

**BUKU PENINGKATAN STANDAR
DEPARTMEN MARKETING
TAHUN 2024/2025**



POLITEKNIK BINTAN CAKRAWALA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Buku Peningkatan Standar Departemen Marketing Tahun Ajaran 2024/2025 ini dapat disusun tepat waktu. Buku ini merupakan kelanjutan dari upaya kami untuk terus meningkatkan kualitas manajemen pemasaran di Politeknik Bintan Cakrawala, selaras dengan dinamika perkembangan industri pariwisata dan teknologi pemasaran global.

Dalam menghadapi era digital yang semakin maju, serta kompetisi yang semakin ketat di sektor pendidikan tinggi, khususnya bidang pariwisata, departemen marketing berperan penting dalam mendukung institusi kami untuk terus berkembang. Melalui buku ini, kami berusaha memperbarui dan menyempurnakan strategi serta standar yang ada, agar lebih adaptif dan sesuai dengan kebutuhan pasar dan industri.

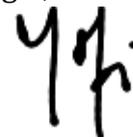
Tantangan di tahun ajaran 2024/2025 memerlukan pendekatan pemasaran yang lebih inovatif, efisien, dan berbasis teknologi digital. Oleh karena itu, buku ini akan menjadi pedoman yang penting bagi seluruh tim marketing untuk meningkatkan kinerja, khususnya dalam hal pemasaran digital, penguatan kerjasama internasional, dan transparansi kebijakan institusi.

Kami berharap, buku ini tidak hanya menjadi panduan teknis tetapi juga menjadi inspirasi bagi seluruh civitas akademika, terutama dalam memperkuat posisi Politeknik Bintan Cakrawala di tingkat nasional maupun internasional. Kami menekankan pentingnya kolaborasi yang erat dengan industri pariwisata serta pengembangan kompetensi tim marketing melalui pelatihan berkelanjutan.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan buku ini, terutama tim penyusun, staf administrasi, serta rekan-rekan dari departemen terkait yang telah bekerja keras untuk mewujudkan penyusunan standar ini. Kami berharap, masukan dari berbagai pihak terus mengalir untuk penyempurnaan buku ini di masa mendatang.

Akhir kata, kami berharap buku ini dapat memberikan kontribusi positif dalam peningkatan mutu pemasaran di Politeknik Bintan Cakrawala, serta membantu institusi kami dalam mencapai visi untuk mencetak lulusan yang kompetitif dan siap menghadapi tantangan di dunia industri pariwisata global.

Lagoi, Oktober 2024



Yoffie Kharisma Dewi, S.S., M.Hum

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN	3
BAB II PENINGKATAN STANDAR.....	6
A. Temuan AMI Tahun 2023/2024	6
B. Analisa	6
C. Peningkatan Standar	7
D. Implementa	8
BAB III PENUTUP	9
A. Kesimpulan	9
B. Hasil Peningkatan Standar	10
LAMPIRAN	11

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata terus menunjukkan perkembangan yang signifikan di tingkat global dan nasional, menjadikannya salah satu sektor ekonomi yang berperan penting dalam menciptakan peluang kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Sejalan dengan dinamika tersebut, permintaan akan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional di sektor pariwisata semakin meningkat. Politeknik Bintang Cakrawala sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berfokus pada industri pariwisata memiliki tanggung jawab besar untuk menyiapkan lulusan yang mampu bersaing di pasar kerja yang kompetitif.

Departemen Marketing Politeknik Bintang Cakrawala memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian visi dan misi institusi melalui pengembangan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Departemen ini bertugas untuk meningkatkan citra institusi, menjalin kerjasama dengan industri, dan menarik mahasiswa baru yang berkualitas, baik dari dalam negeri maupun internasional.

Dalam konteks era digital saat ini, perkembangan teknologi telah mengubah cara pemasaran dilakukan. Metode pemasaran tradisional kini dipadukan dengan pemasaran digital yang lebih inovatif dan efisien. Hal ini memerlukan penyesuaian strategi yang relevan dengan perkembangan teknologi serta perilaku konsumen yang semakin kompleks dan dinamis. Oleh karena itu, penyusunan standar marketing yang berbasis digital menjadi penting untuk memastikan bahwa institusi tetap kompetitif dan relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah.

B. Tujuan

Buku Peningkatan Standar Departemen Marketing Tahun Ajaran 2024/2025 disusun dengan beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Menetapkan Standar Mutu Marketing yang Terukur dan Konsisten

Buku ini bertujuan menyediakan pedoman yang jelas dan terukur bagi tim marketing dalam melaksanakan strategi pemasaran, baik yang bersifat digital maupun tradisional. Standar ini akan membantu memastikan bahwa setiap aktivitas pemasaran dilakukan secara efektif dan efisien dalam mencapai target institusi.

