



LAPORAN KEGIATAN

PROMOSI DALAM PENINGKATAN JUMLAH MAHASISWA



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WARMADEWA
2025**

Akuntansi@warmadewa.ac.id
<https://fewarmadewa.ac.id>
Jl. Teromopong No. 24, Sumerta Kelod,
Kec Denpasar Tim, Kota Denpasar, Bali

LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN PROMOSI

Diselenggarakan oleh:

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Warmadewa



Oleh:
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WARMADEWA
TAHUN 2025

HALAMAN PENGESAHAN



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WARMADewa**

Nomor Laporan	33/UW-FEB/AKU/2/TV/2025
Judul Laporan	LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN PROMOSI DALAM PENINGKATAN JUMLAH MAHASISWA
Mata Anggaran	B.11.11.2.3.1.1
Bulan Pelaksanaan	April
Tahun Pelaksanaan	2025
Sumber Dana	RKA
Jumlah Biaya	10,000,000 (Sepuluh Juta Rupiah)
Jumlah Biaya dari RKA	10,000,000 (Sepuluh Juta Rupiah)
Jumlah Biaya diluar RKA	-

Penyusun	Pemeriksa	Persetujuan	Pengesahan
KPK Akuntansi	Ketua Prodi AK	Ketua UPMF FEB	Dekan FEB
			
I Nyoman Sutapa, S.E., M.Si.	Dr. A.A. Gede Krisna Murti, S.E., M.Si.	L.G.P. Sri Eka Jayanti, S.E., Ak., M.Si., CA.	Dr. I.B. Agung Dharmanegara, S.E., M.Si.
NIK. 230340362	NIK. 230340320	NIK. 230340230	NIP. 196307101992031003

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa/Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, laporan pelaksanaan kegiatan promosi dalam rangka peningkatan jumlah mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa pada Triwulan II (April) tahun 2025 ini dapat disusun dengan baik.

Kegiatan promosi ini merupakan bagian dari upaya strategis Program Studi dalam mendukung pencapaian target jumlah mahasiswa baru, sekaligus sebagai sarana pengenalan identitas dan keunggulan Program Studi Akuntansi kepada calon mahasiswa dan masyarakat luas. Pada periode ini, promosi dilakukan melalui berbagai metode, antara lain kunjungan ke sekolah-sekolah, penyebaran materi digital di media sosial, serta kolaborasi dengan lembaga dan mitra eksternal.

Laporan ini memuat rangkaian pelaksanaan kegiatan, sasaran promosi, media yang digunakan, serta evaluasi terhadap dampak dan efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Harapannya, laporan ini dapat menjadi bahan evaluasi dan rujukan untuk pelaksanaan promosi di periode selanjutnya agar menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

Kami menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini, baik dari unsur pimpinan, dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa, maupun mitra eksternal yang turut mendukung keberhasilan promosi ini.

Demikian kata pengantar ini kami sampaikan. Semoga laporan ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan bermanfaat bagi peningkatan kualitas tata kelola Program Studi ke depan.

Koordinator Pengembangan
Kurikulum Program Studi Akuntansi



I Nyoman Sutapa, S.E., [M.Si.](#)
230340362

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 TUJUAN	2
1.3 SUMBER DANA	2
1.4 SUSUNAN PANITIA	2
BAB II.....	3
2.1 PERSIAPAN.....	3
2.2 PELAKSANAAN	3
2.3 HASIL KEGIATAN.....	4
BAB III	6
3.1 PENUTUP	6
3.2 REKOMENDASI	6
LAMPIRAN-LAMPIRAN	8

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan jumlah mahasiswa merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan penyelenggaraan pendidikan tinggi, khususnya pada tingkat program studi. Tingginya minat calon mahasiswa untuk bergabung menjadi bagian dari sebuah program studi tidak hanya mencerminkan keberhasilan promosi dan sosialisasi, tetapi juga menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas penyelenggaraan pendidikan yang ditawarkan.

