

# LAPORAN AKTUALISASI

**Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA  
(Call to Action) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis  
Digital Institut Teknologi Kalimantan**



**Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif**

Oleh:

**Prasis Damai Nursyam Hamijaya**

**NDH : 29**

**PELATIHAN DASAR CALON PNS ANGKATAN XXIII**

**PUSAT PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN DAN KAJIAN  
DESENTRALISASI DAN OTONOMI DAERAH LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA  
2022**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Prasis Damai NH, S.P., M.M  
Tempat, tanggal lahir : Malang, 27 September 1987  
Alamat Tempat Tinggal : Jl. Kecipir 46B  
Email : [prasis.damai@lecturer.itk.ac.id](mailto:prasis.damai@lecturer.itk.ac.id)

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan aktualisasi yang berjudul “Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (Call to Action) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan” adalah benar-benar tulisan saya sendiri, bukan menjiplak tulisan orang lain dan belum pernah dimuat dimanapun.

Apabila dikemudian hari ternyata laporan aktualisasi saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka secara otomatis laporan aktualisasi saya dianggap gugur. Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

**Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif**

Balikpapan, 12 Agustus 2022

Yang Menyatakan

Prasis Damai NH, S.P., M.M



## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN AKTUALISASI

Yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Aktualisasi  
Pelatihan Dasar Calon PNS Angkatan XXIII Tahun 2022

Nama : Prasis Damai Nursyam Hamijaya  
NDH : 29  
NIP : 198709272022031001  
Jabatan : Asisten Ahli  
Instansi : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan  
Teknologi  
Judul Rancangan Aktualisasi : Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode  
CTA (*Call to Action*) di Program Studi Bisnis Digital  
Institut Teknologi Kalimantan

Telah disetujui dan dinyatakan LAYAK untuk diajukan dalam Seminar Aktualisasi pada  
hari Jumat, 12 Agustus 2022 di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian  
Desentralisasi dan Otonomi Daerah Lembaga Administrasi Negara Samarinda.

Mentor,



**Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T.**  
NIP. 19910802 201903 1 012

Coach/Pembimbing



**Ika Retna Ningrum, S.Pd., M.PP**  
NIP. 19850323 200804 2 001

## LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKTUALISASI

Judul Rancangan Aktualisasi	: Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA ( <i>Call to Action</i> ) di Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan
Nama Peserta	: Prasis Damai Nursyam Hamijaya
NIP	: 198709272022031001
Jabatan	: Asisten Ahli
Instansi	: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

Telah diseminarkan dalam Seminar Aktualisasi pada hari Jumat, 12 Agustus 2022 di Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Desentralisasi dan Otonomi Daerah Lembaga Administrasi Negara Samarinda.

**Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif**

Narasumber,

Ahmad Zaini, SE., ME.  
NIP. 19811001 200912 1 002

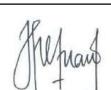
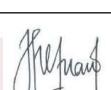
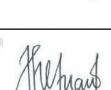
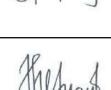
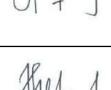
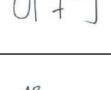
Coach/Pembimbing

Ika Retna Ningrum, S.Pd., M.PP  
NIP. 19850323 200804 2 001



**LEMBAR KONSULTASI COACH**  
Pelatihan Dasar Calon PNS Angkatan XXIII  
Puslatbang KDOD LAN Samarinda

Nama Peserta	: Prasis Damai Nursyam Hamijaya
NDH	: 29
NIP	: 198709272022031001
Jabatan	: Asisten Ahli
Instansi	: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi
Nama Coach	: Ika Retna Ningrum, S.Pd., M.PP

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Media Konsultasi	TTD/Paraf Coach
1	Jumat, 24 Juni 2022	Konsultasi rancangan aktualisasi	Whatsapp	
2	Senin, 27 Juni 2022	Konsultasi rancangan aktualisasi	Zoom	
3	Selasa, 28 Juni 2022	Konsultasi rancangan aktualisasi	Whatsapp	
4	Jumat, 1 Juli 2022	Konsultasi laporan aktualisasi	Whatsapp	
5	Rabu, 13 Juli 2022	Konsultasi laporan aktualisasi	Whatsapp	
6	Selasa, 26 Juli 2022	Konsultasi laporan aktualisasi	Telepon	
7	Kamis, 4 Agustus 2022	Konsultasi laporan aktualisasi	Whatsapp	



**LEMBAR KONSULTASI MENTOR**  
**Pelatihan Dasar Calon PNS Angkatan XXIII**  
**Puslatbang KDOD LAN Samarinda**

Nama Peserta : Prasis Damai Nursyam Hamijaya  
 NDH : 29  
 NIP : 198709272022031001  
 Jabatan : Asisten Ahli  
 Instansi : Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi  
 Nama Coach : Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Media Konsultasi	TTD/Paraf Coach
1	Senin, 20 Juni 2022	Menggali informasi tentang isu-isu yang ada di lingkungan prodi Bisnis Digital	Tatap Muka	
2	Kamis, 23 Juni 2022	Konsultasi bentuk kegiatan dan tahapan dari program yang diangkat	Whatsapp	
3	Rabu, 28 Juni 2022	Konsultasi rancangan aktualisasi	Email	
4	Selasa, 12 Juli 2022	Konsultasi media dan materi promosi	Tatap Muka	
5	Sabtu, 16 Juli 2022	Menyerahkan perbaikan laporan dan progress mingguan	Email	
6	Senin, 18 Juli 2022	Konsultasi progress laporan aktualisasi	Tatap Muka	
7	Selasa, 26 Juli 2022	Konsultasi materi e-survei dan surat pengantar	Tatap Muka	
8	Jumat, 5 Agustus 2022	Konsultasi progress laporan aktualisasi	Tatap Muka	

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas rahmat dan anugerah Tuhan sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Aktualisasi untuk memenuhi salah satu tugas Latihan Dasar CPNS Golongan III Angkatan XXIII di Puslatbang KDOD LAN Samarinda.

Dalam Laporan Aktualisasi akan dipaparkan penerapan nilai-nilai dasar ASN yaitu Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif di lingkungan kerja. Masa aktualisasi bertujuan untuk menginternalisasi nilai-nilai dasar ASN.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam terselesaikannya Laporan Aktualisasi ini, kepada:

1. Bapak Dr. Muhammad Aswad, M.Si selaku Kepala Puslatbang KDOD LAN Samarinda.
2. Bapak Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T selaku mentor yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga Laporan Aktualisasi dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Ika Retna Ningrum, S.Pd., MPP selaku coach yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga rancangan aktualisasi dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Ahmad Zaini, SE., ME selaku Narasumber yang telah memberikan arahan dan masukan sehingga Laporan Aktualisasi dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Widya Iswara Puslatbang KDOD LAN Samarinda yang telah banyak memberikan materi secara online.
6. Rekan sejawat dosen Program Studi Bisnis Digital yang ikut mendukung dalam proses penyusunan Laporan Aktualisasi.
7. Keluarga yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa.
8. Seluruh peserta Latsar CPNS Angkatan XXIII atas kebersamaan dan kerjasama selama masa pendidikan.

Penulis menyadari bahwa Laporan Aktualisasi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga ilmu yang kita dapat selama pendidikan dapat diamalkan di lingkungan kerja dan berdampak positif.

Samarinda, Agustus 2022

Penulis,

Prasis Damai NH, S.P., M.M

# **OPTIMALISASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN DENGAN METODE CTA (CALL TO ACTION) UNTUK PENINGKATAN MUTU PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN**

## **ISU**

Kurangnya strategi pemasaran Program Studi Bisnis Digital ke SMA/K

## **GAGASAN**

Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran yang dilakukan dengan metode CTA (Call to Action).

## **TUJUAN**

Mengoptimalkan Strategi Bauran Pemasaran untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan yang dilakukan dengan metode CTA (Call to Action).

## **KONTRIBUSI NILAI BERAKHLAK**

### **BERORIENTASI PELAYANAN**

Melakukan survei dapat memahami kebutuhan masyarakat tentang minat lulusan SMA/K

### **AKUNTABEL**

Melakukan pendataan SMA/K dari website resmi kemdikbud.

### **KOMPETEN**

Belajar dan mengembangkan kapabilitas untuk membuat desain poster yang informatif dengan aplikasi desain grafis

### **HARMONIS**

Menghargai perbedaan pendapat antar dosen ketika merumuskan informasi keunggulan prodi

### **LOYAL**

Mengutamakan kepentingan bangsa dan negara dengan ikut berkontribusi mempromosikan perguruan tinggi negri.

### **ADAPTIF**

Menggunakan aplikasi google form untuk pengumpulan data kuesioner, aplikasi canva untuk desain poster, dan aplikasi adobe premiere untuk editing video

### **KOLABORATIF**

Membangun kerjasama yang sinergis dengan Koorprodi untuk tindak lanjut hasil kuesioner



## **01 Mengumpulkan Database SMA/K sesuai Bidang Keahlian**

1. mengkonsultasikan rencana kegiatan dengan Koorprodi
2. mencari informasi bidang keahlian di SMA/K
3. menentukan subyek/ sasaran promosi bersama dosen prodi
4. menganalisa kompetensi keahlian pada SMA/K target promosi
5. melakukan pendataan SMA/K bidang Teknik Informatika dan Komunikasi
6. melakukan pendataan SMA/K bidang Bisnis dan Manajemen



## **02 Membuat Poster Digital**

1. mengkonsultasikan dengan Koorprodi dan Dosen Bisnis Digital
2. menentukan tema promosi
3. menentukan media promosi
4. merumuskan informasi di poster digital
5. membuat desain poster digital
6. membuat tautan yang mengarah pada media sosial dan website prodi



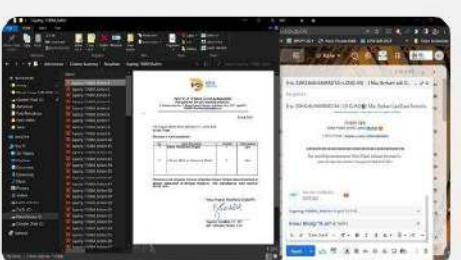
## **03 Melakukan survei minat lulusan SMA/K melalui kuesioner**

1. mengkonsultasikan dengan Koorprodi dan Dosen Bisnis Digital
2. menyusun materi kuesioner dengan Dosen Bisnis Digital
3. membuat kuesioner dengan media google form
4. membuat link promosi yang dikirimkan melalui email
5. mengumpulkan hasil kuesioner
6. melakukan analisis data hasil kuesioner
7. menyerahkan analisis kuesioner kepada mentor untuk tindak lanjut



## **04 Melakukan promosi**

1. mengkonsultasikan dengan Koorprodi dan Dosen Bisnis Digital
2. membuat database alamat email SMA/K target promosi
3. membuat redaksi surat ijin promosi dan pengisian kuesioner lulusan
4. mengirimkan surat pengantar promosi ke SMA/K melalui email
5. mengirimkan materi promosi dan kuesioner ke SMA/K melalui email
6. evaluasi metode CTA untuk referensi promosi lanjut



**Mentor : Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T.  
Coach : Ika Retna Ningrum, S.Pd., M.PP.**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
LAPORAN AKTUALISASI .....	iv
LEMBAR KONSULTASI COACH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
A. Profil Jabatan .....	4
B. Refleksi Agenda Pembelajaran .....	5
C. Latar Belakang .....	8
Gagasan Pemecahan Isu .....	12
1. Mutu Lembaga Pendidikan Tinggi .....	12
2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	13
3. Metode CTA ( <i>Call to Action</i> ) .....	14
D. Tujuan Aktualisasi .....	16
E. Manfaat Aktualisasi .....	16
F. Uraian Kegiatan Aktualisasi .....	18
G. Jadwal Aktualisasi .....	20
H. Deskripsi Hasil Aktualisasi .....	21
LAMPIRAN .....	32

*Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif*

## Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (Call to Action) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan



Sumber: <https://itk.ac.id/>

### Profil Institut Teknologi Kalimantan

Pendirian Institut Teknologi Kalimantan didasarkan pada pelaksanaan strategi utama dalam bidang penguatan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) serta Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) nasional di Koridor Ekonomi Kalimantan sebagaimana yang disusun dalam Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011-2025. Selain Politeknik, hingga tahun 2012 Kalimantan Timur hanya memiliki satu universitas negeri yaitu Universitas Mulawarman yang berada di Samarinda. Mengingat kekayaan Sumber Daya Alam (SDA) dan pertambahan penduduk yang terus meningkat, maka penambahan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan dan

pembangunan daerah, khususnya di Kalimantan.

Institut Teknologi Kalimantan (ITK) merupakan perguruan tinggi yang fokus dalam bidang teknologi untuk menunjang kebutuhan dunia industri. Melalui berbagai macam program pendidikan pada ITK ini, diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan SDM (mahasiswa yang mengambil studi di ITK) yang akan berdampak terhadap peningkatan penguasaan teknologi dan peningkatan produktivitas modal. Selanjutnya peningkatan produktivitas modal tersebut mampu memunculkan industri-industri baru sehingga menambah jumlah industri yang ada di Kalimantan.

ITK berdiri pada tanggal 9 Oktober 2014 di lahan seluas 300 Ha yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta KM15, Kelurahan Karang Joang, Kecamatan Balikpapan Utara, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. ITK merupakan satu

dari empat institut teknologi yang dimiliki pemerintah Indonesia selain ITB, ITS dan ITERA. Institut Teknologi Kalimantan hadir sebagai satu-satunya Institut Teknologi Negeri di wilayah Tengah dan Timur Indonesia dengan motto SPECTA, akronim dari Solid, Peduli, Cerdas, Beriman, dan Bertaqwah.

Institut Teknologi Kalimantan memulai proses perkuliahan pada tahun 2012. Pada tahun tersebut, ITK menerima mahasiswa angkatan pertama sebanyak 100 mahasiswa dan didistribusikan ke 5 program studi awal ITK, yaitu: Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Perkapalan, Teknik Kimia dan Teknik Sipil. Jalur penerimaan mahasiswa ITK tersebut dilakukan melalui Seleksi Masuk ITK (SMITeK) yang merupakan hasil kerjasama antara Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya dengan Pemerintah Propinsi Kalimantan Timur, melalui beasiswa Kaltim Cemerlang. Dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014, ITK memiliki total mahasiswa sebanyak 263 mahasiswa yang melakukan kegiatan akademik dan proses perkuliahan di kampus ITS Surabaya. Pada tahun 2015, kegiatan akademik dan proses perkuliahan dipindahkan di Kampus ITK Karangoang, Balikpapan. Saat ini ITK menyelenggarakan lima jurusan dengan 22 program studi yang ada di bawahnya. ITK memiliki empat fokus riset yakni energi, smart city, kemaritiman, dan teknologi pangan. Lima jurusan di ITK yaitu:

1. Jurusan Matematika dan Teknologi Informasi (6 prodi)
2. Jurusan Sains, Teknologi Pangan, dan Kemaritiman (4 prodi)
3. Jurusan Teknologi Industri dan Proses (6 prodi)
4. Jurusan Teknik Sipil dan Perencanaan (4 prodi)
5. Jurusan Ilmu Kebumian dan Lingkungan (2 prodi)

## Visi Institut Teknologi Kalimantan

Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan Nasional melalui pemberdayaan potensi daerah Kalimantan pada tahun 2025.

## Misi Institut Teknologi Kalimantan

1. Menyelenggarakan tridharma perguruan tinggi yang bermutu guna mengoptimalkan potensi daerah Kalimantan;
2. Menghasilkan lulusan yang unggul, berkualitas, dan berbudi luhur serta dapat berperan aktif dalam pembangunan nasional;
3. Membangun kerja sama dengan pemangku kepentingan untuk memberdayakan potensi daerah Kalimantan.

## Tugas Organisasi

Tugas pokok dan fungsi serta struktur organisasi Institut Teknologi Kalimantan tertuang dalam Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Teknologi Kalimantan. Tugas pokok Institut Teknologi Kalimantan adalah menyelenggarakan pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam sejumlah rumpun ilmu pengetahuan dan teknologi dan jika memenuhi syarat dapat menyelenggarakan pendidikan profesi.

## Fungsi Organisasi

1. Melaksanakan dan Mengembangkan Pendidikan Tinggi
2. Melaksanakan penelitian dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi
3. Melaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat
4. Melaksanakan Pembinaan Civitas Akademika dan hubungannya dengan Lingkungan
5. Melaksanakan Kegiatan Administratif

## Tujuan Organisasi

1. Menghasilkan sumber daya manusia yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang pemanfaatan sumber daya alam;

2. Berkontribusi dalam mewujudkan ketahanan energi nasional yang ramah lingkungan melalui inovasi teknologi;
3. Mewujudkan teknologi pengelolaan sumber daya alam yang mendorong kemajuan ekonomi masyarakat;
4. Mewujudkan tata kelola kampus yang baik (*good university governance*); dan
5. Menghasilkan penelitian berskala nasional dan internasional yang dapat diaplikasikan untuk pembangunan nasional.

## Struktur Organisasi

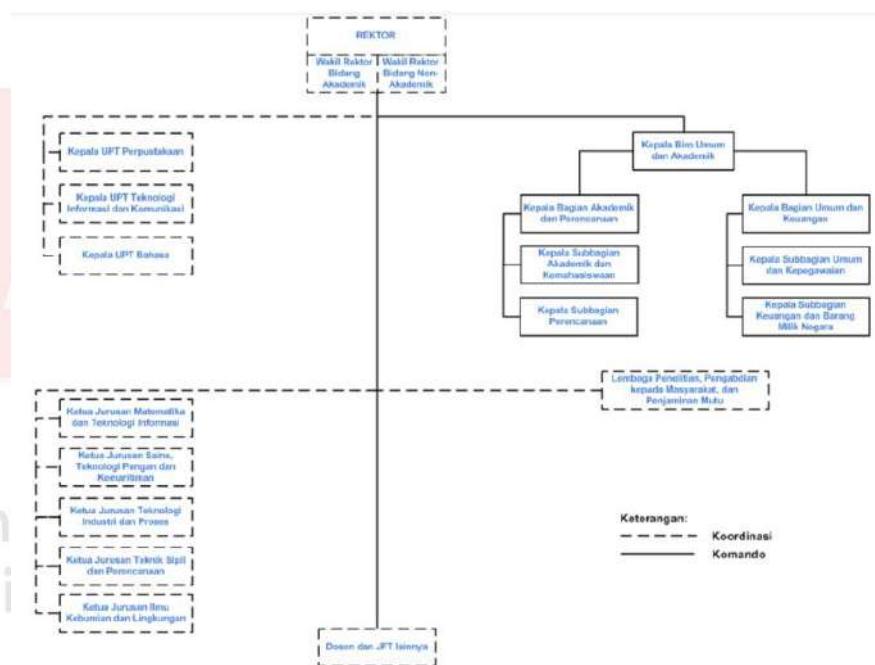
Tugas pokok dan fungsi serta struktur organisasi Institut Teknologi Kalimantan tertuang dalam Peraturan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Teknologi Kalimantan. Untuk mencapai visi misi dan terlaksananya Renstra (Rencana Strategis) serta Program Kerja Tahunan ITK, maka ITK menjalankan organisasi berdasarkan struktur organisasi yang mengacu pada Organisasi dan Tata Kerja ITK.

