



LAPORAN

MONITORING DAN EVALUASI (MONEV)

GEMPURAN PENERIMAAN

MAHASISWA BARU (PMB)

BULAN AGUSTUS 2025



UNGGUL, HUMANIS,
BERDAYA SAING



Jl. Medoho Raya No. 38-40
Semarang - Jawa Tengah



www.stifera.ac.id



@stifera.semarang

**LAPORAN MONITORING DAN EVALUASI (MONEV)
GEMPURAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB)
BULAN AGUSTUS 2025
SEKOLAH TINGGI ILMU FARMASI NUSAPUTERA SEMARANG**

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) merupakan salah satu kegiatan strategis dalam menjamin keberlanjutan dan pengembangan institusi pendidikan tinggi. Dalam rangka meningkatkan jumlah calon mahasiswa baru Tahun Akademik 2025/2026, Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi (STIFAR) Nusaputera Semarang melaksanakan program "Gempuran PMB" melalui berbagai kegiatan promosi dan sosialisasi baik secara luring maupun daring. Agar pelaksanaan kegiatan berjalan efektif dan mencapai target yang ditetapkan, diperlukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk mengukur capaian, mengidentifikasi kendala, serta menyusun strategi tindak lanjut yang lebih optimal.

2. Tujuan Monitoring dan Evaluasi

1. Mengetahui efektivitas pelaksanaan kegiatan Gempuran PMB.
2. Mengukur pencapaian target pendaftaran calon mahasiswa baru.
3. Mengidentifikasi kendala yang dihadapi selama kegiatan promosi.
4. Menyusun rekomendasi perbaikan untuk kegiatan PMB berikutnya.

B. PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Periode Monitoring

Agustus 2025

2. Tim Pelaksana

Tim PMB Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Nusaputera Semarang yang terdiri dari unsur pimpinan, dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, dan alumni.

3. Bentuk Kegiatan

Kegiatan Gempuran PMB yang dilaksanakan meliputi:

- Sosialisasi ke SMA/SMK/MA sederajat.
- Kunjungan promosi ke sekolah mitra.
- Penyebaran brosur dan media promosi.
- Promosi melalui media sosial (Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp).
- Digital marketing melalui website dan iklan berbayar.
- Pemanfaatan jaringan alumni.
- Program referral mahasiswa.
- Pelayanan konsultasi PMB secara online dan offline.

C. HASIL MONITORING

1. Capaian Kegiatan

No	Indikator	Target	Realisasi	Capaian (%)
1	Kunjungan sekolah	20 sekolah	18 sekolah	90%
2	Kegiatan sosialisasi	25 kegiatan	22 kegiatan	88%
3	Konten promosi digital	30 konten	35 konten	117%
4	Calon mahasiswa terdata	300 orang	285 orang	95%
5	Pendaftar PMB	150 orang	138 orang	92%

2. Media Promosi yang Efektif

Berdasarkan hasil monitoring, media promosi yang memberikan respons tertinggi adalah:

1. Media sosial Instagram dan TikTok.
2. Kunjungan langsung ke sekolah.
3. Rekomendasi alumni.
4. Grup WhatsApp sekolah dan orang tua.
5. Website institusi.

3. Respons Calon Mahasiswa

Sebagian besar calon mahasiswa menunjukkan ketertarikan terhadap:

- 1) Prospek kerja lulusan farmasi.
- 2) Ketersediaan laboratorium praktik.
- 3) Program beasiswa.
- 4) Biaya pendidikan yang terjangkau.
- 5) Peluang kerja sama dengan industri farmasi dan fasilitas kesehatan.

D. HASIL EVALUASI

1. Kekuatan (*Strengths*)

- 1) Tim PMB aktif dan responsif.
- 2) Dukungan media sosial yang cukup baik.
- 3) Jaringan sekolah mitra yang luas.
- 4) Reputasi institusi yang baik di bidang farmasi.
- 5) Keterlibatan mahasiswa dan alumni dalam promosi.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Keterbatasan waktu kunjungan ke sekolah.
- 2) Belum semua sekolah dapat dijangkau secara langsung.
- 3) Database calon mahasiswa belum terintegrasi secara optimal.
- 4) Follow-up calon mahasiswa belum konsisten.

3. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Meningkatnya kebutuhan tenaga farmasi.
- 2) Tingginya penggunaan media digital oleh generasi muda.
- 3) Dukungan program beasiswa dari pemerintah dan mitra.

