# LAPORAN PERTANGGUNG JAWABAN MARKETING **TAHUN 2026**

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Pertanggungjawaban kegiatan marketing STIE Widya Wiwaha Yogyakarta Tahun 2026 ini telah diperiksa dan disahkan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan marketing selama satu Tahun.

Yogyakarta, 10 September 2026

Mengetahui

| Ketua TIM PMB | Ketua STIE Widya Wiwaha |
| --- | --- |
| Agung Slamet Prasetyo, ST.,MM | Dr. Nur Widiastuti, S.E., M.Si |

# KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*.
Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan marketing STIE Widya Wiwaha Yogyakarta Tahun 2026 dapat terlaksana dengan baik. Laporan ini merupakan hasil dari pelaksanaan kegiatan marketing yang telah dilakukan selama satu tahun. Pada tahun 2026 kegiatan marketing menjadi dua kategori utama, yaitu Kegiatan online yaitu meliputi promosi melalui media sosial, baliho, iklan digital, wa blast dan spanduk. Kegiatan offline yang mencakup edu fair, presentasi, kunjungan ke instansi dan sekolah
Laporan Pertanggungjawaban ini disusun sebagai bentuk akuntabilitas pelaksanaan program sekaligus sebagai bahan evaluasi dan acuan untuk kegiatan marketing pada periode berikutnya

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pimpinan STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, civitas akademik, serta seluruh mahasiswa yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*.

Yogyakarta, 10 September 2026

Ketua Tim PMB

Agung Slamet Prasetyo, ST.,MM

# DAFTAR ISI

**HALAMAN PENGESAHAN** **2**
**KATA PENGANTAR** **3**
**DAFTAR ISI** **4**
**A. PENDAHULUAN** **5**
1. Latar Belakang 5
2. Maksud dan Tujuan 5
**B. PELAKSANAAN PROGRAM KERJA** **6**
1. Sosialisasi dan Edufair 6
2. Media Luar Ruang dan Korespondensi 6
3. Program Member Get Member (MGM) 6
4. Analisis Kinerja Pemasaran Digital 6
**D. EVALUASI DAN REKOMENDASI STRATEGIS** **7**
Evaluasi 7
Rencana Tindak Lanjut 7
**E. PENUTUP** **7**
**LAMPIRAN**

# A. PENDAHULUAN

## 1. Latar Belakang

Dinamika persaingan antar perguruan tinggi yang semakin kompetitif, institusi pendidikan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif, sistematis, dan berkelanjutan. Kegiatan marketing tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai upaya strategis dalam membangun citra institusi serta meningkatkan daya tarik calon mahasiswa. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha sebagai institusi pendidikan tinggi di bidang ekonomi senantiasa berupaya meningkatkan kualitas dan kuantitas penerimaan mahasiswa baru melalui berbagai kegiatan pemasaran. Pada tahun 2026, strategi marketing difokuskan pada penguatan promosi berbasis digital serta optimalisasi kegiatan promosi langsung ke calon mahasiswa.

Seluruh upaya strategis tersebut merupakan langkah konkret dalam mewujudkan Visi STIE Widya Wiwaha, yaitu menjadi perguruan tinggi bisnis bereputasi internasional berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, kewirausahaan berwawasan global yang dilandasi akhlak mulia pada tahun 2035. Melalui kegiatan pemasaran yang terukur, institusi berupaya mengkomunikasikan nilai-nilai unggul perguruan tinggi kepada masyarakat luas, sejalan dengan komitmen dalam menjalankan Misi STIE Widya Wiwaha, yakni:

1. Menyelenggarakan pendidikan akuntansi dan manajemen yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan bisnis.
2. Menyelenggarakan dan menghasilkan penelitian dan publikasi ilmiah bidang akuntansi dan manajemen yang berkualitas dan berorientasi pada kebutuhan bisnis.
3. Meningkatkan peran serta institusi dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan bisnis melalui pengabdian masyarakat.
4. Membangun kepercayaan dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas tridharma perguruan tinggi.

Dengan mengintegrasikan visi dan misi ke dalam strategi pemasaran, diharapkan program kerja tahun 2026 tidak hanya mampu meningkatkan jumlah pendaftar, tetapi juga memperkuat posisi STIE Widya Wiwaha sebagai perguruan tinggi bisnis yang terpercaya dan mampu mencetak lulusan yang berdaya saing global namun tetap memiliki akhlak mulia. Laporan ini disusun untuk mengevaluasi sejauh mana implementasi strategi tersebut dalam mendukung tujuan besar institusi.

