidikan tinggi. Sebagai salah satu provinsi yang terus berkembang, Gorontalo menghadapi tantangan dan peluang dalam penyediaan layanan pendidikan tinggi bagi masyarakatnya. Pendidikan tinggi di provinsi ini didominasi oleh dua jenis institusi, yaitu Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Kedua jenis perguruan tinggi ini memiliki peran yang sangat penting dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas, yang pada gilirannya akan mendukung kemajuan daerah dan negara.

Jaminan kualitas mengacu pada kegiatan sistematis dari satuan pendidikan dalam menyediakan layanan pendidikan formal yang memenuhi atau melebihi standar pendidikan nasional secara berkelanjutan. Satuan pendidikan diwajibkan untuk memberikan layanan pendidikan kepada calon siswa dan siswa tanpa memandang latar belakang agama, ras, etnis, jenis kelamin, status sosial, dan kemampuan ekonomi mereka. Satuan pendidikan diwajibkan untuk menjamin akses layanan pendidikan bagi siswa yang membutuhkan pendidikan khusus dan layanan khusus (Mabruroh, 2024).

Pendidikan menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan bagi setiap Negara, perkembangan pendidikan berdampak pada kemajuan suatu bangsa, sebagaimana pernyataan Kennedy (1961) bahwa *“our progress as a nation can be no swifter than our progress in education”*, yang artinya kemajuan suatu bangsa tidak akan lebih cepat dari kemajuan pendidikannya. Salah satu indikator untuk mengukur kualitas pendidikan adalah lulusan perguruan tinggi (PT). Untuk menjaga kualitas lulusan yang dihasilkannya, PT perlu memperhatikan kualitas mahasiswa sejak dari pendaftaran masuk (Suharyanti et al., 2024).

Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Provinsi Gorontalo merupakan institusi yang dikelola oleh pemerintah dan berperan besar dalam pendidikan dan pengembangan penelitian di daerah ini. Keberadaan PTN di Gorontalo memberikan akses pendidikan yang lebih luas kepada masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan tinggi tanpa harus keluar daerah. PTN juga sering kali menjadi pusat penelitian yang mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan daerah. Adanya PTN juga berperan dalam memperkaya kualitas SDM lokal dengan menawarkan program-program studi yang relevan dengan perkembangan dunia industri dan sektor publik.

PTS merupakan lembaga perguruan tinggi yang di selenggarakan oleh masyarakat, yang dikelola berdasarkan prinsip akuntabilitas publik. Namun, ini tidak berarti bahwa universitas mengkomersialkan kegiatan akademik mereka. Dalam Peraturan Pemerintah nomor 66 tahun 2010 pasal 49 ayat 2a, dan 2c serta pasal 53 ayat 1 dan 2 mengenai pengelolaan dan administrasi pendidikan, dijelaskan bahwa pengelolaan satuan pendidikan didasarkan pada prinsip non-profit, yang berarti bahwa tujuan utama kegiatan satuan pendidikan bukan untuk mencari keuntungan, sehingga semua surplus dari kegiatan satuan pendidikan harus digunakan untuk meningkatkan dan/atau meningkatkan kualitas layanan satuan pendidikan.

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Gorontalo berkembang pesat dan turut berkontribusi dalam penyediaan pendidikan tinggi di daerah ini. PTS dikelola oleh pihak swasta, baik individu, yayasan, maupun kelompok bisnis. Keberadaan PTS memberikan lebih banyak pilihan bagi calon mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. PTS juga berperan penting dalam memperluas akses pendidikan bagi masyarakat dengan biaya yang lebih terjangkau serta memberikan fleksibilitas dalam berbagai aspek, seperti waktu kuliah dan lokasi kampus.

Selain itu, peran PTS dalam mendukung program pemerintah, seperti Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), juga menjadi faktor penting dalam memperkuat kontribusi mereka terhadap pembangunan daerah. Melalui implementasi MBKM, PTS dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih kontekstual dan aplikatif bagi mahasiswa, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja dan berperan aktif dalam pembangunan masyarakat. Dalam upaya memperkuat peran PTS sebagai penggerak ekonomi daerah, APTISI Gorontalo juga mendorong peningkatan kualitas dan akreditasi institusi (Abdillah, 2024). Dengan demikian, PTS diharapkan tidak hanya menjadi penyedia pendidikan tinggi, tetapi juga sebagai pusat inovasi dan pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan, yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Gorontalo secara keseluruhan.