2. Mendorong Pengembangan Profesional Dosen dan Staf

Pengembangan kompetensi dosen dan staf yang terlibat dalam kegiatan pemasaran merupakan fokus utama dalam buku ini. Program pelatihan, workshop, dan pengembangan keterampilan akan terus dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan tenaga pendidik dan kependidikan, khususnya dalam menghadapi tantangan pemasaran digital dan perubahan tren industri.

3. Meningkatkan Kualitas Sarana dan Prasarana Pemasaran

Penyediaan sarana dan prasarana pemasaran yang berkualitas merupakan salah satu aspek penting dalam meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran. Ini mencakup pengelolaan fasilitas fisik seperti ruang pameran, serta penguatan infrastruktur digital seperti situs web dan media sosial yang berfungsi sebagai platform utama untuk menjangkau calon mahasiswa.

4. Meningkatkan Kualitas Layanan Akademik dan Non-Akademik

Buku ini juga bertujuan memastikan bahwa layanan yang diberikan kepada mahasiswa, baik akademik maupun non-akademik, terus mengalami peningkatan. Fokusnya adalah pada pengembangan layanan bimbingan akademik, karir, serta kegiatan ekstrakurikuler yang selaras dengan kebutuhan industri pariwisata.

5. Mendorong Inovasi dalam Strategi Marketing

Inovasi merupakan elemen kunci dalam menjaga relevansi dan daya saing institusi. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang diterapkan akan terus disempurnakan dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti penggunaan media sosial, analisis data konsumen, dan otomatisasi pemasaran (marketing automation) untuk mencapai target yang lebih luas secara lebih efisien.

6. Menetapkan Mekanisme Evaluasi dan Penjaminan Mutu

Buku ini menetapkan prosedur evaluasi yang sistematis untuk mengukur keberhasilan standar mutu yang telah ditetapkan. Evaluasi ini akan dilakukan secara berkala untuk menjamin bahwa kualitas pemasaran serta layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi semua pemangku kepentingan.

7. Memperkuat Transparansi dan Akuntabilitas

Transparansi dan akuntabilitas merupakan prinsip penting dalam pengelolaan Departemen Marketing. Buku ini menetapkan standar yang jelas dalam setiap proses pemasaran dan penerimaan mahasiswa, serta memastikan akuntabilitas kepada semua pihak, termasuk mahasiswa, orang tua, industri, dan masyarakat luas.

8. Mendukung Pencapaian Visi dan Misi Institusi

Tujuan akhir dari buku ini adalah mendukung pencapaian visi dan misi Politeknik Bintan Cakrawala untuk mencetak lulusan yang kompetitif dan berdaya saing tinggi. Peningkatan mutu pemasaran diharapkan dapat berkontribusi pada pertumbuhan institusi serta pengakuan kualitas lulusan di tingkat nasional dan internasional.

C. Standar Mutu Pada Departmen Marketing

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, Departemen Marketing menetapkan beberapa standar mutu, antara lain:

1. Mengembangkan strategi marketing yang paling efektif untuk mencapai target institusi.
2. Mengoptimalkan strategi komunikasi marketing berbasis digital.
3. Melakukan sosialisasi dan promosi yang tepat untuk menjangkau calon mahasiswa potensial.
4. Meningkatkan visibilitas institusi melalui pemasangan spanduk, baliho, serta kampanye media sosial dan online.

BAB II PENINGKATAN STANDAR

A. Temuan AMI Tahun 2024/2025

Berdasarkan hasil Audit Mutu Internal (AMI) yang dilakukan pada Departemen Marketing Politeknik Bintan Cakrawala selama Tahun Ajaran 2024/2025, terdapat beberapa temuan yang menunjukkan perlunya perbaikan dan peningkatan standar. Temuan tersebut meliputi:

1. Kurangnya Dokumentasi Proses Penerimaan Mahasiswa Baru

Hasil audit menunjukkan bahwa proses penerimaan mahasiswa baru belum terdokumentasi dengan baik. Hal ini mencakup prosedur administrasi dan seleksi yang kurang tersusun secara sistematis dan konsisten, sehingga menimbulkan risiko dalam hal transparansi dan akuntabilitas.

2. Penggunaan Strategi Digital Marketing yang Belum Optimal

Meskipun telah ada upaya untuk menerapkan strategi pemasaran digital, hasil audit menemukan bahwa penerapannya belum maksimal, terutama dalam menjangkau calon mahasiswa di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini menjadi hambatan dalam meningkatkan visibilitas institusi di pasar global.