ITK memiliki 5 unsur dalam struktur organisasinya, yakni:

- a. Unsur Pengambil Keputusan yang terdiri dari Rektor dan para Wakil Rektor
- b. Unsur Pertimbangan dan Pengawasan yang terdiri dari Senat, Dewan

- Pertimbangan dan Satuan Pengawas Internal
- c. Unsur Pelaksana Akademik yang terdiri dari 5 (lima) Jurusan dan LPPMPMP (Lembaga Penelitian, Pengabdian kepada Masyarakat, dan Penjaminan Mutu Pendidikan)
- d. Unsur Pelaksana Administrasi yang terdiri dari Biro Umum dan Akademik
- e. Unsur Penunjang yang terdiri dari UPT Perpustakaan, UPT TIK an UPT Bahasa.

Bagan struktur organisasi ITK dapat dilihat pada gambar 1. Struktur organisasi Institut Teknologi Kalimantan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Struktur Organisasi Institut Teknologi Kalimantan

## A. Profil Jabatan

Sebagaimana diamanatkan dalam UU Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen dan Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 tentang Dosen, dosen memiliki beberapa tugas pokok dan fungsinya, antara lain:

1. Mentransformasikan, mengembangkan serta menyebarluaskan ilmu pengetahuan serta teknologi dan juga

seni melalui pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat.

2. Melaksanakan tridharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat).
3. Merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran serta menilai dan mengevaluasi hasil pembelajaran

4. Meningkatkan serta mengembangkan kualifikasi sebuah akademik dan diikuti dengan kompetensi yang berkelanjutan. Terutama dengan mengikuti perkembangan teknologi masa kini.
  5. Selain mengajar, dosen juga bertugas untuk membuat bahan ajar serta modul untuk mahasiswa.
  6. Dosen juga wajib menjunjung tinggi perundang-undangan hukum, serta kode etik dan nilai-nilai agama serta etika.
- Tridharma perguruan tinggi mencakup:
1. Darma pendidikan untuk menguasai, menerapkan, dan menyebarluaskan nilai-nilai luhur, ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga;
  2. Darma penelitian untuk menemukan, mengembangkan, mengadopsi, dan/ atau mengadaptasi nilai-nilai luhur, ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga; dan
  3. Darma pengabdian kepada masyarakat untuk menerapkan nilai-nilai luhur, ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga dalam rangka pemberdayaan masyarakat

## B. Refleksi Agenda Pembelajaran

Berdasarkan peraturan Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2018, Calon PNS wajib menjalankan masa percobaan selama 1 (satu) tahun melalui proses pendidikan dan pelatihan. Pelatihan dasar Calon PNS adalah pendidikan dan pelatihan dalam masa prajabatan yang dilakukan secara terintegrasi untuk membangun wawasan kebangsaan dan bela negara, nilai-nilai dasar PNS dan kedudukan dan peran PNS dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pelatihan Dasar Calon PNS Angkatan XXIII Tahun 2022 di Puslatbang KDOD dilaksanakan dengan metode *Blended Learning* yang mulai dilaksanakan 5 Juni 2022 dengan sistem *Distance Learning*. Adapun beberapa tahapan dalam pembelajaran *Blended Learning* yang telah terlaksana yaitu:

1. Pembelajaran Mandiri secara Daring melalui aplikasi MOOC (*Massive Open Online Course*) yang dikelola oleh LAN dan dapat diakses langsung oleh peserta latsar.
2. Pembelajaran Kolaboratif adalah Pelatihan Jarak Jauh (*Distance Learning*) yang terdiri dari *e-learning* dan aktualisasi di tempat kerja. Dalam tahap ini, peserta dapat mengakses *e-learning* dan mengikuti pembelajaran bersama pengampu materi, coach, dan kelompoknya. *E-learning* dikelola oleh LAN dan Lembaga Pelatihan.

Agenda Pembelajaran yang telah dilakukan terdiri dari empat agenda,

## **Agenda Sikap Perilaku Bela Negara**

didalamnya meliputi mata pelatihan Wawasan Kebangsaan dan Nilai Bela Negara, Analisis Isu Kontemporer dan Kesiapsiagaan Bela Negara.

Dalam Materi Wawasan Kebangsaan dan Nilai Bela Negara peserta latsar dimantapkan pengetahuan-nya tentang wawasan kebangsaan, cara menumbuh-kembangkan kesadaran bela negara dan mengimplementasikan sistem administrasi NKRI.

Dalam Materi Analisis Isu Kontemporer, peserta latsar diajak untuk memahami konsep perubahan lingkungan strategis, isu-isu strategis kontemporer dalam hal korupsi, gratifikasi, narkoba, terorisme dan radikalisme, *money laundering, proxy war*, dan teknis analisis isu dengan menggunakan kemampuan berpikir kritis.

Dalam Materi Kesiapsiagaan Bela Negara peserta latsar diajak untuk memahami kerangka bela negara dalam lingkup Latsar Calon PNS, menjelaskan kemampuan awal kesiapsiagaan bela negara yang didalamnya meliputi kesehatan jasmani dan mental, kesiapsiagaan jasmani dan mental, etika, etiket dan moral, dan kearifan lokal. Materi dilanjutkan dengan menyusun rencana aksi bela negara dan melakukan kegiatan kesiapsiagaan bela negara diantaranya baris berbaris dan tata upacara,

keprotokolan, kewaspadaan dini, membangun tim, caraka malam dan api semangat bela negara.

## **Agenda Nilai-Nilai Dasar**

**PNS** yang didalamnya meliputi materi BerAKHLAK, yaitu akronim dari Nilai Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.

Dalam Berorientasi Pelayanan peserta latsar diajak untuk memahami dan menjelaskan pelayanan publik secara konseptual, memahami dan menjelaskan kode etik nilai Berorientasi Pelayanan serta contoh perilaku spesifik yang kontekstual dengan jabatan/organisasinya, mengaktualisasikan nilai Berorientasi Pelayanan dalam pelaksanaan tugas jabatannya masing-masing, dan menganalisis kasus penerapan Berorientasi Pelayanan secara cepat.

Dalam Materi Akuntabel peserta latsar diajak untuk memahami dan menjelaskan akuntabel secara konseptual yang bertanggungjawab atas kepercayaan yang diberikan, menjelaskan kode etik akuntabel, memberikan contoh perilaku dengan pelaksanaan tugas dengan jujur, bertanggung jawab, cermat, disiplin dan berintegritas tinggi, penggunaan kekayaan dan barang milik negara secara bertanggung jawab, efektif, dan efisien serta tidak menyalahgunakan kewenangan jabatan, menganalisis contoh kasus penerapan.

Dalam Materi Kompeten peserta latsar diajak memahami konteks lingkungan strategis yang mempengaruhi pengelolaan dan tuntutan karakter dan kompetensi ASN yang sesuai, memahami kebijakan dan pendekatan pengelolaan ASN, memahami dan peka terhadap isu-isu kritis dalam merespons penyesuaian kompetensi ASN, memahami pentingnya pengelolaan pengembangan ASN dalam konteks pembangunan nasional dan tantangan global, mampu mengajukan pemikiran-pemikiran kritis dalam penguatan kompetensi ASN di lingkungan instansi dan konteks nasional serta global, menjelaskan aspek kompeten secara konseptual dengan perilaku terus belajar dalam mengembangkan kapabilitas diri, menjelaskan panduan perilaku kompeten sebagai wujud nilai kompeten sebagai bagian nilai-nilai dasar ASN, memberikan contoh perilaku dengan peningkatan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah, membantu orang lain belajar serta pelaksanaan tugas dengan kualitas terbaik, dan menganalisis kasus penerapan kompeten secara cepat.

Dalam Materi Harmonis peserta latsar diajak untuk memahami dan menjelaskan keanekaragaman bangsa Indonesia serta dampak, manfaat dan potensi disharmonis di dalamnya, menjelaskan dan menerapkan nilai harmonis sesuai kode etik ASN secara konseptual yang meliputi saling peduli dan menghargai perbedaan, serta memberikan

contoh perilaku dengan menghargai setiap orang apapun latar belakangnya, suka menolong orang lain serta membangun lingkungan kerja yang kondusif, menganalisis kasus penerapan harmonis secara tepat.

Dalam Materi Loyal peserta latsar diajak untuk memahami loyal secara konseptual yang berdedikasi dan mengutamakan kepentingan Bangsa dan Negara, menjelaskan panduan kode etik loyal, mengaktualisasikan loyal dalam konteks organisasi pemerintah dan menganalisis kasus penerapan loyal secara tepat.

Dalam Materi Adaptif peserta latsar diajak untuk memahami pentingnya mengapa nilai-nilai adaptif perlu diaktualisasikan dalam pelaksanaan tugas jabatannya, menjelaskan adaptif secara konseptual yang terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan serta menghadapi perubahan, menjelaskan panduan kode etik adaptif, memberikan contoh perilaku dengan cepat menyesuaikan diri menghadapi perubahan, terus berinovasi dan mengembangkan kreativitas, bertindak proaktif, dan menganalisis kasus penerapan adaptif secara tepat.

Dalam Materi Kolaboratif peserta latsar diajak untuk memahami konsep kolaborasi, *collaborative governance*, dan *Whole of Government*, dan menganalisis praktik kolaborasi di organisasi pemerintah.

## **Agenda Kedudukan dan Peran PNS dalam NKRI yang**

berisi materi SMART ASN dan Manajemen ASN untuk mendukung terbentuknya *Smart Governance*. Dalam Materi Smart ASN peserta latsar diajak untuk memahami literasi digital, mengenali berbagai bentuk masalah yang ditimbulkan akibat kurangnya literasi digital, mampu mengimplementasikan materi literasi digital pada kehidupan sehari-hari, mengaplikasikan materi literasi digital dalam kehidupan sehari-hari dan menunjukkan sikap dan perilaku yang sesuai dengan kecakapan, keamanan, etika dan budaya dalam bermedia digital.

Dalam Materi Manajemen ASN peserta latsar diajak untuk memahami kedudukan, peran, hak dan kewajiban,

kode etik dan kode perilaku ASN, menjelaskan konsep sistem merit dalam pengelolaan ASN, dan menjelaskan mekanisme pengelolaan ASN.

Agenda terakhir adalah **Agenda**

**Habituasi.** Peserta latsar diajak untuk memahami konsepsi pembelajaran aktualisasi dan habituasi, memahami tahapan pembelajaran aktualisasi dan melaksanakan tahapan pembelajaran aktualisasi yang didalamnya meliputi kegiatan menyusun rancangan aktualisasi, mempresentasikan rancangan aktualisasi, melaksanakan aktualisasi, menyusun laporan aktualisasi dan mempresentasikan laporan aktualisasi.

## C. Latar Belakang

Dalam melaksanakan tugasnya, ASN tidak terlepas dari permasalahan yang terjadi di lingkungan kerjanya sehingga sangat diperlukan inovasi terus menerus. Dari hasil pemetaan isu di Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan, prodi yang berdiri tanggal 16 April 2021 tersebut sedang dalam proses pengajuan akreditasi, rasio Dosen / Mahasiswa yang masih rendah dan promosi prodi yang belum optimal. Di sisi lain, Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan merupakan prodi jenjang S1 yang berada di wilayah Indonesia Timur yang memiliki pangsa pasar yang luas untuk menarik calon-calon mahasiswa dari lulusan SMA/K di wilayah Indonesia Timur.

## Identifikasi Isu

Kegiatan Aktualisasi disusun berdasarkan identifikasi isu yang ditemukan di Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan.

### 1. Program Studi Bisnis Digital Akreditasi Baik dari BAN-PT

Akreditasi merupakan upaya dari pemerintah untuk menetapkan standar dan penjaminan mutu terhadap alumni dan perguruan tinggi. Dalam perspektif calon mahasiswa, keputusan memilih program studi di suatu perguruan tinggi dianggap berpotensi untuk merubah kehidupan individu. Untuk itu penting bagi lembaga pendidikan tinggi untuk meningkatkan kualitas agar tetap menjadi pilihan calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikannya.

Dalam kaitannya dengan Manajemen ASN, maka diperlukan ASN yang profesional dan berkarakter agar mampu melaksanakan kebijakan dalam hal pencapaian standar mutu pendidikan. Sedangkan dalam kaitannya dengan Smart ASN, ASN dituntut dapat mengikuti transformasi digital untuk membangun konektivitas dan komunikasi efektif dengan masyarakat melalui platform digital. Sehingga prodi dapat menjalin kerjasama dengan instansi dalam dan luar negeri untuk meningkatkan standar mutu pendidikan.

### 2. Rasio Dosen / Mahasiswa yang masih rendah

Rasio Dosen/Mahasiswa ideal memang sangat penting dilakukan untuk menjaga kualitas pendidikan di sebuah perguruan tinggi. Dalam Surat Edaran Menristekdikti Nomor 105/M/VI/2015 tanggal 5 Juni 2015 perihal Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) dalam menjalankan amanah Undang-Undang Nomor 12/2012 tentang Pendidikan Tinggi.

Melalui Surat Edaran ini dijelaskan bahwa masyarakat bisa menilai kesehatan suatu perguruan tinggi dengan memperhatikan Rasio Dosen/Mahasiswa. Idealnya adalah 1:20 untuk Ilmu Eksakta dan 1:30 untuk Ilmu Sosial. Sehingga rasio ini menjadi dasar bagi masyarakat memilih perguruan tinggi yang sehat.

Jika rasio ideal tercapai, maka bisa membantu meningkatkan pemahaman mahasiswa. Dosen bisa menjelaskan secara lebih detail dan dapat lebih mudah dalam monitoring progres dan tingkat pemahaman mahasiswa yang diajar olehnya.

Dalam kaitan dengan Manajemen ASN, dengan adanya Rasio Dosen / Mahasiswa ideal dapat mengontrol beban kerja dosen dalam kegiatan pendidikan dan pengajaran, sekaligus kinerja dosen dalam melaksanakan kewajiban tersebut.

### 3. Strategi promosi Program Studi Bisnis Digital ke SMA/K

Berdasarkan analisis informasi yang dikumpulkan dari website PDDikti pada tanggal 19 Juni 2022, Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan menempati urutan 13 dari 14 lembaga perguruan tinggi jenjang S1 dalam jumlah mahasiswa di program studi yang sama. Hal ini terjadi karena Program Studi Bisnis Digital yang berdiri tanggal 16 April 2022 baru memiliki angkatan pertama dan calon mahasiswa yang masuk pada waktu itu masih melalui jalur mandiri. Waktu pengenalan/promosi yang singkat juga menjadi pengaruh dari sedikitnya minat calon mahasiswa. Dampak jika isu ini tidak

ditindaklanjuti maka persaingan dalam mendapatkan calon mahasiswa akan semakin berat karena harus bersaing dengan Perguruan Tinggi lain yang membuka program studi yang sama.

Dalam kaitannya dengan Manajemen ASN, peran ASN penting untuk menciptakan masyarakat berperadaban modern dan bermoral tinggi secara adil dan merata. ASN memiliki kewajiban untuk memberikan akses informasi yang mudah dan bermanfaat tentang Program Studi Bisnis Digital kepada masyarakat. Dalam kaitannya dengan Smart ASN, maka ASN perlu menentukan langkah-langkah strategis untuk promosi dengan memanfaatkan transformasi digital dalam mengenalkan program studi kepada masyarakat.

Ketiga isu di atas menjadi perhatian dalam kegiatan aktualisasi, terlebih jika dikaitkan dengan Agenda Kedudukan dan Peran PNS untuk menjawab tantangan Smart ASN dan Manajemen ASN. Dalam era digital, ASN harus memiliki kecakapan literasi digital yang baik. ASN tidak hanya mampu mengoperasikan alat, melainkan juga mampu bermedia digital dengan penuh tanggung jawab. Selain itu isu ini memerlukan koordinasi dan juga integrasi yang baik dengan berbagai macam pihak, yang mana koordinasi dan juga integrasi adalah bagian dari Manajemen ASN. Dalam menjalankan peran ASN maka diperlukan pengelolaan dan manajemen ASN yang profesional dan memiliki etika profesi.

## Penetapan Isu

Dalam menentukan isu prioritas yang akan diangkat digunakan metode USG, yaitu:

- Urgency : yaitu di lihat dari tersedianya waktu, mendesak atau tidak masalah tersebut diselesaikan
- Seriousness : yaitu melihat dampak masalah tersebut terhadap produktivitas kerja, pengaruh terhadap keberhasilan, membahayakan system atau tidak dan sebagainya
- Growth : yaitu apakah masalah tersebut berkembang sedemikian rupa sehingga sulit dicegah

Tabel 2. Bobot Nilai USG

Bobot USG	Urgency = Mendesak	Seriousness = Kegawatan	Growth = Pertumbuhan
5	Sangat Mendesak	Sangat Gawat	Sangat Cepat
4	Mendesak	Gawat	Cepat
3	Cukup Mendesak	Cukup Gawat	Cukup Cepat
2	Kurang Mendesak	Kurang Gawat	Kurang Cepat
1	Sangat Kurang Mendesak	Sangat Kurang Gawat	Sangat Kurang Cepat

Berdasarkan hasil analisa USG pada Tabel 3, isu prioritas terpilih “Kurangnya strategi pemasaran Program Studi Bisnis Digital ke SMA/K” dengan skor USG 15. Isu ini dipilih karena dinilai paling mendesak, darurat dan perlu cepat diselesaikan guna meningkatkan promosi program studi. Sehingga untuk menjawab isu tersebut diperlukan Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan yang dilakukan dengan metode CTA (*Call to Action*)

Tabel 3. Hasil Analisa USG

Identifikasi Isu	U	S	G	Ket.
Program Studi Bisnis Digital Akreditasi Baik dari BAN-PT	4	3	3	III
Rasio Dosen / Mahasiswa yang masih rendah	3	5	3	II
Strategi pemasaran Prodi Bisnis Digital ke SMA/K	5	5	5	I

## Gagasan Pemecahan Isu

Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (*Call to Action*) dilakukan untuk Meningkatkan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan. Menjaga Rasio Dosen / Mahasiswa tetap ideal sesuai dengan ketentuan dari pemerintah pada akhirnya perguruan tinggi bisa mendorong kualitasnya. Misalnya, bisa meningkatkan prestasi akademik mahasiswa, semakin banyak dosen bersertifikasi, dan lain-lain. Hal ini kemudian meningkatkan nilai akreditasi dari LAMEMBA, dan hasil akreditasi bisa menjadi magnet bagi masyarakat untuk mendaftarkan diri menjadi mahasiswa. Sebab sudah yakin memasuki perguruan tinggi berkualitas yang dibuktikan dengan nilai akreditasi antara Sangat Baik dan Unggul.

