

# IMPLEMENTASI *CYBER MARKETING* DALAM MENDUKUNG PENDAFTARAN *ONLINE* MAHASISWA BARU PADA PERGURUAN TINGGI (STUDI KASUS : UNIVERSITAS RAHARJA)

Sudaryono<sup>1</sup>, Karunia Suci Lestari<sup>2</sup>, Yunita Wulansari<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Program Studi Magister Teknik Informatika Universitas Raharja  
<sup>1</sup> [sudaryono@raharja.info](mailto:sudaryono@raharja.info), <sup>2</sup> [suci@raharja.info](mailto:suci@raharja.info), <sup>3</sup> [yunita@raharja.info](mailto:yunita@raharja.info)

## Abstraksi

Peranan digital dalam dunia pemasaran sangatlah penting dalam strategi pencapaian target mendapatkan konsumen baru. Sehingga tak heran banyak perguruan tinggi yang beralih ke digital marketing dalam strategi pemasaran untuk mendapatkan calon mahasiswa baru, sehingga Universitas Raharja perlu mengikuti trend pemasaran saat ini menggunakan digital marketing seperti website Penerimaan Mahasiswa Baru dalam menyampaikan informasi dan melakukan promosi kampus untuk mendukung pendaftaran online mahasiswa baru. Cyber Marketing/ Internet Marketing menjadi sangat diperlukan dalam segmen e-commerce, cyber marketing merupakan arah teknik untuk menarik konsumen potensial untuk membeli produk/jasa yang ditawarkan melalui website, email atau sosial media. Internet marketing adalah segala upaya dilakukan untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa melalui atau menggunakan media elektronik dan internet. Sehingga dengan adanya website [pmb.raharja.ac.id](http://pmb.raharja.ac.id) ini calon mahasiswa baru tidak perlu datang langsung ke kampus untuk melakukan pendaftaran calon mahasiswa baru. Manfaat dari penelitian ini memudahkan para calon mahasiswa baru yang tidak mempunyai waktu atau jarak tempuh yang jauh untuk menjangkau kampus untuk melakukan registrasi mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, analisis data menggunakan metode analisis PIECES, metode pengembangan sistem menggunakan SDLC, metode studi pustaka, serta metode perancangan menggunakan UML meliputi use case diagram, class diagram dan activity diagram. Melalui website ini, diharapkan pendaftaran online mahasiswa baru dapat meningkatkan calon Pribadi Raharja di Universitas Raharja.

**Kata Kunci :** Cybermarketing, Pendaftaran, Website, Mahasiswa Baru

## Abstract

*The role of digital in the world of marketing is very important in the strategy of achieving the target of gaining new consumers. So no wonder many universities are turning to digital marketing in marketing strategies to get new students, so Raharja University needs to follow the current marketing trends using digital marketing such as the New Student Admissions website in conveying information and conducting campus promotions to support online registration of new students. Cyber Marketing / Internet Marketing becomes very necessary in the e-commerce segment, cyber marketing is a technical direction to attract potential consumers to buy products / services offered through websites, email or social media. Internet marketing is any effort made to do marketing of a product or service through or using electronic media and the internet. So with this website [pmb.raharja.ac.id](http://pmb.raharja.ac.id) prospective new students do not need to come directly to the campus to register new students. The benefits of this research make it easier for prospective new students who do not have the time or long distance to reach the campus to register students. The methods used in this research are data collection, data analysis using PIECES analysis method, system development method using SDLC, library study method, and design method using UML including use case diagram, class diagram and activity diagram. Through this website, it is expected that the online registration of new students can increase the candidates of Personal Raharja at Raharja University.*

**Keyword :** Cybermarketing, Registration, Website, New Students

## 1. Pendahuluan

Peranan Digital dalam dunia pemasaran sangatlah penting dalam strategi untuk mendapatkan konsumen baru, seperti : memberikan cara baru dan kemudahan baik dalam hal pemasaran maupun kemudahan dalam berkomunikasi antar pemasar dan konsumen sehingga pemasar lebih mudah dan dapat memahami seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dikenal dengan istilah *Internet Marketing*, *Digital Marketing* atau *Cyber Marketing*. Pemasaran digital melibatkan teknologi digital seperti *web*, *email*, *database*, seluler/ nirkabel, sosial media maupun iklan digital Televisi. Adapun manfaat dari pemasaran digital seperti biaya lebih rendah, terukur, personalisasi, identifikasi, pengembangan merk, eksposur atau jangkauan global, viral, tidak mengganggu, keterbukaan dan memuaskan (Rumondang et al, 2020). Dengan kata lain *Cyber Marketing/ Internet Marketing* merupakan penggabungan antara teknologi internet dan pemasaran atau periklanan dengan menggunakan internet sebagai media untuk mengirimkan berbagai informasi maupun pesan yang bersifat promosi kepada calon konsumen secara langsung (*online*) dengan tujuan untuk membangun relasi dengan calon konsumen dan tentunya untuk menghasilkan profit perusahaan.

