

## LAMPIRAN

### Lampiran Interview

**Q** : Pak bagaimana sih proses bisnis penerimaan mahasiswa baru ?

**A** : Pertama pihak kami melakukan analisis mengenai promosi apa saja yang ingin dilakukan, seperti melakukan kunjungan sekolah, mengadakan *open house*, dan pameran. Namun di tahun ini kami tidak menyelenggarakan *open house* karena membutuhkan biaya yang cukup besar. Setelah itu membuat daftar nama sekolah apa saja yang ingin dikunjungi, nama lokasi pameran yang ingin diadakan, kemudian menentukan waktu kunjungan sekolah serta mengkonfirmasi kepada pihak sekolah yang ingin dikunjungi, jika pihak sekolah telah setuju terhadap waktu yang telah ditetapkan, maka pihak kami melakukan kegiatan promosi seperti, presentasi mengenai universitas, jurusan apa saja yang terdapat di universitas, mengadakan *try out* dan menitipkan brosur ke pihak sekolah. Kemudian pihak kami mulai melakukan penjualan formulir kepada calon mahasiswa baru, jika ada calon mahasiswa baru membeli formulir maka di catat dan dihitung berapa jumlah formulir yang telah di beli dari para calon mahasiswa baru, setelah calon mahasiswa baru membeli formulir dan melengkapi berkasnya maka kami memeriksa berkas tersebut apakah sudah lengkap atau belum, jika belum maka akan dikembalikan lagi kepada calon mahasiswa baru untuk dilengkapi lagi dan jika berkasnya sudah lengkap maka akan kami catat berkasnya pada sistem kemudian menanyakan kepada calon mahasiswa baru apakah sudah mengikuti *try out* disekolah atau belum jika belum maka akan kami berikan jadwal untuk melakukan *try out* di kampus namun jika sudah melakukan *try out* disekolah maka akan kami tanyakan kembali apakah sudah lulus atau belum pada saat melakukan *try out* disekolah jika lulus maka boleh melakukan proses daftar ulang. Bagi yang belum pernah melakukan try-

out ataupun pernah namun tidak lulus maka akan kami berikan jadwal *try out* di kampus. Setelah itu kami akan melihat hasil *try-out* di kampus, untuk yang tidak lulus, kami akan berikan jadwal *try out* gelombang berikutnya, dan untuk mereka yang lulus boleh melakukan registrasi daftar ulang untuk menjadi mahasiswa dan memperoleh NIM.

**Q** : Kegiatan promosi dan media apa saja pak yang dilakukan pada Universitas XYZ ini?

**A** : Banyak yah, kalau berbicara masalah promosi. Ada kunjungan ke kampus namun sekarang ditiadakan karena memakan biaya yang besar sebagai gantinya kami melakukan pameran-pameran. Ada juga promosi ke sekolah-sekolah atau kunjungan sekolah. Media cetak seperti brosur, spanduk dll juga kita lakuin. Beasiswa juga termasuk promosi yang kami lakukan untuk menarik peminat. Untuk media on-line kami punya web-site universitas yang bisa diakses kapan saja dan di sana terdapat info-info yang lengkap untuk menarik calon-calon mahasiswa untuk mendaftar.

**Q** : Dalam PMB ini bagian-bagian apa saja yang ikut berperan serta?

**A** : Untuk proses PMB ini tentunya pihak marketing universitas yang memiliki peran besar dan di bantu pihak-pihak lainnya seperti bagian keuangan, kemahasiswaan dari universitas.

**Q** : Di bagian marketing ini ada pembagian tugas atau struktur organisasi tidak Pak?

**A** : Tentu ada walaupun marketing merupakan bagian dari struktur organisasi besar universitas tetapi kami juga mempunyai struktur organisasi sendiri untuk memudahkan pembagian tugas.

