

	UNIVERSITAS ESA UNGGUL	Kode/Nomor: MKT.UEU/SOP-005/00
		Tanggal: 31 Januari 2019
	BIRO PEMASARAN	Revisi: 00
		Halaman: 1 dari 5

PROSEDUR KERJA KUNJUNGAN SEKOLAH

Proses	Penanggung Jawab			Tanggal
	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	
1. Perumusan	Lefin Kafindra,S.P	Kepala Bagian Pemasaran		31 Januari 2019
2. Pemeriksaan	Cicilia Siliasta Bangun, ST., MT	Ka Biro Pemasaran		1 Februari 2019
3. Persetujuan	Dra. Suryari Purnama, MM	Wakil Rektor Bidang Pengembangan Institusi		4 Februari 2019
4. Pengendalian	Mukhamad Abduh, ST, MT	Kepala KPM		5 Februari 2019

Visi, Misi, dan Tujuan Universitas

Visi:

Menjadi perguruan tinggi kelas dunia berbasis intelektualitas, kreatifitas dan kewirausahaan, yang unggul dalam mutu pengelolaan dan hasil pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi pada tahun 2033.

Misi:

1. Menyelenggarakan pendidikan yang bermutu dan relevan.
2. Menyelenggaraan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang relevan dengan tantangan nasional serta global.
3. Menciptakan suasana akademik yang kondusif.
4. Memberikan pelayanan prima bagi seluruh pemangku kepentingan.

Tujuan:

1. Dihasilkannya sumber daya manusia yang berkarakter dan berdaya saing tinggi.
2. Adanya kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, serta kesejahteraan umat manusia.
3. Tumbuh berkembangnya Universitas Esa Unggul menjadi perguruan tinggi yang sehat dan mandiri.
4. Perguruan Tinggi yang bereputasi unggul.

Definisi Istilah

- Promosi adalah kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif.
- Publikasi adalah pengumuman atau penerbitan; membuat konten yang diperuntukkan bagi publik atau umum.
- Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.
- Alat pemasaran meliputi booklet, brosur, poster dan spanduk.
- Materi publikasi dan promosi di media cetak dan website disusun sesuai informasi masing-masing program studi yang dibuka Universitas Esa Unggul.

Tujuan Prosedur

Prosedur ini dibuat sebagai pedoman promosi dan publikasi dalam memasarkan program pendidikan / program studi yang dibuka di Universitas Esa Unggul melalui kunjungan ke sekolah-sekolah (SMU atau yang sederajat).