4. Tantangan (*Threats*)

- 1) Persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat.
- 2) Perubahan preferensi calon mahasiswa terhadap program studi.
- 3) Kondisi ekonomi yang memengaruhi keputusan melanjutkan pendidikan.

E. PENCAPAIAN PEMBAHASAN HASIL MONITORING DAN EVALUASI PMB

Berdasarkan data laporan PMB, target penerimaan mahasiswa baru Program Studi S1 Farmasi belum sepenuhnya tercapai, terutama pada aspek registrasi mahasiswa baru. Namun demikian, beberapa indikator lain seperti pelaksanaan promosi, program PMDP, dan pemberian beasiswa telah berjalan sesuai target.

Tabel 1. Indikator dan Target

No	Indikator	Target	Realisasi	Persentase Capaian
1	Jumlah Pendaftar S1 Farmasi	100 orang	87 orang	87,0%
2	Daya Tampung S1 Farmasi	50 orang	50 orang	100%
3	Mahasiswa Registrasi S1 Farmasi	50 orang	16 orang	32,0%
4	Progress Promosi PMB	100%	Tercapai	100%
5	Progress Program PMDP	100%	Tercapai	100%
6	Progress Beasiswa Mahasiswa Baru	10% dari target penerimaan	Tercapai	100%
7	Pelaksanaan Presentasi dan Roadshow Sekolah	Sesuai Program Kerja	Terlaksana	100%
8	Pengembangan Materi Promosi (brosur, video, media sosial)	Sesuai Program Kerja	Terlaksana	100%
9	Webinar dan Publikasi Bersama Stakeholder	Sesuai Program Kerja	Terlaksana	100%

Sumber: Diolah dari Laporan PMB STIFERA Tahun Akademik 2024/2025.

Analisis Pencapaian

Tabel 2. Indikator dan Kategori Capaian

Indikator	Kategori Capaian	Keterangan
Pendaftar	Baik	Mencapai 87% dari target yang ditetapkan.

Registrasi	Kurang	Hanya mencapai 32% dari daya tampung yang tersedia.
Promosi PMB	Sangat Baik	Seluruh program promosi terlaksana sesuai rencana.
PMDP	Sangat Baik	Program berjalan dan target tercapai.
Beasiswa	Sangat Baik	Program beasiswa terlaksana sesuai target.
Kerja Sama Sekolah	Baik	Terjalin kerja sama dan komunikasi dengan sekolah-sekolah mitra.
Digital Marketing	Cukup	Telah berjalan, namun masih perlu peningkatan kualitas konten dan jangkauan media sosial.

Secara keseluruhan, PMB S1 Farmasi STIFERA Tahun Akademik 2024/2025 menunjukkan tingkat pencapaian yang baik pada aspek promosi dan penjangkaran calon mahasiswa dengan capaian pendaftar sebesar 87% dari target. Akan tetapi, efektivitas konversi dari pendaftar menjadi mahasiswa yang melakukan registrasi masih rendah, yaitu hanya 32% dari daya tampung yang tersedia. Oleh karena itu, fokus perbaikan pada periode berikutnya perlu diarahkan pada strategi peningkatan registrasi melalui optimalisasi beasiswa, penguatan komunikasi dengan calon mahasiswa yang telah lolos seleksi, penyempurnaan sistem PMB online, serta peningkatan kualitas promosi digital yang lebih persuasif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

- Total pendaftar S1 Farmasi PMB 2025/2026 = **86 orang**
- Asal provinsi:
 1. Jawa Tengah
 2. Jawa Timur
 3. Kalimantan Timur
 4. Kalimantan Tengah
 5. Nusa Tenggara Timur
 6. Lampung
 7. Maluku (Ambon)
 8. Aceh
 9. DI Yogyakarta
 10. Jawa Barat
 11. Sumatera Utara
 12. Bengkulu

Tabel 3. Sebaran Provinsi

Provinsi	Jumlah
Jawa Tengah	60

Jawa Timur	8
DIY	4
Jawa Barat	3
Lampung	2
NTT	2
Sumatera Utara	2
Kaltim	1
Kalteng	1
Aceh	1
Maluku	1
Bengkulu	1
Total	86

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Program Studi S1 Farmasi Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Nusaputera Semarang, jumlah pendaftar yang tercatat sebanyak **85 calon mahasiswa**, sedangkan jumlah mahasiswa yang melakukan registrasi dan diterima sebanyak **17 mahasiswa**. Dengan daya tampung yang ditetapkan sebesar **50 mahasiswa**, maka tingkat ketercapaian daya tampung baru mencapai **34%**, sehingga masih terdapat kekurangan **33 mahasiswa** untuk memenuhi target penerimaan.