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa menyadari bahwa dalam menghadapi dinamika perkembangan dunia pendidikan tinggi, termasuk persaingan antarperguruan tinggi yang semakin ketat, dibutuhkan strategi yang adaptif dan inovatif dalam memperkenalkan keunggulan program studi kepada calon mahasiswa. Terlebih lagi, karakteristik generasi muda sebagai target utama promosi terus berkembang, dengan kecenderungan mengakses informasi melalui media digital dan jejaring sosial, yang menuntut pendekatan komunikasi yang lebih kreatif, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan mereka.

Dalam konteks tersebut, pelaksanaan kegiatan promosi pada Triwulan II (April) ini diarahkan untuk menjangkau lebih luas calon mahasiswa potensial, baik melalui kegiatan langsung seperti kunjungan ke sekolah-sekolah menengah atas, maupun kegiatan tidak langsung seperti kampanye digital melalui media sosial, penyebaran materi promosi berbasis visual dan video, serta pemanfaatan testimoni dari alumni dan mahasiswa aktif.

Kegiatan ini juga dimaksudkan untuk membangun citra positif Program Studi Akuntansi sebagai institusi pendidikan tinggi yang tidak hanya memiliki kurikulum yang adaptif dengan dunia kerja, tetapi juga memiliki lingkungan belajar yang kondusif, tenaga pendidik yang profesional, serta prospek karier lulusan yang kompetitif di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Melalui laporan ini, diharapkan seluruh rangkaian kegiatan promosi yang telah dilaksanakan dapat terdokumentasi dengan baik sebagai bentuk pertanggungjawaban, sekaligus menjadi dasar evaluasi dan perbaikan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan efektivitas strategi promosi di masa yang akan datang.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan promosi dalam rangka peningkatan jumlah mahasiswa pada Triwulan II (April) adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan jumlah calon mahasiswa baru yang mendaftar dan memilih Program Studi Akuntansi sebagai pilihan utama dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2025/2026.
2. Memperluas jangkauan informasi mengenai keunggulan, kurikulum, fasilitas, dan prospek lulusan Program Studi Akuntansi kepada masyarakat, khususnya siswa SMA/SMK/MA sederajat.
3. Meningkatkan citra dan daya saing Program Studi Akuntansi di tengah persaingan antarprogram studi sejenis di wilayah regional maupun nasional.
4. Mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif melalui kombinasi media konvensional dan digital, serta pendekatan komunikasi yang sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.
5. Membangun relasi dan kerja sama strategis dengan sekolah-sekolah mitra, lembaga bimbingan belajar, dan komunitas pendidikan lainnya untuk mendukung keberlanjutan promosi ke depan.

1.3 Sumber Dana

Kegiatan ini didanai melalui anggaran internal dari alokasi dana pada Triwulan II Seperti yang tercantum dalam rencana kegiatan dan anggaran Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Warmadewa tahun 2025 dengan mata anggaran B11.11.2.3.1.1 (Terlampir).

1.4 Susunan Kepanitiaan

Dengan TIM Dosen Program Studi Akuntansi :

No	Nama	NIK	Sebagai
1.	Dr. A.A. Gede Krisna Murti, S.E.,M.Si.	230340320	Kaprodi Akuntansi
2.	I Nyoman Sutapa, S.E.,M.Si.	230340362	KPK Akuntansi
3.	I Wayan Gde Yogiswara Darma Putra, S.E.,M.Si.,Ak.	230340447	Kepala LAB Akuntansi
4.	I Putu Gde Chandra Artha Aryasa, S.E.,M.Ak.,BKP.	230340509	GKM Akuntansi

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Persiapan

Persiapan pelaksanaan yang akan di gunakan saat kegiatan promosi ini meliputi:

1. Perencanaan Promosi

Meliputi penetapan tujuan promosi, identifikasi target pasar, pemilihan konsep promosi, serta penyusunan anggaran dan timeline kegiatan.

2. Pembuatan Materi Promosi

Merancang dan memproduksi berbagai media promosi seperti brosur, spanduk, konten digital, video, dan materi lainnya yang sesuai dengan strategi yang ditentukan.