Tabel 1. Berikut Adalah Jumlah PTS Perguruan Tinggi Swasta Beserta Jumlah Mahasiswa 3 Tahun Terakhir yang ada di Provinsi Gorontalo

No	Nama Kampus	Tahun		
		2023	2022	2021
1	Universitas Gorontalo	810	700	618
2	Universitas Muhamadiyah Gorontalo	690	790	766
3	Universitas Bina Mandiri Gorontalo	580	550	344
4	Universitas Bina Taruna Gorontalo	320	360	350
5	Universitas Ichsan Gorontalo	924	937	800
6	Universitas Nahdlatul Ulama Gorontalo	505	400	350
7	Universitas Pohuwato	1743	1486	1188
8	Politeknik Gorontalo	322	313	360
9	Universitas Ichsan Gorontalo Utara	1500	1020	950
10	STIKES Bakti Nusantara Gorontalo	389	341	283
11	Politeknik kebangsaan Gorontalo	-	-	-

Dalam menghadapi persaingan untuk menarik mahasiswa, institusi pendidikan tinggi perlu mengambil langkah-langkah strategis yang lebih inovatif dan efektif. Selain metode konvensional seperti mendistribusikan brosur dan iklan di papan reklame, penggunaan media digital telah menjadi salah satu solusi yang paling relevan di era teknologi saat ini. Dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial, situs web, dan iklan online, universitas dapat menjangkau calon mahasiswa secara lebih luas dan tepat.

Selain itu, kolaborasi dengan sekolah menengah atas (SMA) melalui pameran pendidikan dan program tur kampus juga diharapkan menjadi cara yang efektif untuk membangun hubungan langsung dengan calon mahasiswa. Kegiatan-kegiatan ini memungkinkan mereka untuk mendapatkan gambaran nyata tentang lingkungan kampus, program studi yang ditawarkan, dan peluang karir setelah lulus. Di masa depan, diharapkan universitas tidak hanya mengandalkan metode promosi yang ada tetapi juga mempersonalisasi pendekatan mereka kepada calon mahasiswa, misalnya dengan mengadakan seminar atau sesi konsultasi online yang melibatkan alumni sukses sebagai pembicara. Dengan demikian, kampus dapat memperkuat citranya sebagai pilihan tepat untuk pendidikan tinggi dan bersaing dalam menarik calon mahasiswa.

Universitas Bina Taruna Gorontalo merupakan salah satu institusi pendidikan tinggi swasta di Provinsi Gorontalo yang memiliki komitmen untuk mencetak sumber daya manusia yang unggul, berdaya saing, dan berintegritas. Universitas ini menyelenggarakan berbagai program studi di bidang administrasi dan ilmu sosial, Administrasi Publik, Administrasi Bisnis, Hukum Bisnis, Perencanaan Wilayah (PW), Teknik, Promosi Kesehatan (PROMKES), Manajemen Keuangan Sektor Publik (MKSP) dengan dukungan tenaga pengajar yang profesional serta sarana prasarana yang memadai. Letaknya yang strategis di pusat kota memudahkan akses mahasiswa dari berbagai daerah di Provinsi Gorontalo dan sekitarnya.

Dalam menjalankan tridarma perguruan tinggi, Universitas Bina Taruna Gorontalo terus berupaya mengembangkan kualitas pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat melalui pendekatan kolaboratif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman, termasuk dalam penggunaan teknologi digital dalam proses pembelajaran. Namun demikian, dalam aspek promosi dan penerimaan mahasiswa baru, institusi ini masih menghadapi beberapa tantangan yang perlu segera dibenahi agar dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pendaftar dari tahun ke tahun.