Tingkat konversi dari pendaftar menjadi mahasiswa yang melakukan registrasi hanya sebesar **20% (17 dari 85 pendaftar)**. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat awal calon mahasiswa terhadap Program Studi S1 Farmasi cukup baik, namun proses konversi dari pendaftar menjadi mahasiswa aktif masih perlu ditingkatkan melalui strategi tindak lanjut yang lebih efektif.

Tabel 4. Analisis Pencapaian PMB

Indikator	Target	Realisasi	Persentase
Jumlah Pendaftar	-	85	-
Jumlah Registrasi (Diterima)	50	17	34% dari daya tampung
Daya Tampung	50	17	34%
Kekurangan Daya Tampung	-	33 mahasiswa	66%
Rasio Konversi Pendaftar menjadi Registrasi	-	17/85	20%

Tabel 3. Analisis Penyebab Belum Tercapainya Daya Tampung

No	Faktor Penyebab	Temuan Hasil Monev	Dampak
1	Tingginya Persaingan Perguruan Tinggi	Banyak calon mahasiswa mendaftar di beberapa perguruan tinggi sekaligus	Calon mahasiswa memilih institusi lain yang dianggap lebih sesuai
2	Keterbatasan Kemampuan Ekonomi	Sebagian calon mahasiswa belum mampu melakukan registrasi ulang setelah dinyatakan diterima	Penurunan jumlah registrasi
3	Follow-up Calon Mahasiswa Belum Optimal	Tidak semua calon mahasiswa mendapatkan pendampingan hingga tahap registrasi	Banyak calon mahasiswa tidak melanjutkan proses pendaftaran
4	Kurangnya Pemahaman Prospek S1 Farmasi	Calon mahasiswa dan orang tua belum memahami peluang karier lulusan farmasi	Menurunkan minat untuk melanjutkan registrasi
5	Promosi Digital Belum Maksimal	Jangkauan promosi masih terbatas pada wilayah tertentu	Potensi calon mahasiswa baru belum tergarap optimal
6	Persaingan Program Studi Kesehatan Lain	Calon mahasiswa memiliki alternatif program kesehatan lain yang dianggap lebih populer	Terjadi perpindahan pilihan program studi
7	Sebaran Wilayah Pendaftar yang Luas	Pendaftar berasal dari berbagai provinsi sehingga membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih intensif	Kesulitan menjaga komitmen calon mahasiswa
8	Program Beasiswa Belum Tersosialisasi Optimal	Tidak semua calon mahasiswa mengetahui peluang beasiswa yang tersedia	Menurunkan ketertarikan untuk registrasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi promosi telah berhasil menarik minat calon mahasiswa yang ditunjukkan dengan jumlah pendaftar mencapai 85 orang. Namun demikian, rasio konversi pendaftar menjadi mahasiswa yang melakukan registrasi masih rendah, yaitu sebesar 20%. Hal ini mengindikasikan bahwa tantangan utama PMB bukan hanya pada peningkatan jumlah pendaftar, tetapi juga pada upaya mempertahankan komitmen calon mahasiswa hingga tahap registrasi ulang.

Belum tercapainya daya tampung sebesar 50 mahasiswa disebabkan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal meliputi persaingan antar perguruan tinggi, kondisi ekonomi calon mahasiswa, dan banyaknya pilihan program studi kesehatan. Sementara itu, faktor internal yang perlu diperbaiki adalah penguatan sistem follow-up calon mahasiswa, optimalisasi promosi digital, serta peningkatan sosialisasi beasiswa dan prospek karier lulusan farmasi. Meningkatkan capaian PMB pada periode berikutnya, diperlukan strategi berupa penguatan digital marketing, pembentukan tim khusus follow-up calon mahasiswa, pelibatan alumni sebagai duta promosi, peningkatan kerja sama dengan sekolah mitra, serta perluasan program beasiswa dan potongan biaya pendidikan. Dengan strategi tersebut diharapkan rasio konversi pendaftar menjadi mahasiswa baru dapat meningkat sehingga target daya tampung dapat tercapai secara optimal.