**Q** : Strukturnya itu seperti apa dan tugasnya apa saja Pak?

**A** : Pertama di paling atas itu ada namanya Direktur Pemasaran & Humas, kemudian di bawahnya ada sekretaris sebagai pencatat, lalu Direktur Pemasaran Reguler & Eksekutif yang tingkatnya berdampingan atau sejajar dan tugasnya seperti menganalisa pesaing-pesaing dan juga mengurus pemasaran berdasarkan basis (Reguler dan Eksekutif). Kemudian e-marketing yang mengurus web univeritas dan melakukan promosi melalui media internet. Dan juga kepala-kepala bagian marketing yang dibagi sesuai dengan tugasnya masing-masing, yaitu Ka. Informasi dan Pendaftaran yang mengurus semua hal yang berhubungan dengan pendaftaran dan memberikan informasi tentang pendaftaran tersebut. Ka. Promosi yang melakukan promosi-promosi keseluruhan masyarakat melalui media juga kunjungan-kunjungan sekolah dan melakukan pameran. Setelah itu Ka. Perencanaan Program, bagian ini yang mengatur semua jadwal kegiatan PMB mulai dari promosi, penjualan formulir, sampai USM. Dan kepala bagian yang terakhir ialah Ka. Hub. Internal dan Eksternal tugasnya yaitu melakukan lobi-lobi atau negosiasi dengan pihak luar maupun internal kampus, misalnya mau mengadakan kunjungan sekolah, maka bagian hub. Internal dan eksternal inilah yang menyampaikan ke kampus dan meminta ijin kepada sekolah-sekolah yang ingin kami kunjungi.

**Q** : Cara menentukan berhasil tidaknya PMB tiap tahun?

**A** : Dengan membuat target atau indikator seperti KPI sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya PMB tahun ini dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya.

**Q** : Indikator apa saja yang digunakan untuk menentukan KPI tersebut Pak?

**A** : Indikator terpenting yaitu yang berhubungan dengan marketing dan PMB seperti jumlah pembeli formulir, jumlah pendaftar ulang, jumlah peserta USM dan yang lulus USM, keefektifan promosi.

**Q** : Apa keinginan atau target marketing berdasarkan indikator KPI tersebut pak?

**A** : Ya inginnya mah semua 100%, maksudnya yaitu perbandingan antara jumlah pembeli dengan pendaftar ulang tidak berkurang, ataupun perbandingan antara peserta USM dengan jumlah USM yang lulus.

**Q** : Bagaimana dengan sistem pelaporan penerimaan mahasiswa baru pak?

**A** : Kalau menurut saya sih masih agak rumit ya, soalnya saya harus melihatnya satu-persatu.

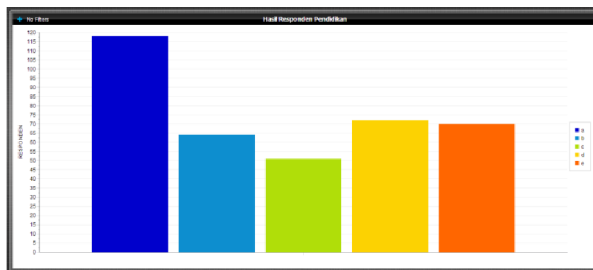
**Q** : Misalnya pak?

**A** : Ya misalnya, saya mau lihat jumlah pembelian formulir di tahun 2008 dan juga mau melihat jumlah yang melakukan pembelian batal di tahun yang sama itu harus satu-persatu, sedangkan saya itu maunya seperti di tahun 2008 saya mau lihat jumlah pembelian formulir dan juga pembelian batal itu bisa dilihat bersamaan dalam satu slide yang sama jadi tidak perlu satu-persatu melihatnya, akan lebih bagus lagi jika dalam satu slide itu saya langsung bisa memilih tahun berapa yang ingin saya tampilkan jadi tidak perlu melihat satu-persatu lagi seperti di tahun 2008 ini jumlah pembeli dan pembeli batalnya berapa terus jika saya mau lihat di tahun yang 2009 nya tidak perlu lagi ganti slide jadi tinggal saya nyalain tinggal pilih tahun saja.