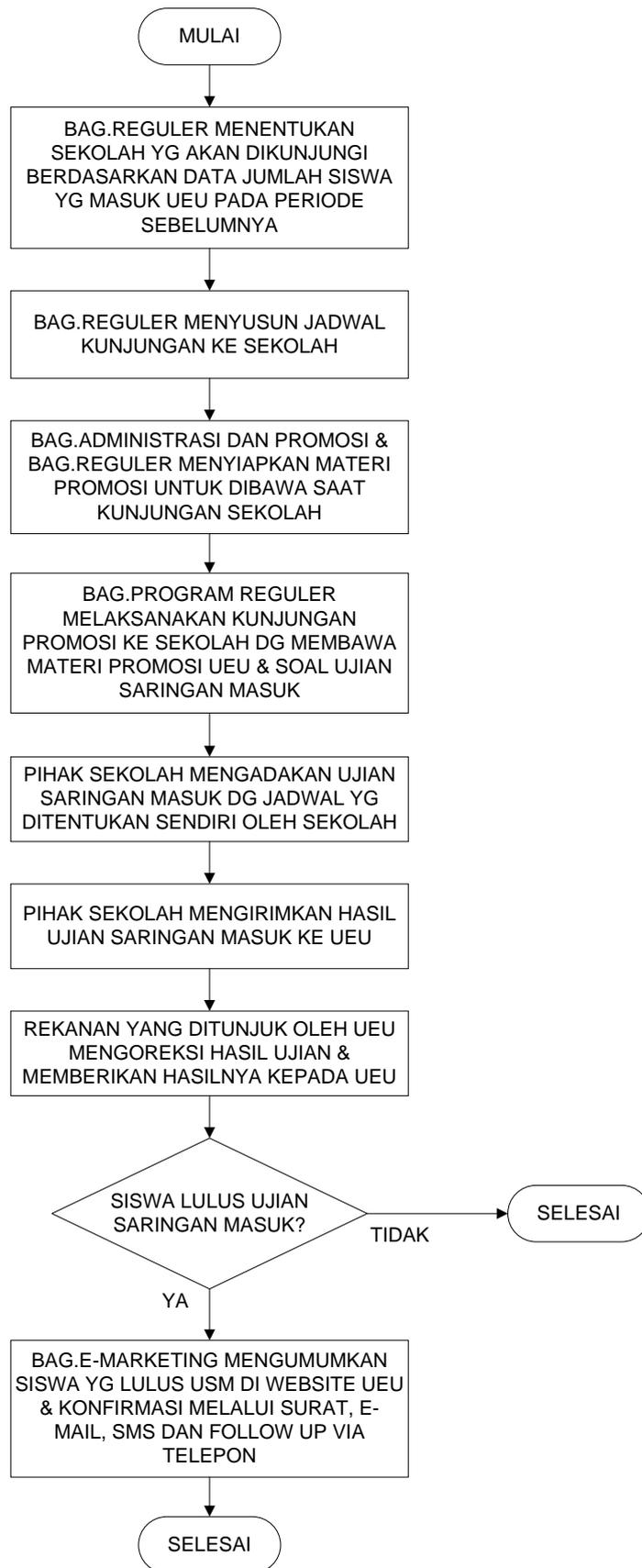
Luas Lingkup Prosedur

Luas lingkup prosedur berkaitan dengan bagian administrasi dan promosi, terutama staf bagian promosi kunjungan sekolah serta bagian e-marketing.

Prosedur

<u>No</u>	<u>Uraian</u>	<u>Pelaksana</u>
1.	Menentukan sekolah yang akan dikunjungi berdasarkan penilaian jumlah siswa yang sudah masuk UEU pada tahun-tahun sebelumnya.	Bagian Reguler
2.	Menyusun jadwal kunjungan promosi ke sekolah.	Bagian Reguler
3.	Menyiapkan material promosi untuk dibawa pada saat kunjungan promosi ke sekolah.	Bagian Administrasi dan Promosi, serta Program Reguler
4.	Melaksanakan kunjungan promosi dengan membawa material promosi seperti <i>booklet</i> , spanduk, poster dan soal ujian saringan masuk.	Bagian Kunjungan Sekolah, serta Program Reguler
5.	Pihak sekolah mengadakan ujian saringan masuk di sekolah masing-masing dengan jadwal yang ditentukan sendiri oleh sekolah.	Guru Sekolah
7.	Pihak sekolah mengirimkan hasil ujian saringan masuk ke UEU untuk dikoreksi.	Guru Sekolah
8.	Rekanan mengoreksi hasil ujian saringan masuk secara otomatis dengan sistem scan lembar jawaban ujian.	Rekanan yang ditunjuk oleh UEU
9.	UEU menentukan siswa yang lulus berdasarkan kriteria (ambang bawah nilai kelulusan) yang telah ditentukan.	Bagian Administrasi dan Promosi, serta Program Reguler
10.	UEU mengupload pengumuman di website UEU dan mengirimkan hasil tes ke alamat rumah masing-masing siswa, mengirimkan email dan sms, dan mem-follow up via telephone.	Bagian Administrasi dan Promosi, serta bagian e-Marketing

Bagan Alir Prosedur



Kualifikasi Petugas yang menjalankan Prosedur

1. Bagian Administrasi dan Promosi harus memiliki kemampuan dalam mempersiapkan material promosi.
2. Bagian Kerjasama Sekolah memiliki kemampuan komunikasi dan presentasi kepada siswa SLTA dan koordinasi dengan guru sekolah.
3. Bagian e-Marketing memiliki kemampuan kecepatan dalam mengolah data dan mengirimkan informasi via email dan sms.

Dokumen Terkait

1. Form konfirmasi kunjungan sekolah.
2. Check list material promosi yang dibawa saat kunjungan sekolah.
3. Surat pengantar kunjungan sekolah.

Referensi

- Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Publikasi>.