3. Minimnya Kebijakan yang Jelas Mengenai Biaya Pendidikan

Temuan lain menunjukkan bahwa informasi terkait kebijakan biaya pendidikan, baik dari segi penetapan maupun transparansi biaya yang dikenakan kepada mahasiswa, masih kurang terdokumentasi dengan baik. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpastian bagi calon mahasiswa dan orang tua.

B. Analisa

Berdasarkan temuan tersebut, analisa menunjukkan bahwa Departemen Marketing perlu memperbaiki beberapa aspek yang terkait dengan pengelolaan administrasi dan kehumasan. Dokumentasi yang kurang memadai, terutama terkait penerimaan mahasiswa baru dan kebijakan biaya, menunjukkan perlunya peningkatan dalam hal tata kelola administrasi dan transparansi informasi.

Selain itu, penerapan strategi digital marketing yang kurang optimal mengindikasikan perlunya peningkatan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mencapai target pemasaran yang lebih luas. Kerjasama internal dengan unit terkait, seperti

Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) dan unit administrasi, juga perlu diperkuat untuk memastikan implementasi prosedur yang lebih baik dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

C. Sasaran dan Strategi Peningkatan 2024/2025

Untuk mengatasi temuan dan tantangan yang diidentifikasi, Departemen Marketing menetapkan beberapa sasaran dan strategi peningkatan untuk Tahun Ajaran 2024/2025 sebagai berikut:

1. **Penyusunan dan Pengesahan SOP Penerimaan Mahasiswa Baru**

Departemen Marketing akan menyusun dan mengesahkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih jelas dan terperinci terkait proses penerimaan mahasiswa baru. SOP ini akan mencakup seluruh tahap administrasi dan seleksi, serta disahkan oleh Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam proses penerimaan mahasiswa.

2. **Peningkatan Implementasi Strategi Digital Marketing**

Penggunaan teknologi digital akan lebih ditingkatkan dengan memaksimalkan berbagai platform, seperti media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), dan iklan digital. Tujuannya adalah untuk menjangkau calon mahasiswa, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Pelatihan khusus terkait pemasaran digital juga akan diberikan kepada staf marketing untuk memastikan efektivitas strategi ini.

3. **Peningkatan Transparansi dalam Kebijakan Biaya Pendidikan**

Sebagai langkah untuk meningkatkan kejelasan terkait kebijakan biaya pendidikan, Departemen Marketing akan menerbitkan Surat Keputusan (SK) terkait penetapan biaya kuliah yang dilakukan setiap tahun. Proses ini akan disertai dokumentasi yang lengkap untuk memberikan transparansi dan kejelasan bagi calon mahasiswa dan orang tua mengenai biaya pendidikan yang dikenakan.

4. **Peningkatan Sarana dan Prasarana Pemasaran**

Fasilitas yang mendukung kegiatan pemasaran akan ditingkatkan, baik dari segi infrastruktur digital maupun fisik. Departemen Marketing akan mengembangkan fasilitas teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mendukung promosi dan

pengajaran digital, serta meningkatkan kualitas ruang pameran dan pusat informasi sebagai sarana interaksi dengan calon mahasiswa dan mitra industri.

5. Pengembangan Kompetensi Staf melalui Pelatihan dan Workshop

Untuk meningkatkan kualitas tim marketing, program pelatihan dan workshop akan difokuskan pada pengembangan kompetensi di bidang pemasaran digital dan manajemen kehumasan. Peningkatan kapasitas ini diharapkan dapat mendorong kinerja tim marketing menjadi lebih profesional dan efektif dalam menjalankan strategi pemasaran.

D. Implementasi Peningkatan Standar

Penerapan berbagai strategi peningkatan yang telah dirumuskan akan dilakukan secara sistematis dan berpedoman pada hasil evaluasi yang dilakukan secara berkala. Departemen Marketing akan bekerja sama dengan Lembaga Penjaminan Mutu (LPM) dan unit-unit terkait untuk memastikan bahwa seluruh langkah peningkatan standar diterapkan dengan baik dan berkelanjutan.

Selain itu, monitoring dan evaluasi akan dilakukan secara berkesinambungan untuk memastikan bahwa target yang ditetapkan tercapai sesuai dengan standar yang telah disusun. Hasil evaluasi tersebut akan menjadi dasar untuk perbaikan lebih lanjut di masa mendatang.

BAB III PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan evaluasi yang dilakukan terhadap kinerja Departemen Marketing Politeknik Bintang Cakrawala selama Tahun Ajaran 2023/2024, dapat disimpulkan bahwa peningkatan standar dalam berbagai aspek pemasaran sangat diperlukan untuk menjawab tantangan perkembangan industri pariwisata dan pendidikan tinggi. Penerapan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan, terutama di era digital, menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing institusi.

