LAPORAN PERTANGGUNG JAWABAN MARKETING

TAHUN 2025

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Pertanggungjawaban kegiatan marketing STIE Widya Wiwaha Yogyakarta Tahun 2025 ini telah diperiksa dan disahkan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan marketing selama satu tahun.

Yogyakarta, 1 September 2025

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 2025 dapat terlaksana dengan baik.

Laporan ini merupakan hasil dari pelaksanaan kegiatan marketing yang telah dilakukan selama satu tahun. Pada tahun 2025 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 kegiatan 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, 1 September 2025

Ketua Tim PMB

Agung Slamet Prasetyo, ST.,MM

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN **2**
KATA PENGANTAR **3**
BAB I PENDAHULUAN **5**
1.1 Latar Belakang 5
2. Maksud dan Tujuan 5
BAB II PELAKSANAAN PROGRAM KERJA **7**
1.1 Sosialisasi dan Edufair 7
1.2 Media Luar Ruang dan Korespondensi 7
1.3. Program Member Get Member (MGM) 7
1.4. Analisis Kinerja Pemasaran Digital 7
1.5. Perluas Jangkauan Global 8
BAB III Realisasi Penerimaan Mahasiswa Baru **8**
BAB IV EVALUASI DAN REKOMENDASI STRATEGIS **9**
1.1 Evaluasi 9
1.2 Rencana Tindak Lanjut 9
BAB V PENUTUP **10**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 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 2025, 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 2025 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 2025.

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

BAB II
PELAKSANAAN PROGRAM KERJA

1.1 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: 192 Institusi Pendidikan.
2. Kunjungan Institusi/Perusahaan: 101 Perusahaan.
3. Presentasi Sekolah: 27 Sesi.
4. Edufair: Partisipasi dalam 14 pameran pendidikan. Hasil dari rangkaian kegiatan ini adalah perolehan basis data kontak (WhatsApp) sebanyak 3.112 calon mahasiswa

.

1.2 Media Luar Ruang dan Korespondensi

Branding Baliho: Pemeliharaan rutin dilakukan setiap bulan. Pada titik strategis (Tungkak), 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)

1.3. 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.

1.4. 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 232.184 tayangan dengan jangkauan 8.846 akun. Komposisi konten terdiri dari Postingan (74,8%), Reels (13,3%), dan Cerita (11,9%). Jumlah pengikut tumbuh 10,1% menjadi 1.252 followers.
   TikTok: Mencatatkan pertumbuhan signifikan dalam setahun dengan kenaikan tayangan video sebesar 71,62% (142.011 views) dan kenaikan jangkauan pemirsa sebesar 81,18% (69.011).

1.5. Perluas Jangkauan Global

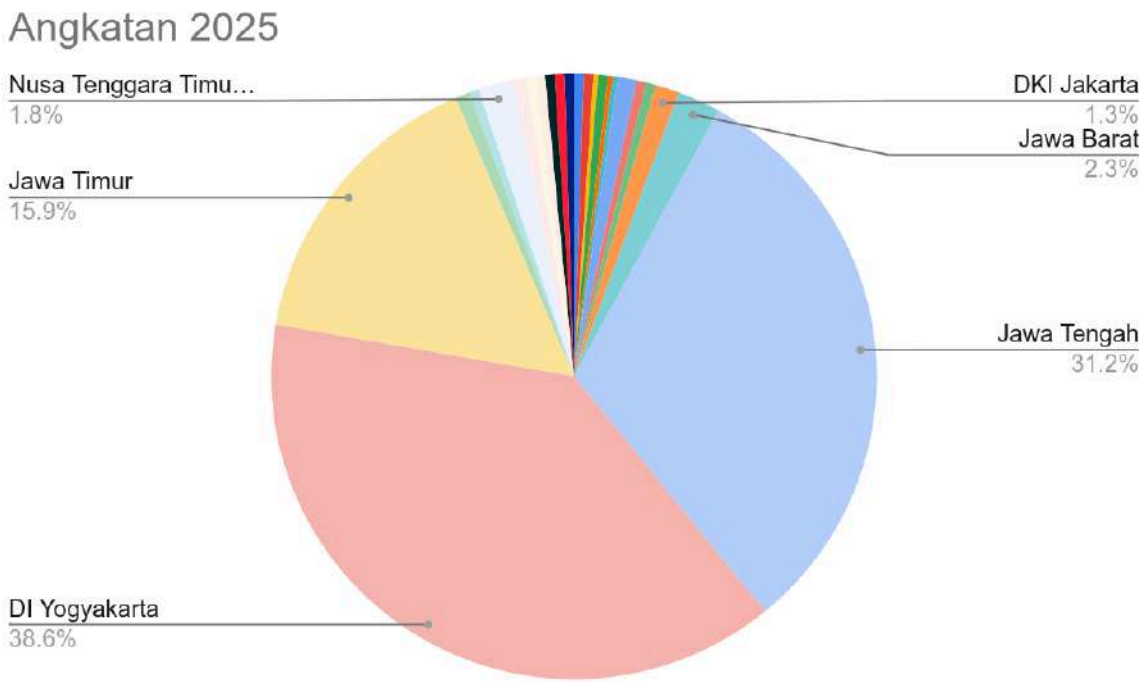
Dalam upaya memperkuat internasionalisasi kampus, kami telah resmi menjalin kerja sama strategis dengan institusi di Tiongkok. Langkah ini diharapkan mampu menarik minat lebih banyak calon mahasiswa dari luar negeri untuk menempuh pendidikan di kampus kami.