### 1. Mutu Lembaga Pendidikan Tinggi

Rancangan aktualisasi dibuat sebagai salah satu rangkaian tahapan kegiatan pembelajaran Latihan dasar CPNS sebagaimana yang diatur dalam peraturan LAN Nomor 24 Tahun 2017. Rancangan aktualisasi yang dibuat adalah Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (*Call to Action*) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan.

Manajemen mutu dalam pelaksanaan program pendidikan bukanlah tujuan tetapi alat atau metode untuk mencapai mutu dan meningkatkan performance yang diharapkan. Banyak cara dalam meningkatkan mutu diantaranya menggunakan standar-standar sistem manajemen yang telah di rumuskan oleh lembaga-lembaga penjamin mutu. Sistem manajemen yang kita kenal seperti *International Standardization of Organisation* (ISO), *Six*

*Sigma*, SNI (Standar Nasional Indonesia), SNP (Standar Nasional Pendidikan), dsb.

Dalam konteks pendidikan tinggi, ruang lingkup SNP adalah meliputi: (1) Standar kompetensi lulusan; (2) Standar isi pembelajaran; (3) Standar proses pembelajaran; (4) Standar penilaian pembelajaran; (5) Standar dosen dan tenaga kependidikan; (6) Standar sarana dan prasarana pembelajaran; (7) Standar pengelolaan pembelajaran; (8) Standar pembiayaan pembelajaran; (9) Standar penelitian; (10) Standar pengabdian kepada masyarakat.

Lembaga pendidikan tinggi yang memenuhi indikator-indikator tersebut termasuk dalam kategori lembaga pendidikan bermutu. Bermutu dalam pengertian meningkatnya efektifitas, efisiensi dan produktivitas lembaga secara terus menerus. Manajemen mutu pada dasarnya mencakup keseluruhan proses pendidikan (input, proses dan output). Dengan penerapan strategi manajemen yang benar dan baik akan berdampak

kepada efisiensi pelaksanaan program dan meningkatnya kualitas dan mutu pendidikan.

Input Pendidikan yang efektif dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan pendidikan setidaknya memiliki berbagai karakteristik diantaranya adalah, (1) Memiliki kebijakan, tujuan dan sasaran mutu yang jelas; (2) Sumberdaya tersedia dan siap; (3) Staf yang kompeten dan berdedikasi tinggi; (4) Memiliki harapan prestasi yang tinggi; (5) Fokus pada pelanggan (khususnya mahasiswa); (6) Input manajemen.

Proses Pendidikan yang efektif pada umumnya memiliki sejumlah karakteristik proses sebagai berikut, (1) Proses belajar mengajar yang efektifitasnya tinggi; (2) Kepemimpinan lembaga yang kuat; (3) Lingkungan yang aman dan tertib; (4) Pengelolaan tenaga kependidikan yang efektif; (5) Lembaga memiliki budaya mutu; (6) memiliki *teamwork* yang kompak, cerdas, dan dinamis; (7) memiliki kewenangan (kemandirian); (8) Partisipasi yang tinggi dari warga dan masyarakat; (9) Memiliki keterbukaan (transparansi) manajemen; (10) Melakukan evaluasi dan perbaikan secara berkelanjutan; (11) responsif dan antisipatif terhadap perubahan; (12) Memiliki komunikasi yang baik; (13) Memiliki akuntabilitas; (14) Memiliki kemampuan manajemen sustainabilitas.

Output Pendidikan adalah prestasi yang dihasilkan oleh proses pembelajaran dan manajemen di lembaga. Pada

umumnya, output dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu output berupa prestasi akademik (*academic achievement*) dan output berupa prestasi non-akademik (*non-academic achievement*).

## 2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Kotler mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut "*marketing mix as a set of controllable, tactical marketing tools that the firm blends to produce the result it wants in the target market*". Maksudnya adalah bauran pemasaran merupakan serangkaian unsur-unsur pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan dan dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat mencapai tujuannya dalam pasar sasaran. Dalam kontek pendidikan, bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah unsur-unsur yang sangat penting dan dapat dipadukan sedemikian rupa sehingga dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenangkan persaingan.

Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran ada tujuh hal yang biasa disingkat dengan 7P yaitu terdiri dari 4P tradisional yang digunakan dalam pemasaran barang dan 3P sebagai

perluasan bauran pemasaran. Unsur 4P adalah *product* (produk), yaitu jasa seperti apa yang ditawarkan; *price* (harga), strategi penentuan harganya; *place* (lokasi/tempat), yaitu dimana tempat jasa diberikan; *promotion* (promosi), bagaimana strategi promosi dilakukan. Sedangkan unsur 3P adalah *people* (SDM), yaitu kualitas, kualifikasi, dan kompetensi yang dimiliki oleh orang yang terlibat dalam pemberian jasa pendidikan; *physical evidence* (bukti fisik), yaitu sarana prasarana seperti apa yang dimiliki; dan *process*, yaitu manajemen layanan pembelajaran yang diberikan.

### 3. Metode CTA (*Call to Action*)

Dalam dunia pemasaran, CTA memiliki peran penting dalam meningkat-

kan penjualan maupun meningkatkan *conversion rates*. Tingkat *conversion rates* digunakan sebagai parameter untuk mengetahui efektif tidaknya promosi digital yang dilakukan. *Call to Action* juga dapat memberikan penawaran spesial sehingga banyak orang yang akan tertarik dengan konten, maupun barang/jasa yang kita jual. Bahkan, menggunakan *Call to Action* dapat membangun database berharga berupa email list yang aktif. Jika diaplikasikan dalam dunia digital marketing, CTA umumnya memiliki link dan nantinya link tersebut akan mengarahkan pengunjung untuk mengunjungi halaman tertentu. Strategi penempatan link tersebut juga jangan sembarangan, sehingga bisa dilihat dan diakses dengan mudah.

## Desripsi Kegiatan Pemecahan Isu

Gagasan pemecahan isu ini akan diwujudkan dalam empat bentuk kegiatan yang masuk dalam rancangan aktualisasi. Kegiatan-kegiatan tersebut rencana dilaksanakan mulai 1 Juli - 6 Agustus 2022. Kegiatan tersebut dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Mengumpulkan database SMA/K sesuai bidang keahlian

Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan target pasar, dimulai dengan konsultasi dengan mentor untuk menyampaikan ide dan menerima masukan-masukan, menentukan subyek/sasaran promosi dalam hal ini adalah siswa SMA/K di kawasan Kalimantan

Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara, Jawa Timur. Kegiatan dilanjutkan dengan mencari informasi dan menganalisa bidang keahlian, program keahlian dan kompetensi keahlian di SMA/K di wilayah yang sudah dipilih. Dari berbagai jenis kompetensi yang ada di SMA/K kemudian target pasar difokuskan pada sekolah yang memiliki kompetensi di bidang Teknik Informasi dan Komunikasi dan

Bisnis Manajemen. Hal ini dimaksudkan karena kompetensi ini nantinya dapat dipertajam ketika masuk di Program Studi Bisnis Digital. Output dari kegiatan ini adalah database SMA/K di kawasan Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara, Jawa Timur yang memiliki bidang keahlian Teknik Informasi dan Komunikasi dan Bisnis Manajemen.

## 2. Membuat Poster Digital

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang berkualitas kepada target pasar. Sebelumnya dilakukan konsultasi dengan koorprodi dan para dosen di Program Studi Bisnis Digital untuk menentukan tema dan media promosi yang digunakan. Dalam Poster Digital perlu disampaikan poin-poin Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) yang dimiliki Program Studi Bisnis Digital, meliputi *product, price, place, promotion, peoples, physical evidence, dan process*. Setelah cukup dalam menentukan isi, selanjutnya adalah proses desain Poster Digital. Untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, Poster Digital dibuat semerak mungkin dengan menambahkan elemen yang mengarahkan pada media sosial (instagram) dan website Program Studi Bisnis Digital. Elemen dapat berupa gambar, tulisan, atau ucapan yang mendorong pembaca untuk melakukan tindakan. Teknik ini sebagai salah satu dari metode CTA (*Call to Action*).

## 3. Menganalisis Kuesioner Lulusan SMA/K

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui rencana responden setelah lulus akan melanjutkan studi ke jenjang perkuliahan atau tidak, prodi yang menjadi pilihan responden, dan melihat sebaran responden yang telah menerima informasi melalui Poster Digital. Pada akhir kuesioner, responden akan diarahkan untuk mengikuti tautan media sosial (instagram dan channel telegram) dan website Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan untuk mendapatkan informasi terkini dan fasilitas konsultasi gratis seputar Bisnis Digital. Teknik ini sebagai salah satu dari metode CTA (*Call to Action*).

## 4. Melaksanakan Promosi

Kegiatan promosi ini dimaksudkan untuk meningkatkan minat pasar untuk mengetahui Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan. Pada tahapan ini yang perlu dipersiapkan adalah surat pengantar promosi, poster digital, tautan kuesioner dan database alamat email SMA/K di wilayah Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatera Utara dan Jawa Timur. Kegiatan ini akan mengukur berapa yang membuka email (*open rate*), berapa yang klik tautan yang disertakan (*click rate*) dan berapa email yang tidak terkirim. Selanjutnya akan dievaluasi, email mana saja yang mempunyai nilai tinggi dan email mana saja yang nilainya

rendah. Email yang nilainya tinggi bisa menjadi referensi untuk membuat email promosi berikutnya dan email yang

nilainya rendah bisa diperbaiki lagi baik konten maupun subjek emailnya.

Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan yang dilakukan dengan metode CTA (*Call to Action*) diharapkan dapat mendukung visi Institut Teknologi Kalimantan “Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan Nasional melalui pemberdayaan potensi daerah pada tahun 2025 dan misi Institut Teknologi Kalimantan: 1) Menyelenggarakan proses pendidikan tinggi yang berbasis pada penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi; 2) Berperan aktif dalam penelitian untuk menghasilkan inovasi proses dan produk sebagai upaya untuk memperkaya serta memperkuat ilmu pengetahuan dan teknologi; 3) Membangun kerjasama dan kontribusi pada pengabdian masyarakat yang didasarkan pada hasil penelitian dan potensi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## D. Tujuan Aktualisasi

### Tujuan Umum

Tujuan aktualisasi pendidikan dan pelatihan prajabatan (pelatihan dasar) calon PNS pada kegiatan ini yaitu mengaktualisasikan nilai-nilai dasar PNS serta kedudukan dan peran PNS dalam kerangka NKRI pada setiap pelaksanaan tugas jabatannya sebagai pelayan masyarakat, dan menerapkan akuntabilitas dalam setiap tugas, dengan semangat nasionalisme, menjunjung kode etik sebagai ASN dalam memberikan pelayanan masyarakat, memiliki komitmen mutu dalam tugas pokok dan fungsinya, dan nilai-nilai anti korupsi dalam melaksanakan tugas untuk melayani masyarakat.

### Tujuan Khusus

Adapun untuk Program Studi Bisnis Digital bertujuan untuk lebih mengenalkan lagi Program Studi Bisnis Digital dan membangun citra positif perguruan tinggi di masyarakat.

## E. Manfaat Aktualisasi

### Manfaat Umum

Manfaat Aktualisasi calon PNS pada kegiatan ini adalah berperan untuk memberikan pelayan publik yang profesional dan berkualitas. Dalam mewujudkan fungsi ASN sebagai Pelayan Publik yang profesional, diindikasikan dengan kemampuan mengaktualisasikan lima nilai dasar yaitu:

1. kemampuan mewujudkan akuntabilitas dalam melaksanakan tugas jabatannya;
2. Kemampuan mengedepankan kepentingan nasional dalam pelaksanaan tugas jabatannya;
3. kemampuan menjunjung tinggi standar etika publik dalam pelaksanaan tugas jabatannya;
4. kemampuan berinovasi untuk peningkatan mutu pelaksanaan tugas jabatannya;
5. kemampuan untuk tidak korupsi dan mendorong percepatan pemberantasan korupsi di lingkungan instansinya

## Manfaat Khusus

Manfaat aktualisasi ini dapat mengidentifikasi kondisi nyata yang terjadi di Program Studi Bisnis Digital secara spesifik. Adanya intervensi yang diciptakan melalui tahapan kegiatan-kegiatan tertentu merupakan prakarsa kreatif untuk berkontribusi memecahkan isu. Kegiatan pemecahan isu yang dilakukan secara konsisten dan menjadikannya suatu kebiasaan akan menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh unit/organisasi, stakeholders, dan bagi peserta latsar terbentuk karakter dalam mendukung pelaksanaan tugas dan jabatan secara profesional sebagai pelayan masyarakat.

**Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif**

## F. Uraian Kegiatan Aktualisasi

### Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (*Call to Action*) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan

Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output	Keterkaitan dengan Nilai Dasar PNS BerAKHLAK
1. Mengumpulkan database SMA/K sesuai bidang keahlian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. konsultasi dengan Koorprodi</li> <li>b. mencari informasi bidang keahlian di SMA/K</li> <li>c. menentukan subyek/ sasaran promosi bersama dosen prodi</li> <li>d. melakukan analisa kompetensi keahlian pada SMA/K target promosi</li> <li>e. melakukan pendataan SMA/K bidang keahlian Teknik Informasi dan Komunikasi</li> <li>f. melakukan pendataan SMA/K bidang keahlian Bisnis dan Manajemen</li> <li>g. memberikan laporan mentor tentang progress pendataan SMA/K</li> </ul>	Database SMA/K di kawasan Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara, Jawa Timur	<p><b>Berorientasi Pelayanan:</b> dengan melakukan pendataan dapat menganalisa kompetensi lulusan yang sesuai dengan prodi Bisnis Digital</p> <p><b>Akuntabel:</b> melakukan pendataan SMA/K dari website resmi kemdikbud.</p> <p><b>Kompeten:</b> pengumpulan data sekolah yang sesuai kompetensi keahlian</p> <p><b>Harmonis:</b> menyelaraskan ide dan pendapat dengan para dosen Bisnis Digital untuk menentukan sasaran promosi</p> <p><b>Adaptif:</b> bersikap proaktif mencari informasi tentang bidang keahlian, program keahlian dan kompetensi keahlian yang ada di SMA/K</p> <p><b>Kolaboratif:</b> menggunakan database dari kemdikbud sebagai data dasar untuk pendataan SMA/K</p>
2. Membuat Poster Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. konsultasi dengan Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital</li> <li>b. menentukan tema promosi</li> </ul>	Poster Digital yang berisi profil dan kegiatan di Prodi Bisnis Digital	<p><b>Berorientasi Pelayanan:</b> berkomitmen memberikan pelayanan prima kepada masyarakat dengan membuat poster digital yang berkualitas dan informatif</p> <p><b>Akuntabel:</b> memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengakses prodi melalui informasi di poster digital</p>

	c. menentukan media promosi  d. merumuskan informasi yang disampaikan pada poster digital ( <i>product, price, place, promotion, peoples, physical evidence, process</i> )  e. membuat desain poster digital  f. membuat tautan yang mengarah pada media sosial dan website prodi Bisnis Digital	<b>Kompeten:</b> terus belajar dan mengembangkan kapabilitas untuk membuat desain poster yang informatif dengan aplikasi desain grafis  <b>Harmonis:</b> terbuka terhadap perbedaan pandangan pada saat merumuskan informasi keunggulan Prodi Bisnis Digital  <b>Loyal:</b> berkomitmen untuk menjaga nama baik instansi dengan menampilkan keunggulan Prodi Bisnis Digital dalam poster digital  <b>Adaptif:</b> terus berinovasi memanfaatkan media digital sebagai sarana mengenalkan Prodi Bisnis Digital  <b>Kolaboratif:</b> melakukan perencanaan bersama Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital dalam desain poster digital
3. Melakukan survei minat lulusan SMA/K melalui kuesioner	a. konsultasi dengan Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital  b. menyusun materi kuesioner dengan Dosen Prodi Bisnis Digital  c. membuat kuesioner dengan media google form  d. membuat link promosi yang dikirimkan melalui email  e. mengumpulkan hasil kuesioner  f. melakukan analisis data hasil kuesioner  g. menyerahkan hasil analisis	Hasil Analisis Google Form <b>Kuesioner</b>  <b>Berorientasi Pelayanan:</b> dengan melakukan survei dapat memahami kebutuhan masyarakat tentang minat lulusan SMA/K  <b>Akuntabel:</b> menggunakan google form untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas  <b>Kompeten:</b> menganalisis data hasil kuesioner untuk mengambil langkah strategis selanjutnya  <b>Harmonis:</b> menghargai perbedaan pendapat antar dosen ketika menyusun materi kuesioner  <b>Loyal:</b> Musyawarah mufakat/ konsultasi dengan Koorprodi dan dosen prodi Bisnis Digital sebagai wujud nasionalisme dalam menentukan sasaran responden  <b>Adaptif:</b> menggunakan aplikasi google form untuk pengumpulan data kuesioner  <b>Kolaboratif:</b> membangun kerjasama yang sinergis

	kuesioner kepada mentor untuk tindak lanjut	dengan Koorprodi untuk tindak lanjut hasil hasil kuesioner
4. Melaksanakan promosi	<p>a.konsultasi dengan Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital</p> <p>b.membuat database alamat email SMA/K target promosi</p> <p>c.membuat redaksi surat ijin promosi dan pengisian kuesioner lulusan</p> <p>d.mengirimkan surat pengantar promosi ke SMA/K melalui email</p> <p>e.mengirimkan materi promosi dan kuesioner ke SMA/K melalui email</p> <p>f. evaluasi metode CTA untuk referensi promosi lanjutan</p>	<p><b>Promosi Offline dan Online</b></p> <p><b>Berorientasi Pelayanan:</b> Memenuhi kebutuhan masyarakat berkaitan informasi keunggulan Prodi Bisnis Digital</p> <p><b>Akuntabel:</b> Prodi dapat menyajikan data dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat</p> <p><b>Kompeten:</b> penggunaan sumber daya milik negara (komputer, internet) dengan efisien untuk promosi.</p> <p><b>Harmonis:</b> melayani dengan sopan jika ada pertanyaan dari SMA/K perihal Prodi Bisnis Digital</p> <p><b>Loyal:</b> mengutamakan kepentingan bangsa dan negara dengan ikut berkontribusi mempromosikan perguruan tinggi negri.</p> <p><b>Adaptif:</b> menggunakan aplikasi instagram dan tiktok untuk promosi secara online</p> <p><b>Kolaboratif:</b> menggunakan database dari kemdikbud sebagai data dasar untuk pendataan SMA/K</p>

**Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten**

## G. Jadwal Aktualisasi

Jadwal Kegiatan Aktualisasi	Juli					Agustus
	1	2	3	4	5	6
1. Mengumpulkan database SMA/K						
2. Membuat poster digital						
3. Melakukan survei minat lulusan SMA/K melalui kuesioner						
4. Melaksanakan promosi						

## H. Deskripsi Hasil Aktualisasi

Aktualisasi dilaksanakan sejak 1 Juli 2022 sampai 6 Agustus 2022. Pelaksanaan kegiatan aktualisasi akan dideskripsikan berdasarkan pada kegiatan dan tahapan di rancangan aktualisasi. Aktualisasi dilaksanakan dalam 4 (empat) kegiatan dengan beberapa tahapan yang berbeda. Berikut uraian dan deskripsi kegiatannya.