## 2. Maksud dan Tujuan

Penyusunan laporan ini dimaksudkan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan marketing selama tahun 2026.

Adapun tujuan dari laporan ini adalah:

1. Mendokumentasikan seluruh kegiatan marketing yang telah dilaksanakan
2. Menyajikan capaian kinerja secara sistematis dan terukur

3. Menjadi bahan evaluasi untuk peningkatan strategi marketing
4. Memberikan informasi kepada pimpinan terkait efektivitas kegiatan pemasaran

# B. PELAKSANAAN PROGRAM KERJA

## 1. Sosialisasi dan Edufair

Sosialisasi dan Edufair Pemasaran langsung ke institusi pendidikan dan perusahaan tetap menjadi tulang punggung perolehan basis data calon mahasiswa. Realisasi kegiatan meliputi :

1. Kunjungan Sekolah: Institusi Pendidikan: 91
2. Kunjungan Institusi/Perusahaan/Kelurahan: 38
3. Presentasi Instansi/Kelurahan: 5
4. Presentasi Sekolah:  19 Sesi.
5. Edufair: Partisipasi dalam  pameran pendidikan: 7
6. Sebar Brosur: 7

Hasil dari rangkaian kegiatan ini adalah perolehan basis data kontak (WhatsApp) sebanyak 3.112 calon mahasiswa

.

## 2. Media Luar Ruang dan Korespondensi

Branding Baliho: Pemeliharaan rutin dilakukan setiap bulan. Pada titik strategis (Tungkak), pertigaan Wiyoro ( Jl. Wonosari ), dilakukan penyesuaian teknis ukuran baliho untuk memenuhi regulasi perizinan dari Dinas terkait.
Direct Mail: Pengiriman 300 surat resmi pada periode Mei-Juni menghasilkan tingkat respons sebesar 1,6% (5 respons)

## 3. Program Member Get Member (MGM)

Program Member Get Member (MGM) Sosialisasi dilakukan secara luas kepada publik. Secara internal, mahasiswa dilibatkan aktif sebagai agen informasi pada setiap akhir semester untuk mendistribusikan brosur di wilayah asal masing-masing.

## 4. Analisis Kinerja Pemasaran Digital

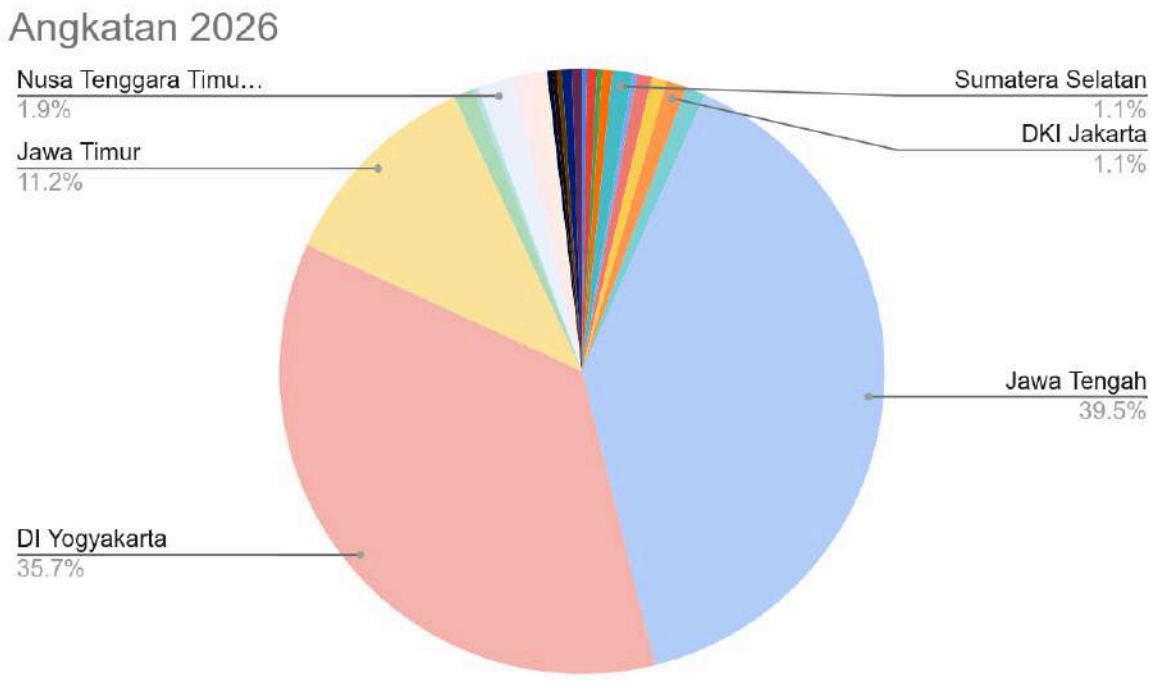
1. **WhatsApp Marketing**
   WhatsApp Marketing Optimalisasi data 3.112 kontak dilakukan melalui metode WhatsApp Blast. Program ini mencatatkan tingkat respons sebesar 15%.
2. **Performa Media Sosial**
   Instagram: Dalam periode evaluasi 90 hari, tercatat 196.729 tayangan dengan jangkauan 32.905 akun. Dengan komposisi tayangan berdasarkan jenis konten feed/ postingan 67.000, reel 44.000, cerita 35.000. Jumlah pengikut tumbuh 8.3 % menjadi 1596.