Dalam dunia pendidikan *Cyber Marketing* ini sangatlah membantu calon mahasiswa/i seperti Siswa/i SMA, SMK, MA maupun MAK dalam menentukan Perguruan tinggi maupun Universitas untuk menempuh pendidikan lanjut mereka. Berdasarkan Perkembangan Jumlah Lembaga Perguruan Tinggi (PT) tiap Provinsi Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia terdiri dari 122 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan 3.171 Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Perguruan Tinggi tersebut terdiri dari Universitas, Perguruan Tinggi, Sekolah Tinggi, Institusi serta Politeknik. Selain nama kampus yang ternama, calon mahasiswa perlu mengetahui fasilitas kampus, informasi Program Studi serta informasi tentang biaya kuliah mereka terlebih dahulu sebelum mengambil keputusan untuk melanjutkan pendidikan dimana. Sehingga calon mahasiswa perlu datang langsung ke kampus untuk mengetahui informasi tentang fasilitas, Program Studi serta informasi biaya kuliah. Banyak Perguruan Tinggi yang menggunakan *Digital Marketing* seperti *website* guna memudahkan para calon mahasiswa baru (CMB) mengetahui fasilitas, informasi Program Studi dan info biaya kuliah, Perguruan Tinggi lainnya pun mulai menggunakan *website* guna memperluas strategi pemasaran mereka mendapatkan calon mahasiswa baru. Sangat memungkinkan terjadinya perang strategi pemasaran *Cyber Marketing* ini dalam mendapatkan calon mahasiswa/i baru, baik secara kuantitas maupun kualitas. Setiap perguruan tinggi berupaya memanfaatkan *Cyber Marketing* ini untuk mendapatkan CMB sebanyak mungkin dengan kualitas yang baik, begitupun Universitas Raharja.

Universitas Raharja merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di tengah kota Tangerang tepatnya di Jalan Sudirman No. 40 Modern Cikokol - Tangerang Banten 15117. Penerimaan Calon Mahasiswa Baru di perguruan tinggi merupakan salah satu faktor kondisi sehat jika perguruan tinggi memiliki kinerja penerimaan calon mahasiswa baru (CMB) yang baik yang tidak hanya dalam satu periode tetapi selalu meningkat setiap tahunnya. Cakupan Sekolah target sosialisasi Universitas Raharja meliputi Kota Tangerang, Kabupaten Tangerang, Kota Tangerang Selatan, dan wilayah sekitar Jakarta Barat. Untuk informasi mengenai Program Studi dan Fasilitas Kampus tercetak dalam bentuk brosur, spanduk yang diberikan dan dibagikan ke sekolah-sekolah saat melakukan sosialisasi; sedangkan informasi mengenai informasi biaya kuliah serta pendaftaran CMB harus datang langsung ke kampus untuk mengetahui rincian biaya kuliah dan registrasi calon mahasiswa baru. Keterbatasan tenaga waktu dan biaya calon

mahasiswa menjangkau kampus dari tempat tinggal mereka yang jauh, membuat CMB kesulitan untuk datang langsung ke kampus menyempatkan waktu bertanya langsung pada staff penerimaan CMB mengenai fasilitas dan informasi tentang biaya kuliah ataupun langsung melakukan pendaftaran sebagai mahasiswa baru dan sistem sebelumnya yang harus menunggu kode akses selama 2x24 jam. Sehingga dibutuhkan pemasaran dalam bentuk teknologi (*Cyber Marketing/ Digital Marketing*) berupa *website* untuk mengetahui informasi Program Studi, fasilitas, info biaya kuliah serta pendaftaran online untuk mempermudah CMB untuk melakukan pendaftaran menjadi bagian Pribadi Raharja secara *online*, dengan cara mengaksesnya melalui *website* di *pmb.raharja.ac.id*.