### Kegiatan 1. Mengumpulkan Database

#### SMA/K

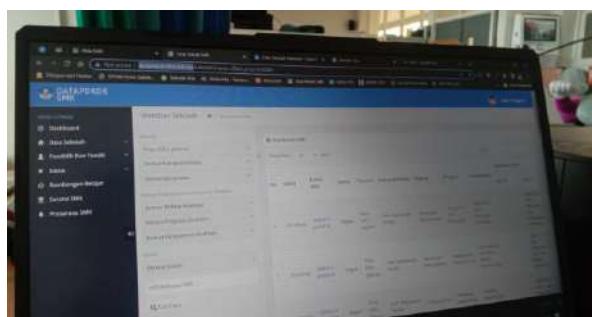
Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan target pasar dan pengumpulan database. Pelaksanaan kegiatan dilakukan sejak 1 Juli 2022 - 16 Juli 2022. Kegiatan dilaksanakan di dalam ruangan memanfaatkan fasilitas laptop, printer dan internet.

#### Tahapan 1. Konsultasi dengan Koorprodi.

Pada tahap ini penulis melakukan konsultasi, meminta pertimbangan dan saran dalam kegiatan pengumpulan database SMA/K yang kompetensinya berkaitan dengan prodi Bisnis Digital.

**Harmonis:** menyelaraskan ide dan pendapat dengan para dosen Bisnis Digital untuk menentukan sasaran promosi.

#### Tahapan 2. Mencari informasi bidang keahlian di SMA/K.



Pada tahap ini penulis mencari informasi tentang kurikulum yang berlaku di SMA/K, informasi bidang keahlian, program keahlian

dan kompetensi keahlian di SMA/K. Sumber database SMA diperoleh dari website dapo.kemdikbud.go.id dan untuk database SMK dari datapokok.ditpsmk.net .

**Akuntabel:** melakukan pendataan SMA/K dari website resmi kemdibud.

#### Tahapan 3. Menentukan subyek/sasaran promosi bersama dosen prodi.



Penulis melakukan koordinasi lanjutan dengan dosen prodi Bisnis Digital terkait subyek/sasaran promosi. Subyek adalah lulusan dari SMA/K yang terakreditasi A dan berada di 5 wilayah, yaitu Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara dan Jawa Timur.

**Harmonis:** menyelaraskan ide dan pendapat dengan para dosen Bisnis Digital untuk menentukan sasaran promosi

#### Tahapan 4. Melakukan analisa kompetensi keahlian pada SMA/K target promosi.

The left screenshot shows the 'Identitas Sekolah' search interface with dropdowns for Wilayah (Prov. Kalimantan Timur), Status (Semua Status), and NPSN/Nama SMK ... . The right screenshot shows the 'Kurikulum SMK' search interface with similar dropdowns for Wilayah, Status, and NPSN/Nama SMK ... . Both interfaces include a 'Cari Data' (Search Data) button at the bottom.

Pada tahapan ini penulis melakukan analisa SMA/K yang kompetensinya memiliki irisan dengan mata kuliah yang akan diperdalam di prodi Bisnis Digital. Bidang keahlian yang erat kaitannya adalah bidang keahlian Teknik Informasi dan Komunikasi (TIK) dan bidang keahlian Bisnis dan Manajemen.

**Kompeten:** pengumpulan data sekolah yang sesuai kompetensi keahlian.

#### Tahapan 5. Melakukan pendataan SMA/K bidang keahlian Teknik Informasi dan Komunikasi.

This screenshot shows the 'Identitas Sekolah' data entry screen. The 'Bidang Keahlian' dropdown is set to 'Teknik Informasi dan Komunikasi'. The form includes fields for 'Nama Sekolah', 'Alamat', 'Kota', 'Provinsi', 'Kode Pos', 'Telepon', 'Email', and 'Kontak Orang Tua'. A large table below lists various programmatic subjects like 'Matematika', 'Fisika', 'Kimia', etc., with checkboxes for each.

Setelah menentukan kompetensi yang beririsan, selanjutnya melakukan pendataan SMA/K di bidang keahlian Teknik Informasi dan Komunikasi. Pendataan meliputi nama sekolah, status akreditasi, status sekolah, kabupaten/kota asal sekolah, bidang keahlian,

program keahlian, kompetensi keahlian, alamat email dan nomor telepon pihak SMA/K.

**Kolaboratif:** menggunakan database dari kemendikbud sebagai data dasar untuk pendataan SMA/K

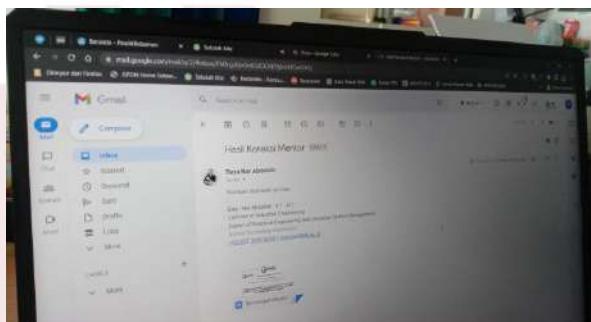
#### Tahapan 6. Melakukan pendataan SMA/K bidang keahlian Bisnis dan Manajemen.

This screenshot shows the 'Identitas Sekolah' data entry screen with 'Bidang Keahlian' set to 'Bisnis dan Manajemen'. The form includes fields for 'Nama Sekolah', 'Alamat', 'Kota', 'Provinsi', 'Kode Pos', 'Telepon', 'Email', and 'Kontak Orang Tua'. A large table below lists various programmatic subjects like 'Matematika', 'Fisika', 'Kimia', etc., with checkboxes for each.

Melakukan pendataan SMA/K bidang keahlian Bisnis dan Manajemen. Pendataan meliputi nama sekolah, status akreditasi, status sekolah, kabupaten/kota asal sekolah, bidang keahlian, program keahlian, kompetensi keahlian, alamat email dan nomor telepon pihak SMA/K.

**Kolaboratif:** menggunakan database dari kemdikbud sebagai data dasar untuk pendataan SMA/K

#### Tahapan 7. Memberikan laporan mentor tentang progres pendataan SMA/K.



Pada tahapan akhir di kegiatan pengumpulan database SMA/K adalah melaporkan hasil/output kepada mentor. Database meliputi nama sekolah, status akreditasi, status sekolah, kabupaten/ kota asal sekolah, bidang keahlian, program keahlian, kompetensi keahlian, alamat email dan nomor telepon pihak SMA/K di 5 (lima) wilayah, yaitu: Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatra Utara dan Jawa Timur.

**Output Progres Pendataan SMA/K:**  
[https://bit.ly/dbaseSMA\\_SMK](https://bit.ly/dbaseSMA_SMK)

#### Kegiatan 2. Membuat Poster Digital

Kegiatan ini dilaksanakan pada minggu ke 2-4 masa aktualisasi (3-23 Juli 2022) yang dilaksanakan bersama koorprodi dan dosen prodi Bisnis Digital. Tahapan kegiatan meliputi penentuan tema promosi, media promosi dan informasi yang disampaikan dalam kegiatan promosi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi yang berkualitas kepada target pasar.

#### Tahapan 1. Konsultasi dengan Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital



Tahap awal dalam kegiatan ini adalah melakukan konsultasi tentang proses

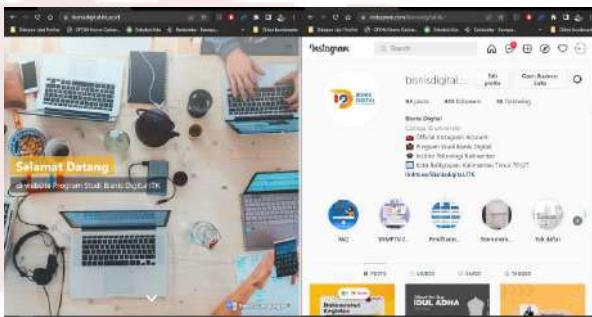
pembuatan poster digital secara garis besar, dilanjutkan koordinasi dengan dosen prodi Bisnis Digital untuk menentukan tema promosi, media promosi dan merumuskan informasi yang disampaikan di poster digital.

#### Tahapan 2. Menentukan tema promosi



Dalam menentukan tema promosi penulis mengangkat potensi dan keunggulan prodi Bisnis Digital. Hal ini bertujuan untuk membantu menentukan fokus promosi atau target market. Segmentasi yang lebih personal akan menambah efektifitas promosi.

### Tahapan 3. Menentukan media promosi



Pada tahapan ini menentukan media promosi yang akan digunakan. Media produksi yang digunakan adalah aplikasi canva untuk membuat desain poster digital. Media promosi digital melalui email dan instagram untuk menyampaikan materi promosi

**Kompeten:** terus belajar dan mengembangkan kapabilitas untuk membuat desain poster yang informatif dengan aplikasi desain grafis

### Tahapan 4. Merumuskan informasi yang disampaikan pada poster digital.

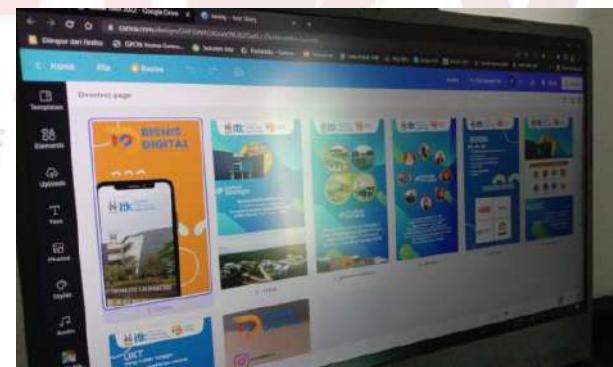
<b>product</b>	program MBKM dan lulusan andalan (entrepreneur digital, business consultant, digital business development, digital marketer, data analyst)
<b>price</b>	UKT untuk SNMPTN dan SBMPTN, UKT + SPI untuk MANDIRI
<b>place</b>	lokasi di Kota Balikpapan, 5 menit ke jalan propinsi, 5 menit ke Kebun Raya Balikpapan, 4 KM menuju Toll Trans Kalimantan

<b>promotion</b>	instagram, telegram, website
<b>peoples</b>	tenaga pengajar 8 orang kompetensi di bidangnya
<b>physical evidence</b>	masjid, lab terpadu, asrama mahasiswa, study center, sarana olahraga, foodcourt, fasilitas e-learning, taman, ATM
<b>process</b>	beasiswa dan education partner

Tahapan selanjutnya dalam merumuskan informasi, pesan yang disampaikan dapat membangun komunikasi dua arah dengan target pasar. Penggunaan bahasa yang sesuai dengan target pasar bertujuan untuk memperkuat pesan promosi. Informasi yang ditonjolkan yaitu keunggulan prodi Bisnis Digital dari sisi *product, price, place, promotion, peoples, physical evidence, and process*

**Harmonis:** terbuka terhadap perbedaan pandangan pada saat merumuskan informasi keunggulan Prodi Bisnis Digital

### Tahapan 5. Membuat desain poster digital.



Dalam mengoptimalkan pesan promosi, poster digital dibuat semenarik mungkin untuk memperkenalkan produk, jasa ataupun kegiatan yang akan diselenggarakan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: pemilihan jenis dan ukuran font, poster mudah dibaca dan dimengerti.

**Kolaboratif:** melakukan perencanaan bersama Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital dalam desain poster digital

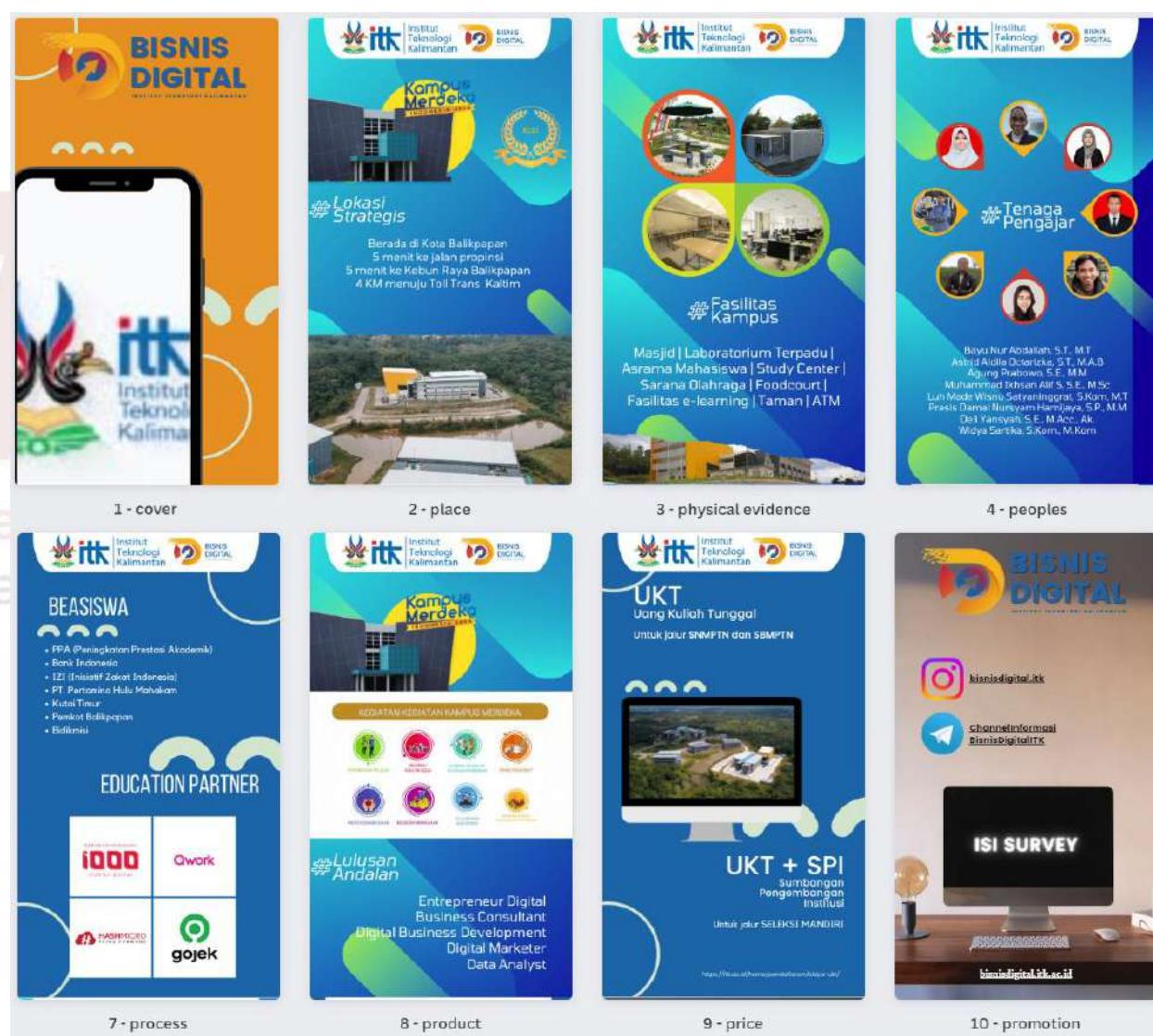
## Tahapan 6. Membuat tautan yang mengarah pada media sosial dan website prodi Bisnis Digital

Untuk meningkatkan value yang ditawarkan, dalam poster digital ditambahkan elemen yang mengarahkan pada media sosial (instagram dan tiktok) dan website Program Studi Bisnis Digital. Elemen dapat berupa gambar, tulisan, atau ucapan yang mendorong pembaca untuk melakukan

tindakan. Teknik ini sebagai salah satu dari metode CTA (*Call to Action*).

**Berorientasi Pelayanan:** berkomitmen memberikan pelayanan prima kepada masyarakat dengan membuat poster digital yang berkualitas dan informatif.

**Output Poster Digital:**  
<https://bit.ly/ProfilBisdig>





*product, price, place, promotion, peoples, physical evidence, dan process.*

**Harmonis:** menghargai perbedaan pendapat antar dosen ketika menyusun materi kuesioner

### Tahapan 3. Membuat kuesioner dengan media google form

**Survei Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi**

Institut Teknologi Kalimantan sebagai Perguruan Tinggi Negeri di Kota Balikpapan memiliki Program Studi Bisnis Digital. Kolaborasi keilmuan dari bisnis dan teknologi untuk mewujudkan sumber daya manusia di era industri 4.0 dan society 5.0. Menghasilkan lulusan di bidang Entrepreneur, Pemasar Digital, Konsultan Bisnis, Pengembang Bisnis, dan Data Analisis.