Buku Peningkatan Standar Departemen Marketing Tahun Ajaran 2024/2025 ini diharapkan dapat berfungsi sebagai panduan bagi seluruh civitas akademika, khususnya tim marketing, dalam melaksanakan strategi pemasaran yang lebih terukur, inovatif, dan responsif terhadap perubahan teknologi serta kebutuhan pasar. Adapun beberapa kesimpulan penting yang dapat diambil dari penyusunan buku ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi Marketing yang Efektif

Penerapan strategi marketing yang berbasis teknologi digital sangat penting untuk mencapai target pemasaran dan meningkatkan visibilitas institusi di kalangan calon mahasiswa.

2. Transparansi dan Akuntabilitas

Penguatan transparansi dan akuntabilitas dalam proses penerimaan mahasiswa baru dan kebijakan biaya pendidikan akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi.

3. Peningkatan Kompetensi Staf

Peningkatan kompetensi staf dan dosen melalui pelatihan berkelanjutan menjadi prioritas untuk memastikan kinerja tim marketing yang lebih optimal dalam mencapai target.

4. Sarana dan Prasarana Pemasaran yang Modern

Pengembangan sarana dan prasarana pemasaran yang lebih baik dan efisien diperlukan untuk mendukung kegiatan promosi dan meningkatkan interaksi dengan calon mahasiswa.

B. Hasil Peningkatan Standar

Dari implementasi berbagai program peningkatan standar yang telah dirumuskan, diharapkan hasil-hasil berikut dapat dicapai dalam periode 2024/2025:

1. **Kualitas SOP dan Kebijakan yang Meningkatkan**

Penyusunan dan penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) serta kebijakan yang lebih jelas dan terukur dalam setiap aspek pemasaran, baik dalam penerimaan mahasiswa baru maupun pengelolaan kehumasan.

2. **Optimalisasi Penggunaan Teknologi Digital**

Peningkatan penggunaan teknologi digital dalam strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk pemanfaatan media sosial dan kampanye digital yang terukur.

3. **Kolaborasi yang Lebih Kuat dengan Industri**

Meningkatkan kerjasama dengan mitra industri untuk memberikan pengalaman praktis yang relevan bagi mahasiswa serta membuka peluang bagi lulusan untuk diterima di dunia kerja yang kompetitif.

4. **Transparansi dan Akuntabilitas yang Ditingkatkan**

Memastikan bahwa seluruh proses pemasaran, penerimaan mahasiswa baru, dan kebijakan biaya dilakukan secara transparan dan dapat dipertanggungjawabkan kepada seluruh pemangku kepentingan.

5. **Peningkatan Kompetensi Staf Marketing**

Peningkatan kompetensi staf marketing melalui pelatihan dan workshop yang relevan, sehingga tim marketing mampu menjalankan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan efisien.

Dengan demikian, buku ini diharapkan menjadi acuan yang bermanfaat dalam proses perbaikan berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi pengelolaan pemasaran di Politeknik Bintan Cakrawala. Semua pihak yang terlibat diharapkan dapat melaksanakan tanggung jawabnya dengan komitmen penuh dalam mencapai standar yang telah ditetapkan.

Akhir kata, kami berharap bahwa dengan adanya buku ini, Departemen Marketing Politeknik Bintang Cakrawala dapat terus berperan aktif dalam meningkatkan mutu pendidikan dan menjawab tantangan industri pariwisata yang semakin dinamis, serta berkontribusi positif terhadap perkembangan pendidikan tinggi di Indonesia.

LAMPIRAN

1. Perbandingan Skema Pembiayaan Mahasiswa Setiap Angkatan

TAHUN AJARAN	YBR	HEA BRC	BIIE	PEMDA	CGP	IC	PRESTASI	ANAK KARYAWAN GRUP	EXECUTIVE CLASS	REGULER	JUMLAH
2019/2020 (Angkatan 1)	4	38	-	-	-	-	-	-	-	15	57
2020/2021 (Angkatan 2)	-	10	1	10	-	-	-	-	14	29	64
2021/2022 (Angkatan 3)	-	13	3	-	-	-	-	-	10	20	46
2022/2023 (Angkatan 4)	-	14	3	-	22	-	-	-	-	13	52
2023/2024 (Angkatan 5)	-	13	4	-	16	-	11	1	-	13	58
2024/2025 (Angkatan 6)	-	-	-	10	11	24	3	-	3	10	61
TOTAL	4	88	11	20	49	24	14	1	27	100	338

2. Paid Promote