Situs *web* itu sendiri dapat memberikan berbagai manfaat, seperti: 1) Menjadi media promosi yang siap diakses kapan saja, sehingga Anda dapat menanggapi permintaan dari konsumen selama 24 jam; 2) Memberikan informasi yang *valid* kepada pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk / layanan; dan 3) Lebih menghemat biaya pemasaran dan efisien (Muharam, et al, 2020). Penggunaan *platform* digital dalam dunia bisnis tidak asing lagi, karena penggunaan yang memiliki beberapa keuntungan diantaranya: 1) sebagai media yang menjadi gerbang informasi. 2) informasi yang memudahkan calon konsumen 3) memberikan banyak waktu kepada calon konsumen untuk mempelajari produk/jasa yang ditawarkan. 4) akses yang tidak pernah tutup. 5) tidak terhalang jarak. 6) beragamnya pilihan media digital. 7) Biaya digital marketing yang efisien. Namun, dari beberapa keuntungan di atas digital marketing juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya: 1) ketergantungan pada teknologi 2) adanya Isu terhadap keamanan dan privasi 3) Teknologi yang terus berkembang menambah biaya pemeliharaan 4) pemerataan yang belum merata khususnya di Indonesia 5) Transparansi Harga 6) *Global competition* (Suib, et al, 2020).

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Teknik Pengumpulan Data

Untuk merancang situs *web* pendaftaran siswa baru, perlu mengambil sejumlah sumber yang digunakan dalam membuat situs *web* PMB termasuk data utama yang diperoleh dari responden penelitian. Data primer diperoleh dari literatur sebagai kerangka kerja dalam desain sistem dan pembuatan *database*, survei di mana data diperoleh dari wawancara dalam bentuk informasi yang nantinya akan berfungsi sebagai referensi untuk apa yang perlu ditampilkan dalam sistem informasi berbasis *web* dan pengamatan langsung untuk mempelajari sistem pendaftaran yang saat ini berjalan di perguruan tinggi. Untuk data sekunder yang diperoleh dalam desain berupa data yang diperoleh dari *database* penerimaan mahasiswa baru di sebuah perguruan tinggi.

### 2.2 Teknik Analisis Data

Analisis awal digunakan untuk mempelajari sistem pendaftaran saat ini, laporan pendaftaran, dan masalah yang dihadapi oleh Perguruan Tinggi. Metode analisis sistem yang digunakan adalah metode analisis *PIECES*, yaitu analisis menggunakan *Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, and Service* (James Wetherbe, 2012). Hasil analisis pendaftaran *online* pada Universitas Raharja sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis *PIECES*

<b>Kerangka <i>PIECES</i></b>	<b>Sistem Lama</b>	<b>Sistem Baru</b>
<b><i>Performance (Kinerja)</i></b>	Memakan banyak tenaga kerja untuk mendata jika terjadinya lonjakan kedatangan calon mahasiswa baru untuk mengetahui informasi Program Studi, fasilitas, info biaya serta pendaftaran calon mahasiswa baru sehingga perlu antri dan pencetakan berkas formulir pendaftaran.	Pendaftaran menjadi lebih mudah, calon mahasiswa tidak perlu datang ke kampus untuk mengetahui informasi mengenai Program Studi, fasilitas, info biaya kuliah serta mengisi formulir pendaftaran
<b><i>Information (Informasi)</i></b>	Informasi Program Studi, Fasilitas berupa brosur dan sedangkan untuk mengetahui info biaya kuliah serta melakukan pendaftaran mahasiswa baru harus datang langsung ke kampus.	Data informasi mengenai Program Studi, Fasilitas, Info Biaya Kuliah serta pendaftaran mahasiswa baru disajikan secara real time, kapanpun dimanapun dan dapat diakses secara <i>online</i> .
<b><i>Economic (Ekonomi)</i></b>	Biaya yang dikeluarkan untuk pencetakan brosur, spanduk, informasi biaya kuliah serta formulir pendaftaran relatif tinggi	Biaya yang dikeluarkan relatif rendah karena informasi yang diinginkan CMB tidak perlu dicetak karena dapat diakses secara daring ( <i>online</i> )
<b><i>Control (Kontrol)</i></b>	Sulit mengumpulkan bukti pembayaran atau pengecekan bukti pembayaran pendaftaran di cek secara manual	Semua data bukti transaksi secara otomatis terdata dalam satu database pendaftaran <i>online</i> .
<b><i>Efficiency (Efisiensi)</i></b>	Perlu merekap data secara manual untuk mengetahui jumlah calon mahasiswa yang registrasi sampai yang telah bayar registrasi pendaftaran	Seluruh data calon mahasiswa yang registrasi sampai yang telah bayar registrasi pendaftaran <i>online</i> terdata secara otomatis oleh sistem
<b><i>Services (Pelayanan)</i></b>	Masih sulit menjangkau calon mahasiswa yang terbatas waktu dan tempat untuk datang langsung ke kampus melakukan pendaftaran	Akses bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun saja, sehingga calon mahasiswa tidak perlu repot untuk datang langsung ke kampus.

