

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa pandemi Covid-19 ini menghambat proses penerimaan mahasiswa baru adanya larang pemerintah untuk tidak berkerumun, pembatasan sosial dan menjaga jarak yang berpengaruh terhadap sistem pendidikan dimana proses pembelajaran di kampus dilakukan di rumah saja atau disebut dengan pembelajaran *daring*. Begitu juga dalam proses kegiatan penerimaan mahasiswa baru telah berubah dan dilakukan semua secara *online*. Universitas Muhammadiyah Kalimantan timur ialah salah satu universitas yang berkomitmen agar dapat menghasilkan lulusan yang berkualitas, keilmuan dan memiliki ketrampilan sesuai dengan keislaman dan perundangan untuk mewujudkan kualitas lulusan yang berkelas, maka dibutuhkan sosok peran yang bisa menangani masalah yang ada dengan strategi yang tepat seperti melakukan kegiatan promosi periklanan dan menciptakan citra yang baik di era pandemi ini dengan menggunakan media yang ada agar dapat menarik minat calon mahasiswa baru. Situasi ini memberikan masalah yang besar salah satunya seperti Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) yang rutin dilakukan setiap tahunnya oleh seluruh Universitas dalam rangka mendapatkan mahasiswa baru. maka memerlukan strategi yang dapat membantu dalam proses penerimaan mahasiswa baru salah satunya yaitu Strategi Promosi.

Promosi adalah kegiatan untuk melakukan pemasaran agar target yang diharapkan sesuai maka dilakukan penetapan segmentasi pasar agar taget yang dituju semakain banyak sehingga dapat tersebar diwilayah yang dituju sesuai dengan keinginan dan kebutuhan yang diperlukan. Saat melakukan kegiatan penerimaan mahasiswa baru (PMB) yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali di Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT) khusus Fakultas Ilmu Keperawatan maka dilakukan upaya promosi agar dapat menarik minat mahasiwa untuk memilih jurusan yang sesuai dengan minat mereka.

Proses pengumpulan data dalam persebaran kuesioner untuk mendapatkan informasi kemudian dilakukan pengolahan data agar dapat memahami strategi promosi periklanan yang efektif. Kemudian melakukan proses pengolahan data dengan menggunakan metode algoritma Clustering K-Means. Hasil pengolahan data yang dilakukan bisa sangat membantu Fakultas Ilmu Keperawatan. Melalui penelitian ini diharapkan agar dapat mengetahui apakah data yang masuk setiap angkatan mahasiswa dapat memperoleh informasi sebaran mahasiswa. Dengan cara ini kita tahu promosi kedepannya dapat dilakukan di sekitar wilayah yang menjadi tempat tinggal dari mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan *Clustering* di data mining dari hasil kuesioner yang diisi oleh Mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan tahun ajaran 2021 dengan menggunakan algoritma *K-means cluster* diharapkan bisa menemukan informasi yang dapat digunakan dalam menentukan suatu strategi promosi penerimaan mahasiswa baru yang tepat sasaran dan efektif untuk digunakan sehingga dapat membantu proses Penerimaan Mahasiswa Baru untuk tahun selanjutnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi promosi penerimaan mahasiswa baru di Fakultas Ilmu Keperawatan dalam menggunakan algoritma *K-Means Cluster* ?
2. Cluster manakah yang mendominasi dari jumlah cluster yang ada ?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat maka didapatkan Batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini khusus membahas tentang strategi promosi dalam penerapan *K-means cluster*.
2. Data yang diambil sebagai responden dalam kuesioner adalah mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ilmu Keperawatan yang meliputi Program Studi D3 Keperawatan dan S1 Keperawatan.

3. *Tools* algoritma *K-means Clustering* menggunakan Rapidminer.
4. *Attribute* yang digunakan adalah media online, media cetak, dan informasi langsung.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Batasan masalah didapatkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui strategi promosi apa yang efektif/kurang efektif dalam penerapan *k-means cluster*.
2. Mengetahui data mining dengan metode *K-means cluster* dalam membantu pemilihan strategi promosi.
3. Menentukan strategi promosi yang tepat untuk cluster yang terbentuk.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Membantu pihak Fakultas Ilmu Keperawatan dalam menentukan strategi promosi yang tepat dan efisien.
2. Membantu pihak Fakultas Ilmu Keperawatan dalam persaingan promosi penerimaan mahasiswa baru pada situasi pandemi covid-19.