3. Pemilihan dan Penggunaan Media Promosi

Menentukan dan menggunakan saluran promosi yang tepat, baik online (media sosial, website, email) maupun offline (event, baliho, media cetak dan melakukan ke SMA/SMK).

4. Pelaksanaan Kegiatan Promosi

Implementasi strategi di lapangan, seperti pembagian materi promosi, penyelenggaraan event, kolaborasi dengan pihak ketiga, serta aktivasi brand di berbagai platform.

5. Evaluasi dan Pelaporan

Melakukan monitoring hasil promosi, menganalisis efektivitas kegiatan berdasarkan indikator kinerja, serta menyusun laporan sebagai dasar evaluasi dan perbaikan ke depannya.

2.2 Pelaksanaan

Kegiatan promosi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa (FEB UNWAR) ke sejumlah SMA dan SMK di Bali dilaksanakan secara bertahap selama periode bulan Februari samapi September 2025.

Promosi dilakukan pada hari-hari aktif sekolah (Senin hingga Jumat), dengan mempertimbangkan kesiapan dan ketersediaan waktu dari masing-masing sekolah.

Dalam pelaksanaannya, tim promosi mengunjungi sejumlah sekolah di wilayah Denpasar, Badung, Gianyar, baik SMA maupun SMK, dengan sasaran utama siswa kelas XII. Waktu pelaksanaan di tiap sekolah umumnya berlangsung pada pagi hingga siang hari, antara pukul 09.00 – 12.00 WITA, bergantung pada jadwal kegiatan belajar mengajar sekolah yang dikunjungi.

Seluruh kegiatan telah disusun berdasarkan rencana kerja yang disepakati bersama tim promosi dan telah dikoordinasikan secara resmi melalui surat permohonan kunjungan yang dikirim ke masing-masing sekolah.

2.3 Hasil Kegiatan

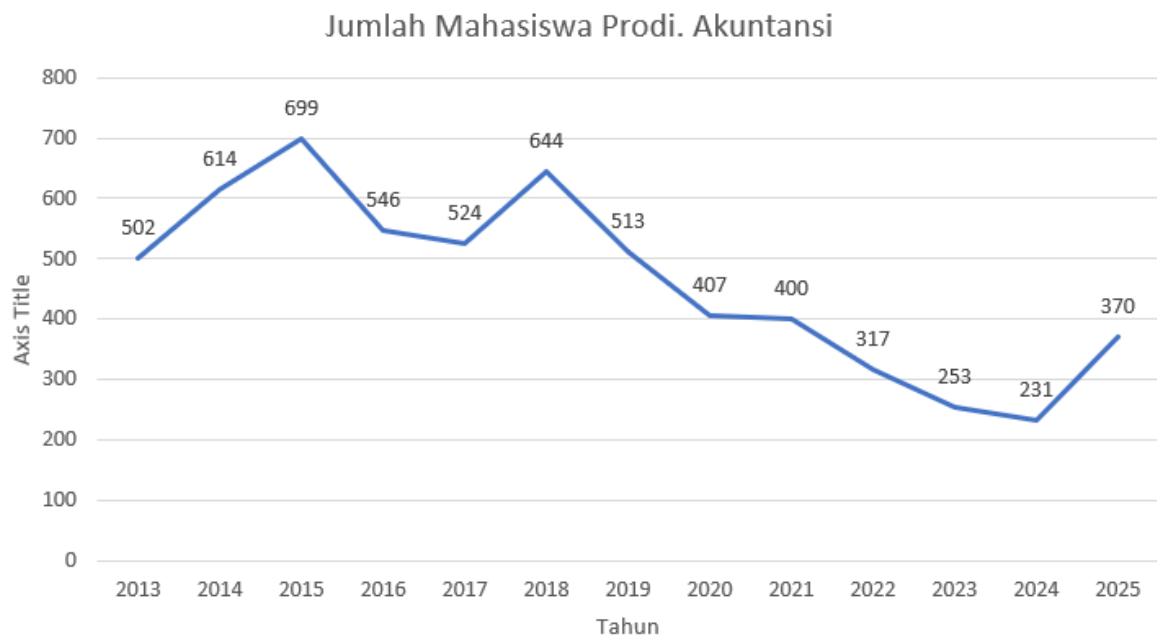
Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa (FEB UNWAR) ke berbagai SMA dan SMK telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah mahasiswa baru pada tahun akademik 2025/2026. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terjadi **kenaikan jumlah pendaftar dan mahasiswa yang diterima di Prodi Akuntansi yaitu di tahun lalu sebesar 231 dan di tahun ini meningkat sebanyak 370.** yang menunjukkan bahwa strategi promosi yang dijalankan berhasil menjangkau dan menarik minat siswa dari berbagai latar belakang pendidikan.