Dapatkan Informasi terbaru di Instagram Prodi Bisnis Digital : [https://bit.ly/IG\\_bisnisdigital\\_itk](https://bit.ly/IG_bisnisdigital_itk)

Survei ini bertujuan untuk menggali informasi minat lulusan SMA/K untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi.

Periode pengisian berlangsung hingga 6 Agustus 2022. Jika ada pertanyaan terkait dengan survei ini dapat menghubungi melalui WhatsApp 0822-2922-5456

Terima Kasih.

Asal SMA / SMK Anda? \*

Your answer

Kota Asal SMA / SMK Anda? \*

Your answer

Setelah lulus dari SMA/ SMK, apakah Anda berminat melanjutkan ke Perguruan Tinggi? \*

Berminat  
 Tidak Berminat

Jurusan / Program Studi apa yang Anda minati? \*

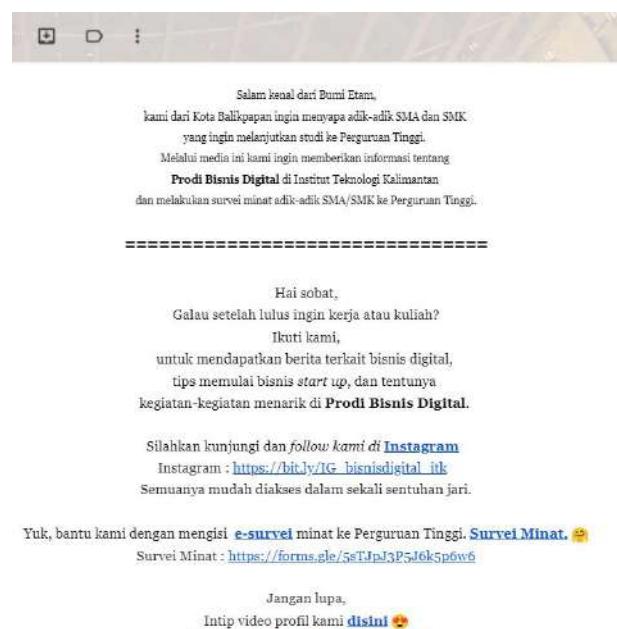
Your answer

**Link Kuesioner :** <https://forms.gle/5sTJpJ3P5J6k5p6w6>

Selanjutnya pada tahapan 3 adalah mentransformasikan kuesioner ke dalam google form. Penggunaan kuesioner digital salah satunya adalah untuk efisiensi biaya dan memudahkan untuk monitoring hasil kuesioner.

**Akuntabel:** menggunakan google form untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas

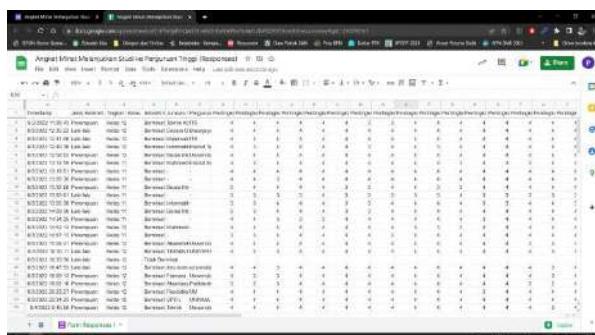
### Tahapan 4. Membuat link promosi yang dikirimkan melalui email



Dalam tahapan 4 yang perlu disiapkan adalah video profil, materi poster digital, dan materi kuesioner yang kemudian dibuatkan link khusus.

**Adaptif:** menggunakan aplikasi pembuat link untuk membantu pengumpulan data CTA.

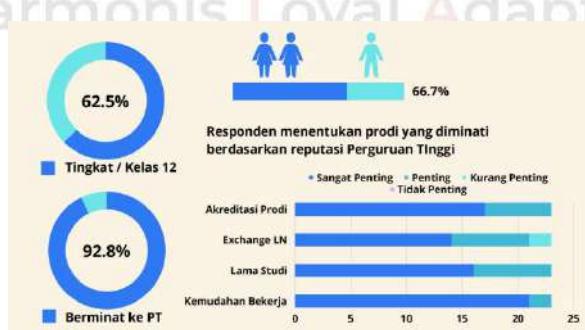
## Tahapan 5. Mengumpulkan dan melakukan analisis data hasil kuesioner



Hasil kuesioner secara berkala akan dikumpulkan dan dianalisis pada akhir minggu ke 5. Hasil kuesioner meliputi jenis kelamin, tingkat, asal sekolah, persepsi responden terhadap prodi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan ditinjau dari *product, price, place, promotion, peoples, physical evidence, dan process*.

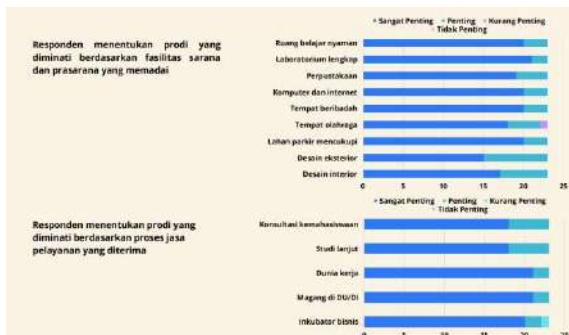
**Kompeten:** menganalisis data hasil kuesioner untuk mengambil langkah strategis selanjutnya

## Tahapan 6. Menyerahkan hasil analisis kepada mentor untuk tindak lanjut



Kuesioner yang dikirim ke 200 email sekolah secara personal telah menerima 24 responden sampai tanggal 3 Agustus 2022. Data kuesioner disajikan berupa karakteristik responden dan persepsi responden setelah lulus SMA/K. Secara umum 62.5% responden adalah kelas 12, sisanya 37.5% kelas 11. Persepsi responden setelah lulus SMA/K sebanyak 95,8% berminat melanjutkan ke perguruan tinggi.

**Kolaboratif:** membangun kerjasama yang sinergis dengan Koorprodi untuk tindak lanjut hasil kuesioner



#### Kegiatan 4. Melaksanakan promosi

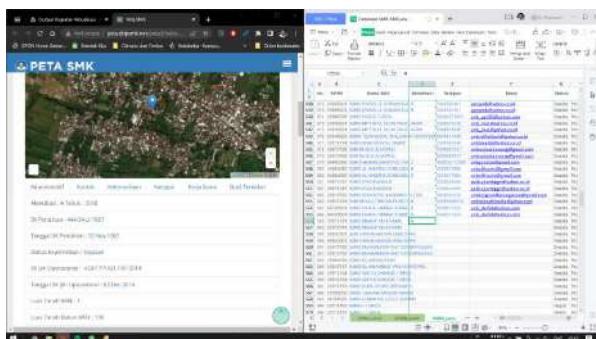
Kegiatan promosi ini dimaksudkan untuk meningkatkan minat pasar untuk mengetahui Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan. Pada tahapan ini yang perlu dipersiapkan adalah surat pengantar promosi, poster digital, tautan kuesioner dan database alamat email SMA/K di wilayah Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, Sulawesi Selatan, Sumatera Utara dan Jawa Timur.

#### Tahapan 1. Konsultasi dengan Koorprodi dan Dosen Prodi Bisnis Digital



Pada tahap ini penulis melakukan konsultasi, meminta pertimbangan dan saran dalam kegiatan pelaksanaan promosi ke SMA/K yang menjadi target pasar.

#### Tahapan 2. Membuat database alamat email SMA/K target promosi



Sumber database SMA dari website dapo.kemdikbud.go.id dan untuk database SMK dari datapokok.ditpsmk.net .

**Kolaboratif:** menggunakan database dari kemdikbud sebagai data dasar untuk pendataan SMA/K

#### Tahapan 3. Membuat redaksi surat ijin promosi dan pengisian kuesioner lulusan



**INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN  
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL**

Jl. Sekarno-Hatta Km. 15, Karang Jeung, Bolakpagan, Kalimantan Timur, 76127 Telp: 0642-8530800 | Email: [bisnisdigital@itk.ac.id](mailto:bisnisdigital@itk.ac.id)

26 Juli 2022

Yth. Kepala SMKS MUHAMMADIYAH LONG IKIS  
di Kab. Paser

Bersama ini kami sampaikan:

No.	Jenis Dokumen	Jumlah	Keterangan
1	Brosur Prodi Bisnis Digital	1	<a href="#">Link</a>
2	e-Survei Minat ke Perguruan Tinggi	1	<a href="#">Link</a>

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan dengan harapan dapat disampaikan kepada siswa-siswi di lembaga Bapak/Ibu. Atas perhatiannya, kami ucapan terima kasih.

Ketua Program Studi Bisnis Digital ITK

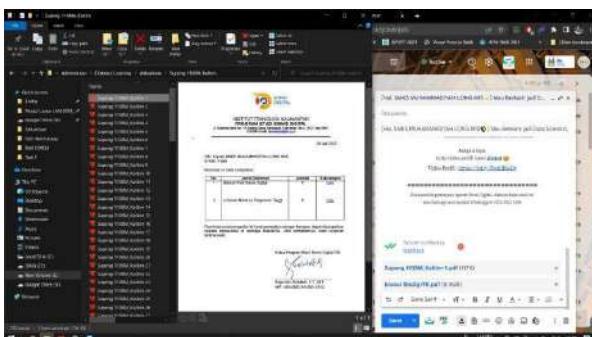
Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T.  
NIP: 19910802 201903 1 012



Pada tahap ini penulis membuat surat pengantar promosi dan pengisian kuesioner yang ditujukan kepada masing-masing lembaga SMA/K target promosi. Surat pengantar diketahui oleh Koorprodi sebagai penanggung jawab.

**Akuntabel:** Prodi dapat menyajikan data dan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat

## Tahapan 4. Mengirimkan surat pengantar promosi, materi promosi dan kuesioner ke SMA/K melalui email.



Pada tahap ini surat pengantar, materi promosi dan kuesioner dikirimkan melalui email prodi Bisnis Digital dan dikirimkan ke email lembaga SMA/K target promosi secara personal.

**Berorientasi Pelayanan:** Memenuhi kebutuhan masyarakat berkaitan informasi keunggulan Prodi Bisnis Digital

**Kompeten:** penggunaan sumber daya milik negara (komputer, internet) dengan efisien untuk promosi.

## Tahapan 5. Evaluasi metode CTA untuk referensi promosi lanjutan

<input type="checkbox"/> 26 JUL	Video Promosi <a href="http://bit.ly/ProfilBisdig">bit.ly/ProfilBisdig</a>	38 ultra
<input type="checkbox"/> 25 JUL	TeleChannel Bisnis Digital <a href="http://bit.ly/ChannelBisdig_ITK">bit.ly/ChannelBisdig_ITK</a>	26 ultra
<input type="checkbox"/> 25 JUL	IG Bisnis Digital <a href="http://bit.ly/bisnisdigital_itk">bit.ly/bisnisdigital_itk</a>	40 ultra
<input type="checkbox"/> 25 JUL	Website Bisnis Digital <a href="http://bit.ly/bisnisdigital_itk">bit.ly/bisnisdigital_itk</a>	33 ultra

Hasil pengukuran CTA berupa persentase sekolah yang membuka email, jumlah klik tautan yang disertakan dan persentase email yang tidak terkirim/tidak aktif. Hasil ini untuk bahan evaluasi dalam membuat promosi berikutnya.

Berikut hasil analisis CTA dari link promosi yang dikirim ke 200 email sekolah secara personal sampai tanggal 3 Agustus 2022. CTA tertinggi ke Instagram Prodi Bisnis Digital, dan terendah ke Channel telegram Bisnis Digital.

**Loyal:** mengutamakan kepentingan bangsa dan negara dengan ikut berkontribusi mempromosikan perguruan tinggi negeri.

## KEBERMANFAATAN

Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan yang dilakukan dengan metode CTA (*Call to Action*) diharapkan dapat mendukung visi Institut Teknologi Kalimantan “Menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan Nasional melalui pemberdayaan potensi daerah pada tahun 2025 dan misi Institut Teknologi Kalimantan: 1) Menyelenggarakan proses pendidikan tinggi yang berbasis pada penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi; 2) Berperan aktif dalam penelitian untuk menghasilkan inovasi proses dan produk sebagai upaya untuk memperkaya serta memperkuat ilmu pengetahuan dan teknologi; 3) Membangun kerjasama dan kontribusi pada pengabdian masyarakat yang didasarkan pada hasil penelitian dan potensi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Manfaat bagi peserta latsar, aktualisasi ini dapat mengidentifikasi kondisi nyata yang terjadi di Program Studi Bisnis Digital secara spesifik. Adanya intervensi yang diciptakan melalui tahapan kegiatan-kegiatan tertentu merupakan prakarsa kreatif untuk berkontribusi memecahkan isu. Kegiatan pemecahan isu yang dilakukan secara konsisten dan menjadikannya suatu kebiasaan akan menghasilkan manfaat yang dapat dirasakan oleh unit/organisasi, stakeholders, dan bagi peserta latsar terbentuk karakter dalam mendukung pelaksanaan tugas dan jabatan secara profesional sebagai pelayan masyarakat.

Adanya penyusunan dan penggunaan metode CTA juga bertujuan untuk lebih mengenalkan lagi Program Studi Bisnis Digital dan membangun citra positif perguruan tinggi di masyarakat.

KENDALA	PENYELESAIAN
Proses pembuatan database melebihi waktu yang direncanakan karena perlu mengumpulkan email setiap sekolah SMA dan SMK. Struktur data di website SMK (datapokok.ditpsmk.net) lebih terorganisir dibandingkan SMA (dapo.kemdikbud.go.id), sehingga pengumpulan data SMA membutuhkan waktu lebih lama.	Perlu tahapan terpisah dalam proses pengumpulan data SMA dan SMK. Sehingga dalam pembuatan database tersedia cukup waktu.
Dalam proses pengiriman email, terdapat beberapa email sekolah yang terdaftar di website kemdikbud tidak aktif.	Perlu penelusuran lebih lanjut email sekolah yang aktif melalui website sekolah atau nomor sekolah yang bisa terhubung.

## PENUTUP

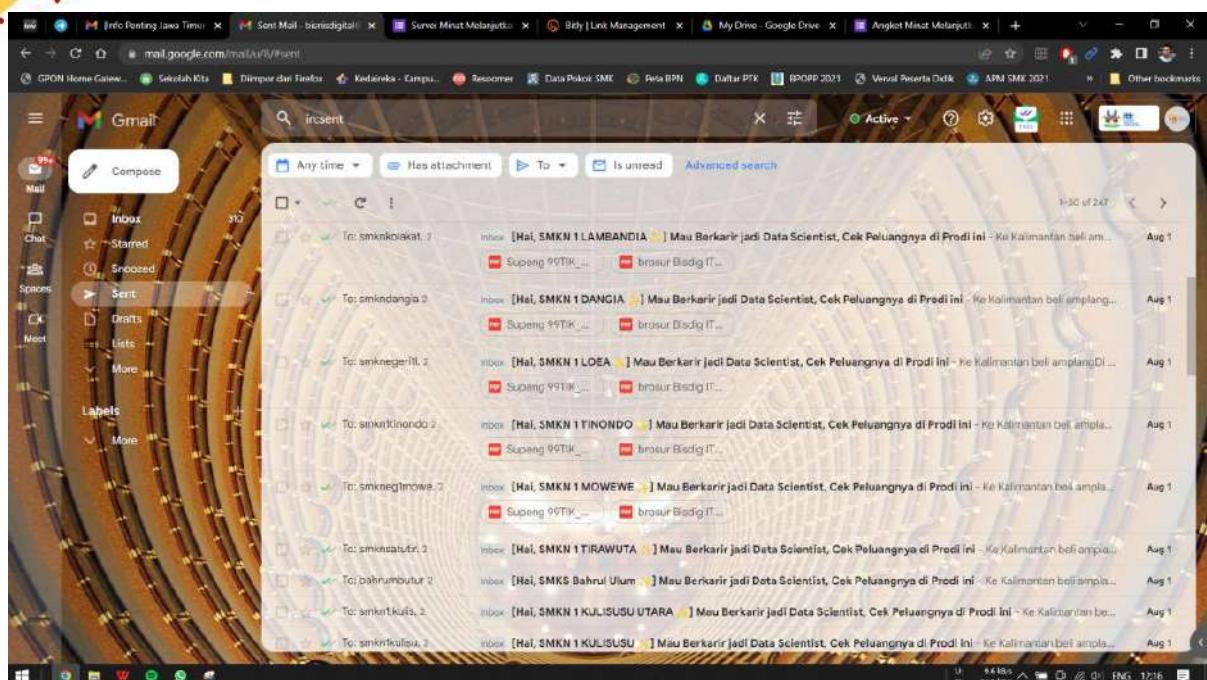
### KESIMPULAN

Kegiatan aktualisasi program Optimalisasi Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (*Call to Action*) dapat menjadi salah satu alternatif dalam pemecahan masalah belum Optimalnya Strategi Bauran Pemasaran dengan Metode CTA (*Call to Action*) untuk Peningkatan Mutu Program Studi Bisnis Digital Institut Teknologi Kalimantan. Adanya penyusunan dan penggunaan metode CTA bertujuan untuk lebih mengenalkan lagi Program Studi Bisnis Digital dan membangun citra positif perguruan tinggi di masyarakat.

