

Strategi Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru di Perguruan Tinggi Swasta

Vina Mar'atus Sholihah*

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Aries Kurniawan

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Hadi Ismanto

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Vembri Aulia Rahmi

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Putra Panji Respati

Kewirausahaan, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

***Penulis Korespondensi**

Vina Mar'atus Sholihah

vinamaratus05@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history :

Received:
18 March 2025

Revised:
08 May 2025

Accepted:
30 May 2025

ABSTRACT

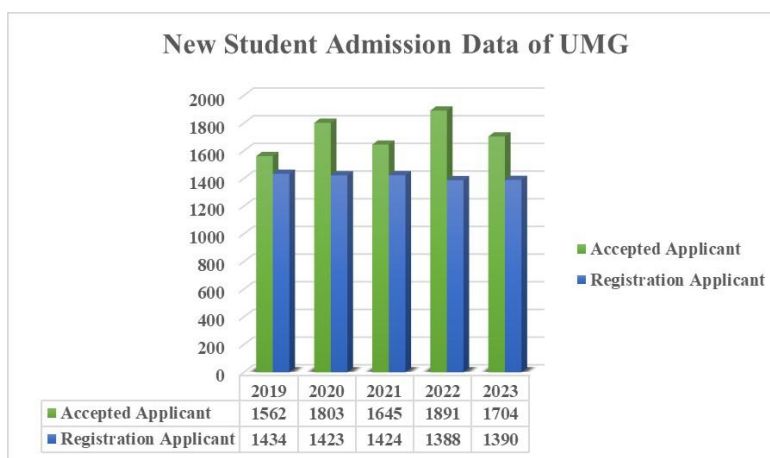
The impact of the Covid-19 pandemic, particularly on job losses among prospective students' parents, was the primary factor behind the decline in admissions in 2020. Additionally, the introduction of new study programs in 2019 and competition among universities in nearby areas also contributed to this fluctuation. The purpose of this analysis is to identify the causes of enrollment fluctuations and develop strategies to increase new student admissions at Universitas Muhammadiyah Gresik. This will lead to effective strategies to address these challenges and create programs that attract new students to register at Universitas Muhammadiyah Gresik. This research employs a qualitative method, with information obtained through interviews with relevant subjects, including the Head of Admissions & Public Relations from 2019-2023, Heads of Department, Admissions Officers, several students from 2023, and some prospective students for 2024. Analysis shows that online promotional strategies are highly effective, but personal connections and accreditation strengthening are also crucial. Altogether, these strategies successfully align the university with the dynamics of the higher education market. Recommendations are made to continue developing adaptive strategies to enhance the university's appeal in the increasingly competitive higher education landscape.

Keywords: *New students; higher education institutions; promotional strategies*

PENDAHULUAN

Tiap tahun, lembaga pendidikan tinggi membuka proses Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Kompetisi dalam menerima mahasiswa baru antara institusi pendidikan, terutama Perguruan Tinggi Swasta, sangat sengit untuk menarik minat calon mahasiswa sehingga memerlukan strategi yang efektif. Pemanfaatan strategi promosi yang sesuai oleh lembaga pendidikan tinggi dapat meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru (Indrawati, 2020).

Universitas Muhammadiyah Gresik (UMG) merupakan Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Gresik, beralamat di Jalan Sumatera No. 101 GKB Gresik. Penerimaan jumlah mahasiswa baru dari sekian program studi di Universitas Muhammadiyah Gresik mengalami kenaikan serta penurunan (fluktuasi). Hal ini juga dapat dilihat dari perkembangan jumlah mahasiswa yang mendaftar di Universitas Muhammadiyah Gresik. Berikut merupakan grafik data penerimaan mahasiswa baru yang mendaftar dan sudah dinyatakan diterima dan pendaftar yang telah melakukan registrasi.



Gambar 1. Grafik Data Penerimaan Mahasiswa Baru

Sumber: sim.umg.ac.id

Penurunan tingkat penerimaan mahasiswa baru yang telah mendaftar dapat berpotensi mengganggu aktivitas belajar-mengajar dan menimbulkan risiko finansial bagi universitas, bahkan dapat memengaruhi peringkat akreditasi kampus. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan strategi perbaikan baik dari segi eksternal maupun internal agar proses rekrutmen mahasiswa baru dapat menarik minat yang tinggi terhadap universitas ini (Nurdin & Dinnullah, 2017).

Banyak studi telah dilakukan mengenai fluktuasi dan strategi penerimaan mahasiswa baru. (Novita, 2018) melakukan analisis terhadap strategi pengembangan program studi untuk meningkatkan jumlah mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta. Hasil penelitian tersebut mengidentifikasi beberapa faktor yang menyebabkan penurunan jumlah mahasiswa baru, seperti peningkatan jumlah Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya yang memicu persaingan yang lebih ketat dalam menarik mahasiswa baru. Hal yang sama dilakukan (Hairani et al., 2022) yang menyoroti peningkatan persaingan dan dampak

pandemi *Covid-19* yang mengurangi minat masyarakat untuk melanjutkan studi atau menunda pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi, yang kemudian berdampak pada penurunan jumlah mahasiswa baru.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti ingin melakukan analisis untuk mengetahui penyebab kenaikan dan penurunan (fluktuasi) dan strategi peningkatan jumlah penerimaan mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Gresik. Sehingga dapat ditemukan strategi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut, dan menjadi ajang program yang menarik mahasiswa baru untuk mendaftar di Universitas Muhammadiyah Gresik.