# C. Realisasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)

Total mahasiswa baru yang terdaftar pada tahun akademik 2026 adalah mahasiswa, dengan rincian per kategori program sebagai berikut:

| Jalur Program | Manajemen | Akuntansi | MM | Total |
|---|---|---|---|---|
| **Reguler** | 81 | 45 | | **126** |
| **RPL (Rekognisi Pembelajaran Lampau)** | 10 | 5 | | **15** |
| **Ekstensi** | 31 | 11 | | **42** |
| **TOTAL** | **122** | **61** | | **183** |

**Sebaran Mahasiswa Baru 2026**



REALISASI BEASISWA

Realisasi penyaluran bantuan dana pendidikan bagi mahasiswa/siswa penerima beasiswa KIP Kuliah, P3U, dan program Anak Asuh telah terlaksana 100% sesuai dengan kuota dan jadwal yang ditetapkan. Untuk program KIP Kuliah 97 mahasiswa , P3U 21 mahasiswa dan untuk program anak asuh ada 5 mahasiswa. Dengan demikian, jumlah penerima bantuan beasiswa berjumlah 83 mahasiswa dengan tingkat realisasi mencapai 100 %.

# D. EVALUASI DAN REKOMENDASI STRATEGIS

## 1. Evaluasi

Meskipun kegiatan marketing telah berjalan dengan baik, terdapat beberapa aspek yang masih perlu ditingkatkan, antara lain:

1. Pengembangan konten promosi yang lebih menarik dan variatif
2. Peningkatan sistem pengelolaan database agar lebih terstruktur
3. Perlunya penyempurnaan narasi (*copywriting*) dalam WhatsApp *Blast* untuk meningkatkan efektivitas respons.
4. Koordinasi proaktif terkait perizinan media luar ruang guna menghindari kendala teknis di lapangan.
5. Promosi ke sekolah-sekolah kurang begitu efektif

## 2. Rencana Tindak Lanjut

Sebagai upaya peningkatan kualitas kegiatan marketing di masa mendatang, direncanakan beberapa langkah strategis, yaitu:

1. Memanfaatkan database secara lebih optimal melalui segmentasi data
2. Meningkatkan inovasi dalam media dan metode promosi
3. Memperkuat interaksi dan engagement dengan calon mahasiswa
4. Meningkatkan intensitas konten video pendek (Reels & TikTok) menjadi frekuensi harian.
5. Menginisiasi penggunaan iklan berbayar (*Ads*) dan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan audiens digital.
6. Promosi *door to door* lebih digalakkan

# E. PENUTUP

Secara keseluruhan, kegiatan marketing Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha selama tahun 2025 telah dilaksanakan dengan baik, terarah, dan berkesinambungan. Berbagai strategi yang diterapkan, khususnya dalam pemanfaatan media digital, telah memberikan hasil yang positif dalam memperluas jangkauan promosi.

Diharapkan pada tahun-tahun berikutnya, kegiatan marketing dapat terus ditingkatkan melalui inovasi, pemanfaatan teknologi, serta strategi yang lebih adaptif terhadap perkembangan zaman, sehingga mampu meningkatkan jumlah mahasiswa baru secara optimal.