Berikut adada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi Efektivitas Program Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan studi di Universitas Bina Taruna Gorontalo yaitu:

a. Pembentukan Unit/Bidang Promosi

Pembentukan unit atau bidang promosi merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh institusi atau organisasi untuk mengelola seluruh kegiatan pemasaran secara lebih terstruktur dan

terarah. Unit ini bertugas merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi program promosi yang sesuai dengan visi dan misi organisasi. Dengan adanya bidang promosi, setiap kegiatan publikasi, penyebaran informasi, dan kampanye pemasaran dapat berjalan secara konsisten dan tepat sasaran, sehingga mampu meningkatkan citra serta menarik minat target pasar (Jain et al., 2021).

Unit atau bidang promosi dibentuk untuk menjadi pusat koordinasi dalam upaya memperkenalkan produk, layanan, atau program kepada masyarakat luas. Keberadaannya membantu memastikan bahwa pesan yang disampaikan kepada publik bersifat jelas, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens (Ransdell et al., 2021). Selain itu, unit ini berperan penting dalam memanfaatkan berbagai media, baik konvensional maupun digital, guna menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan efektivitas promosi.

Wu et al. (2020), pembentukan bidang promosi menjadi penting karena berfungsi sebagai penggerak utama dalam meningkatkan daya tarik institusi di mata publik. Bidang ini biasanya diisi oleh tenaga yang memiliki keterampilan komunikasi, pemasaran, dan kreativitas tinggi untuk menghasilkan strategi promosi yang inovatif. Melalui perencanaan yang matang, bidang promosi dapat mengidentifikasi peluang, merancang materi promosi yang menarik, dan mengukur keberhasilan kampanye secara berkala untuk perbaikan berkelanjutan.

Bidang promosi dibentuk untuk memperkuat daya saing organisasi melalui pengelolaan kegiatan promosi yang profesional dan berkesinambungan. Tugasnya tidak hanya sebatas membuat materi iklan, tetapi juga membangun hubungan baik dengan media, komunitas, dan mitra strategis. Dengan pengelolaan yang tepat, unit promosi dapat menjadi ujung tombak dalam menarik perhatian publik, meningkatkan minat, serta mendorong partisipasi atau pembelian dari target sasaran (Saeed et al., 2021).

b. Promosi

Promosi salah satu strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama. Contohnya, potongan harga 20% untuk pembelian pertama atau paket bundling produk dengan harga lebih hemat. Penawaran seperti ini menciptakan rasa urgensi sehingga pelanggan terdorong untuk segera melakukan pembelian. Selain itu, promosi ini juga bisa meningkatkan volume penjualan dalam waktu singkat (Nursaimatussaddiya & Cen, 2021).

Menurut Wang et al. (2020), promosi menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan bisnis menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Konten yang menarik, seperti foto produk berkualitas, video tutorial, atau ulasan pelanggan, dapat meningkatkan minat dan kepercayaan calon konsumen. Interaksi langsung melalui komentar dan pesan pribadi juga membantu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, sehingga mereka merasa dihargai dan lebih loyal terhadap brand.

Testimoni pelanggan yang positif dapat menjadi alat promosi yang sangat kuat karena bersifat autentik dan dipercaya. Membagikan ulasan atau pengalaman pelanggan di media sosial, website, atau brosur membantu calon pembeli melihat kualitas produk atau jasa dari sudut pandang orang yang sudah mencobanya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga membentuk citra positif bagi bisnis, yang pada akhirnya mendorong lebih banyak pembelian (French et al., 2020).

Promosi mengadakan acara seperti launching produk, workshop, atau pameran dapat menjadi cara efektif memperkenalkan bisnis kepada masyarakat secara langsung. Kegiatan ini memberi kesempatan untuk berinteraksi tatap muka dengan calon pelanggan, membagikan brosur, sampel produk, atau voucher diskon. Event khusus juga dapat menjadi momen yang tepat untuk membangun citra profesional, memperluas jaringan, dan mendapatkan pelanggan baru yang potensial (Nasution & Harahap, 2022).

c. Peran Alumni

Alumni berperan sebagai duta yang dapat memperkenalkan universitas kepada masyarakat luas melalui pengalaman pribadi mereka. Kesuksesan dan rekam jejak positif alumni dapat menjadi bukti nyata kualitas pendidikan yang diberikan oleh universitas. Dengan memberikan testimoni, menghadiri acara promosi, atau membagikan informasi di media sosial, alumni mampu membangun citra positif dan meningkatkan minat calon mahasiswa untuk bergabung (Pradana, 2022).