### 2.3 Strategi Pengembangan Sistem

Metode yang digunakan dalam desain sistem informasi adalah *SDLC* (*System Development Life Cycle*), yang merupakan pendekatan melalui beberapa tahap mulai dari menganalisis dan merancang sistem di mana sistem dikembangkan melalui penggunaan siklus aktivitas penganalisa hingga tahap implementasi dan pemeliharaan.

## 2.4 Studi Pustaka (*Literature Review*)

Berdasarkan penelitian Terinspirasi penelitian dari (Legawa, et al, 2017) melakukan penelitian dengan judul “Merancang *Data Mart* Perancangan *Dashboard* Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Tangerang”. Sistem ini bertujuan untuk merancang *data mart* yang hasilnya ditampilkan di dasbor penerimaan siswa baru. Dimana data tersebut dapat memberikan laporan yang detail, aktual, terintegrasi, otomatis, dan mudah diakses kepada kepala bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Tangerang yang dibuat menggunakan *Ms. Access* dan *Excel Powerpivot*.

Penelitian Muharam dan Andhika Giri Persada (2020) membuat penelitian dengan judul “Implementasi Penggunaan *Website* Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo”. Membuat *website*, *e-commerce*, dan media sosial Produk Pertanian dan Peternakan di Desa Sumberejo sebagai media informasi dan pemasaran untuk produk petani dan peternak. Penerapan dan implementasi teknologi yang diusulkan adalah penggunaan *website* menggunakan *platform* dari *wordpress* sebagai media informasi dan pemasaran hasil pertanian dan peternakan di Desa Sumberejo. Platform dari *wordpress* dipilih karena mudah digunakan, dikelola, dipelajari, dan fleksibel (dapat diakses menggunakan perangkat atau komputer). Selain itu, *wordpress* juga sangat mudah dalam hal pemeliharaan Muharam et al, (2020).

Penelitian yang dilakukan Muslih (2015) dengan judul “Pengembangan *E-marketing* Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Dengan Menggunakan Metode *Service Oriented Architecture (SOA)* : Studi Kasus Pada STT Nusa Putra Sukabumi”. Penelitian ini menjelaskan perkembangan *E-Marketing* PMB divisi PMB di STT Nusa Putra Sukabumi yang lincah dan dapat digunakan kembali berdasarkan *SOA* dengan penerapan layanan web tersebut. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Pengembangan Sistem *E-Marketing* PMB dengan Arsitektur *SOA* di Divisi PMB dapat memberikan kemudahan kepada pengguna sistem, dalam hal ini Divisi PMB dan sekolah yang merupakan mitra STT Nusa Putra Sukabumi, hasil analisis sistem yang sedang berjalan kemudian divisualisasikan dan didokumentasikan dengan *Unified Modeling Language (UML)* dengan membuat *Use Case Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram* dan *Class Diagram* (Muslih, 2015).