**LAMPIRAN**

**1.1 Tabel Kegiatan Marketing**

| No | Kegiatan | Bulan | | | | | | | | | | | | Capaian | Tindak Lanjut |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | | |
| | **MARKETING** | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Kunjungan Sekolah | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | 192 Sekolah<br>101 Institusi/perusahaan<br>27 Presentasi Sekolah<br>14 Edufair | 3112 Data no WA |
| 2 | Blast WA | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | Blast ke 3112 WA dengan 15% direspon oleh calon mahasiswa | Perbaiki trik dalam WA Blast |
| 3 | Baliho | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | Baliho tungkak ada permasalahan terkait perizinan, akhirnya lebar baliho dipotong menyesuaikan dengan izin dari dinas | |
| 4 | Sosialisasi MGM | | | | | | | | | | | | | Sosialisasi MGM ke khalayak umum,<br>Khusus mahasiswa, setiap akhir semester diminta menyebar brosur ke daerah masing masing | |
| 56 | **SOSIAL MEDIA**<br>Pembuatan Konten, Rapat Koordinasi, Shoot Content, Pembuatan Desain dan Posting IG dan TikTok | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | V | Instagram -> 90 hari terakhir<br>* Tayangan sebanyak 196.729<br>* Akun yang dijangkau 32.905<br>* Jenis konten: postingan 67.000, reels 44.000 cerita 35.000<br>* Pengikut naik 8.3% (197 followers) menjadi 1.596<br><br>TikTok -> dalam setahun<br>* Video views 142.011 (naik 71,62%)<br>* Reached audience 69.011 (naik 81,18%)<br>* Profile views 4.451 (naik 77,26%) | * Tiap hari posting reels Instagram dan Video TikTok<br>* Iklan berbayar dan penggunaan influencer |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 7 | Penerimaan<br>Mahasiswa Baru | | | | | | | | | | | | Reguler<br>Manajemen 81<br>Akuntansi 45<br>Ekstensi<br>Manajemen 31<br>Akuntansi 11<br>RPL<br>Manajemen 10<br>Akuntansi 5<br>Total 183 | Dapat KIP dari Aspirasi |

**SURAT KEPUTUSAN**
**Nomor: 07/STIEWW/SK/IX/2024**

**TENTANG**
**PEDOMAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU**
**STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

Dengan rahmat Allah SWT., Ketua STIE Widya Wiwaha Yogyakarta,

Menimbang :
1. Bahwa dalam rangka Penerimaan Mahasiswa Baru STIE Widya Wiwaha, perlu ditetapkan Pedoman Penerimaan Mahasiswa Baru
2. Bahwa Pedoman Penerimaan Mahasiswa Baru merupakan dokumen yang akan menjadi acuan dalam proses penerimaan Mahasiswa Baru
3. Bahwa berdasar huruf a dan b, perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua STIE Widya Wiwaha

Mengingat :
1. Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. PP no 66 tahun 2020 tentang perubahan atas PP no.17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan penyelenggaraan Pendidikan Tinggi;
4. Permendikbud Nomor 3 tahun 2020, Standar Nasional Pendidikan Tinggi
5. Statuta STIE Widya Wiwaha.

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan :
1. Mengesahkan Pedoman Penerimaan Mahasiswa Baru STIE Widya Wiwaha sebagaimana tertera dalam lampiran surat keputusan ini;
2. Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini maka akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Yogyakarta
Pada tanggal : 6 Agustus 2024
Ketua,

Dr. Nur Widiastuti, S.E., M.Si

**SURAT KEPUTUSAN**
**NO : 29A/STIEWW/SK/IX/2026**

**TENTANG**
**PEMBENTUKAN TIM MARKETING DAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB) TAHUN AKADEMIK 2027/2028 SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA**

Dengan rahmat Allah SWT., Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta,

Menimbang :
a. bahwa dalam rangka meningkatkan efektivitas pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Tahun Akademik 2027/2028, diperlukan tim yang bertugas merencanakan, mengoordinasikan, dan melaksanakan kegiatan penerimaan mahasiswa baru;
b. bahwa untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan penerimaan mahasiswa baru, perlu dibentuk Tim Marketing dan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Tahun Akademik 2027/2028;
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud pada huruf a dan b, perlu ditetapkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha tentang Pembentukan Tim Marketing dan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Tahun Akademik 2027/2028.

