Monitoring dan Evaluasi
Laporan Kegiatan Marketing
STIE Widya Wiwaha
Tahun 2024

Monitoring dan Evaluasi Laporan Kegiatan Marketing STIE Widya Wiwaha Tahun 2024 telah diperiksa baik dari segi akuntabilitas dan pertanggungjawaban dan telah disetujui.

Yogyakarta, 22 September 2025

LEMBAGA PENJAMINAN MUTU (LPM)

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA

Disusun oleh:	Disahkan oleh:
Kepala LPM Drs.Muhammad Subkhan, MM	Ketua STIE Widya Wiwaha Dr. Nur Widiastuti.,S.E.,M.Si

Kata Pengantar

Puji dan syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga dokumen Monitoring dan Evaluasi (Monev) Laporan Kegiatan Marketing STIE Widya Wiwaha Tahun 2024 ini dapat diselesaikan dengan baik.

Dokumen ini disusun sebagai wujud akuntabilitas, transparansi, dan komitmen institusi dalam mengawal ketercapaian seluruh program kerja pemasaran yang telah dilaksanakan selama tahun 2024. Monitoring dan evaluasi ini difokuskan pada analisis efektivitas kegiatan promosi *offline* maupun *digital*, ketercapaian perolehan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), serta efisiensi strategi pemasaran.

Melalui hasil Monev ini, diharapkan STIE Widya Wiwaha memperoleh gambaran yang objektif mengenai capaian kinerja, kendala konversi pendaftaran, serta potensi efisiensi pada strategi pemasaran. Keberhasilan pelaksanaan program kerja ini tidak lepas dari partisipasi aktif seluruh civitas akademika dan dukungan pimpinan institusi.

Semoga dokumen Monitoring dan Evaluasi ini dapat memberikan kontribusi nyata dan panduan evaluatif bagi pimpinan serta Tim PMB dalam menjaga dan meningkatkan kuantitas serta kualitas calon mahasiswa ke depan.

Yogyakarta, 1 September 2025
Tim Penyusun Monev Marketing
STIE Widya Wiwaha

1. Pendahuluan

Dokumen ini berisi Monitoring dan Evaluasi (Monev) atas ketercapaian dan pelaksanaan program kerja pemasaran STIE Widya Wiwaha sepanjang Tahun 2024 berdasarkan Laporan Pertanggungjawaban (LPJ) Kegiatan Marketing 2024. Evaluasi ini mencakup kegiatan presentasi sekolah, edufair, kunjungan instansi, kunjungan pesantren, baliho outdoor, hingga promosi media komunikasi digital seperti WA Blast.

Pelaksanaan monitoring dan evaluasi kegiatan pemasaran ini selaras dengan upaya pencapaian 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.

Setiap program kerja pemasaran yang dievaluasi dirancang untuk mendukung ketercapaian Misi STIE Widya Wiwaha, yang meliputi: (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; serta (4) Membangun kepercayaan dan kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas tridharma perguruan tinggi.

2. Matriks Monitoring dan Evaluasi (Monev) Marketing 2024

No	Program Kerja Marketing	Target / Capaian Kegiatan	Hasil & Deskripsi Detail	Status Evaluasi
1	Presentasi ke Sekolah & Edufair	15 Sekolah & 7 Edufair	Terlaksana pada bulan Jan-Mei dan Nov-Des. Mampu menjangkau calon mahasiswa lulusan SMA/SMK secara langsung.	Terlaksana Baik (Capaian Terpenuhi)
2	Kunjungan ke Instansi	10 Instansi	Terlaksana pada bulan Juni-Agustus. Membuka peluang kerja sama pendidikan dan pengembangan SDM aparatur/karyawan.	Terlaksana Baik (Mendukung Program Ekstensi/RPL)
3	Kunjungan ke Pesantren	14 Pesantren	Terlaksana pada bulan September-November. Menjelajahi segmen khusus santri calon mahasiswa.	Terlaksana Baik (Segmentasi Khusus)
4	WA Blast ke Siswa	Kontinu 12 Bulan (Siswa Kunjungan)	Kontak rutin dilakukan. Hasil: ~60% hanya membaca (dobel centang biru), ~10% menjawab sekadarnya, dan hanya ~3% bertanya/minta penjelasan.	Efektivitas Rendah (Perlu Evaluasi Konversi)
5	Baliho Wiyoro, Wates, Dongkelan	3 Titik Strategis	Terpasang pada bulan Juli - Oktober untuk memperkuat *brand awareness* masa pendaftaran.	Terlaksana
6	Baliho Tungkak	1 Titik Utama	Terpasang sepanjang tahun (Januari - Desember) secara terus-menerus.	Terlaksana

3. Evaluasi Realisasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)

Berdasarkan data LPJ PMB 2024, total perolehan pendaftaran Mahasiswa Baru adalah sebagai berikut:

Jalur Program	Manajemen	Akuntansi	Total
Reguler	100	38	**138**
RPL (Rekognisi Pembelajaran Lampau)	41	29	**70**
Ekstensi	13	2	**15**
TOTAL REALISASI	**154**	**51**	**223**

Note: □M ada 27 mahasiswa jadi totalnya 250 mahasiswa

4. Temuan Evaluasi & Rekomendasi

- **Kelebihan:** Jangkauan promosi cukup luas (menjangkau sekolah, edufair, instansi, hingga pesantren) dengan intensitas kegiatan yang tinggi serta kombinasi strategi offline dan online.
- **Kekurangan:** Response terhadap strategi digital (WA Blast) masih sangat rendah (hanya 3% yang bertanya). Konversi dari kunjungan menjadi pendaftar ulang masih belum optimal. Pola komunikasi dan re-engagement calon mahasiswa perlu diperbaiki.