Alumni dapat menjadi role model yang menginspirasi mahasiswa baru melalui kisah perjalanan akademik dan karier mereka. Kehadiran alumni dalam kegiatan orientasi, seminar, atau kuliah tamu dapat memberikan gambaran nyata tentang peluang dan tantangan yang akan dihadapi. Hal ini membantu mahasiswa memiliki pandangan yang lebih luas dan motivasi yang kuat untuk meraih keberhasilan (Karumathy & Karumathy, 2024).

Alumni yang telah bekerja di berbagai sektor dapat membuka peluang kerja sama antara universitas dan instansi tempat mereka berkarier. Mereka dapat memfasilitasi program magang, penelitian bersama, atau rekrutmen lulusan baru. Peran ini sangat penting untuk memperkuat relevansi kurikulum dengan kebutuhan industri sekaligus meningkatkan daya saing lulusan (Baroncelli et al., 2022).

Selain kontribusi non-materi, alumni juga dapat memberikan dukungan materiil untuk pengembangan kampus, seperti beasiswa, pengadaan fasilitas, atau pendanaan kegiatan akademik. Dukungan ini membantu meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas yang ada, sehingga universitas mampu memberikan layanan terbaik bagi mahasiswa dan mempertahankan reputasinya di tingkat lokal maupun nasional (Atiyeh et al., 2023).

d. Program Penerima Mahasiswa Baru (PMB)

Berdasarkan Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 60 Tahun 2018 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri. Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) adalah proses universitas yang dimulai setiap tahun akademik dengan berbagai jalur seleksi. Universitas Negeri (PTN) menggunakan tiga jalur: SNMPTN, SBMPTN, dan Seleksi Mandiri, sementara universitas swasta menggunakan berbagai jalur tes PMB. Politeknik Negeri melakukan PMB dengan jadwal dan ujian mereka sendiri. Kapasitas untuk setiap jalur ditentukan melalui Keputusan Rektor, dengan tujuan untuk menyeimbangkan jumlah siswa, fasilitas, dosen, dan sumber daya pendidikan lainnya.

Adapun Salah satu kegiatan dalam manajemen siswa adalah penerimaan siswa. Penerimaan siswa baru adalah salah satu kegiatan pertama yang dilakukan di sebuah lembaga pendidikan, yang tentu saja melibatkan proses seleksi yang ditentukan oleh lembaga pendidikan untuk calon siswa baru. Penerimaan siswa di sebuah lembaga pendidikan sangat penting karena manajemen penerimaan siswa yang profesional akan menguntungkan sekolah dalam hal pendaftaran, yang nantinya akan menjadi siswa dari lembaga pendidikan tersebut. Dengan masuknya siswa baru, operasi sekolah akan otomatis mendapatkan manfaat, dan proses belajar mengajar akan berjalan lancar, karena pendidikan adalah kesatuan antara siswa dan pendidik (Sari et al., 2017).

Menurut Sari et al. (2017), mengatakan bahwa Setiap tahun ajaran baru, sekolah sibuk dengan penerimaan siswa baru. Sebelum kegiatan ini dimulai, kepala sekolah terlebih dahulu membentuk panitia untuk tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP), Madrasah TSanawiyah (MTS), dan Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA) menunjuk seorang ketua, bendahara, dan seksi pendaftaran, sementara untuk tingkat Sekolah Dasar (SD), biasanya lebih sederhana, dengan hanya beberapa orang yang ditunjuk oleh kepala sekolah. Tugas komite ini meliputi melakukan pendaftaran calon siswa, seleksi, registrasi ulang siswa yang diterima, dan melaporkan pertanggungjawaban proses penerimaan siswa kepada kepala sekolah.

e. Efektivitas

Efektivitas artinya informasi harus sesuai dengan kebutuhan pemakai dalam mendukung suatu proses bisnis, termasuk didalamnya informasi tersebut harus disajikan dalam waktu yang tepat, format yang tepat sehingga dapat dipahami, konsisten dengan format sebelumnya, isinya sesuai dengan kebutuhan saat ini dan lengkap atau sesuai dengan kebutuhan dan ketentuan (Dewantara & Nurgiansah, 2020). Adanya pandangan lain dari (Julianto & Carnarez, 2021) efektivitas merupakan suatu ukuran yang memberikan gambaran seberapa jauh target dapat dicapai. Pengertian efektivitas ini lebih berorientasi kepada keluaran sedangkan masalah penggunaan masukan kurang menjadi perhatian utama.