BAB III
Realisasi Penerimaan Mahasiswa Baru

Total mahasiswa baru yang terdaftar pada tahun akademik 2025 adalah 413 mahasiswa, dengan rincian per kategori program sebagai berikut:

Jalur Program	Manajemen	Akuntansi	MM	Total
Reguler	105	36	190	**331**
RPL (Rekognisi Pembelajaran Lampau)	53	21		**74**
Ekstensi	6	2		**8**
TOTAL	**164**	**59**	**190**	**413**

Sebaran Mahasiswa Baru



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 78 mahasiswa , P3U 5 mahasiswa dan untuk program anak asuh tidak ada. Dengan demikian, jumlah penerima bantuan beasiswa berjumlah 83 mahasiswa dengan tingkat realisasi mencapai 100 %.

BAB IV
EVALUASI DAN REKOMENDASI STRATEGIS

1.1 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

1.2 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

BAB V
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. Data Tabel

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 101 Institusi/perusahaan 27 Presentasi Sekolah 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	Kirim Surat					V	V							Mengirim 300 Surat dengan 5 respon	
4	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	
5	Sosialisasi MGM													Sosialisasi MGM ke khalayak umum, Khusus mahasiswa, setiap akhir semester diminta menyebar brosur ke daerah masing masing	
6	**SOSIAL MEDIA** 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 * Tayangan sebanyak 232.184 (54,7% adalah followers sedangkan sisanya adalah bukan followers) * Kunjungan profil di IG sebesar 3.948 * Akun yang dijangkau 8.846 * Jenis konten: postingan (74,8%), reels (13,3%), cerita (11,9%) * Pengikut naik 10,1% (197 followers) menjadi 1,252	* Tiap hari posting reels Instagram dan Video TikTok * Iklan berbayar dan penggunaan influencer

														TikTok -> dalam setahun * Video views 142.011 (naik 71,62%) * Reached audience 69.011 (naik 81,18%) * Profile views 4.451 (naik 77,26%)	
7	Penerimaan Mahasiswa Baru													Reguler Manajemen 63 Akuntansi 30 Ekstensi Manajemen 49 Akuntansi 12 RPL Manajemen 29 Akuntansi 5 Total 188	Dapat limpahan KIP dari Aspirasi

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA

SURAT TUGAS
NO : 11/STIEWW/SEKRE/ST/IX/2025

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 2026/2027.

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

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 30 September 2025
Ketua STIE Widya Wiwaha

Dr. Nur Widiastuti, SE, M.Si

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

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA
YOGYAKARTA

SURAT TUGAS
NO : 28/STIEWW/SEKRE/ST/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua STIE Widya Wiwaha Yogyakarta dengan ini memberikan tugas kepada nama – nama di bawah ini untuk menjadi TIM Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2024 :

Penanggung jawab	:	Dr. Nur Widiastuti, S.E., M.Si
Ketua	:	Agung Slamet Prasetyo, S.T., M.M
Anggota	:	1. Jeremia Budi Utomo, S.T. 2. Mahfud, S.E., M.M 3. Haning Yulianingrum, S.E. 4. M. Khatibul Umam, S.S. 5. Nur Angraeni, S.Ak

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dilaksanakan sebagimana mestinya.

Yogyakarta, 6 Juni 2024
Ketua

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI · WIDYA WIWAHA ·

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