Kegiatan promosi yang dilaksanakan meliputi kunjungan langsung ke sekolah-sekolah, presentasi profil program studi, pemberian informasi mengenai keunggulan Prodi Akuntansi, peluang beasiswa, serta penyampaian informasi tentang prospek karier lulusan. Selain itu, materi promosi yang disampaikan juga menekankan pada prestasi akademik dan non-akademik mahasiswa, program magang, dan kerja sama dengan dunia industri, yang menjadi nilai tambah dalam membangun citra positif di mata calon mahasiswa.

Respons dari siswa dan pihak sekolah juga sangat positif. Hal ini terlihat dari antusiasme siswa selama sesi promosi, banyaknya pertanyaan yang diajukan terkait dengan proses pendaftaran, fasilitas kampus, dan prospek kerja setelah lulus. Beberapa sekolah bahkan menyatakan ketertarikan untuk menjalin kerja sama lanjutan dalam bentuk kunjungan kampus atau seminar edukatif bersama.

Setelah kegiatan promosi dilaksanakan, data penerimaan mahasiswa baru menunjukkan adanya tren peningkatan jumlah pendaftar ke Prodi Akuntansi FEB UNWAR. Peningkatan ini tidak hanya terjadi dari segi kuantitas, tetapi juga dari sisi

kualitas calon mahasiswa yang mendaftar, terlihat dari latar belakang akademik dan motivasi mereka untuk melanjutkan studi di bidang akuntansi.



BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Program Studi Akuntansi FEB UNWAR ke berbagai SMA dan SMK telah berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang positif. Melalui kegiatan ini, program studi berhasil memperkenalkan lebih dalam tentang keunggulan, kurikulum, fasilitas, serta prospek karier lulusan Akuntansi kepada para siswa dan pihak sekolah. Antusiasme siswa terhadap informasi yang disampaikan cukup tinggi, ditunjukkan dengan banyaknya pertanyaan serta minat untuk mengetahui lebih lanjut mengenai jalur pendaftaran, beasiswa, dan kegiatan kemahasiswaan di UNWAR. Selain itu, kegiatan ini juga mempererat hubungan antara UNWAR dan sekolah-sekolah mitra sebagai bagian dari upaya membangun kerja sama jangka panjang. Secara keseluruhan, kegiatan promosi ini berperan penting dalam meningkatkan citra dan daya tarik Prodi Akuntansi FEB UNWAR di mata calon mahasiswa, serta diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah pendaftar yang berkualitas pada tahun ajaran mendatang.

3.2 Remonedasi

1. Perluasan Jangkauan Sekolah Tujuan

Disarankan agar kegiatan promosi selanjutnya mencakup lebih banyak SMA dan SMK, termasuk sekolah-sekolah di daerah yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, guna menjangkau calon mahasiswa dari berbagai latar belakang.

2. Pemanfaatan Media Digital

Selain promosi langsung ke sekolah, disarankan untuk mengembangkan media promosi digital seperti video profil prodi, testimoni mahasiswa, dan kampanye media sosial yang menarik bagi generasi muda.