Menurut Dimianus Ding (2014:15) menyebutkan bahwa dalam mengukur efektivitas sebuah program kegiatan, baik yang dilakukan oleh organisasi pemerintah maupun organisasi swasta, dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, Yang dikutip oleh (Suryantara & Syahmat, 2022) yaitu:

1. Pendekatan Sumber

Pendekatan sumber merupakan pendekatan yang mengukur efektifitas melalui keberhasilan organisasi dalam mendapatkan berbagai macam sumber daya yang dibutuhkannya, juga keberhasilan dalam memelihara keadaan sistem organisasi agar bisa menjadi efektif.

2. Pendekatan Proses

Pendekatan proses merupakan pendekatan yang menganggap efektivitas sebagai efisiensi kondisi (kesehatan) dari organisasi internal. Pada pendekatan ini, sebuah program dikatakan efektif apabila organisasi yang menjadi implementasinya secara internal berjalan lancar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dipilih untuk memberikan gambaran mendalam mengenai fakta-fakta di lapangan terkait Efektivitas Program Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan studi di Universitas Bina Taruna Gorontalo. Fokus penelitian diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu pembentukan unit/bidang promosi, peningkatan promosi, dan keterlibatan alumni.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pihak-pihak terkait, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai dokumen, catatan, dan arsip yang relevan dengan efektivitas program PMB.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung kondisi pelayanan serta lingkungan yang berkaitan dengan program PMB. Wawancara bertujuan menggali informasi mendalam dari narasumber, sedangkan dokumentasi dimanfaatkan untuk memperoleh data tertulis yang mendukung temuan penelitian.

Proses analisis data dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, reduksi data, yaitu menyaring dan menyederhanakan data mentah dengan cara meringkas, memilih informasi yang relevan, serta menghilangkan hal-hal yang tidak terkait langsung dengan fokus penelitian. Kedua, penyajian data, yaitu mengorganisasikan data hasil reduksi ke dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, atau visualisasi lainnya agar memudahkan pemahaman dan interpretasi. Ketiga, verifikasi atau penarikan kesimpulan, yaitu menyimpulkan hasil penelitian secara sistematis berdasarkan interpretasi data yang telah dianalisis, sehingga mampu menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

HASIL

1. Pembentukan Unit/Bidang Promosi

Berdasarkan hasil wawancara bahwa pembentukan unit/ bidang promosi di Universitas Bina Taruna Gorontalo belum memiliki unit khusus yang menangani secara resmi pengelolaan dan promosi penerimaan mahasiswa baru, panitia menyadari pentingnya pembentukan Unit Penerimaan Mahasiswa Baru (UPMB) untuk meningkatkan efektivitas dan sistematisasi proses tersebut. Pembentukan unit ini akan memastikan seluruh kegiatan penerimaan, mulai dari sosialisasi, pendaftaran, hingga seleksi, dikelola secara terkoordinasi dan efisien. Meskipun tim promosi sudah berperan melalui pameran pendidikan, webinar, dan media sosial, tantangan dalam menjangkau calon mahasiswa di daerah yang kurang terjangkau masih ada. Tanpa adanya unit khusus seperti UPMB, proses penerimaan masih terkesan kurang terorganisir. Oleh karena itu, pembentukan unit ini diharapkan dapat memperbaiki dan mengoptimalkan proses promosi dan penerimaan mahasiswa baru, serta meningkatkan kualitas dan daya saing universitas dalam menarik calon mahasiswa baru di masa depan.