## 2.2 Desain Perancangan

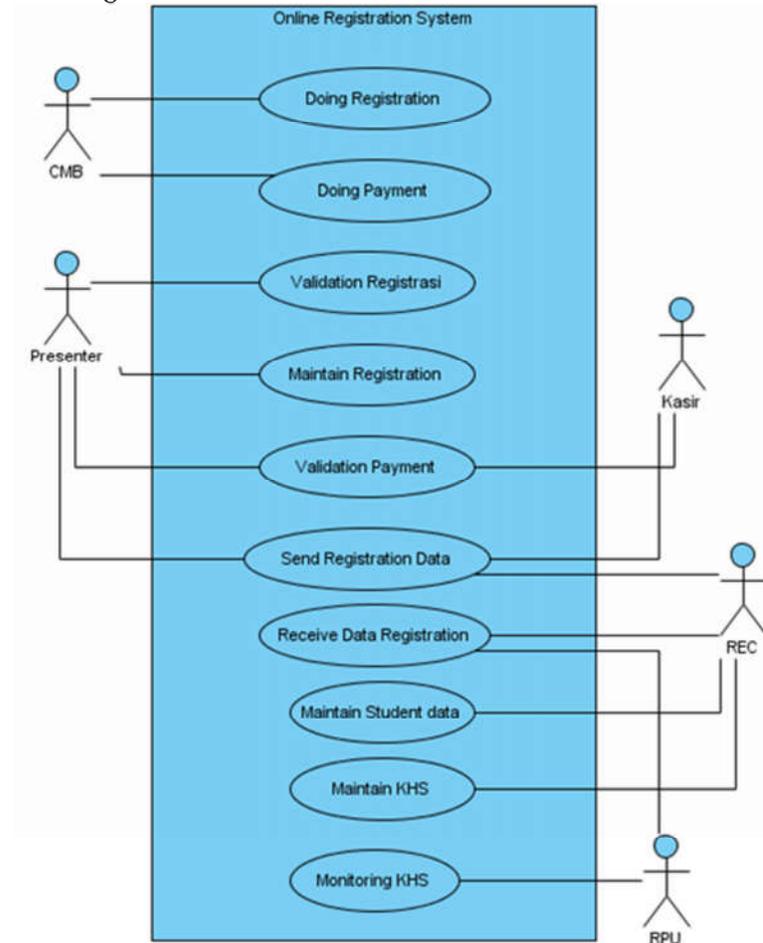
Pada tahap berikut setelah analisis awal adalah perancangan model logika untuk menyelesaikan masalah-masalah pada proses pendaftaran mahasiswa baru, penggunaan model UML (*Unified Modelling Language*) merupakan bagian dari perancangan sistem. Perancangan sistem meliputi *Use Case Diagram*, *Class Diagram* dan *Activity Diagram*.

## 3. Hasil Dan Pembahasan

### 3.1 Rancangan Sistem Pendaftaran Online

Pada metode perancangan, Penulis menggunakan pendekatan *Unified Modeling Language (UML)* sebagai salah satu alat bantu untuk memodelkan secara visual yang dapat digunakan dalam bahasa pemrograman yang berorientasi objek. *UML* terdiri dari beberapa diagram yang saling berkaitan, antara lain *Usecase Diagram*, *Activity Diagram*, *Sequence Diagram* dan *Class Diagram*.

### 3.1.1 Use Case Diagram Pendaftaran Online

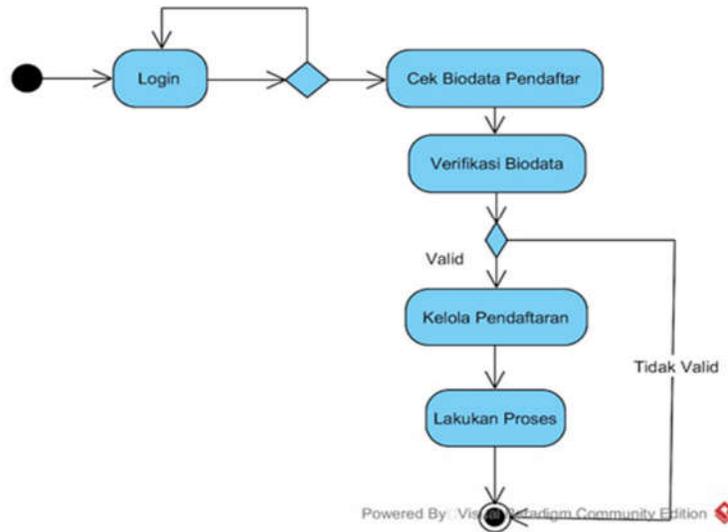


Gambar 1. Use Case Diagram Pendaftaran Online

Berdasarkan gambar *use case diagram* di atas terdapat:

1. Terdapat 1 sistem yang mencakup kegiatan proses pendaftaran online.
2. Terdapat 5 *Actor* dalam kegiatan yaitu: CMB (Calon Mahasiswa Baru) , *Presenter*, *Kasir*, *REC* dan *RPU*
3. Terdapat 10 *Use Case* yaitu: *Doing Registration*, *Doing Payment*, *Validation Payment*, *Send Registration Data*, *Receive data registration*, *maintain student data*, *maintan KHS*, *monitoring KHS*