STUDI EMPIRIS

Manajemen strategis menurut (Wheelen & Hunger, 2003), mencakup keputusan dan tindakan yang diambil oleh manajer untuk menentukan kinerja jangka panjang sebuah perusahaan. Manajer yang efektif mengakui peran penting manajemen strategis dalam sebuah organisasi, terutama terkait dengan kinerjanya. Menurut (Wheelen & Hunger, 2003), elemen dasar dari manajemen strategis meliputi *Environmental Scanning, Strategy Formulation, Strategy Implementation, Evaluation and Control*. Penelitian sebelumnya, seperti studi (Hairani et al., 2022) tentang Segmentasi Lokasi Promosi untuk Penerimaan Mahasiswa Baru, telah mengungkapkan bahwa peningkatan persaingan dan dampak pandemi *Covid-19* telah mengurangi minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan, menyebabkan penurunan jumlah penerimaan mahasiswa baru. Terdapat kesamaan hasil penelitian oleh (Helmy & Septama, 2021) menunjukkan bahwa pandemi *Covid-19* yang sedang berlangsung sejak awal tahun 2020 juga mempengaruhi proses sosialisasi dan promosi untuk penerimaan mahasiswa baru. Pandemi ini telah memaksa revisi kegiatan penerimaan mahasiswa baru, sehingga menyebabkan kebingungan di antara siswa dalam membuat keputusan terkait pendidikan tinggi.

Penelitian yang sama dilakukan (Novita, 2018) tentang Strategi Pengembangan Program Studi untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa pada Institusi Pendidikan Tinggi Swasta menyimpulkan bahwa penerimaan mahasiswa baru pada beberapa institusi swasta di Surabaya mengalami fluktuasi. Penurunan yang berkelanjutan dalam jumlah penerimaan mahasiswa baru menimbulkan risiko keuangan bagi institusi-institusi tersebut. Salah satu faktor penyebab penurunan penerimaan mahasiswa baru adalah peningkatan jumlah institusi pendidikan tinggi swasta di Surabaya, yang mendorong mereka untuk merancang strategi untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Studi (Suriyok, 2022) tentang Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities and Threats*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa keberagaman program menambah minat mahasiswa untuk mendaftar. Selain itu, dana promosi yang cukup, didukung oleh dosen berkualitas tinggi, program studi yang beragam, dan biaya kuliah yang terjangkau, dapat meningkatkan jumlah mahasiswa baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, untuk mengetahui sistem yang digunakan oleh Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru yang mendaftar. Dalam penelitian kualitatif, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti konsepsi dasar mengenai realitas, interaksi antara peneliti dan objek penelitian, kemungkinan generalisasi, hubungan kausal, dan peran nilai-nilai dalam penelitian (Hardani et al., 2020). Sugiyono menyatakan bahwa dalam metode penelitian kualitatif, fokus utamanya adalah pada kondisi alamiah di mana peneliti berinteraksi langsung dengan sumber data, dengan peneliti sebagai elemen kunci. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata atau gambar, dan tidak didasarkan pada angka. Selain itu, penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses daripada hasil akhirnya, dan analisis data dilakukan secara induktif. Lebih lanjut, penelitian ini lebih memperhatikan makna dari data yang diamati (Sugiyono, 2012).

Klenke dalam Salim dkk berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah suatu alat pemeriksaan yang khusus, termasuk persepsi, wawancara terorganisir, penyelidikan kontekstual, *focus group*, sejarah dan penyelidikan berbagai macam komposisi (Program et al., 2020). Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan strategi pengumpulan informasi yang disebut *purposive sampling*. Disebutkan Sugiyono, *purposive sampling* adalah suatu cara untuk menentukan contoh-contoh yang dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dan prosedur ini lebih cocok untuk penelitian kualitatif atau penelitian yang tidak mengharapkan (Sugiyono, 2012). Karena itu, informan yang dipertimbangkan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kredibilitas mereka dalam memberikan jawaban terkait permasalahan yang berhubungan dengan obyek penelitian, yakni Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik. Ada dua belas informan dalam penelitian ini antara lain Kepala Biro (Kabiرو) Admisi & Humas, Kepala Bagian, Kepala Urusan PMB, beberapa mahasiswa 2023, dan beberapa calon mahasiswa baru 2024.

Tabel 1. Profil Informan PMB Universitas Muhammadiyah Gresik

No.	Nama	Jenis Kelamin	Status
1.	A. Faris	Laki-laki	Kabiرو Admisi & Humas 2017/2022
2.	Alif S.	Laki-laki	Kabiرو Admisi & Humas 2023/2025
3.	Riska W.	Perempuan	Kepala Bagian
4.	Azmi M.	Laki-laki	Kepala Urusan PMB
5.	Zalfa	Perempuan	Mahasiswi Keperawatan
6.	Luna	Perempuan	Mahasiswi Keperawatan
7.	Akbar	Laki-laki	Mahasiswa Psikologi
8.	Zain	Laki-laki	Mahasiswa Psikologi
9.	Tsalisah	Perempuan	Mahasiswi Manajemen
10.	Fitriyah	Perempuan	Camaba 2024
11.	Maulana	Laki-Laki	Camaba 2024
12.	Sabrina	Perempuan	Camaba 2024

Sumber: Peneliti (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penyebab Fluktuasi Jumlah Mahasiswa Baru