2. Peningkatan Promosi

Berdasarkan hasil wawancara bahwa promosi di Universitas Bina Taruna Gorontalo dinilai cukup efektif, terutama melalui pendekatan langsung (direct marketing) dan pemanfaatan media sosial. Sosialisasi dilakukan tidak hanya di wilayah Gorontalo. Namun, perlu diperluas jangkauan ke daerah Sulawesi Utara dan Sulawesi Tengah. Selain itu, media digital seperti Instagram, Facebook,

dan TikTok dimanfaatkan untuk menjangkau calon mahasiswa secara tidak langsung. Promosi ini diperkuat melalui media cetak dan visual seperti brosur, spanduk, video kampus, serta partisipasi dalam berbagai pameran pendidikan. Meskipun demikian, efektivitas promosi digital masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam hal penyajian konten yang lebih menarik, konsisten, dan mudah diakses oleh masyarakat di daerah-daerah yang memiliki keterbatasan informasi. Oleh karena itu, diperlukan optimalisasi konten digital yang kreatif, serta pemetaan wilayah sasaran agar strategi promosi lebih tepat guna dan tepat sasaran.

3. Keterlibatan Alumni

Berdasarkan hasil wawancara bahwa keterlibatan alumni juga menjadi salah satu faktor krusial dalam meningkatkan efektivitas program penerimaan mahasiswa baru di UNBITA. Alumni bukan hanya sebagai penyambung informasi, tetapi juga sebagai representasi nyata dari kualitas pendidikan kampus. Pengalaman kuliah yang dibagikan secara langsung oleh alumni, baik dalam bentuk formal maupun informal, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi calon mahasiswa. Dibandingkan dengan promosi institusional, informasi yang bersumber dari alumni lebih dipercaya dan memiliki daya tarik emosional yang lebih kuat. Keterlibatan aktif alumni dalam kegiatan sosialisasi, seperti kunjungan ke sekolah-sekolah, turut memperkuat citra positif kampus di tengah masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa perpaduan antara strategi promosi yang terstruktur, penggunaan media digital, dan dukungan alumni merupakan pendekatan yang efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan studi di Universitas Bina Taruna Gorontalo.

PEMBAHASAN

Pembentukan Unit/Bidang Promosi

Pembentukan unit promosi yang berada di bawah kewenangan langsung Rektor serta diisi oleh tenaga profesional merupakan bentuk keseriusan institusi dalam membangun sistem pemasaran pendidikan tinggi yang strategis. Hal ini sejalan dengan pandangan Renata & Tobari (2017) yang menyatakan bahwa lembaga pendidikan perlu mengelola promosi dengan pendekatan yang terorganisir dan didukung oleh SDM kompeten agar mampu menjangkau calon mahasiswa secara efektif. Kegiatan promosi langsung ke sekolah-sekolah, khususnya di daerah-daerah yang jauh dari pusat kota seperti Posigadan dan Bolsel, terbukti mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan kampus. Promosi semacam ini menjadi bukti bahwa pemasaran tatap muka masih memiliki dampak besar dalam membangun citra institusi secara emosional dan personal.

Peningkatan Promosi

Di sisi lain, penggunaan media sosial dan berbagai media cetak/digital seperti brosur, video kampus, dan partisipasi dalam pameran pendidikan juga menjadi bagian integral dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh UNBITA. Upaya ini selaras dengan teori promosi dari (Kaharmudzakir et al., 2020), yang menekankan pentingnya integrasi berbagai saluran promosi dalam memperkuat pesan pemasaran. Meskipun promosi langsung terbukti efektif, efektivitas promosi digital masih memiliki ruang untuk ditingkatkan, terutama dari segi konten, konsistensi, dan jangkauan. Menurut (Ramdani & Rachmawati, 2024) menyatakan bahwa konsumen (dalam hal ini calon mahasiswa) akan merespons secara positif terhadap konten yang relevan, menarik, dan disampaikan secara konsisten. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan seperti UNBITA untuk tidak hanya mengandalkan kegiatan offline, tetapi juga mengoptimalkan media digital sebagai alat promosi yang mampu menjangkau audiens lebih luas, termasuk mereka yang berada di wilayah dengan akses informasi terbatas.