3.1.2 Activity Diagram Pendaftaran Online

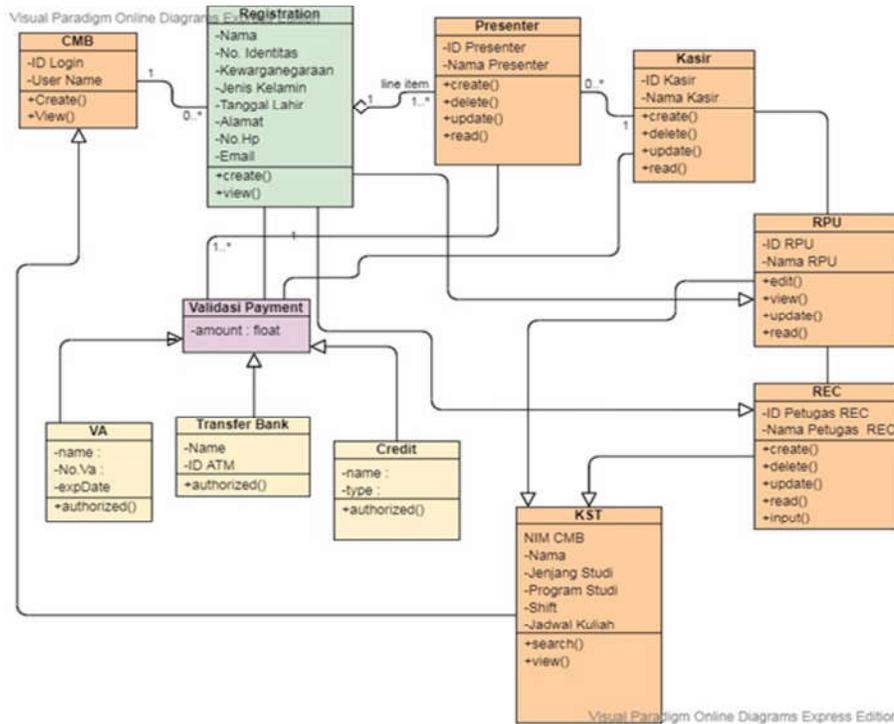


Gambar 2. Activity Diagram Pendaftaran Online

Berdasarkan gambar activity diagram usulan di atas terdapat:

1. 1 Initial Node sebagai awal untuk memulai sistem yang berjalan
2. 2 Decision Node sebagai suatu tindakan apabila terdapat 2 kemungkinan
3. 14 Action State, yang menggambarkan eksekusi kegiatan
4. 1 Activity Final Node untuk mengakhiri sistem yang berjalan

3.1.3 Class Diagram Pendaftaran Online



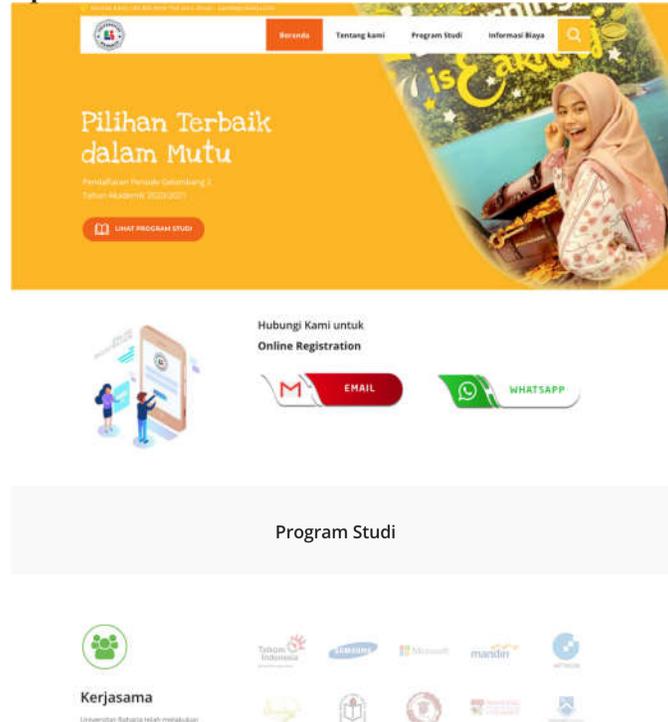
Gambar 3. Class Diagram Pendaftaran Online

Berdasarkan gambar *Class Diagram* terdapat:

1. Terdapat 11 *Class*, himpunan dari objek-objek yang berbagi atribut serta operasi yang sama.
2. Terdapat 16 *Association*, digunakan untuk memodelkan relasi di antara objek.