Mengingat :
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
5. Statuta STIE Widya Wiwaha.

**MEMUTUSKAN**

Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN KETUA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA TENTANG PEMBENTUKAN TIM MARKETING DAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB) TAHUN AKADEMIK 2027/2028 SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA.

| | | |
|---|---|---|
| Kesatu | : | Membentuk Tim Marketing dan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Tahun Akademik 2027/2028 dengan susunan personalia sebagaimana tercantum dalam lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Surat Keputusan ini. |
| Kedua | : | Tim sebagaimana dimaksud dalam diktum KESATU bertugas merencanakan, mengoordinasikan, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan pemasaran serta penerimaan mahasiswa baru sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. |
| Ketiga | : | Dalam melaksanakan tugasnya, Tim bertanggung jawab kepada Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha. |
| Keempat | : | Segala biaya yang timbul akibat ditetapkannya Surat Keputusan ini dibebankan pada anggaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha sesuai dengan ketentuan yang berlaku. |
| Kelima | : | Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini, akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya. |

Ditetapkan di : Yogyakarta,
Pada tanggal : 24 September 2026
Ketua STIE Widya Wiwaha,

Dr. Nur Widiastuti, SE, M.Si

Lampiran : Surat Keputusan STIE Widya Wiwaha Yogyakarta
No : 29A/STIEWW/SK/IX/2026

**SURAT TUGAS**
**NO : 04/STIEWW/SEKRE/ST/IX/2026**

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, dengan ini memberikan tugas kepada nama-nama tersebut di bawah ini untuk menjadi TIM Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2027/2028.

| | | |
|---|---|---|
| Penanggung Jawab: | | Dr. Nur Widiastuti, S.E., M.Si |
| Pengarah: | | 1. Dr. Uswatun Chasanah, M.Si. |
| | | 2. Dr. Priyastiwi, M.Si, Ak., CA |
| | | 3. Dr. Muhammad Mathori, M.Si |
| | | 4. Drs. Muhammad Subkhan, M.M. |
| | | 5. Dr. Suci Utami Wikaningtyas, M.M |
| | | 6. Dra. Ary Sutrischastini, M.Si |
| Ketua: | | Agung Slamet Prasetyo, S.T., M.M |
| Keuangan: | | 1. Lilik Ambarwati, S.E., M.M |
| | | 2. Mustakim, S.E |
| PIC Sosial Media: | | |
| | Koordinator: | Hasanah Setyowati, S.E., MBA., Ak., CA |
| | Anggota: | 1. Nur Angraeni, S.Ak |
| | | 2. Arif Suwarjono, S.Kom., M.M |
| PIC Kelas Reguler Non KIP-K: | | |
| | Koordinator: | Jermia Budi Utomo, S.T |
| | Anggota: | 1. Windra Dwianto |
| | | 2. Siti Faizah, S.E |
| | | 3. Dina Nur Cahyani, S.M |
| PIC Kelas Reguler KIP-K: | | |
| | Koordinator: | Haning Yulianingrum, S.E |
| | Anggota: | 1. Bambang Suharto, S.E., M.Si |
| | | 2. Siti Khotimah, S.E |
| | | 3. Ibnu Yusuf, S.M |
| PIC Kelas Ekstensi dan RPL: | | |
| | Koordinator: | Riska Robiyanti Erlita, S.E.I |
| | Anggota: | 1. M. Erwin Zulkarnaen |
| | | 2. Ika Rahmawati, S.E,. M.M |
| | | 3. Danang Suryopratolo, A.Md |
| PIC B to B: | | |
| | Koordinator: | M. Yanuar, S.IP |
| | Anggota: | 1. Dr. Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M |
| | | 2. Fajarudin Hanafi |
| | | 3. Isty Murdiani, S.E |

PIC Pesantren:

Koordinator: Mahfud, S.E., M.M
Anggota: 1. M. Khatibul Umam, S.S

Pembantu Umum:

Koordinator: R. Djoko Saputro, S.E
Anggota:
1. Waryanto
2. Parjiono
3. Tukiran
4. Supri Sumiyanto
5. Hardiyana
6. Suyanto
7. Supriyadi
8. Andi Wibowo

Ditetapkan di : Yogyakarta,
Pada tanggal : 24 September 2026
Ketua STIE Widya Wiwaha,

Dr. Nur Widiastuti, SE, M.Si