Menurut (Surya, 2007) fluktuasi merujuk pada perubahan naik atau turunnya suatu variabel yang disebabkan oleh dinamika pasar. Secara konvensional, fluktuasi dapat diinterpretasikan sebagai perubahan nilai. Konsep fluktuasi merujuk pada lonjakan atau ketidakstabilan dalam suatu fenomena yang dapat direpresentasikan dalam bentuk grafik. Hal ini yang dialami Universitas Muhammadiyah Gresik dalam penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya. Ada beberapa penyebab fluktuasi terutama saat awal *Covid-19* masuk ke Indonesia. Seperti yang diutarakan oleh Riska W. selaku Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Gresik, bahwa:

“...tahun 2020 banyak camaba tidak melanjutkan untuk daftar ulang salah satunya yaitu karena orang tuanya terimbas Covid-19 dan di PHK dari pekerjaannya. Oleh karena itu terlihat dari perbedaan camaba yang mendaftar dan registrasi cukup signifikan. Namun kalo dilihat dari angka camaba yang registrasi, tahun 2020 lebih banyak dibandingkan tahun 2021-2023.”

Pendapat diatas dikuatkan oleh Kepala Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik tahun 2017/2022, A. Faris yang mengatakan bahwa:

“...pada tahun 2020, jumlah mahasiswa baru memang turun daripada tahun 2019, namun lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun-tahun setelahnya. Karena pada saat Covid-19 itu banyak camaba terutama yang beralokasi di Gresik sendiri lebih memilih berkuliah di Universitas Muhammadiyah Gresik untuk meminimalisir terinfeksi virus tersebut.”

Berdasarkan informasi yang didapat dari informan Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik, tahun 2020 angka calon mahasiswa baru yang telah dinyatakan diterima sebanyak 1803. Namun dari sekian banyaknya, camaba yang registrasi/daftar ulang hanya 75%. Hal tersebut yang kemudian menjadi sorotan Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik karena penurunannya cukup signifikan. Selain *Covid-19* ada beberapa hal yang juga menjadi penyebab fluktuasi jumlah mahasiswa baru, seperti pembagian program studi dan kepercayaan masyarakat terhadap akreditasi Universitas Muhammadiyah Gresik.

“Tahun 2019 adalah awal adanya fakultas kesehatan dengan 9 program studi. Maka otomatis pembagian penerimaan mahasiswa baru akan menurun seiring dengan bertambahnya jumlah pilihan program studi. Permasalahan selanjutnya yakni terkait dengan kepercayaan konsumen/masyarakat yang perlu dibangun, dengan cara terus mem-branding nama Universitas Muhammadiyah Gresik. Contoh saja saat tahun 2019 kami membuat istilah “milenial berprestasi” dengan ikon/maskot cak syam sebagai identitas Universitas Muhammadiyah Gresik...” (A. Faris, Kabiro Admisi & Humas tahun 2017/2022).

Sangat penting tentunya mempelajari teknik branding kampus terutama dalam menentukan *corporate communication* meliputi pewarnaan, logo, hingga tema *design* yang cocok sebagai ciri khas suatu instansi agar mudah diingat oleh masyarakat. Semakin banyaknya Perguruan Tinggi baik Swasta maupun Negeri menyebabkan persaingan semakin ketat. Jadi pihak kampus harus merumuskan sistem perbaikan untuk menyaingi perguruan tinggi lain.

“Secara pemikiran strategis, jumlah lulusan rata-ratanya sama setiap tahun terutama di daerah Gresik, Lamongan, Tuban dan sekitarnya. Sedangkan kita diapit oleh beberapa wilayah yang merupakan pesaing besar dalam ranah pendidikan terutama Surabaya, Sidoarjo, bahkan Malang. Kalo dianalisis kenapa jumlah mahasiswa baru stuck diangka itu-itu saja, karena memang pertimbangan dari segi rekomendasi dan lulusan, banyak yang berkuliah bukan hanya di Gresik namun juga ada di Malang, Surabaya, dan Sidoarjo. Dalam artian angka yang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Gresik ini tidak jauh beda dari tahun ke tahun.” (Alif S., Kabiرو Admisi & Humas tahun 2023/2025)

Hal ini dibuktikan dengan penelitian sebelumnya oleh (Novita, 2018) penelitian dengan kasus yang hampir serupa, khususnya Tinjauan Sistem Peningkatan Program dalam Memperluas Jumlah Mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta, mengidentifikasi bahwa jumlah penerimaan mahasiswa baru dalam program studi dari beberapa Perguruan Tinggi Swasta di Surabaya mengalami fluktuasi, yaitu naik dan turun. Salah satu faktor penyebab menurunnya jumlah mahasiswa baru adalah bertambahnya jumlah perguruan tinggi swasta di Surabaya yang menyebabkan adanya persaingan antar perguruan tinggi untuk mengembangkan strategi guna meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru.

Strategi dalam Upaya Meningkatkan Mahasiswa Baru

Menurut (David, 2006) strategi adalah sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang merupakan hasil khusus yang ingin dicapai oleh suatu organisasi atau perusahaan dalam melaksanakan misi intinya. Inti dari strategi terletak pada tindakan yang dilakukan, yaitu memilih tindakan yang berbeda dari pesaing. Strategi Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik dalam melaksanakan penerimaan mahasiswa baru, telah banyak dilakukan selama sepanjang tahun 2019 sampai tahun 2023 hingga saat ini dan akan terus berjalan. Mulai dari tahapan-tahapan strategi promosi secara *offline* hingga bergeser secara *online* seiring dengan kondisi yang dialami oleh Universitas Muhammadiyah Gresik.