Keterlibatan Alumni

Peran alumni dalam proses promosi juga menjadi faktor kunci yang tidak dapat diabaikan. Informasi dan pengalaman yang dibagikan langsung oleh alumni terbukti lebih meyakinkan calon mahasiswa dibanding promosi formal, karena alumni dianggap sebagai representasi nyata dari kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh universitas. Hal ini memperkuat teori citra merek institusi oleh Muzaki (2023), yang menyebutkan bahwa alumni adalah salah satu aset terbesar dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Keterlibatan alumni dalam kegiatan promosi, seperti kunjungan ke sekolah dan sosialisasi, tidak hanya meningkatkan kepercayaan masyarakat, tetapi juga menciptakan ikatan emosional yang berkelanjutan antara alumni

dan almamater. Dengan demikian, strategi promosi yang menggabungkan pendekatan personal melalui alumni, media digital, dan promosi langsung ke sekolah-sekolah dapat menjadi model efektif dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi, khususnya di Universitas Bina Taruna Gorontalo.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa Pembentukan unit atau bidang promosi di Universitas Bina Taruna (UNBITA) Gorontalo belum memiliki unit khusus untuk mengelola dan mempromosikan penerimaan mahasiswa baru, padahal pembentukan Unit Penerimaan Mahasiswa Baru (UPMB) penting untuk meningkatkan efektivitas dan sistematisasi proses tersebut. Meskipun strategi promosi yang menggabungkan direct marketing dan media digital telah berhasil memperluas jangkauan kampus, efektivitas promosi digital masih perlu ditingkatkan, terutama dalam menyajikan konten yang lebih menarik dan mudah diakses di berbagai daerah. Selain itu, peran alumni sangat penting dalam mendukung keberhasilan penerimaan mahasiswa baru, karena mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mewakili kualitas kampus dan membantu membangun kepercayaan masyarakat. Keterlibatan alumni dalam kegiatan promosi dapat memperkuat citra kampus dan membangun hubungan emosional yang positif dengan calon mahasiswa.

Untuk mengatasi hal ini maka, Untuk menjangkau calon mahasiswa secara lebih efektif, perlu dilakukan pemetaan wilayah secara sistematis dengan mempertimbangkan potensi daerah, akses informasi, dan kebutuhan pendidikan. Wilayah terpencil atau daerah dengan tingkat literasi pendidikan tinggi yang rendah seperti Posigadan dan sebagian wilayah Sulawesi Tengah dan Utara harus menjadi prioritas dalam program sosialisasi langsung. Pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik lokal akan meningkatkan efektivitas promosi dan memperluas jangkauan penerimaan mahasiswa baru.

REFERENSI

- Abdillah, F. (2024). Peran Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Multidisiplin*, 3(1), 13–24.
- Atiyeh, H. M., Nabolsi, M. M., Akhu-Zaheya, L. M., Khrais, H., Alsadi, M., & Nashwan, A. J. (2023). Evaluation of a nursing doctoral program from the perspective of Students, Alumni, and Faculty: A Quality-Oriented approach. *International Journal of Africa Nursing Sciences*, 19(March), 100622.
- Baroncelli, A., Bolzani, D., & Landoni, M. (2022). Alma Mater Studiorum Università di Bologna Archivio istituzionale della ricerca This is the final peer-reviewed accepted manuscript of: Antonio Rampino , Rights / License : The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are spec. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100648.
- Dewantara, J. A., & Nurgiansah, T. H. (2020). Efektivitas Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID 19 Bagi Mahasiswa Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 367–375.
- French, J., Deshpande, S., Evans, W., & Obregon, R. (2020). Key guidelines in developing a pre-emptive COVID-19 vaccination uptake promotion strategy. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 1–14.
- Jain, A., Hassard, J., Leka, S., Di Tecco, C., & Iavicoli, S. (2021). The role of occupational health services in psychosocial risk management and the promotion of mental health and well-being at work. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 11(426–440).
- Julianto, B., & Agnanditiya Carnarez, T. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Organisasi Professional: Kepemimpinan, Komunikasi Efektif, Kinerja, Dan Efektivitas Organisasi (Suatu Kajian Studi Literature Review Ilmu Manajemen Terapan). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 676–691.
- Kaharmudzakir, I., Yulianti, K., & Tagor, R. A. (2020). Efektifitas Education Fair dan Iklan Media Sosial Perguruan Tinggi Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru. *Kareba; Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9, 197–207.
- Karumathy, P., & Karumathy, G. (2024). Self-Evaluation of Alumni-Teachers' Proficiency in

