

# MENENTUKAN STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN CALON MAHASISWA BARU STP MATARAM

PUJI PUTRI NURCAHYANI, I GDE PUTU WIRARAMA, ARIYAN ZUBAIDI



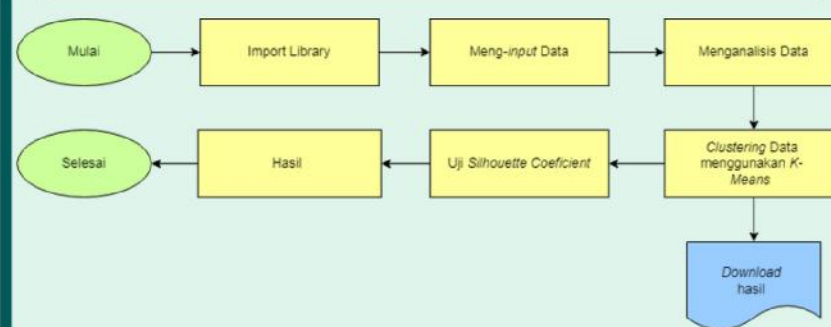
## Pendahuluan

Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram harus meningkatkan promosi untuk diakui keberadaannya di dunia pendidikan tinggi dan mendokrak citra kampus. Banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan membutuhkan dana yang tidak sedikit dan kesulitan tim marketing Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram untuk menentukan skala prioritas daftar sekolah menengah atas yang perlu dikunjungi untuk sosialisasi. Implementasi algoritma K-Means untuk mengelompokkan sekolah yang memiliki potensi dalam penerimaan calon mahasiswa baru Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram sehingga dapat diprioritaskan dalam promosi oleh tim marketing. Adapun dilakukan pengujian tingkat akurat cluster menggunakan silhouette coefficient. metode silhouette coefficient digunakan untuk mengetahui seberapa baik cluster yang dihasilkan pada proses pengklasteran.

## Tujuan Penelitian

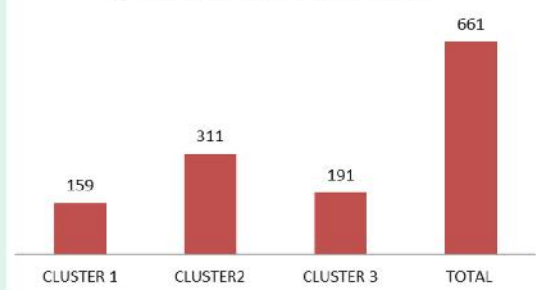
- Menerapan/mengimplentasikan algoritma k-means clustering pada data calon mahasiswa baru menggunakan bahasa pemrograman Python.
- Proses pengklasteran menggunakan Algoritma K-Means untuk mendapatkan informasi yang guna untuk menentukan wilayah promosi yang diprioritaskan.
- Merancang strategi promosi yang tepat dari cluster yang terbentuk.

## Metode Pengerjaan



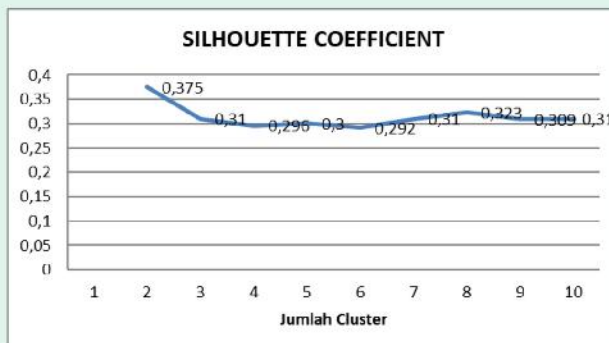
## Hasil Pengujian

Grafik Persentase Cluster

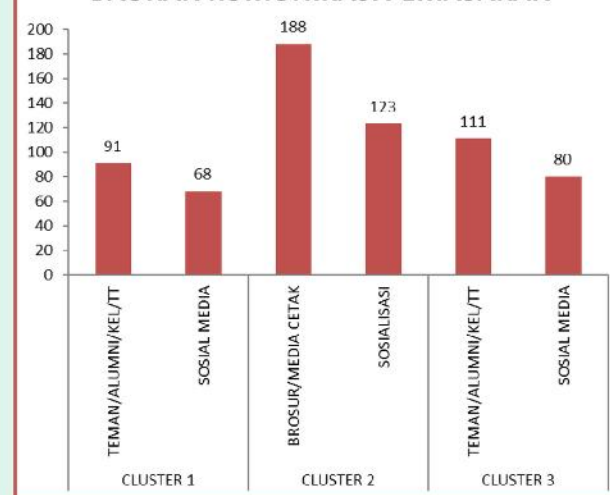


Hasil clustering menunjukkan bahwa yaitu cluster 1 dengan persentase 24% yang sangat di prioritaskan, cluster 2 dengan persentase 47% sekolah yang kurang di prioritaskan, sedangkan cluster 3 dengan persentase 29% sekolah yang di prioritaskan karena mendaftar pada tahun terbaru yang berpeluang mendaftar untuk tahun selanjutnya.

Pengujian hasil clustering menggunakan metode silhouette coefficient dilakukan dengan jumlah cluster k=2 sampai k=10. Hasil silhouette coefficient adalah sebagai berikut:



BAURAN KOMUNIKASI PEMASARAN



## Kesimpulan

- Pada penelitian ini memperoleh nilai silhouette coefficient yaitu cluster 3 dengan nilai k=3 yaitu 0.31. Penggunaan nilai rata-rata silhouette coefficient yaitu untuk penentuan cluster terbaik memberikan kemudahan dalam proses penelitian.
- Hasil clustering menunjukkan bahwa yaitu cluster 1 dengan persentase 24% yang sangat di prioritaskan, cluster 2 dengan persentase 47% sekolah yang kurang di prioritaskan, sedangkan cluster 3 dengan persentase 29% sekolah yang di prioritaskan karena mendaftar pada tahun terbaru yang berpeluang mendaftar untuk tahun selanjutnya. Hal ini dapat membantu pihak marketing Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram untuk menentukan strategi promosi calon mahasiswa baru yang memiliki peluang besar dalam meningkatkan jumlah calon mahasiswa.
- Teman/alumni/keluarga/tetangga dan sosial media menjadi sumber informasi kampus yang utama dan kunjungan ke sekolah diprioritaskan untuk sekolah-sekolah yang memiliki jurusan yang paling banyak diminati. Namun penggunaan brosur/media cetak untuk saat ini perlu dilakukan evaluasi kembali manfaatnya dan dapat mengeluarkan banyak biaya. Selanjutnya, dalam menjalankan strategi promosi, Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram disarankan untuk memperhatikan karakteristik dari setiap cluster dan memaksimalkan penggunaan sosial media.