3. Pelibatan Alumni dan Mahasiswa Aktif

Dalam promosi berikutnya, melibatkan alumni dan mahasiswa aktif sebagai narasumber atau perwakilan dapat meningkatkan daya tarik dan kredibilitas promosi karena mereka dapat memberikan gambaran langsung dan pengalaman nyata selama kuliah.

4. **Penyelenggaraan Event Interaktif**

Disarankan untuk mengadakan kegiatan yang bersifat interaktif, seperti lomba akuntansi, workshop, atau seminar singkat di sekolah-sekolah sebagai bentuk promosi yang edukatif dan menarik bagi siswa.

5. **Evaluasi dan Tindak Lanjut**

Penting untuk melakukan evaluasi pasca-kegiatan melalui survei atau umpan balik dari siswa dan guru untuk perbaikan kegiatan di masa depan. Selain itu, tindak lanjut melalui komunikasi lanjutan dengan sekolah dan calon mahasiswa potensial juga perlu ditingkatkan.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

PETUNJUK OPERASIONAL							
Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi 2025							
						Pos Anggaran : B.11.11.2.3.1.1 ✓	
						Waktu Pelaksanaan : TW II (April)	
Standar	:	Tata Pamong, Tata Kelola dan Kerjasama					
Program	:	jumlah mahasiswa					
Aktivitas	:	peningkatan jumlah mahasiswa					
Rencana Aksi	:	offline dan online					
Lokasi Kegiatan	:	Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi					
Sumber Dana	:						
	RKA	:	Universitas Warmadewa-Fakultas Ekonomi 2025				
	Lain-lain	:					
Jumlah Anggaran	:						
Indikator dan Tolok Ukur Kinerja Belanja Langsung							
Tolok Ukur Kinerja							
Indikator	:						
Output	:	Laporan kegiatan promosi					
Outcome	:	Meningkatkan jumlah mahasiswa program studi					
Keberhasilan	:						
Sasaran Kegiatan	:						
Rincian Anggaran Belanja Langsung							
Menurut Program dan Per Kegiatan							
kode akun	Label	Kode HPS	Uraian Kegiatan/belanja	Volume	Satuan	HPS	Jumlah
5.1.3.2.13		-	Fotocopy	1000	lbr	300,00	300.000,00 ✓
kode akun	Label	Kode HPS	Uraian Kegiatan/belanja	Volume	Satuan	HPS	Jumlah
5.1.3.2.15		-	Konsumsi Nasi	60	ktk	30.000,00	1.800.000,00 ✓
kode akun	Label	Kode HPS	Uraian Kegiatan/belanja	Volume	Satuan	HPS	Jumlah
5.1.3.2.26		-	Transport akomodasi Kendaraan	18	paket	50.000,00	900.000,00 ✓
kode akun	Label	Kode HPS	Uraian Kegiatan/belanja	Volume	Satuan	HPS	Jumlah
5.1.3.2.26		-	Biaya Transport Kerja	14	org	500.000,00	7.000.000,00 ✓
Total PO							10.000.000,00 ✓

Denpasar, 16 Januari 2025
Rektor Universitas Warmadewa,

Prof. Dr. Ir. Gede Suranaya Pandit, MP
NIK. 230500041

KUESIONER PENENTUAN SEKOLAH UNTUK PROMOSI PROGRAM STUDI AKUNTANSI

Yth. Bapak/Ibu
Dosen Prodi Akuntansi,

Dalam rangka mendukung program promosi Program Studi Akuntansi dan meningkatkan jumlah mahasiswa baru di semester berikutnya, kami berencana melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah menengah atas (SMA) dan kejuruan (SMK) di seluruh Bali. Untuk itu, kami memohon partisipasi Bapak/Ibu dalam menentukan sekolah-sekolah yang bersedia untuk Bapak/Ibu kunjungi.

Terima kasih atas waktu dan perhatian Bapak/Ibu. Partisipasi Anda sangat berarti bagi pengembangan Prodi Akuntansi.

Hormat kami,

Tim Promosi Prodi Akuntansi

info.akuntansi.unwar@gmail.com [Switch accounts](#)



Not shared

Nama Dosen

Your answer

NIK

Your answer