### 3.2 Implementasi Pendaftaran Online

#### 1. Tampilan *Website*



Gambar 4. Tampilan *Website*

Pada tampilan Beranda *website* [pmb.raharja.ac.id](http://pmb.raharja.ac.id) menampilkan *banner website*, menu-menu, info kontak, dan beberapa logo kerjasama.

#### 2. Tampilan Menu Pendaftaran



Gambar 5. Tampilan Menu Pendaftaran

Di tampilan menu pendaftaran menampilkan 3 program yang ada di Universitas Raharja seperti Program Diploma 3, Program Strata 1 dan Program Strata 2 dan mahasiswa bisa langsung *download* brosur untuk informasi lebih lanjut dengan Program Pendidikan serta fasilitas-fasilitas yang ada di Universitas Raharja.

### 3. Tampilan Form Pendaftaran

#### Form Pendaftaran Strata 1 Universitas Raharja

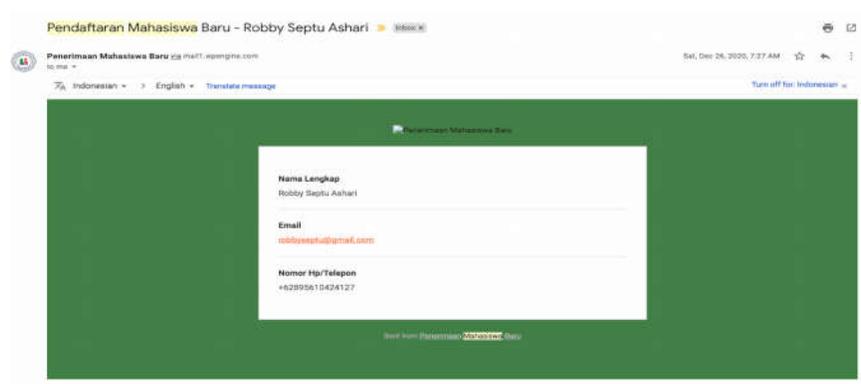


The screenshot shows a registration form for Universitas Raharja. At the top center is the university's logo. Below it, the form has four main input sections: 'Nama Lengkap' (Full Name) with a sample 'Pribadi Raharja'; 'Email' with a sample 'pribadi.rahajad@raharja.info' and a 'Confirm Email' field; and 'Nomor Hp/Telepon' (Phone Number) with a sample '0812345678'. A 'Submit' button is located at the bottom left of the form area. The bottom of the page features a decorative banner with the university logo.

Gambar 6. Tampilan Form Pendaftaran

Pada tampilan *form* pendaftaran calon mahasiswa baru harus mengisi biodata mereka dengan data yang sebenar-benarnya, seperti : Nama Lengkap, *Email*, *Confirm Email* serta Nomor *HP/* Telepon yang dapat dihubungi sewaktu-waktu oleh bagian *Marketing*. Jika semua Data sudah terisi dengan benar lanjut klik *Submit*.

### 4. Tampilan Email Konfirmasi Sukses Pendaftaran



Gambar 7. Tampilan Email Konfirmasi Sukses Pendaftaran

Setelah mahasiswa telah mengisi data calon mahasiswa baru dengan benar, sistem dengan otomatis mengirimkan *email* Konfirmasi sukses pendaftaran ke Calon Mahasiswa Baru untuk menyatakan bahwa CMB tersebut telah berhasil melakukan pendaftaran.