## LAMPIRAN KUESIONER

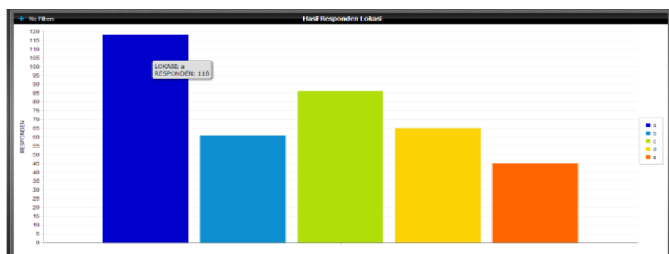
### Alasan kenapa Saya memilih UNIVERSITAS XYZ ini karena:

1. KUALITAS PENDIDIKAN
  - a) Status dan citra Universitas XYZ yang baik.
  - b) Dosen atau tenaga pengajar Universitas XYZ yang berkualitas.
  - c) Sistem pendidikan Universitas XYZ yang sudah modern atau *up-to-date* dan teroganisasi.
  - d) Kurikulum yang digunakan sudah sesuai dengan standar pendidikan sesuai dengan lapangan kerja yang ada.
  - e) Tingkat akreditasi yang dimiliki UNIVERSITAS XYZ sesuai dengan kenyataan yang ada.



Gambar Jawaban Responden Kualitas Pendidikan

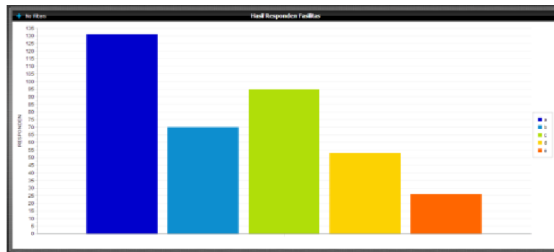
2. LOKASI
  - a) Lokasi Universitas XYZ yang strategis.
  - b) Universitas XYZ dekat dengan tempat tinggal Anda.
  - c) Berada di lokasi yang dengan berbagai tempat penting (seperti mall, jalan Tol, rumah sakit dan lainnya).
  - d) UNIVERSITAS XYZ dekat dengan kost-kosan/pemondokan mahasiswa.
  - e) Tingkat kelayakan jalan sangat bagus sehingga memberikan kenyamanan dalam perjalanan menuju kampus.



Gambar Jawaban Responden Lokasi

### 3. FASILITAS

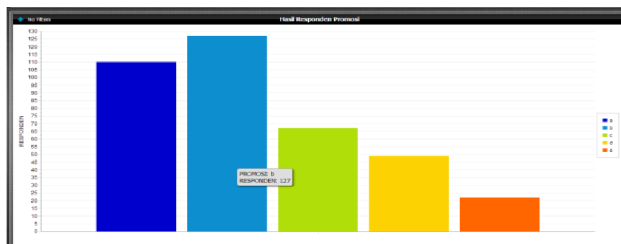
- a) Fasilitas perkuliahan lengkap, modern, dan menarik.
- b) Pilihan program studi yang banyak dan menarik.
- c) Sarana-sarana (seperti kantin, lap. Olahraga, lab, lahan parkir yang rapih dan lainnya) yang dimiliki Universitas XYZ Anda sukai.
- d) Kegiatan mahasiswa Universitas XYZ yang banyak dan berprestasi.
- e) Meskipun banyak pohon yang rindang, kebersihan di UNIVERSITAS XYZ selalu terjaga dengan sangat baik serta sanitasi MCK sangat terjaga dan walaupun dekat dengan angkutan kota, tingkat kebisingan tetap rendah sehingga menimbulkan ketenangan dalam proses perkuliahan.



Gambar Jawaban Responden Fasilitas

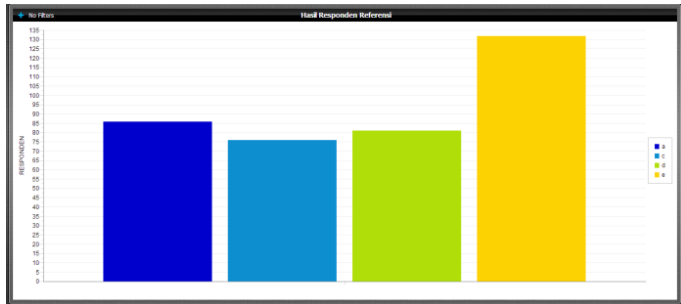
### 4. PROMOSI

- a) Promosi yang ditawarkan cukup menarik (seperti hadiah, beasiswa dan lainnya).
- b) Promosi yang cukup memotivasi Anda untuk memilih Universitas XYZ.
- c) Biaya perkuliahan yang terjangkau.
- d) Biaya perkuliahan yang dapat dicicil.
- e) Biaya pada UNIVERSITAS XYZ lebih murah dari Universitas yang lain.