“Kalo yang saya lihat strategi yang telah diterapkan pada tahun 2019-2023 itu beragam, mulai dari strategi konvensional hingga bergeser ke digital promotion. Strategi tersebut kami sesuaikan dengan target pasar, yang awalnya strategi konvensional seperti promosi ke beberapa sekolah yang ada di Gresik dan Lamongan, education fair ke beberapa kota, One Day One Class (ODOC), dan campus expo. Namun semakin kesini dapat kita lihat semua informasi itu

didapatkan dari sosial media, maka kita membaca peluang disitu, sehingga mulai dari tahun 2019 kita bergeser ke digital promotion secara bertahap dan kini semakin meningkat...” (Alif S., Kabiro Admisi & Humas tahun 2023/2025)

Pendapat diatas dikuatkan oleh Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Gresik, Riska W. yang mengatakan bahwa:

“Saat tahun 2019 kita masih sering melakukan strategi promosi secara offline seperti presentasi ke beberapa sekolah, memasang banner, menyebar flayer, dan melakukan pameran/open booth di mall bahkan di beberapa kota. Ketika Covid-19 menyerang, strategi kita bergeser dengan memaksimalkan promosi secara online melalui Instagram, Facebook, bahkan Kuliah Jaman NOW (nang omah wae) melalui zoom meeting dengan peserta siswa SMA/MA/SMK manapun...”

Sosialisasi ke Sekolah dan Guru Bimbingan dan Konseling

Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik telah melakukan kunjungan ke sekolah sejak tahun 2013 hingga saat ini. Dalam setiap kunjungan, mereka memberikan sosialisasi kepada guru bimbingan dan konseling sekolah, melakukan presentasi tentang Universitas Muhammadiyah Gresik, dan membagikan brosur kepada siswa-siswi sekolah.

Tabel 2. Jadwal Sosialisasi ke Sekolah Tahun 2024

Tanggal	Sekolah	Kabupaten
02/01/2024	SMAN 1 Sidayu	Gresik
02/01/2024	SMA Muhammadiyah 1	Gresik
05/01/2024	SMAN 1 Kembangbahu	Lamongan
08/01/2024	SMK Islam Lamongan	Lamongan
08/01/2024	MA Ma'arif Puter	Lamongan
09/01/2024	SMA Al Muniroh	Gresik
09/01/2024	MA Al Muniroh	Gresik
09/01/2024	SMK Al Muniroh	Gresik
09/01/2024	SMAM 9 Ujungpangkah	Gresik
09/01/2024	MA Islamiyah	Gresik
09/01/2024	SMK Roudlotul Hikmah	Gresik
10/01/2024	SMKM 1 Bungah	Gresik
10/01/2024	SMA Kanjeng Sepuh	Gresik
10/01/2024	Mambaul Hisan	Gresik
11/01/2024	SMK Dharma Wanita	Gresik
16/01/2024	SMAN 1 Sukodadi	Lamongan
18/01/2024	SMA Yasnu Manyar	Gresik
22/01/2024	SMAN 1 Kedamaean	Lamongan
23/01/2024	SMK Manbaul Ulum	Gresik
24/01/2024	SMKN 1 Lamongan	Lamongan
25/01/2024	SMKN 1 Sambeng	Lamongan
25/01/2024	SMKN 1 Tuban	Tuban
30/01/2024	SMA Muhammadiyah 6	Gresik
31/01/2024	SMK Muhammadiyah 9	Lamongan
31/01/2024	SMK Muhammadiyah 8	Lamongan
31/01/2024	MA Muhammadiyah 3	Lamongan
05/02/2024	SMK Nurul Hidayah	Gresik
05/02/2024	MA Ma'arif Miftahul Ulum	Gresik

05/02/2024	SMA Nusantara	Gresik
05/02/2024	MA Manbaul Ulum	Gresik
07/02/2024	SMK YPI Darussalam 1	Gresik
13/02/2024	MA YKUI Maskumambang	Gresik
24/04/2024	SMA NU 2 Gresik	Gresik
30/04/2024	SMKN 1 Cerme	Gresik
28/05/2024	SMK Nurul Islam	Gresik
25/06/2024	SMK Muhammadiyah 1	Gresik

Sumber: PMB Universitas Muhammadiyah Gresik (2024)

Seperti yang disampaikan oleh calon mahasiswa baru yang telah mendaftar di Unmuh Gresik melalui *voucher* yang diberikan saat presentasi ke sekolah MA Yasmu Manyar.

“...penjelasan yang diberikan oleh tim dari Unmuh Gresik saat kunjungan ke sekolah berhasil membuat saya yakin untuk mendaftar, karena banyak program menarik yang ditawarkan Unmuh Gresik.” (Fitriyah R., siswi MA Yasmu Manyar 2023)

Sosialisasi guru bimbingan dan konseling dilakukan 2 kali pada tanggal 11 Oktober 2023 di *Meeting Room* dan 18 Oktober 2023 di Hall Sang Pencerah Universitas Muhammadiyah Gresik. Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik akan menyelenggarakan pertemuan dengan guru-guru bimbingan dan konseling. Pertemuan tersebut bertujuan untuk memberikan informasi mengenai berbagai program studi, kurikulum, kerjasama industri, dan proses pendaftaran di universitas tersebut.