## 5. Tampilan *Database* Data Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru

	Nama Lengkap	Email	Nomor Hp/Telepon	Date	Actions
<input type="checkbox"/>	Robby Septu Ashari	robbyseptu@gmail.com	+62895610424127	December 26, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Muhammad Fajrul Aslim	fajrul.aslim@gmail.com	+6281317437649	November 30, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Muhammad Rava	r4v403@gmail.com	+6285773809878	October 10, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Arazy Zatahdira Jyestha	arasyz99@gmail.com	+628568173900	September 9, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Ribka Sitorus	maridamehutahaean85@gmail.com	+6289699859507	September 4, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Fanni Kusuma Putri	fennikusuma26@gmail.com	+6289606047846	September 1, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Risma Rusdita	rismard223@gmail.com	+6285695095192	August 27, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Risma Rusdita	rismard223@gmail.com	+6285695095192	August 27, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Ade Indah Oktaviani	drmlovers61@gmail.com	+6287886876237	August 23, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Nugi Apriani Muidah	nugiapriani@gmail.com	+628161627295	August 22, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Sandita Dwi Artanti	sndtdwi@gmail.com	+6281284907492	August 17, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Sri Wahyuni	srwh1903@gmail.com	+6285889196401	August 12, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Imam Rama Sanjaya	ramasanjay67@gmail.com	+6281292695992	August 7, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	RIZKY FAISAL RAFI	rfaisal263@gmail.com	+62895412892094	August 3, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Mohammad Sofyan Al Azhar	sfnazhr@gmail.com	+6281295729962	August 2, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Refqi Dwi trailifvan Perkasa	refqidwitra@gmail.com	+6287806777190	August 2, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Rivqi Firdaus	rivqi.firdaus@gmail.com	+6287787152753	July 31, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	FENUELI GULO	jamesfenuelivangulo@gmail.com	+6285361450422	July 23, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Zain Qutub Sayyid Alim	zainqutub788.zq@gmail.com	+6281337861348	July 21, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Rahul Raihan Pratama	rahulraihan951@gmail.com	+6282261625510	July 21, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Nanang Kristiono	na2ngkristiono@gmail.com	+6285216466899	July 12, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman@raharja.info	+6281288274026	July 7, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman97@gmail.com	+6281288274026	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Nesti Anggraini Santoso	nukepuji71@gmail.com	+6281387955256	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman@raharja.info	+6281288274026	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Nuke Puji Lestari Santoso	nukepuji71@gmail.com	+6281387955256	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman@raharja.info	+6281288274026	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman@raharja.info	+6281288274026	July 6, 2020	View Edit Delete
<input type="checkbox"/>	Adam Faturahman	adam.faturahman97@gmail.com	+6281288274026	July 6, 2020	View Edit Delete

Gambar 8. Tampilan *Database* Data Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru

Berikut tampilan database admin *website* pmb.raharja.ac.id yang telah melakukan pendaftaran calon mahasiswa baru.

## 4. Kesimpulan

Dengan adanya *website* pmb.raharja.ac.id sebagai sistem pendaftaran Calon Mahasiswa Baru pada Universitas Raharja secara *online* ini, maka para Calon Mahasiswa Baru tidak perlu lagi harus menunggu kode akses selama 2x24 jam atau harus datang ke kampus untuk mendaftar secara langsung ke kampus, tetapi dengan hanya menggunakan laptop ataupun handphone sudah bisa melakukan pendaftaran sebagai mahasiswa baru di Universitas Raharja.

### 5. Saran

Disarankan data dan informasi yang disampaikan di *website* dapat selalu di *up to date* untuk memudahkan calon mahasiswa baru untuk mengetahui informasi terbaru yang ada di kampus dan tidak ada terjadinya salah komunikasi atau salah persepsi.

#### Daftar Pustaka

- Legawa, Samudera Dipa, Ignatius Joko Dewanto dan Henderi, 2017, *Merancang Data Mart Perancangan Dashboard Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Tangerang*, Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Vol. 1, Tangerang : Perguruan Tinggi Raharja.
- Muharam, Masyhar dan Andhika Giri Persada, 2020, *Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo*, Prosiding AUTOMATA Vol. 1 No. 2 ISSN: 2721-1940, Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Muslih, Muhammad, 2015, *Pengembangan E-Marketing Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Dengan Menggunakan Metode Service Oriented Architecture (SOA) : Studi Kasus Pada STT Nusa Putra Sukabumi*, Jurnal Rekayasa Teknologi Nusa Putra, Sukabumi : STT Nusa Putra, <http://jurnal.nusaputra.ac.id/index.html>.
- Rumondang, Astri, Acai Sudirman, Samsider Sitorus, Aditya Halim Perdana Kusuma, Melda Manuhutu, Andriasan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana, Tasnim Tasnim, Nina Fapari Arif, 2020, *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*, Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Suib, Mohammad Syaiful dan Citra Fawaid Rosiana, 2020, *Defeminasi Keluarga Pra Sejahtera Melalui Program Kelompok Usaha Bersama (Kube) Berbasis Cyber Marketing (Studi Kasus Pada Desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo)*, Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine) Vol. 6 No. 2 : 134, Gresik : LPPM Islamic Institute Qomaruddin Gresik.