Gambar Jawaban Responden tentang Promosi

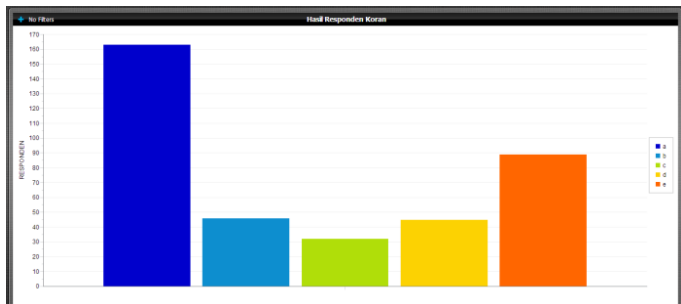
5. REFERENSI (darimana anda mengetahui UNIVERSITAS XYZ)
  - a) Saya mengetahui Universitas XYZ dari teman.
  - b) Saya mengetahui Universitas XYZ dari iklan.
  - c) Saya mengetahui Universitas XYZ dari orang tua/keluarga.
  - d) Saya mengetahui Universitas XYZ dari Kunjungan sekolah.
  - e) Saya mengetahui Universitas XYZ dari Media Online/Internet.



Gambar Jawaban Responden tentang Refensi

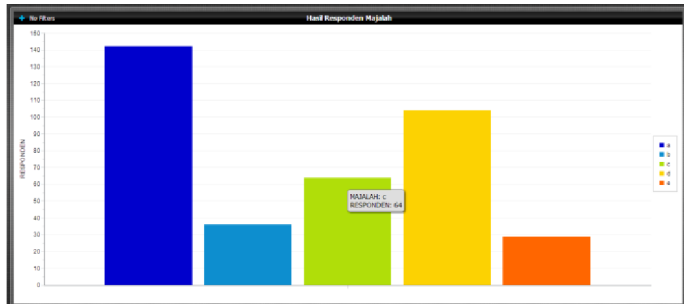
### Survey Media Informasi :

1. KORAN yang rutin anda baca?
  - a) KOMPAS
  - b) MEDIA INDONESIA
  - c) REPUBLIKA
  - d) KORAN TEMPO
  - e) SEPUTAR INDONESIA (SINDO)



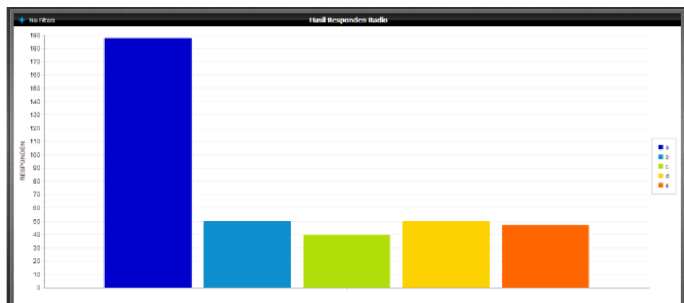
Gambar Jawaban responden survey media KORAN

2. MAJALAH yang rutin anda baca?
- Majalah TEMPO
  - GATRA
  - HAI
  - GADIS
  - Majalah TRUST



Gambar Jawaban responden survey media Majalah

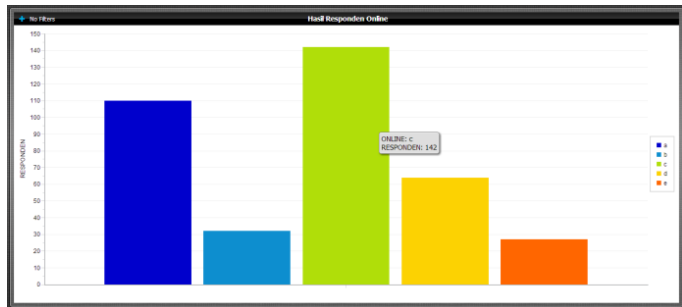
3. Stasiun radio yang sering anda dengar?
- Gen FM
  - El Shinta
  - Star Radio
  - MS TRI FM
  - Prambors Radio