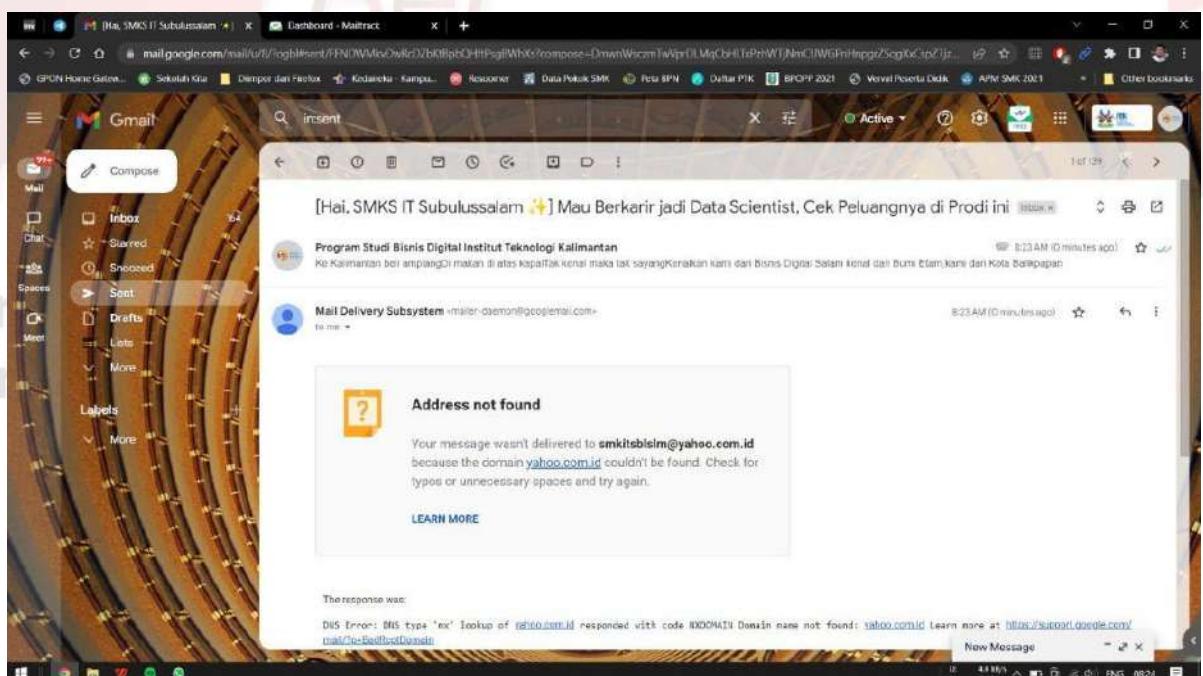
Kegiatan ini memberikan informasi tentang jumlah target sasaran yang membuka email (*open rate*), jumlah klik tautan yang disertakan (*click rate*) dan jumlah email yang tidak terkirim. Email yang memiliki nilai tinggi dapat menjadi referensi untuk membuat email promosi berikutnya dan email yang nilainya rendah bisa diperbaiki lagi baik konten maupun subjek emailnya. Sedangkan hasil analisis kuesioner untuk mengetahui rencana responden setelah lulus akan melanjutkan studi ke jenjang perkuliahan atau tidak, prodi yang menjadi pilihan responden, dan melihat sebaran responden yang telah menerima informasi melalui Poster Digital.

Link Video : <https://youtu.be/9HXAAEB3-s>

Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif



Gambar. Pengiriman Email Promosi ke Sekolah



Gambar. Pengiriman Email Gagal Terkirim



Grafik Laporan Persentase Email Terkirim dan Gagal Terkirim

Tabel Sekolah Terdaftar, Email Gagal Terkirim dan Email Terkirim

Provinsi	Sekolah Terdaftar	Email Blast Gagal Terkirim	Email Blast Terkirim
Sulawesi Tengah	99	13	85
Sulawesi Selatan	270	37	233
Kalimantan Timur	119	19	100
Sumatera Utara	564	66	498
Jawa Timur	1220	93	1127
Total	2272	229	2043

## RENCANA AKSI BELA NEGARA

Angkatan : XXIII  
 Nama : Prasis Damai Nursyam Hamijaya, S.P., M.M  
 NDH : 29  
 Instansi : Institut Teknologi Kalimantan  
 Nama Mentor : Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T.  
 Jabatan Mentor : Koorprodi Bisnis Digital

No.	Nilai Bela Negara	Indikator Sikap dan Perilaku	Aksi	Tempat	Waktu	Bukti	Paraf Mentor
1	Setia kepada Pancasila dan Ideologi Negara	Mengamalkan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari	Menjalankan ibadah	Balikpapan	Juli	video	
2	Cinta Tanah Air	Jiwa dan raganya bangga sebagai bangsa Indonesia	1. Mengabdi kepada negara dan rakyat Indonesia 2. Menggunakan pakaian batik	ITK	Juli	video video	
	Cinta Tanah Air	Menjaga tanah air dan perkarangan serta seluruh ruang wilayah Indonesia	Menjaga kebersihan pantai	Balikpapan	Juli	video	
3	Memiliki kemampuan awal bela negara	Gemar berolahraga	1. Senam pagi 2. Jogging sore hari	Balikpapan	Juli	video video	

Link Video : <https://youtu.be/PeamQ8RkuBc>

## LAMPIRAN















































# BISNIS DIGITAL

INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN

SWIPE UP



# Kampus Merdeka

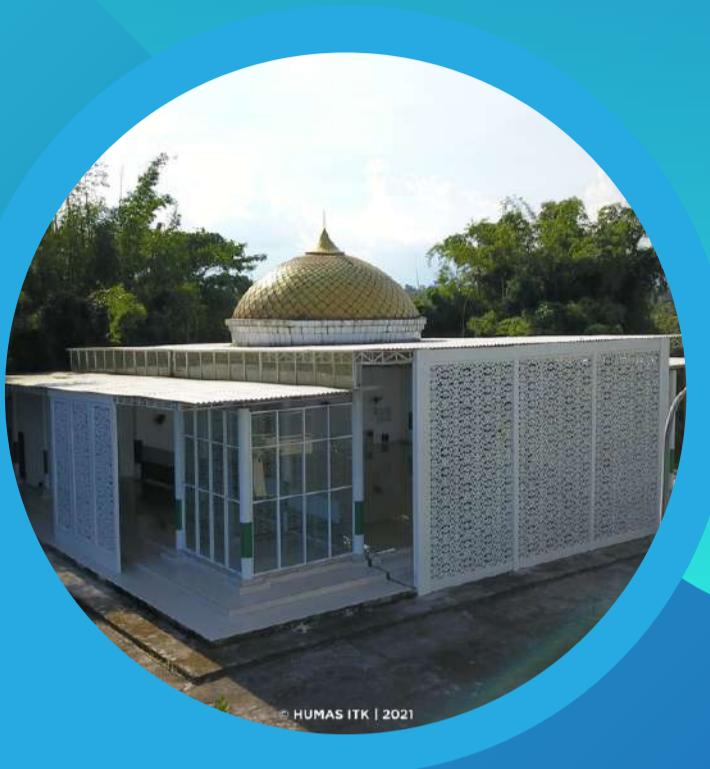
INDONESIA JAYA



## # Lokasi Strategis

Berada di Kota Balikpapan  
5 menit ke jalan propinsi  
5 menit ke Kebun Raya Balikpapan  
4 KM menuju Toll Trans Kaltim





## #Fasilitas Kampus

Masjid | Laboratorium Terpadu |  
Asrama Mahasiswa | Study Center |  
Sarana Olahraga | Foodcourt |  
Fasilitas e-learning | Taman | ATM





# #Tenaga Pengajar



Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T  
Astrid Aldila Octarizka, S.T., M.A.B  
Agung Prabowo, S.E., M.M  
Muhammad Ihsan Alif S, S.E., M.Sc  
Luh Made Wisnu Satyaninggrat, S.Kom, M.T  
Prasis Damai Nursyam Hamijaya, S.P., M.M  
Deli Yansyah, S.E., M.Acc., Ak.  
Widya Sartika, S.Kom., M.Kom



Institut  
Teknologi  
Kalimantan



# BEASISWA

- PPA (Peningkatan Prestasi Akademik)
- Bank Indonesia
- IZI (Inisiatif Zakat Indonesia)
- PT. Pertamina Hulu Mahakam
- Kutai Timur
- Pemkot Balikpapan
- Bidikmisi

## EDUCATION PARTNER

GERAKAN NASIONAL  
**iODD**  
STARTUP DIGITAL

**Qwork**

 **HASHMICRO**  
THINK FORWARD

  
**gopay**

# Kampus Merdeka

INDONESIA JAYA

## KEGIATAN-KEGIATAN KAMPUS MERDEKA



PERTUKARAN PELAJAR

MAGANG/  
PRAKTIK KERJAASISTENSI MENGAJAR  
DI SATUAN PENDIDIKAN

PENELITIAN/RISET



PROYEK KEMANUSIAAN



KEGIATAN WIRASAHA

STUDI/PROYEK  
INDEPENDENMEMBANGUN DESA/  
KULIAH KEJAUHAN ATAU TEMATIK

#Lulusan  
Andalan

Entrepreneur Digital  
Business Consultant  
Digital Business Development  
Digital Marketer  
Data Analyst



Institut  
Teknologi  
Kalimantan



# UKT

Uang Kuliah Tunggal

Untuk jalur **SNMPTN** dan **SBMPTN**



**UKT + SPI**

Sumbangan  
Pengembangan  
Institusi

Untuk jalur **SELEKSI MANDIRI**

<https://itk.ac.id/home/pendaftaran/biaya-ukt/>



# BISNIS DIGITAL

INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN



**bisnisdigital.itk**



**ChannelInformasi**  
**BisnisDigitalITK**



**bisnisdigital.itk.ac.id**

# Survei Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi

Institut Teknologi Kalimantan sebagai Perguruan Tinggi Negeri di Kota Balikpapan memiliki

**Program Studi Bisnis Digital.** Kolaborasi keilmuan dari bisnis dan teknologi untuk menyiapkan sumber daya manusia di era industri 4.0 dan society 5.0. Menghasilkan lulusan di bidang Entrepreneur, Pemasar Digital, Konsultan Bisnis, Pengembang Bisnis, dan Data Analis.

Dapatkan Informasi terbaru di

**Telegram :** [https://bit.ly/ChannelBisdig\\_ITK](https://bit.ly/ChannelBisdig_ITK)

**Instagram :** [https://bit.ly/IG\\_bisnisdigital\\_itk](https://bit.ly/IG_bisnisdigital_itk)

**Website :** [https://bit.ly/bisnisdigital\\_itk](https://bit.ly/bisnisdigital_itk)

Survei ini bertujuan untuk menggali informasi minat lulusan SMA/K untuk melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi.

Periode pengisian berlangsung hingga 6 Agustus 2022. Jika ada pertanyaan terkait dengan survei ini dapat menghubungi melalui Whatsapp 0822-2922-5456

Terima Kasih.

---

\* Required

## 1. Jenis Kelamin \*

*Mark only one oval.*

Laki-laki

Perempuan

## 2. Tingkat / Kelas \*

*Mark only one oval.*

Kelas 10

Kelas 11

Kelas 12

3. Setelah lulus dari SMA/ SMK, apakah Anda berminat melanjutkan ke Perguruan Tinggi? \*

Mark only one oval.

Berminat

Tidak Berminat

## Untitled Section

4. Jurusan / Program Studi apa yang Anda minati? \*

---

5. Perguruan Tinggi mana yang Anda minati? \*

---

**Hal-hal di bawah ini yang mendorong Saya dalam menentukan Prodi di Perguruan Tinggi**

1 Tidak  
Penting

2 Kurang  
Penting

3 Penting

4 Sangat  
Penting



6. Pentingkah program studi yang ditawarkan memiliki akreditasi (minimal Baik) \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

7. Pentingkah program studi menyediakan kesempatan pertukaran pelajar ke luar negeri \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

**8. Pentingkah program studi memiliki waktu tempuh studi yang singkat \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**9. Pentingkah lulusan program studi memiliki kemudahan mendapat pekerjaan***Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**10. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur SNMPTN? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**11. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur SBMPTN? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

12. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur Mandiri? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

13. Pentingkah program studi memiliki program beasiswa studi lanjut? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

14. Pentingkah program studi memiliki kerjasama magang ke perusahaan \* dan industri?

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

15. Pentingkah program studi memiliki wadah/unit organisasi kemahasiswaan? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

16. Pentingkah program studi menetapkan biaya UKT yang terjangkau? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

17. Pentingkah program studi menyediakan beasiswa untuk siswa berprestasi? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

18. Pentingkah program studi menyediakan beasiswa untuk siswa tidak mampu? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

19. Pentingkah program studi menyediakan prosedur pembayaran yang mudah? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

20. Pentingkah program studi menyediakan fasilitas kredit? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

21. Pentingkah tersedianya sarana transportasi umum yang melalui perguruan tinggi? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Kurang Penting     Sangat Penting

22. Pentingkah lokasi memiliki lingkungan yang kondusif? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Kurang Penting     Sangat Penting

23. Pentingkah lokasi memiliki tingkat kemacetan rendah? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Kurang Penting     Sangat Penting

24. Pentingkah tersedianya tempat kos di sekitar perguruan tinggi? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Kurang Penting     Sangat Penting

25. Pentingkah tersedianya fasilitas umum di sekitar perguruan tinggi? \*

contohnya : poliklinik, bank, kantor pos, dll

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Kurang Penting     Sangat Penting

26. Pentingkah informasi program studi disampaikan melalui website? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

27. Pentingkah informasi program studi disampaikan melalui event online? \*

contohnya : instagram live, webinar, dll

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

28. Pentingkah informasi disampaikan melalui pameran, presentasi kelas \* dan pembagian brosur?

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

29. Pentingkah program studi memiliki staf pengajar dari lulusan PTN ternama? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

30. Pentingkah tersedianya fasilitas ruang belajar yang nyaman? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

31. Pentingkah tersedianya fasilitas laboratorium yang lengkap? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

32. Pentingkah tersedianya fasilitas perpustakaan yang memiliki koleksi buku yang lengkap? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

33. Pentingkah tersedianya fasilitas komputer dan internet yang memadai? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

34. Pentingkah tersedianya fasilitas tempat beribadah? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

35. Pentingkah tersedianya fasilitas olah raga? \*

*Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

**36. Pentingkah tersedianya fasilitas lapangan parkir yang mencukupi? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**37. Pentingkah tampilan gedung yang menarik (desain eksterior)? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**38. Pentingkah desain interior yang menarik? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**39. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan konsultasi kemahasiswaan? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

**40. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan studi lanjut? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**41. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan dunia kerja? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**42. Pentingkah layanan kerjasama magang dengan dunia industri? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting**43. Pentingkah layanan inkubator bisnis di program studi? \****Mark only one oval.*

1      2      3      4

Tidak Penting     Sangat Penting

**INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN  
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL**

Jl. Soekarno-Hatta Km. 15, Karang Joang, Balikpapan, Kalimantan Timur, 76127 Telp: 0542-8530800 | Email: [bisnisdigital@itk.ac.id](mailto:bisnisdigital@itk.ac.id)

26 Juli 2022

Yth. Kepala \_\_\_\_\_  
di \_\_\_\_\_

Bersama ini kami sampaikan:

No.	Jenis Dokumen	Jumlah	Keterangan
1	Brosur Prodi Bisnis Digital	1	
2	E- Survei Minat ke Perguruan Tinggi	1	

Demikian surat pengantar ini kami sampaikan dengan harapan dapat disampaikan kepada siswa-siswi di lembaga Bapak/Ibu. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Ketua Program Studi Bisnis Digital ITK



---

Bayu Nur Abdallah, S.T., M.T  
NIP. 19910802 201903 1 012

# Survei Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi

## Data Responden

Jenis Kelamin	: Laki-laki / Perempuan
Tingkat / Kelas	: Kelas 10 / Kelas 11 / Kelas 12
Asal SMA / SMK	:
Kota Asal SMA / SMK	:

Setelah lulus dari SMA/ SMK, apakah Anda berminat melanjutkan ke Perguruan Tinggi :  
Berminat / Tidak Berminat

Jurusan / Program Studi apa yang Anda minati :  
Perguruan Tinggi mana yang Anda minati :

## Faktor yang mendorong responden dalam menentukan Jurusan di Perguruan Tinggi

No.	Pernyataan <i>(Jawaban : 1 Tidak Penting, 2 Kurang Penting, 3 Penting, 4 Sangat Penting)</i>
1	Reputasi Perguruan Tinggi mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah program studi yang ditawarkan memiliki akreditasi (minimal Baik) b. Pentingkah program studi menyediakan kesempatan pertukaran pelajar ke luar negeri c. Pentingkah program studi memiliki waktu tempuh studi yang singkat d. Pentingkah lulusan program studi memiliki kemudahan mendapat pekerjaan
2	Adanya beragam kegiatan/ program yang disediakan mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur SNMPTN? b. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur SBMPTN? c. Pentingkah program studi membuka penerimaan jalur Mandiri? d. Pentingkah program studi memiliki program beasiswa studi lanjut? e. Pentingkah program studi memiliki kerjasama magang ke perusahaan dan industri? f. Pentingkah program studi memiliki wadah/unit organisasi kemahasiswaan?
3	Biaya pendidikan terjangkau yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah program studi menetapkan biaya UKT yang terjangkau? b. Pentingkah program studi menyediakan beasiswa untuk siswa berprestasi? c. Pentingkah program studi menyediakan beasiswa untuk siswa tidak mampu? d. Pentingkah program studi menyediakan prosedur pembayaran yang mudah? e. Pentingkah program studi menyediakan fasilitas kredit?
4	Lokasi strategis, nyaman dan mudah dijangkau yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah tersedianya sarana transportasi umum yang melalui perguruan tinggi b. Pentingkah lokasi memiliki lingkungan yang kondusif? c. Pentingkah lokasi memiliki tingkat kemacetan rendah? d. Pentingkah tersedianya tempat kos di sekitar perguruan tinggi? e. Pentingkah tersedianya fasilitas umum di sekitar perguruan tinggi? (poliklinik, bank, kantor pos, dll)
5	Promosi Jurusan yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah informasi program studi disampaikan melalui website? b. Pentingkah informasi program studi disampaikan melalui event online? c. Pentingkah informasi disampaikan melalui pameran, presentasi kelas dan pembagian brosur?
6	Sumber daya pendidik dan tenaga kependidikan yang kompeten yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah program studi memiliki staf pengajar dari lulusan PTN ternama?

7	Fasilitas Sarana dan Prasarana memadai yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah tersedianya fasilitas ruang belajar yang nyaman? b. Pentingkah tersedianya fasilitas laboratorium yang lengkap? c. Pentingkah tersedianya fasilitas perpustakaan yang memiliki koleksi buku yang lengkap? d. Pentingkah tersedianya fasilitas komputer dan internet yang memadai? e. Pentingkah tersedianya fasilitas tempat beribadah? f. Pentingkah tersedianya fasilitas olah raga? g. Pentingkah tersedianya fasilitas lapangan parkir yang mencukupi? h. Pentingkah tampilan gedung yang menarik (desain eksterior)? i. Pentingkah desain interior yang menarik?
8	Proses jasa pelayanan yang mendorong Saya dalam memilih jurusan yang diminati a. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan konsultasi kemahasiswaan? b. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan studi lanjut? c. Pentingkah layanan yang berkaitan dengan dunia kerja? d. Pentingkah layanan kerjasama magang dengan dunia industri? e. Pentingkah layanan inkubator bisnis di program studi?