Melakukan Pameran

Pameran yang dilaksanakan Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik melalui beberapa macam kegiatan, seperti *Campus Expo*, *Education Fair* oleh Musyawarah Guru Bimbingan dan Konseling (MGBK) se-Jawa Timur, dan *Open Booth* di setiap ada kegiatan baik internal maupun eksternal. Teknik pelaksanaan pameran adalah Universitas Muhammadiyah Gresik menyediakan brosur, profil Universitas Muhammadiyah Gresik, *booklet*, *merchandise*, *voucher* formulir pendaftaran, *backdrop*, dan *standing banner*, serta tenaga yang akan memberikan informasi ke pengunjung. Para pengunjung selain menanyakan tentang alur pendaftaran mahasiswa baru, beasiswa dan program studi, mereka juga menanyakan tentang kuliah kelas sore yang dikhususkan untuk karyawan/pekerja. Berikut merupakan daftar kegiatan pameran yang setiap tahun diikuti Universitas Muhammadiyah Gresik.

Tabel 3. Jadwal Pameran Tahun 2023/2024

Tanggal	Tempat
14 Nov 2023	SMKN 1 Driyorejo
13 Des 2023	SMKN 1 Cerme
3 Jan 2024	Edufair Lamongan
4 Jan 2024	Edufair Gresik
16-17 Jan 2024	Edufair Rembang
18 Jan 2024	Edufair Bangkalan
23-24 Jan 2024	Edufair Kediri
29 Jan 2024	Edufair Mojokerto
30-31 Jan 2024	Edufair Jombang
7 Feb 2024	Edufair Bojonegoro
21 Feb 2024	Edufair Tuban

Sumber: PMB Universitas Muhammadiyah Gresik (2024)

Cukup banyak calon mahasiswa baru yang antusias untuk mendaftar di Unmuh Gresik setelah mengikuti pameran, seperti salah satu siswa dari SMKS PGRI 1 Gresik yang berpartisipasi dalam kegiatan Edufair Gresik 2024

“...saat pameran berlangsung saya sempat bingung karena sangat ramai dan banyak perguruan tinggi yang ikut serta dalam promosi. Namun saya tertarik dengan cara tim dari Unmuh Gresik dalam mengenalkan kampusnya, apalagi banyak hadiah yang diberikan saat itu.” (Maulana A., peserta Edufair Gresik 2024)

One Day One Class (ODOC)

One Day One Class merupakan salah satu program promosi PMB Universitas Muhammadiyah Gresik, dengan mendatangkan siswa-siswi SMA/MA/SMK sederajat untuk memberikan pengalaman dunia perkuliahan secara langsung. Mekanisme pelaksanaannya sesuai dengan minat siswa-siswi terhadap program studi yang dipilih. Rangkaian kegiatan ODOC ini meliputi penjelasan kampus secara menyeluruh, penayangan video profil, *sharing session*, *ice breaking*, dan selanjutnya pengarahan ke kelas program studi masing-masing. Tujuan program ini diadakan yaitu dengan harapan mampu menjadikan pengalaman untuk siswa-siswi lebih mengenal dunia kampus dan mempersiapkan diri ke jenjang mahasiswa. ODOC pertama periode 2023/2024 telah terlaksana pada tanggal 14 Desember 2023 oleh SMK NU Gresik. Dengan salah satu peserta yang langsung mendaftar untuk kuliah di Unmuh Gresik menyampaikan bahwa:

“Rasanya senang saat mengikuti ODOC yang diadakan di Unmuh Gresik, kami disambut baik. Saya memutuskan untuk daftar di Unmuh Gresik karena dekat dengan rumah, jurusan juga sesuai dengan keinginan saya, dan bisa membantu orang tua.” (Sabrina P., peserta ODOC 2023)



Gambar 2. ODOC SMK NU Gresik
Sumber: Humas Universitas Muhammadiyah Gresik (2024)