Gambar Jawaban responden survey media Radio

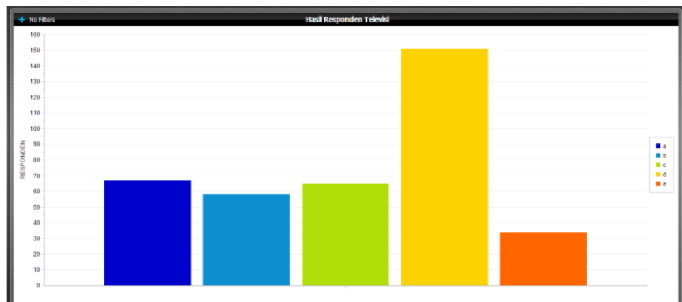


4. Media online apa saja yang sering anda akses?
- Google.com
  - Yahoo.com
  - Facebook.com
  - Twitter.com
  - Detik.com



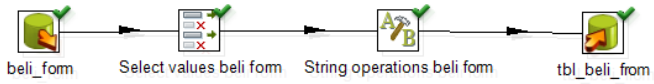
Gambar Jawaban responden survey media Online

5. Pada waktu apa anda sering menonton televisi?
- Pagi
  - Siang
  - Sore
  - Malam
  - Tidak pernah

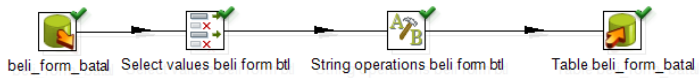


Gambar Jawaban responden survey media Televisi

## Lampiran ETL



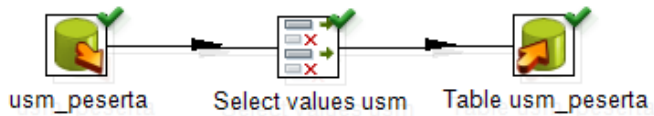
Gambar ETL (copy) table transaksi tbl\_beli\_form



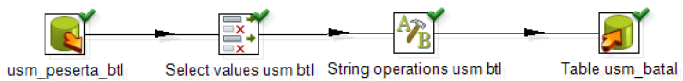
Gambar ETL (copy) table transaksi beli\_form\_batal



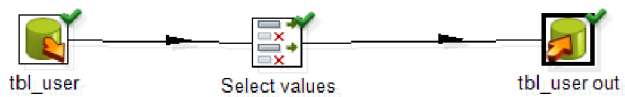
Gambar ETL (copy) table transaksi daftar ulang



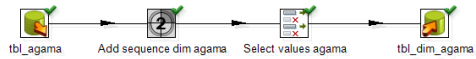
Gambar ETL (copy) table transaksi usm\_peserta



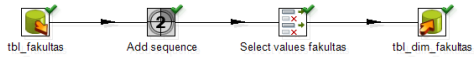
Gambar ETL (copy) table transaksi usm\_batal



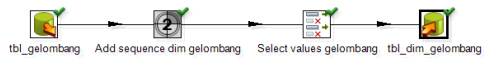
Gambar ETL (copy) tbl\_d\_user



Gambar ETL (copy) `tbl_d_agama`



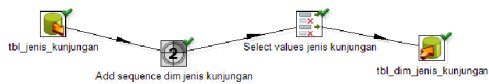
Gambar ETL (copy) `tbl_d_fakultas`



Gambar ETL (copy) `tbl_d_gelombang`



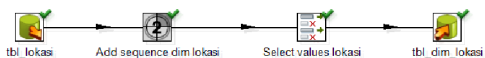
Gambar 4.13 Transformasi `tbl_dim_jenis_kelamin`



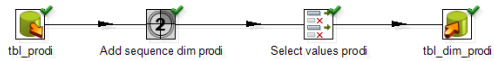
Gambar 4.14 Transformasi `tbl_dim_jenis_kunjungan`