- Addressing Learner Diversity, Spiritual Maturity, and Christian Witness. *International Journal of Arts, Sciences and ...*, 5(4), 35–47.
- Mabruroh, A. (2024). Implementasi Sistem Penjaminan Mutu Internal Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Dasar. *BISMA : Business and Management Journal*, 2(3), 82–94.
- Muzaki, H. (2023). Manajemen Alumni Sebagai Strategi Marketing Perguruan Tinggi. *Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi (Dinamika)*, 3(1), 126–132.
- Nasution, A. A., & Harahap, B. (2022). The Influence of Product Quality, Promotion and Design on Purchase Decisions for Yamaha Nmax Motor Vehicles SPSS Application Based. *International Journal of Economics (IJECE)*, 1(1), 01–13.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2021). *The Effect of Education Levels and Office Promotion on the Performance Of Civil Employees In The Regional Civil Office Environment Of Serdang Bedagai Regency*. 3(1), 167–173.
- Pradana, H. H. (2022). The 1 st International Seminar August 2022 The Changing Role of Knowledge and Living Sustainability in ASEAN Community The Changing Role of Knowledge and Living Sustainability in ASEAN Community 41 Building Organizational Citizenship Behavior Through Coll. *The Changing Role of Knowledge and Living Sustainability in ASEAN Community*, 1(1), 41–50.
- Ramdani, C. T., & Rachmawati, I. (2024). Konsisten Konten Marketing pada Instagram dengan Minat Calon Klien. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 4(1), 118–125.
- Ransdell, L. B., Lane, T. S., Schwartz, A. L., Wayment, H. A., & Baldwin, J. A. (2021). Mentoring new and early-stage investigators and underrepresented minority faculty for research success in health-related fields: An integrative literature review (2010-2020). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 1–35.
- Renata, R., & Tobari, T. (2017). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, Dan Supervisi Pendidikan)*, 2(1), 23–32.
- Saeed, Q., Xiukang, W., Haider, F. U., Kučerik, J., Mumtaz, M. Z., Holatko, J., Naseem, M., Kintl, A., Ejaz, M., Naveed, M., Brtnicky, M., & Mustafa, A. (2021). Rhizosphere bacteria in plant growth promotion, biocontrol, and bioremediation of contaminated sites: A comprehensive review of effects and mechanisms. *International Journal of Molecular Sciences*, 22(19), 10529.
- Sari, A. U. W., Imron, A., & Sobri, A. Y. (2017). Efektifitas Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) Mellaui Sistem Online. *Manajemen Pendidikan-Pascasarjana Universitas Negeri Malang*, 1–11.
- Suharyanti, Y., Rudwiarti, L. A., Vitasurya, V. R., & Bharata, B. S. (2024). Pendampingan Pengembangan SPMI Perguruan Tinggi untuk Meningkatkan Akreditasi Program Studi. *Jurnal Atma Inovasia*, 4(4), 177–182.
- Suryantara, I. M. P., & Syahmat, M. Z. (2022). Efektifitas Pelaksanaan Program Kampung Sehat Dalam Rangka Menekan Penyebaran Covid-19 (Studi Pada Kelurahan Bintaro, Kota Mataram). *Jurnal Education and Development Institut Pendidikan Tapanuli Selatan*, 10(2), 125–131.
- Wang, F., Feng, L., Li, J., & Wang, L. (2020). Environmental regulation, tenure length of officials, and green innovation of enterprises. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2284.
- Wu, D., Kang, L., Tian, J., Wu, Y., Liu, J., Li, Z., Wu, X., Huang, Y., Gao, B., Wang, H., Wu, Z., & Qiu, G. (2020). Exosomes derived from bone mesenchymal stem cells with the stimulation of Fe₃ O₄ nanoparticles and static magnetic field enhance wound healing through upregulated miR-21-5p. *International Journal of Nanomedicine*, 15(1), 7979–7993.
- Zulfikhar, R., Mustofa, M., Hamidah, E., Sapulete, H., Wilson Sitopu, J., & Nurmalia Sari, M. (2024). Dampak Integrasi Teknologi dalam Pembelajaran Terhadap Prestasi Akademis Mahasiswa Perguruan Tinggi. *Journal on Education*, 6(4), 18381–18390.