Hasil monitoring dan evaluasi pelaksanaan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) menunjukkan bahwa berbagai strategi yang telah diterapkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Nusaputera Semarang telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat calon mahasiswa. Kegiatan promosi yang dilakukan secara langsung melalui kunjungan sekolah maupun secara digital melalui media sosial mampu meningkatkan visibilitas institusi kepada masyarakat. Berdasarkan hasil evaluasi, strategi promosi yang memanfaatkan media digital menunjukkan efektivitas yang cukup tinggi. Hal ini sejalan dengan perubahan perilaku calon mahasiswa yang lebih banyak mencari informasi perguruan tinggi melalui platform digital. Konten promosi yang menampilkan fasilitas laboratorium, prospek kerja lulusan, beasiswa, serta aktivitas kemahasiswaan memperoleh respons yang lebih baik dibandingkan promosi konvensional.

Dari hasil rapat PMB sebelumnya, institusi telah memiliki identitas dan keunggulan yang jelas melalui visi menghasilkan lulusan yang berkarakter, berorientasi global, unggul dalam penguasaan digital farmasi, serta mengusung tagline *Pharmacoinformatics Based Campus*. Keunggulan ini menjadi nilai diferensiasi yang perlu terus diperkuat dalam seluruh kegiatan promosi karena sesuai dengan perkembangan transformasi digital di bidang kesehatan dan kefarmasian.

Monitoring juga menunjukkan bahwa program pemberian beasiswa dan potongan biaya pendidikan masih menjadi faktor utama yang menarik minat calon mahasiswa. Berbagai skema potongan biaya berdasarkan prestasi akademik, non-akademik, latar belakang keluarga, maupun wilayah tertentu terbukti mampu meningkatkan jumlah pendaftar. Namun demikian, efektivitas program tersebut perlu dievaluasi secara berkala agar tetap tepat sasaran dan memberikan dampak optimal terhadap peningkatan jumlah mahasiswa baru.

Dari sisi branding institusi, hasil evaluasi menunjukkan perlunya inovasi baru dalam strategi pemasaran. Meskipun sistem kerja PMB telah berjalan dengan baik dan pembagian

tugas telah tertata sesuai peran masing-masing, masih diperlukan pendekatan yang lebih kreatif agar mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain. Pemanfaatan teknologi, digital marketing, webinar edukatif, testimoni alumni, serta promosi berbasis data menjadi peluang yang dapat terus dikembangkan.

Analisis tren peminat juga menunjukkan adanya perubahan preferensi program studi. Minat terhadap program Diploma cenderung mengalami penurunan, sementara minat terhadap program Sarjana menunjukkan peningkatan. Kondisi ini perlu menjadi perhatian dalam penyusunan strategi promosi dan pengembangan program akademik agar tetap sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat.

Beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan PMB antara lain keterbatasan jangkauan promosi langsung ke sekolah, tingginya persaingan antar perguruan tinggi, serta belum optimalnya tindak lanjut (*follow up*) terhadap calon mahasiswa yang telah menunjukkan minat. Selain itu, perubahan kondisi ekonomi masyarakat juga menjadi faktor yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan tinggi.

Secara keseluruhan, pelaksanaan PMB telah berjalan dengan baik dan menunjukkan capaian yang positif. Keberhasilan tersebut didukung oleh kerja sama tim PMB yang solid, dukungan pimpinan institusi, pemanfaatan media digital, serta program promosi yang variatif. Untuk meningkatkan capaian pada periode berikutnya, diperlukan penguatan branding institusi sebagai kampus farmasi berbasis digital, peningkatan kualitas pelayanan calon mahasiswa, optimalisasi promosi berbasis teknologi, serta pengembangan program beasiswa dan kerja sama dengan sekolah maupun mitra strategis lainnya. Dengan berbagai upaya perbaikan tersebut, diharapkan target penerimaan mahasiswa baru pada tahun akademik berikutnya dapat tercapai secara lebih optimal serta mendukung peningkatan daya saing Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Nusaputera Semarang.

F. KENDALA YANG DIHADAPI

1. Jadwal kunjungan sekolah yang sering berbenturan dengan kegiatan akademik sekolah.
2. Keterbatasan anggaran promosi.
3. Persaingan promosi dari perguruan tinggi lain.
4. Respon calon mahasiswa yang masih memerlukan pendampingan intensif hingga tahap registrasi.

G. TINDAK LANJUT

Untuk meningkatkan capaian PMB pada periode berikutnya, dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Meningkatkan intensitas promosi digital.