Dapatkan update seputar Bisnis Digital

**Telegram :**

[https://bit.ly/ChannelBisdig\\_ITK](https://bit.ly/ChannelBisdig_ITK)

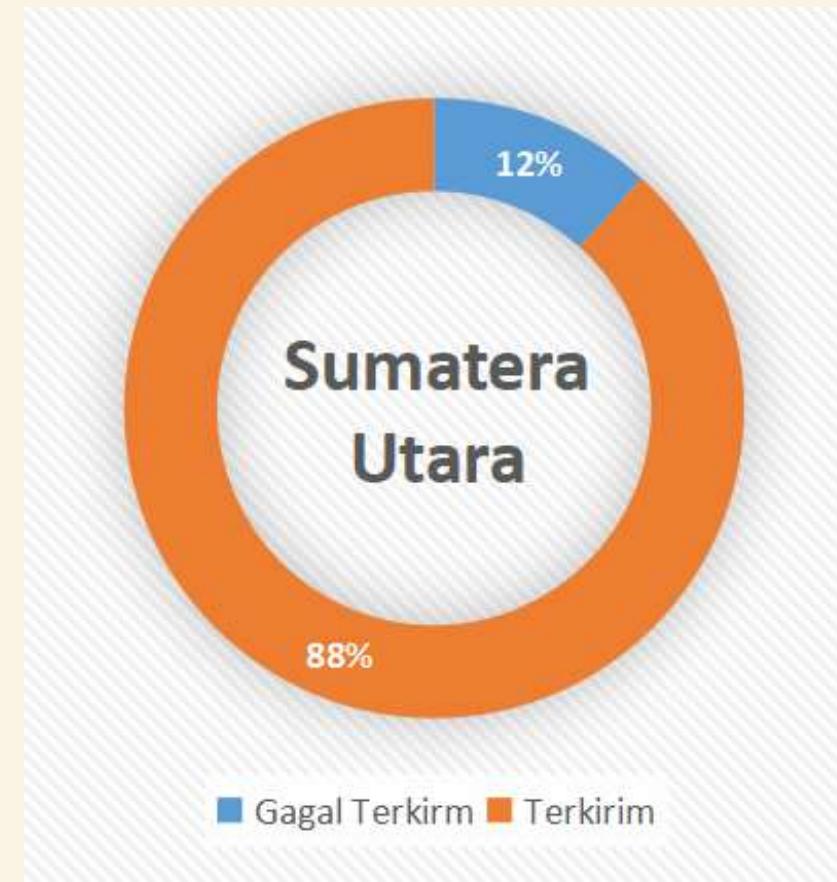
**Instagram :**

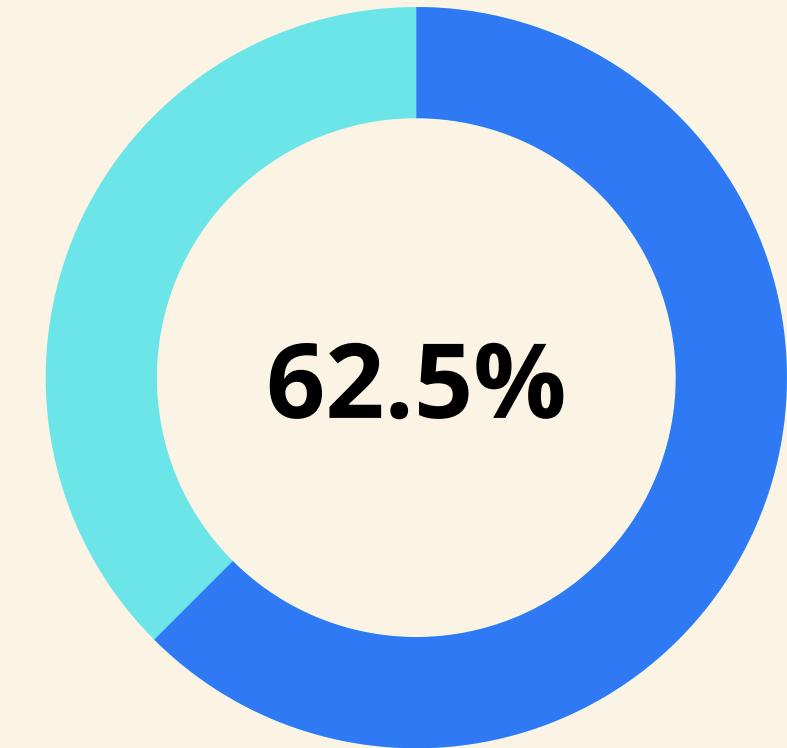
[https://bit.ly/IG\\_bisnisdigital\\_itk](https://bit.ly/IG_bisnisdigital_itk)

**Website :**

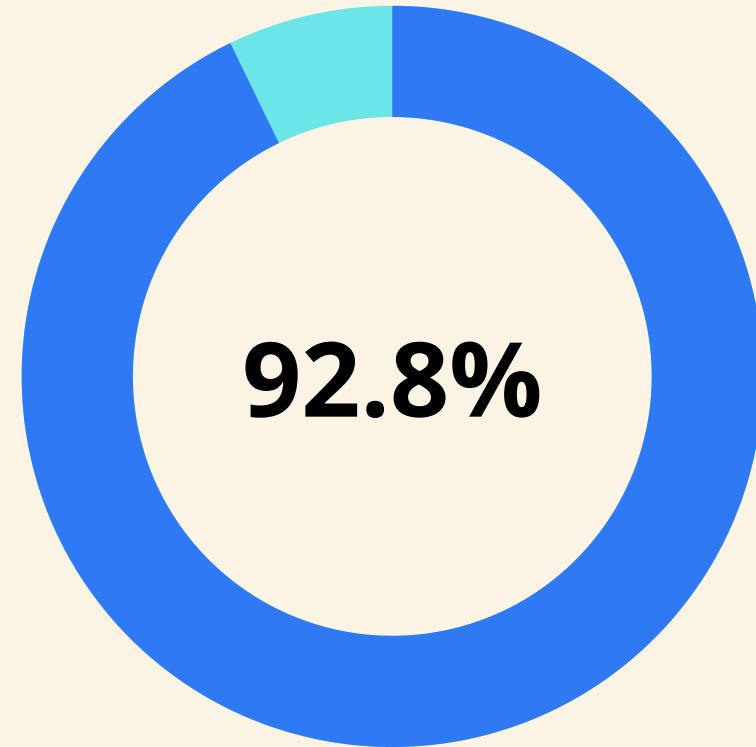
[https://bit.ly/bisnisdigital\\_itk](https://bit.ly/bisnisdigital_itk)







■ Tingkat / Kelas 12



■ Berminat ke PT

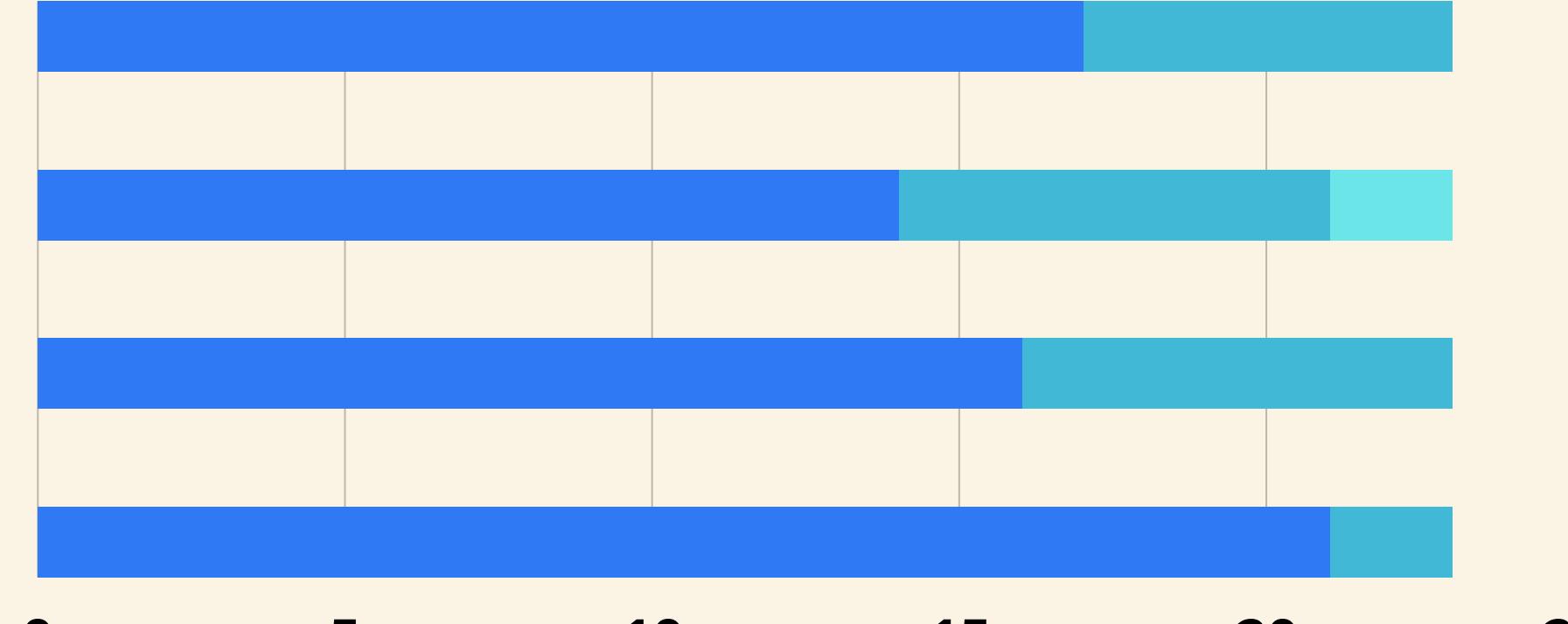


**66.7%**

**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan reputasi Perguruan Tinggi**

- Sangat Penting ■ Penting ■ Kurang Penting
- Tidak Penting

**Akreditasi Prodi**



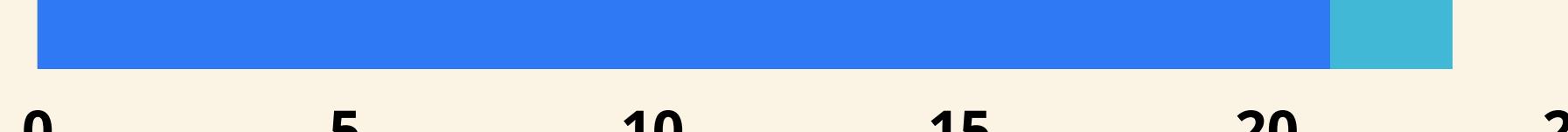
**Exchange LN**



**Lama Studi**

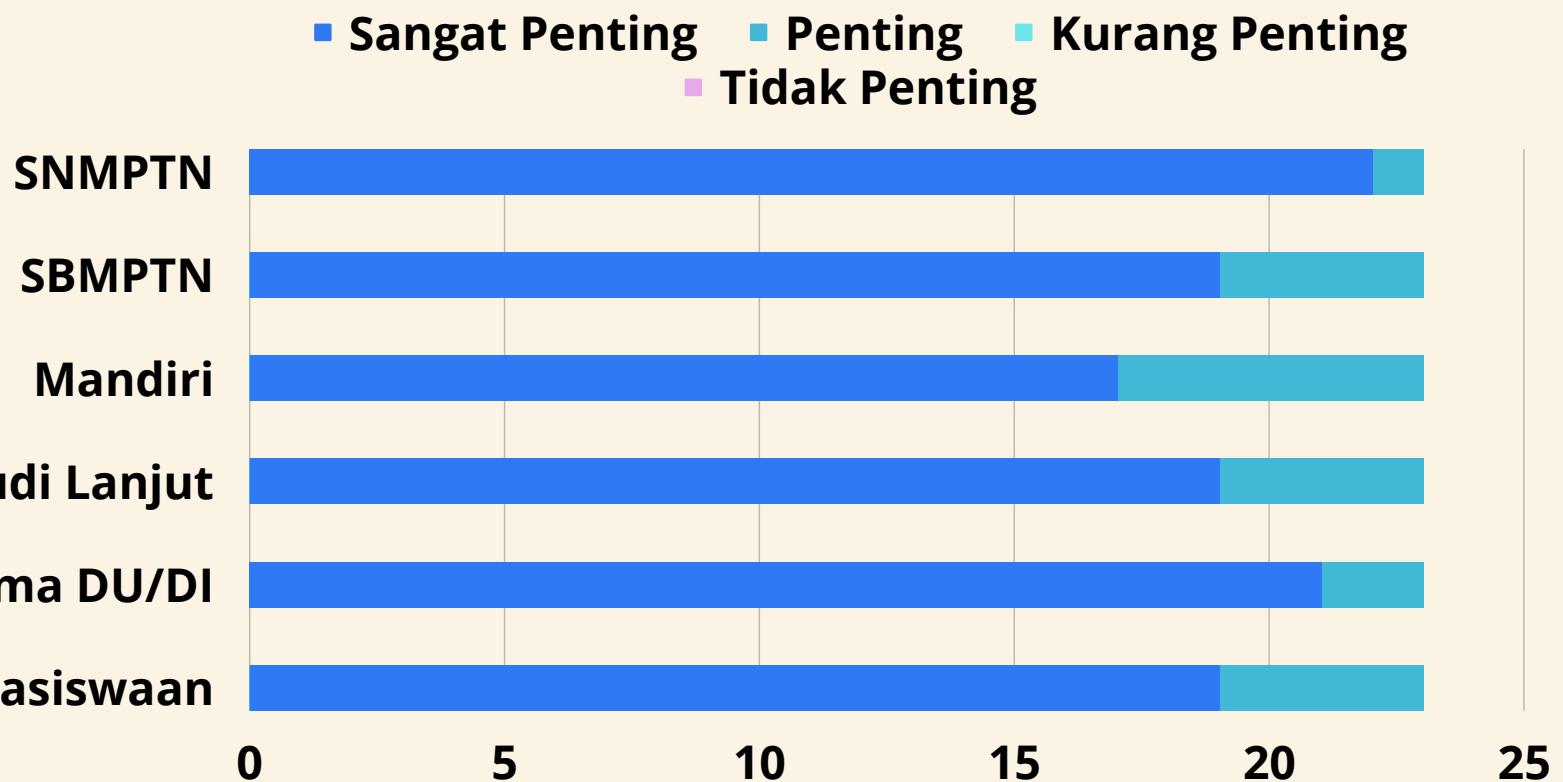


**Kemudahan Bekerja**

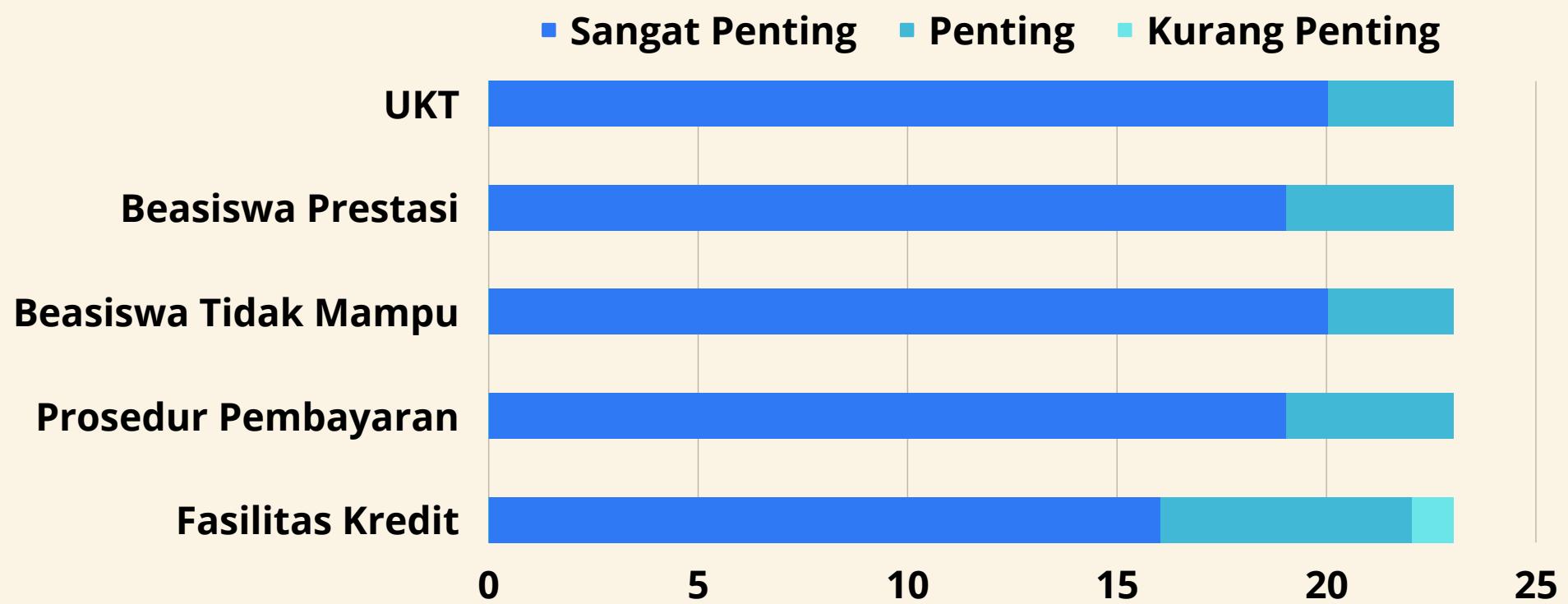


0 5 10 15 20 25

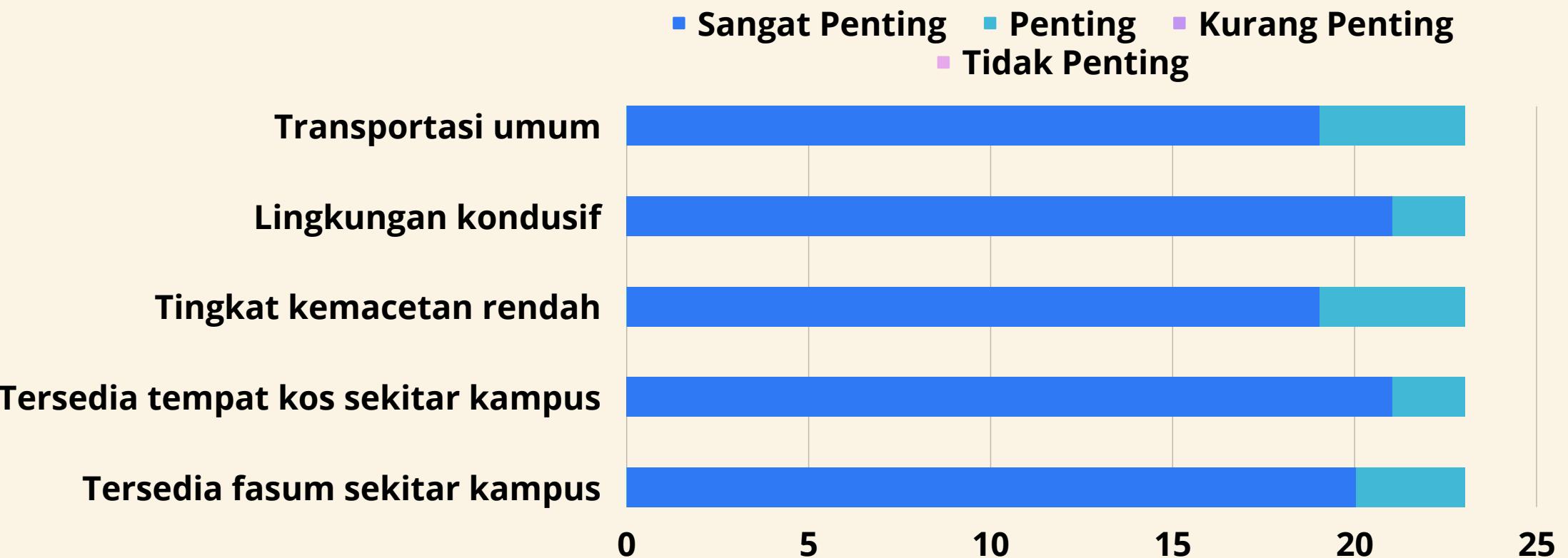
**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan kegiatan/ program yang disediakan**



