

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tidak bisa dipungkiri jika di zaman modern seperti saat ini setiap murid yang bersekolah di jenjang pendidikan menengah atas atau kejuruan (SMA atau SMK) akan melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi untuk masa depannya yang lebih baik. Walaupun banyak anak sekolah yang telah lulus SMA atau bahkan SMK memilih untuk langsung bekerja daripada kuliah. Namun demikian, banyak anak yang juga memilih untuk melanjutkan pendidikan di Universitas dan Perguruan Tinggi (PT) dengan tujuan agar mendapat gelar dan bisa bekerja di bidang yang sesuai dengan minatnya tersebut.

Berbicara mengenai Universitas atau Perguruan Tinggi (PT), hingga saat ini keberadaan Universitas-Universitas dan Perguruan Tinggi di Indonesia dapat dikatakan berkembang pesat. Dilansir dari Kementerian Riset Teknologi dan Perguruan Tinggi (Ristek Dikti) (2018), terdapat 4.504 Perguruan Tinggi di Indonesia. Dan hingga saat ini yang paling didominasi adalah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dengan jumlah 3.136 Perguruan Tinggi. Sedangkan untuk di kota Jakarta sendiri menurut data Kopertis Wilayah III menyatakan bahwa total keseluruhan untuk perguruan tinggi di Jakarta adalah 334 Perguruan Tinggi Swasta yang dimana dibagi menjadi 55 Universitas, 132 Sekolah Tinggi, 8 Politeknik, 126 Akademi, dan 13 Institut. Dengan tumbuh pesatnya Perguruan Tinggi di Jakarta, membuat pihak-pihak dari Universitas tersebut melakukan berbagai cara dalam menarik minat calon mahasiswa.

Ada berbagai cara yang dilakukan oleh pihak-pihak kampus dalam menarik calon mahasiswa yang akan melanjutkan ke Perguruan Tinggi pilihannya. Mulai dari mengunjungi ke berbagai sekolah untuk melakukan presentasi mengenai kampus-kampus itu sendiri, pameran pendidikan (*education fair*), pengenalan kampus dengan mengunjungi kampus-kampus pilihan (*campus tour*), hingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kampus tersebut (*workshop*) sesuai dengan program studi yang

diminatinya. Ini bertujuan untuk menarik minat calon mahasiswa dalam memilih kampus dan program studi yang diminati, supaya kedepannya tidak salah masuk jurusan, tetapi juga *bisa menyesuaikan* dengan apa yang ingin dikerjakan nantinya setelah lulus perkuliahan. Salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang tergolong baru di wilayah Jakarta adalah *Podomoro University*.

Ini yang dilakukan oleh *Podomoro University*. Dalam menarik minat calon mahasiswa yang akan melanjutkan perkuliahan dari SMA atau SMK, *Podomoro University* selalu mengadakan kegiatan-kegiatan yang ditujukan kepada murid-murid sekolah, baik di sekolah itu sendiri, maupun di dalam kampus. Tidak hanya itu, *Podomoro University* selalu mengadakan kegiatan presentasi dan *education fair* ke sekolah-sekolah demi menarik minat murid-murid sekolah yang mencari tempat kuliah pilihannya. Bahkan tidak hanya di Jakarta saja, melainkan hingga ke luar kota, hingga seluruh Indonesia. Bahkan, dalam menarik minat calon mahasiswa, pihak *Podomoro University* pun menggandeng *Campus ambassador* dalam kegiatan presentasi dan *education fair*. *Campus ambassador* sendiri merupakan perwakilan mahasiswa-mahasiswi dari berbagai jurusan yang sudah terpilih oleh tim *marketing* dan lulus seleksi untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut. Dan di *Podomoro University* sendiri, para *campus ambassador* memiliki panggilan *PUCA (Podomoro University Campus Ambassador)*. *PUCA* sendiri bertujuan agar bisa lebih meyakinkan kepada calon mahasiswa baru yang akan lanjut ke Perguruan Tinggi, karena *PUCA* dilakukan oleh mahasiswa-mahasiswi *Podomoro University* yang akan membantu menjelaskan berbagai macam hal mengenai Perguruan Tinggi itu, program studi, dan juga pengalaman-pengalaman yang sudah dialami dari para mahasiswa-mahasiswi yang tergabung didalamnya. Setiap mahasiswa-mahasiswi yang tergabung dalam *PUCA*, memiliki tanggung jawab untuk bisa meyakinkan serta bisa memahami kebutuhan calon mahasiswa baru yang akan melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi, khususnya di *Podomoro University*. Serta tidak lepas juga setiap anggota *PUCA* harus memahami seluruh program studi yang terdapat di *Podomoro University* dan bisa menjelaskan seluruh program studi yang ada dengan sangat jelas dan juga mudah dipahami oleh calon mahasiswa baru nantinya. Penulis melakukan penelitian ini karena penulis sendiri ikut bagian dalam kegiatan *PUCA* dan mempunyai pengalaman-pengalaman dalam kegiatan

tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Pada pembahasan topik ini, ada beberapa hal yang menjadi indikasi utama dalam menerapkan *Campus Ambassador* diantaranya adalah:

1. Kurangnya jumlah karyawan pemasaran *Podomoro University* dalam menarik calon minat mahasiswa baru.
2. Kurangnya informasi mengenai program studi yang terdapat di *Podomoro University*.
3. Penguasaan materi mengenai prodi dan fasilitas yang tersedia oleh tim pemasaran yang baru masih sangat kurang

1.3 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang dan identifikasi masalah, peneliti menemukan adanya kegiatan *Campus Ambassador* di *Podomoro University* yang dikenal dengan sebutan *PUCA (Podomoro University Campus Ambassador)*. Dengan adanya *PUCA*, peneliti akhirnya merumuskan menjadi pertanyaan berikut:

1. Seberapa besar peranan *PUCA* dalam kegiatan pemasaran dan promosi di *Podomoro University*?
2. Seberapa besar kontribusi yang sudah dilakukan oleh tim *PUCA* sendiri dalam menarik calon mahasiswa *Podomoro University*?
3. Seberapa besar keefektifan peranan *PUCA* dalam kegiatan pemasaran di *Podomoro University*?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis hanya memfokuskan penelitian pada kegiatan pemasaran yang melibatkan *PUCA* untuk angkatan 2018/2019 di *Podomoro University*.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Menganalisa peranan *PUCA* di *Podomoro University*
2. Menganalisa tingkat keefektifan peranan *PUCA* dalam kegiatan pemasaran di *Podomoro University*
3. Menganalisa seberapa besar kontribusi yang dilakukan *PUCA* di *Podomoro University*

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan penelitian ini bisa membawa beberapa manfaat yang antara lain adalah:

Manfaat Praktis:

1. Berguna bagi para calon mahasiswa *Podomoro University* untuk menjadi *Brand Ambassador*.
2. Membantu mempromosikan *Podomoro University* khususnya di bagian pemasaran.
3. Penulis berharap dengan melakukan penelitian ini bisa meningkatkan rasa bangga mahasiswa-mahasiswi *Podomoro University* dalam mengikuti kegiatan ini dan juga mampu menambah pengalaman dan pengetahuan seputar dunia pemasaran *Podomoro University*.
4. Para pembaca mampu menambah rasa kepercayaan diri dalam mengikuti kegiatan *PUCA* yang diadakan oleh pihak pemasaran *Podomoro University*.
5. Para pembaca mengetahui dunia kerja pemasaran.

Manfaat Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran dan informasi mengenai kegiatan *PUCA* yang terdapat di *Podomoro University* yang pada akhirnya dapat berguna bagi pihak *Podomoro University*, program studi, hingga mahasiswa-mahasiswi *Podomoro University* dan dapat memperkenalkan *Podomoro University* di kalangan pendidikan Indonesia dan juga di kalangan masyarakat luas.