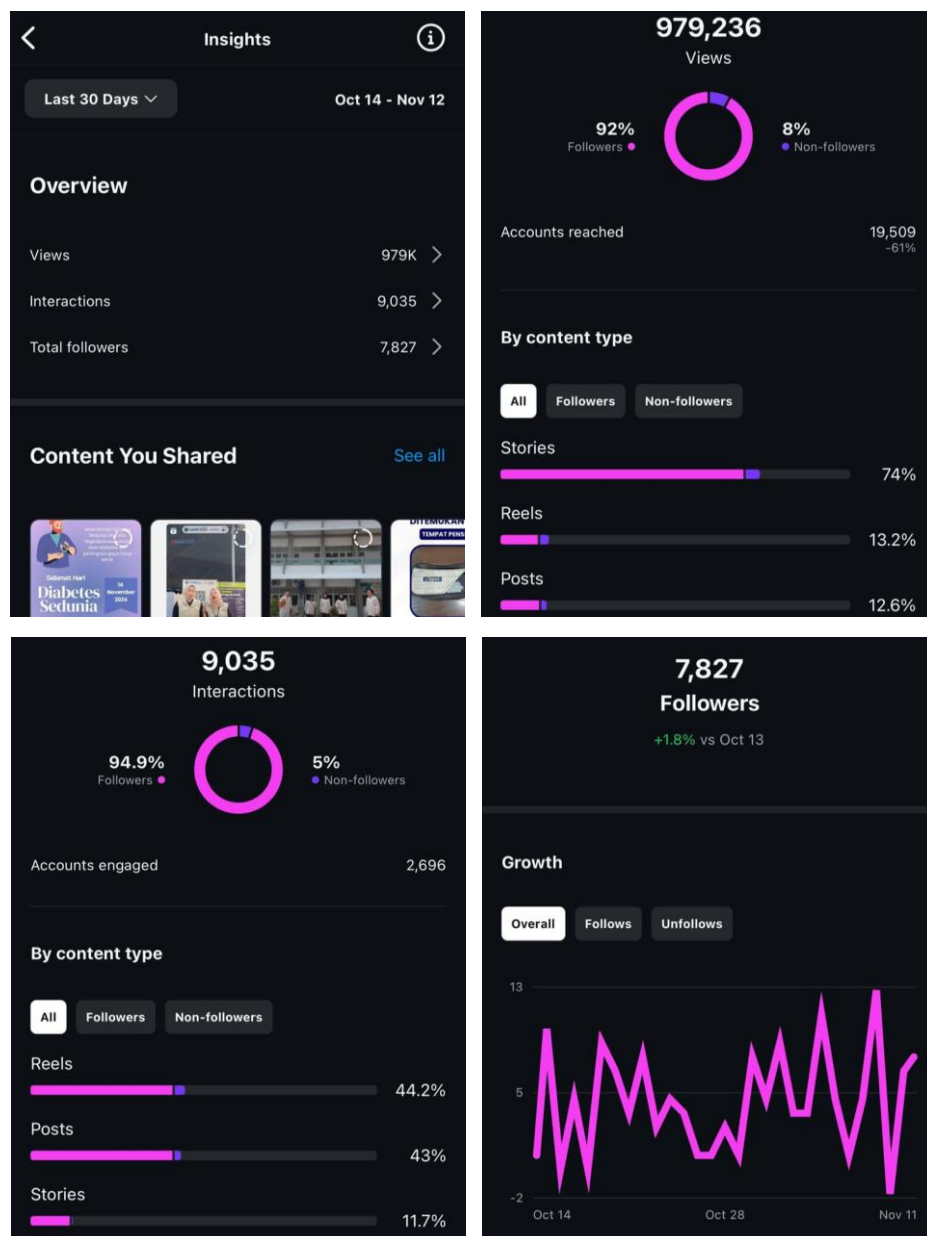
Media Sosial

Media sosial kini telah menjadi populer dalam komunikasi pemasaran. (Iman et al., 2015) menjelaskan bahwa media sosial adalah sekelompok aplikasi daring yang didasarkan pada prinsip-prinsip ideologi dan teknologi Web 2.0, memungkinkan pengguna internet untuk saling bertukar informasi dan menciptakan konten. Contoh dari media sosial yang digunakan oleh Universitas Muhammadiyah Gresik adalah Instagram, Facebook, WhatsApp, Tiktok, dan Youtube.

"...strategi selanjutnya berkaitan dengan media sosial yakni promosi online dengan membuat konten-konten menarik di Instagram, Tiktok, bahkan Youtube. Apalagi saat ini sudah ada kegiatan terbaru setiap hari rabu yaitu Ngonline (Ngobrol Online), untuk memperkenalkan masing-masing program studi kepada khalayak umum." (A. Mubarak, Kepala Urusan PMB)

Pendapat diatas dikuatkan oleh Kepala Biro Admisi & Humas Univeristas Muhammadiyah Gresik tahun 2023/2025, Alif S. yang mengatakan bahwa:

"...semakin kesini dapat kita lihat semua informasi itu didapatkan dari social media, maka kita membaca peluang disitu, sehingga mulai dari tahun 2019 kita bergeser ke digital promotion secara bertahap dan kini semakin meningkat..."



Gambar 3. *Insight* Instagram
Sumber: Instagram @unmuhgresikofficial

Anggota tim humas selalu membuat konten-konten menarik baik tentang informasi pendaftaran mahasiswa baru maupun eksistensi media sosial. Sangat penting mempelajari algoritma media sosial agar mudah untuk viral atau *For Your Page* (FYP). Dengan mengikuti tren saat ini dan mengunggah konten pada waktu terbaik dapat meningkatkan *insight* di media sosial.

Pentingnya Strategi Bagi Calon Mahasiswa Baru

Dari berbagai strategi yang telah dilakukan oleh Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Tentunya mempunyai pengaruh masing-masing, baik itu kecil maupun besar sekaligus.

Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dan wawancara mendalam ke beberapa mahasiswa baru tahun 2023.

Tabel 4. Hasil Wawancara Mendalam dengan Informan

Informan	Alasan kuliah di Unmuh Gresik	Awal tahu Unmuh Gresik
Zalfa	• Lokasi strategis • Akreditasi bagus	• Media sosial • Rekomendasi saudara
Luna	• Peringkat ke-1 di Gresik • Dekat dari rumah	• Media sosial • Rekomendasi teman
Akbar	• Tidak jauh dari rumah • Kampusnya bagus	• Saudara • Keluarga alumni Unmuh Gresik
Zain	Tidak ada pilihan lain, tujuan utama	Rekomendasi teman alumni Unmuh Gresik
Tsalisah	Banyak beasiswa	Rekomendasi teman dan saudara

Sumber: Peneliti (2023)

Dari tabel hasil wawancara diatas dapat disimpulkan, bahwa strategi promosi secara *online* melalui media sosial sangat berpengaruh untuk memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru. Hal ini juga didukung oleh pendapat beberapa informan seperti Kepala Biro Admisi & Humas tahun 2023/2025 dan Kepala Bagian Humas Universitas Muhammadiyah Gresik.