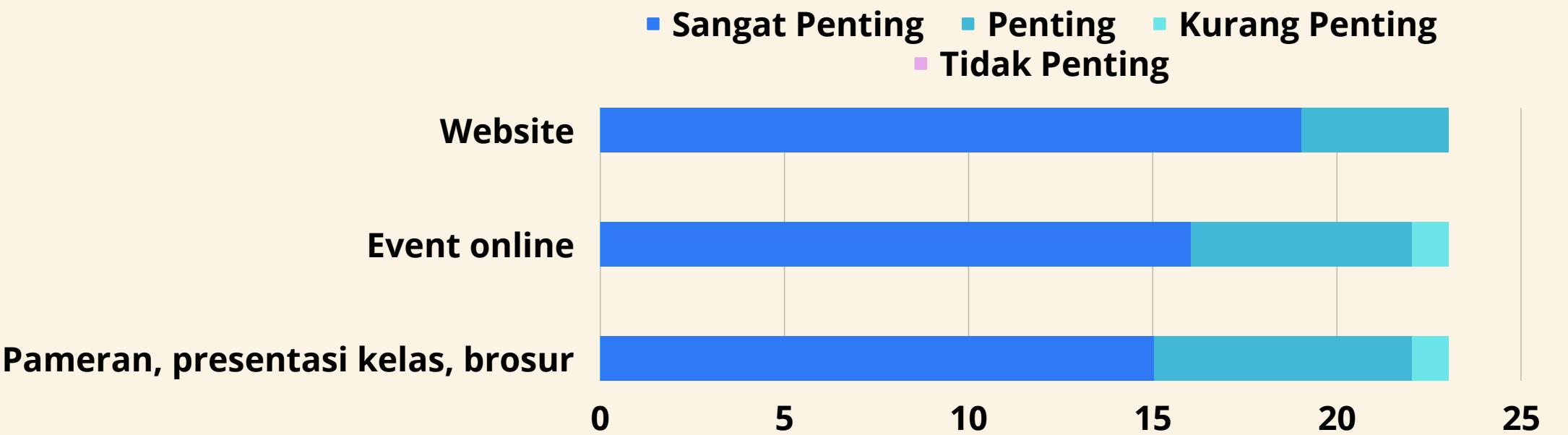
**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan biaya pendidikan yang terjangkau**



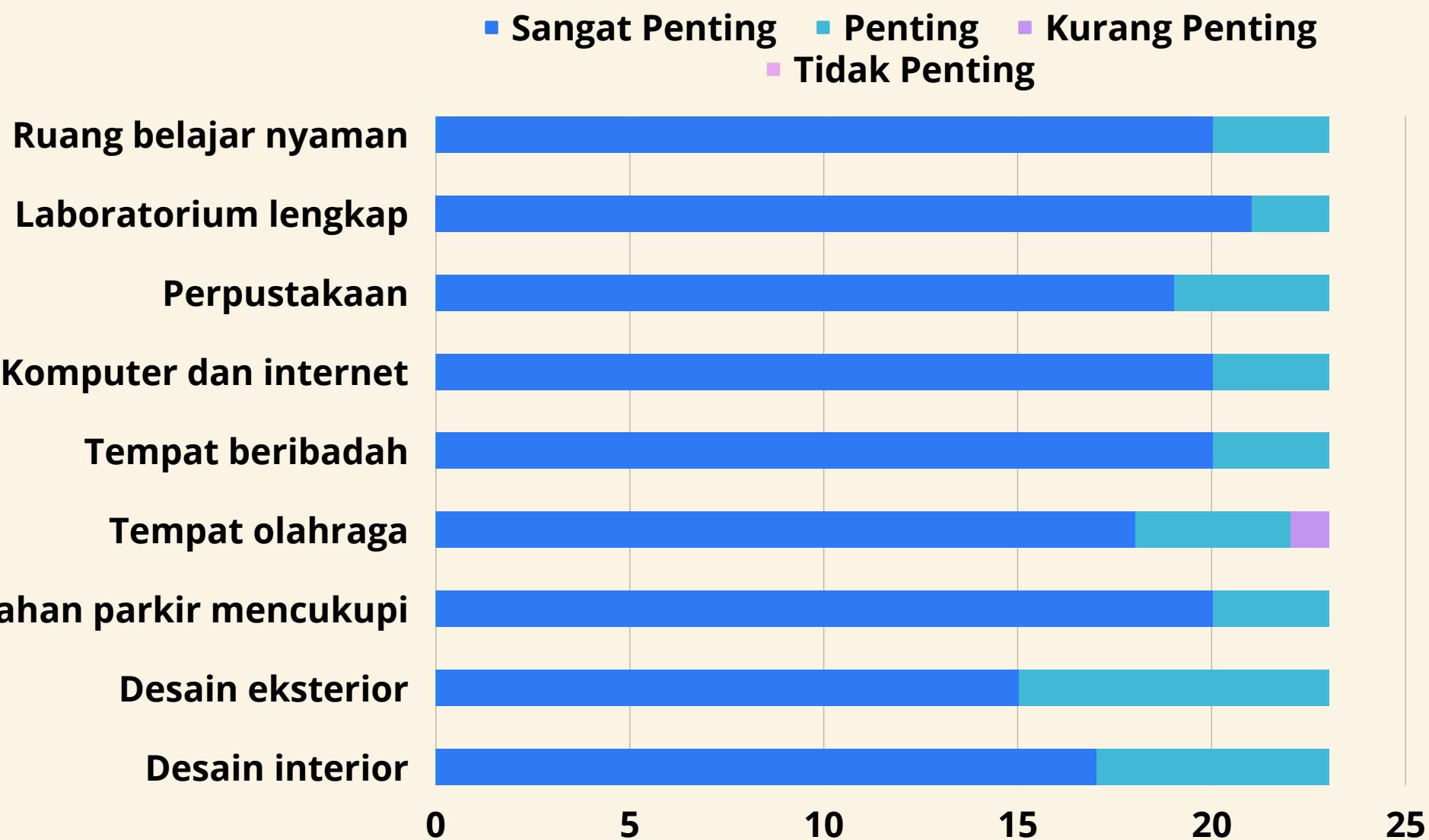
**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan lokasi strategis, nyaman dan mudah dijangkau**



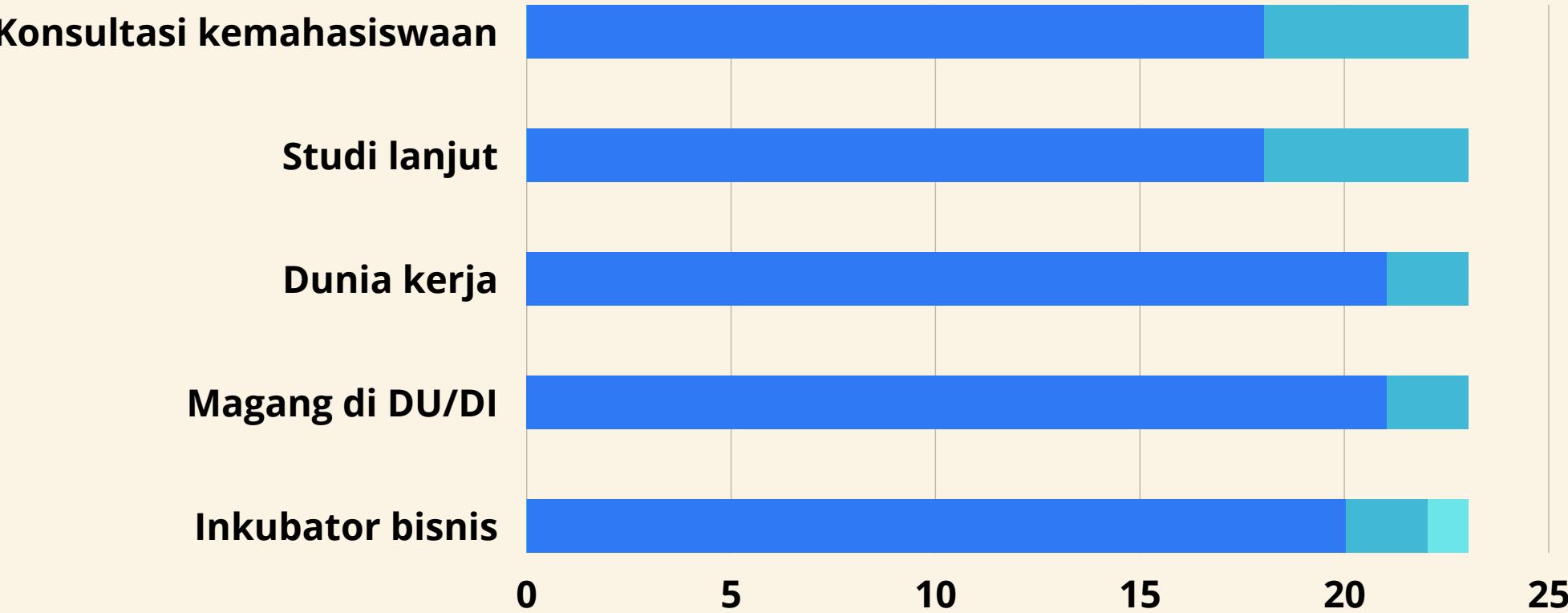
**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan informasi yang diterima dari media promosi**



**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan fasilitas sarana dan prasarana yang memadai**



**Responden menentukan prodi yang diminati berdasarkan proses jasa pelayanan yang diterima**





- [Upgrade Plan](#)
- [?](#)
- [⚙️](#)



Program Studi Bisnis Digital [bisnisdigital@itk.ac.id](mailto:bisnisdigital@itk.ac.id)

- [Manage your account](#)
- [Plans & Pricing](#)
- [Change account](#)
- [Log out](#)
- [Mailtrack.io](#)

Tracking activity

«

- [Email tracking](#)
- [Click report](#)
- [Campaigns report](#)

Management

- [Integrations](#)

-  [Team](#)
-  [Help & Contact](#)
-  [Settings](#)

## Email tracking

[Download CSV](#)

Last opened emails ▾

Recipient	Subject	Last Opened	Opened	Sent	
<a href="#">smkn8berau@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 8 BERAU ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	4 Aug, 2022 at 12:59 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:43 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkmuhlongkali@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK MUHAMMADIYAH LONGKALI ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	4 Aug, 2022 at 8:50 AM	1 time	28 Jul, 2022 at 8:49 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">pelita.gamma@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS PELITA GAMA PENAJAM ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	3 Aug, 2022 at 2:51 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 3:46 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkalsafitributonselatan@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS AL SAFITRI ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	2 Aug, 2022 at 8:02 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 8:01 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn3konkep@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 3 KONAWE KEPULAUAN ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	2 Aug, 2022 at 7:58 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 7:57 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn2sangkulirang@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK Negeri 2 Sangkulirang ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	<a href="#">Upgrade to see this information</a>	2 times	28 Jul, 2022 at 3:25 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>

Recipient	Subject	Last Opened	Opened	Sent	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smk.jikueja@yahoo.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK JIKUEJA 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	2 Aug, 2022 at 7:07 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 7:06 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkitpertiwibpn@gmail.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS PERTIWI BALIKPAPAN 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	2 Aug, 2022 at 11:31 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 8:08 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smk_putrabangsa@yahoo.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS PUTRA BANGSA BONTANG 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	<a href="#">Upgrade to see this information</a>	2 times	29 Jul, 2022 at 9:28 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkn1andolo@yahoo.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 2 KONAWE SELATAN 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	1 Aug, 2022 at 7:03 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 7:02 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkn.5konsel@yahoo.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 5 KONAWE SELATAN 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	1 Aug, 2022 at 6:54 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 6:53 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkn2kapontori@yahoo.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 2 KAPONTORI 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	1 Aug, 2022 at 6:34 PM	1 time	1 Aug, 2022 at 6:34 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smart.smkm2@gmail.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS Muhammadiyah 2 Samarinda 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	1 Aug, 2022 at 6:21 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 6:58 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkmuhsangasanga@gmail.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK MUHAMMADIYAH SANGA-SANGA 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	1 Aug, 2022 at 11:47 AM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:20 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<b>smkn1ppu@gmail.com</b> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS MUHAMADDIAH 🌟] Mau Berkarir jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	<a href="#">Upgrade to see this information</a>	4 times	28 Jul, 2022 at 4:03 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>

Recipient	Subject	Last Opened	Opened	Sent	<a href="#">Open in Gmail</a>
<a href="#">smknegerilinggangbigung@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 1 LINGGANG BIGUNG 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	31 Jul, 2022 at 6:23 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:51 PM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkteknologimaligano@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK SWASTA TEKNOLOGI MALIGANO 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 8:11 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 11:42 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">admin@smkti.net</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS TI Airlangga 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 3:51 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 7:27 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn_1kabangka@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 1 KABANGKA 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 12:45 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 12:44 PM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">cikamatadsaputra@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK BASTREN MIFTAUL HUDA 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 11:42 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 11:41 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn1unh@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 1 UNAAHA 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 11:38 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 11:37 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smk_muhbtg@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS MUHAMMADIYAH BONTANG 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 9:34 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 9:33 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn1tering@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 1 TERING 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 8:35 AM	1 time	28 Jul, 2022 at 2:29 PM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">uptd.smkn8smd@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK Negeri 8 Samarinda 🌟] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 7:29 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 7:28 AM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>

Recipient	Subject	Last Opened	Opened	Sent	
<a href="#">smkitsblslm@yahoo.com.id</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS IT Subulussalam ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 7:24 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 7:23 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn9_samarinda@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK Negeri 9 Samarinda ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	30 Jul, 2022 at 7:03 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 7:02 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkspermatabangsa.86@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS PERMATA BANGSA RAHA ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 5:38 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 12:52 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smk_pesisir@tech-center.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK PESISIR SAMBOJA ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 1:31 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:30 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn1rh@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 1 RAHA ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 12:41 PM	1 time	29 Jul, 2022 at 12:40 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">mad6580@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS TERPADU AL ANSHAR ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 11:40 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 11:32 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smknhsm03@yahoo.co.id</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS Nabil Husein Samarinda ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 7:39 AM	1 time	29 Jul, 2022 at 7:39 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkmd_longikis@yahoo.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKS MUHAMMADIYAH LONG IKIS ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	29 Jul, 2022 at 6:57 AM	1 time	28 Jul, 2022 at 8:39 AM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn1berau@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>	[Hai, SMKN 1 BERAU ✨] Mau Berkari jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	28 Jul, 2022 at 8:37 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:45 PM	<a href="#">Open in Gmail Delivery Certificate</a>

Recipient	Subject	Last Opened	Opened	Sent	
<a href="#">muhammadiyah2ppu@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK MUHAMMADIYAH 2 PENAJAM PASER UTARA ✨] Mau Berkarij jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	28 Jul, 2022 at 3:47 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 3:41 PM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>
<a href="#">smkn1sbl@gmail.com</a> <a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>	[Hai, SMK NEGERI 1 SEBULU ✨] Mau Berkarij jadi Data Scientist, Cek Peluangnya di Prodi ini	28 Jul, 2022 at 1:35 PM	1 time	28 Jul, 2022 at 1:17 PM	<a href="#">Open in Gmail</a> <a href="#">Delivery Certificate</a>

 Install this web app on your phone. Tap here and choose "**Add to Home Screen**".  
X

### Get real-time push notifications on your phone when someone opens your email.

Enable notifications from Mailtrack on your phone.

[Enable](#)

### Please wait

Activating notifications for Mailtrack...

Please allow notifications in your browser and refresh the page



### Mailtrack Extension is not installed

[Install Now](#)



errorPlaceholder



 upgrade to csv access

Only Mailtrack Advanced users can export tracking data

Export your tracking data to a CSV file. Analyze it in Excel, Google Sheets, or other spreadsheet programs.

[Upgrade to Mailtrack Advanced](#)

Mailtrack uses cookies 

We use cookies to enhance your experience of our website.

You can adjust the cookie settings if you wish. [Learn more.](#)



Functional cookies

So you can have a safe and enjoyable experience whilst on our website.



Analytics cookies

So we can gain an overall view of how our website is used and how it can be improved.

[Adjust cookie setting](#)

[Accept all](#)

[Close cookie setting](#)

[Accept selected](#)