Gambar 4.15 Transformasi `tbl_dim_kabupaten`



Gambar 4.16 Transformasi `tbl_dim_lokasi`



Gambar 4.17 Transformasi tbl\_dim\_prodi



Gambar 4.18 Transformasi tbl\_dim\_propinsi



Gambar 4.19 Transformasi tbl\_dim\_sekolah



Gambar 4.20 Transformasi tbl\_dim\_sekolah\_jenis



Gambar 4.21 Transformasi tbl\_dim\_sekolah\_kepemilikan



Gambar 4.22 Transformasi tbl\_dim\_sekolah\_kualitas



Gambar 4.23 Transformasi tbl\_dim\_semester



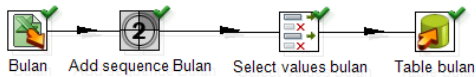
Gambar 4.24 Transformasi tbl\_dim\_status\_daftar



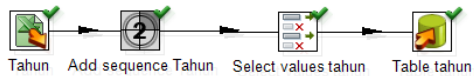
Gambar 4.25 Transformasi tbl\_dim\_strata



Gambar 4.26 Transformasi tbl\_dim\_univ



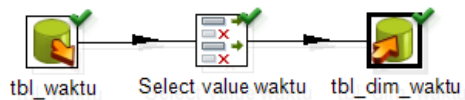
Gambar 4.27 Transformasi tbl\_dim\_bulan



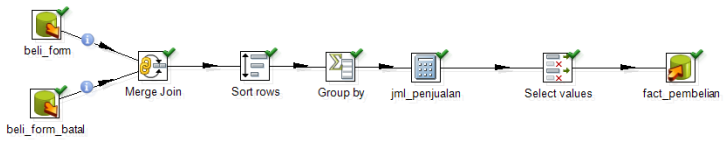
Gambar 4.28 Transformasi tbl\_dim\_tahun



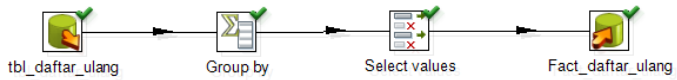
Gambar 4.29 Transformasi tbl\_dim\_user



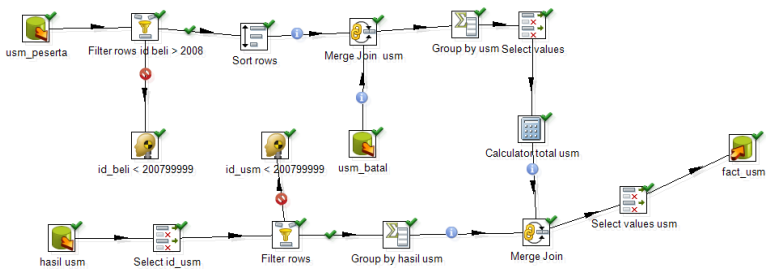
Gambar 4.30 Transformasi tbl\_dim\_waktu



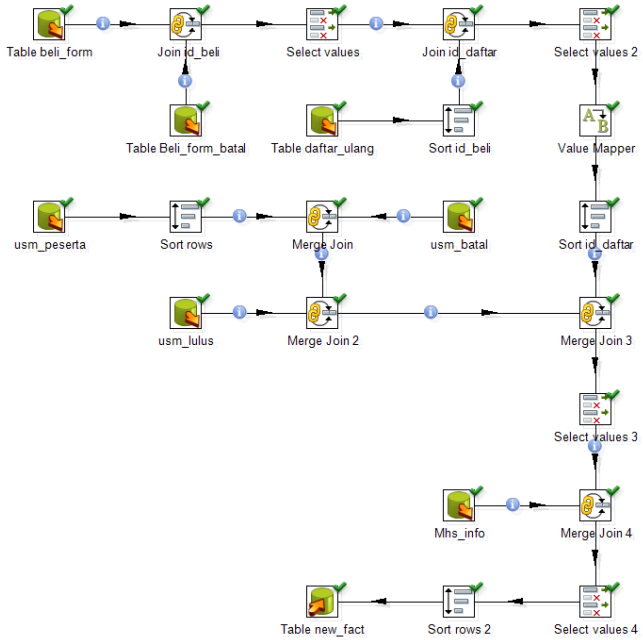
Gambar ETL (transform) table fact\_pembelian



Gambar ETL (transform) table fact\_daftar\_ulang



Gambar ETL (transform) table fact\_usm



Gambar ETL fact\_ppmb