2. Mengoptimalkan pemanfaatan alumni sebagai duta promosi.
3. Memperkuat sistem Customer Relationship Management (CRM) calon mahasiswa.
4. Menyelenggarakan webinar dan campus tour secara berkala.
5. Mempercepat proses tindak lanjut terhadap calon mahasiswa potensial.
6. Memperluas kerja sama dengan SMA/SMK/MA di wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya.

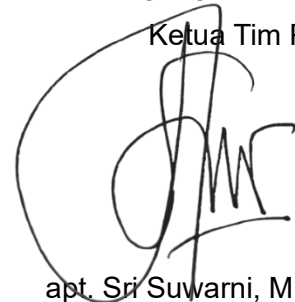
H. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi kegiatan Gempuran PMB bulan Agustus 2025, secara umum program telah berjalan dengan baik dan mampu mencapai sebagian besar target yang ditetapkan. Capaian kegiatan promosi menunjukkan efektivitas yang cukup tinggi, terutama melalui media digital dan kunjungan langsung ke sekolah.

Meskipun masih terdapat beberapa kendala, pelaksanaan Gempuran PMB memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan jumlah calon mahasiswa baru. Diperlukan optimalisasi strategi promosi, penguatan tindak lanjut calon mahasiswa, dan perluasan jaringan kemitraan agar target PMB Tahun Akademik 2025/2026 dapat tercapai secara maksimal.

Semarang, Agustus 2025

Ketua Tim PMB



apt. Sri Suwarni, M. Sc.

NIP 060707084

Mengetahui,

Ketua STIFAR Nusaputera Semarang



apt. Rizky Ardian Hartanto Sawal, M. Farm.

NIP 071117057

Kharisma Kampus STIFERA



NUSAPUTERA

VISI & MISI SEKOLAH TINGGI ILMU FARMASI NUSAPUTERA

Visi

Menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi yang unggul dan beretika dalam saintek kefarmasian di tingkat global pada tahun 2045



BRANDING ?



Misi

Menyelenggarakan pendidikan sesuai standar nasional untuk menghasilkan lulusan yang unggul dan kompeten .

Mengembangkan penelitian dan menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi .

Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai bentuk implementasi dari ilmu pengetahuan dan teknologi kefarmasian untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat .

Mewujudkan sistem tata kelola yang baik serta kemandirian dalam penyelenggaraan perguruan tinggi (*good government university*).

Meningkatkan kerjasama dalam bidang tri dharma serta menjalin kerjasama dengan *stakeholders* di tingkat nasional .