“...sejauh ini social media merupakan salah satu cara yang efektif menyampaikan informasi kepada camaba. Selain jangkauannya lebih luas, dari segi biaya juga lebih murah, efisien dan efektif. Karena saat kita menerapkan strategi promosi secara konvensional pun datanya akan diproses secara digitalisasi juga untuk ajang promosi melalui media sosial...” (Alif S., Kabiro Admisi & Humas tahun 2023/2025)

“...kalo Bu Riska tetap konten yang kita share di media sosial, dibandingkan dengan Kuliah Jaman NOW tahun 2019. Karena para camaba aktivitasnya lebih sering berinteraksi dengan handphone, maka menurut saya strategi yang paling berpengaruh untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru adalah strategi promosi online terutama media sosial. Selain jangkauannya yang luas, social media juga kuat sekali untuk menarik perhatian camaba apalagi jika di iklankan.” (Riska W., Kepala Bagian Humas)

Terdapat hal penting yang harus terus dikembangkan selain daripada media sosial. Hubungan baik antara universitas dengan mahasiswa, dapat menjadi ajang strategi promosi konvensional melalui bentuk ajakan kepada teman atau saudara mahasiswa tersebut. Secara tidak langsung mahasiswa atau bahkan alumni bisa mengajak calon mahasiswa baru untuk mendaftar di Universitas Muhammadiyah Gresik. Begitupun dengan semakin bagus akreditasi universitas, dapat meningkatkan rasa kepercayaan masyarakat.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mengindikasikan bahwa penelitian ini menyoroti fluktuasi jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Gresik dan strategi yang diambil untuk meningkatkan penerimaan mahasiswa. Analisis terhadap hasil penelitian menunjukkan adanya beberapa faktor penyebab fluktuasi jumlah mahasiswa baru. Pertama-tama, pandemi *Covid-19* memainkan peran sentral dalam fluktuasi ini. Dampak ekonomi dari pandemi menyebabkan banyak orang tua calon mahasiswa kehilangan pekerjaan, sehingga menghambat kemampuan finansial untuk membiayai pendidikan. Hal ini dibuktikan oleh (Seto, 2021) dalam penelitiannya menyampaikan *Covid-19* yang awalnya berasal dari China dan akhirnya menyebar ke seluruh negara pada awal tahun 2020 telah memberikan tekanan pada perekonomian dunia, termasuk perekonomian Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan pada Agustus 2020 pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II tahun 2020 minus 5,32%. Pada tahun 2020, sejumlah calon mahasiswa tidak meneruskan proses pendaftaran, mengakibatkan penurunan yang signifikan dalam jumlah mahasiswa baru. Meskipun demikian, angka registrasi camaba pada tahun 2020 lebih tinggi dibandingkan dengan tahun-tahun berikutnya, hal ini menunjukkan adanya bentuk adaptasi terhadap situasi pandemi.

Faktor lain yang turut berkontribusi adalah pembagian program studi yang baru dimulai pada tahun 2019. Penambahan program studi, terutama di fakultas kesehatan, mempengaruhi distribusi penerimaan mahasiswa baru. Penelitian sebelumnya juga mengaitkan penurunan jumlah mahasiswa baru dengan meningkatnya jumlah perguruan tinggi di daerah sekitar, menciptakan persaingan yang ketat. Namun, tidak hanya faktor internal yang sangat penting, tetapi juga faktor eksternal seperti persepsi masyarakat terhadap akreditasi universitas. Pengembangan strategi dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru menjadi langkah krusial bagi Universitas Muhammadiyah Gresik. Strategi tersebut mencakup pendekatan konvensional dan digital. Strategi konvensional melibatkan kegiatan seperti pameran, kunjungan ke sekolah, dan sosialisasi kepada guru bimbingan dan konseling. Pameran tersebut melibatkan penyediaan berbagai materi promosi, mulai dari brosur hingga *merchandise*, guna meningkatkan eksposur universitas. Sosialisasi ke sekolah dilakukan melalui pertemuan dengan guru bimbingan dan konseling, memberikan informasi yang mendalam tentang program studi, kurikulum, dan kegiatan pendaftaran.

Di sisi lain, strategi digital menjadi semakin dominan, terutama sejak tahun 2019. Pergeseran ini mencakup promosi *online* melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube. Penggunaan media sosial diakui sebagai metode yang efektif untuk mencapai calon mahasiswa dengan jangkauan yang lebih luas, biaya yang lebih terjangkau, dan interaksi yang intens dengan pengguna melalui *platform handphone*. Program seperti '*One Day One Class*' (ODOC) juga menjadi bagian dari strategi, memberikan pengalaman langsung kepada calon mahasiswa tentang kehidupan perkuliahan. Selain itu, kegiatan seperti '*Ngonline*' (Ngobrol *Online*) diadakan setiap hari Rabu untuk memperkenalkan program studi kepada khalayak umum melalui media sosial. Dalam analisis dampak strategi, calon mahasiswa baru menunjukkan bahwa strategi promosi *online* sangat dominan. Kemudahan akses, interaksi intens, dan biaya yang terjangkau menjadikan media sosial sebagai alat yang efektif untuk menyampaikan informasi. Namun, strategi personal yang melibatkan mahasiswa dan alumni dalam

promosi juga dinilai penting, menciptakan rekomendasi positif yang dapat memengaruhi keputusan calon mahasiswa.

