Deskripsi Proyek

Pada era digital saat ini, pemanfaatan data dalam pengambilan keputusan menjadi aspek krusial, termasuk dalam strategi pemasaran institusi pendidikan. Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terus berupaya meningkatkan efektivitas strategi pemasarannya untuk menarik mahasiswa baru. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya analisis berbasis data terhadap tren penerimaan mahasiswa baru dalam satu dekade terakhir (2014–2024), yang dapat berdampak pada efektivitas strategi pemasaran universitas.

Proyek ini bertujuan untuk mengatasi tantangan tersebut dengan menganalisis serta memvisualisasikan tren penerimaan mahasiswa baru di UMP menggunakan teknik pengolahan dan visualisasi data. Data yang digunakan mencakup jumlah pendaftar dan asal daerah calon mahasiswa, yang diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi jumlah pendaftar setiap tahunnya.

Sebagai hasil akhir, proyek ini akan menghasilkan sebuah dashboard interaktif yang menyajikan data dalam bentuk visual. Dashboard ini akan menjadi alat bantu bagi universitas dalam mengevaluasi strategi pemasaran dan merancang pendekatan berbasis data untuk meningkatkan efektivitas promosi di masa depan.

Proyek ini akan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) dengan bekerja sama secara langsung dengan Biro Publikasi dan Admisi (BPA UMP) sebagai mitra utama. BPA UMP berperan dalam pengelolaan data penerimaan mahasiswa serta strategi promosi universitas, sehingga hasil proyek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam perencanaan pemasaran yang lebih optimal.