AWAL
STIFERA



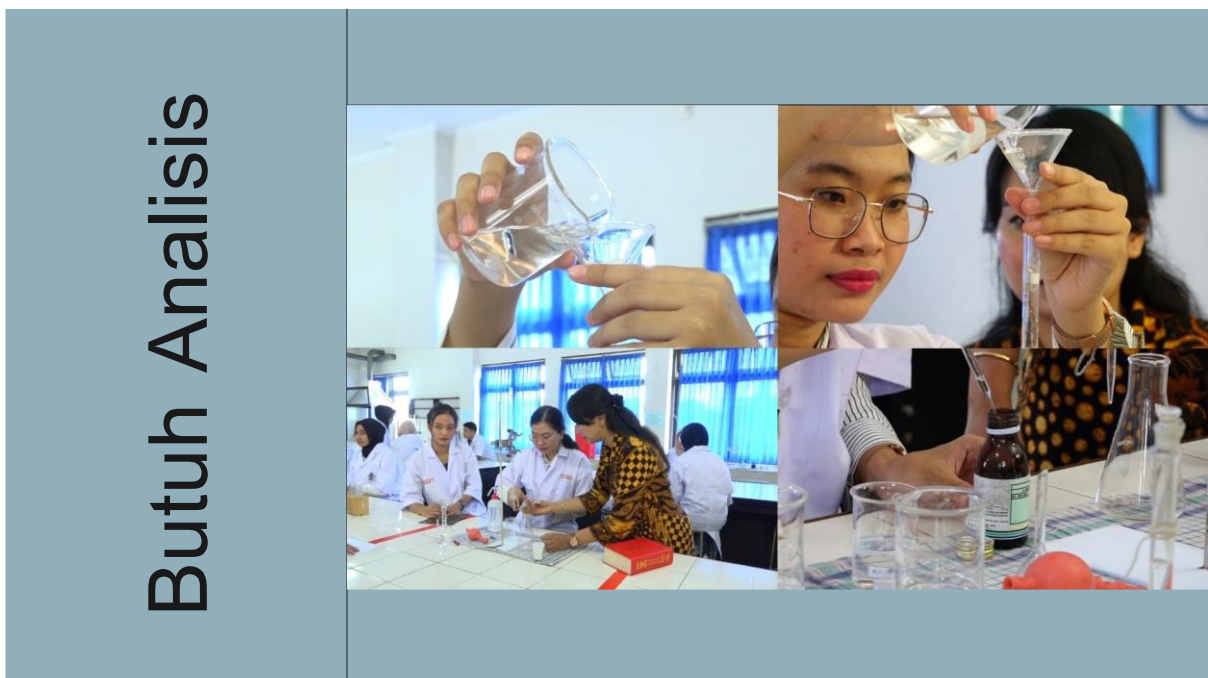
Peminat PMB

D3 Minat Besar
S1Permulaan





D3 Menurun
S1Meningkat

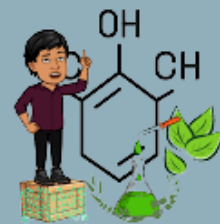


Butuh Analisis

Kuantitatif & Kualitatif



Progress PMB
sudah!



Tertata sesuai Peran &
sama seperti sebelumnya



Butuh Ide &
Inovasi Baru





Mohon Masukan

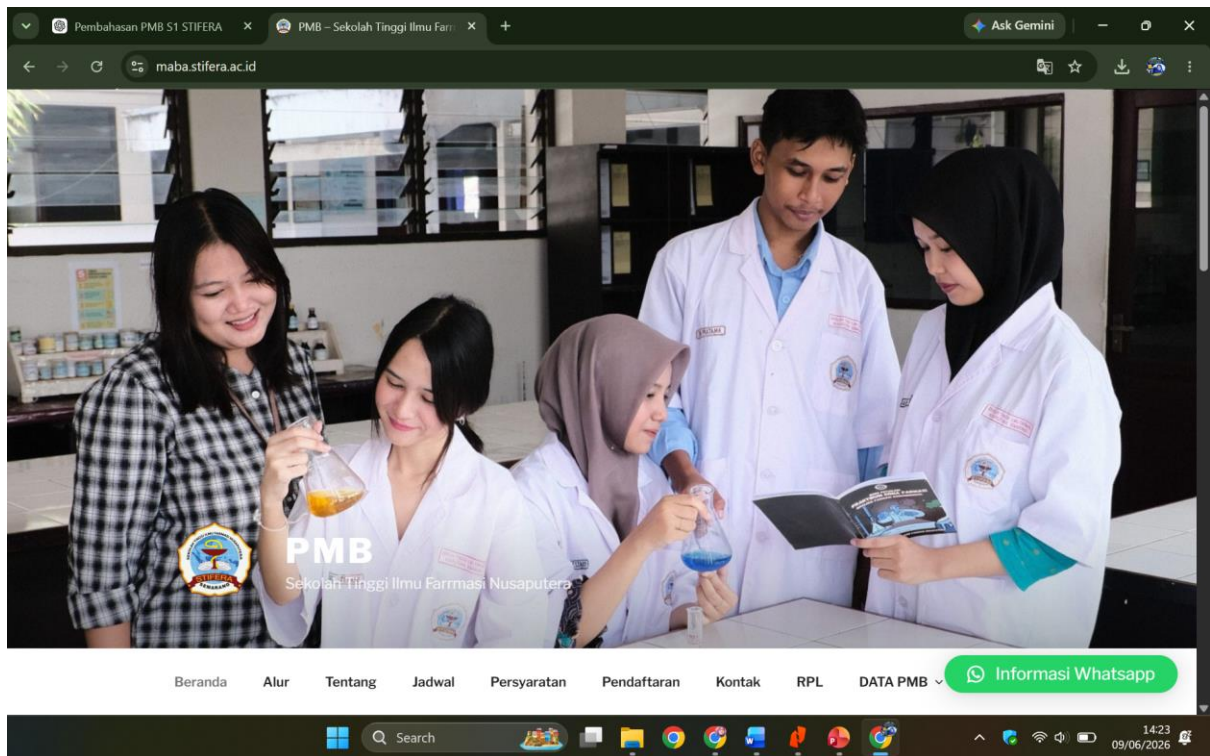


Tertata tapi
biasa ...
Mari Kita buat
yang luar biasa



Dengan Teknologi dan Kebaruan Cara





Mengawal Progress Proposal