Pentingnya pemantapan akreditasi universitas sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat juga ditekankan. Citra universitas yang baik dapat meningkatkan daya tarik bagi calon mahasiswa baru. Dengan demikian, keseluruhan pembahasan menggambarkan kerangka kerja penyebab fluktuasi jumlah mahasiswa baru, strategi yang diambil untuk mengatasi tantangan tersebut, serta dampak strategi tersebut terhadap persepsi calon mahasiswa. Selanjutnya, rekomendasi untuk pengembangan strategi penerimaan mahasiswa baru juga telah diajukan guna meningkatkan daya tarik Universitas Muhammadiyah Gresik di tengah ketatnya persaingan di dunia pendidikan tinggi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi jumlah mahasiswa baru di Universitas Muhammadiyah Gresik dipengaruhi oleh beberapa faktor, terutama pandemi *Covid-19* dan pembagian program studi pada tahun 2019. Strategi penerimaan mahasiswa baru yang diadopsi universitas mencakup pendekatan konvensional dan digital. Meskipun dampak pandemi menyebabkan penurunan jumlah mahasiswa baru pada tahun 2020, adaptasi strategi, terutama melalui promosi *online* di media sosial, memainkan peran penting dalam meningkatkan penerimaan. Kombinasi strategi konvensional seperti pameran dan pertemuan dengan guru bimbingan dan konseling dengan strategi digital, termasuk program '*One Day One Class*' dan promosi *online*, memunculkan hasil positif. Pentingnya pemantapan akreditasi dan hubungan personal dalam strategi juga ditekankan sebagai faktor peningkatan daya tarik universitas di tengah persaingan pendidikan tinggi yang ketat. Rekomendasi untuk pengembangan strategi penerimaan mahasiswa baru juga telah diajukan, menyoroti kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan perubahan kondisi eksternal dan persaingan yang dinamis.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, minimnya literatur yang mencakup topik fluktuasi dan strategi penerimaan mahasiswa baru menyebabkan keterbatasan informasi yang tersedia bagi peneliti. Kedua, karena fenomena yang diteliti juga terjadi selama pandemi *Covid-19*, informan menghadapi situasi yang belum pernah mereka alami sebelumnya, sehingga analisis masalahnya menjadi unik dan tidak dapat dibandingkan dengan kasus lain yang mungkin terjadi sebelumnya.

Saran yang dapat diberikan kepada Tim Biro Admisi & Humas Universitas Muhammadiyah Gresik adalah meningkatkan promosi melalui media sosial untuk lebih menonjolkan informasi tentang penerimaan mahasiswa baru yang telah dilakukan. Ini akan membantu menyampaikan kepada masyarakat bahwa Universitas Muhammadiyah Gresik meraih peringkat teratas di Kabupaten Gresik, Lamongan, dan Tuban menurut Kemdikbud. Universitas tersebut menawarkan beragam program menarik, termasuk lokasi yang strategis, jadwal kuliah fleksibel dengan kelas pagi dan sore, berbagai beasiswa, serta jalur pendaftaran yang mudah. Bagi peneliti berikutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan fokus pada fluktuasi dan strategi penerimaan mahasiswa baru untuk mendapatkan lebih banyak referensi terkait. Selain itu, untuk

mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan meluas, penelitian selanjutnya disarankan untuk memilih obyek penelitian yang berbeda dalam fluktuasi dan strategi penerimaan mahasiswa baru.

REFERENSI

- David, F. R. (2006). *Konsep Manajemen Strategis* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Hairani, H., Susilowati, D., Puji Lestari, I., Marzuki, K., & Mardedi, L. Z. A. (2022). Segmentasi Lokasi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode RFM dan K-Means Clustering. *MATRIK: Jurnal Manajemen, Teknik Informatika Dan Rekayasa Komputer*, 21(2), 275–282. <https://doi.org/10.30812/matrik.v21i2.1542>
- Hardani, H., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Helmy, F., & Septama, H. (2021). *Sosialisasi penerimaan mahasiswa baru unila dalam kondisi pandemi covid-19*. <http://jss.lppm.unila.ac.id/index.php/ojs/article/view/288%0A>
- Iman, K. D., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia). *Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 1–9.
- Indrawati, B. (2020). Tantangan dan Peluang Pendidikan Tinggi Dalam Masa dan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 1(1), 39–48. <https://doi.org/10.31599/jki.v1i1.261>
- Novita, D. (2018). Strategi Pengembangan Program Studi Dalam Meningkatkan Perolehan Jumlah Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Manajemen KINERJA*, Vol. 4(1), 30–45. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/kinerja/article/view/614>
- Nurdin, S., & Dinnullah, R. N. I. (2017). Analisis Penerimaan Mahasiswa Baru dengan Penentuan Strategi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16(2), 100. <https://doi.org/10.23917/jiti.v16i2.3234>
- Program, D., Pariwisata, S., Surabaya, U. C., Anshori, M. Y., Nahdlatul, U., & Surabaya, U. (n. d.). (2020). *STRATEGI BISNIS PRIMEBIZ HOTEL SURABAYA MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 Pendahuluan Landasan Teori*.
- Seto, A. A. (2021). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Kinerja Keuangan Sektor Perbankan Di Indonesia. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2). <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.248>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Suriyok, K. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah

Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 53–59.
<https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i1.908>

Surya, Y. (2007). *Ekonofisika dan Nobel ekonomi*. Jakarta : Kompas.

Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2003). *Strategic Management and Bussiness Policy*. p4.