

Halaman Judul.....	i
Daftar Isi.....	ii
Daftar Tabel .....	vii
Daftar Bagan .....	vii
Daftar Diagram .....	viii
Daftar Grafik.....	ix
Daftar Gambar.....	ix
Lembar Pengesahan.....	x
Lembar Pernyataan.....	xi
Kata Pengantar.....	xii
Intisari.....	xv
Abstract.....	xvi
 <b>BAB I: PENDAHULUAN .....</b>	 <b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9

<b>BAB II: LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
2.1 Pemasaran Pendidikan Tinggi.....	10
2.1.1 Definisi Konsep Pemasaran.....	10
2.1.2 Penerapan Pemasaran Dalam Pendidikan Tinggi.....	11
2.1.3 Model Bauran Pemasaran Untuk Institusi Pendidikan Tinggi .....	13
2.1.3.1 <i>Programme</i> (Program) .....	14
2.1.3.2 <i>Price</i> (Harga) .....	15
2.1.3.3 <i>Place</i> (Tempat).....	17
2.1.3.4 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	18
2.1.3.5 <i>Processes</i> (Proses) .....	19
2.1.3.6 <i>People</i> (Manusia).....	21
2.1.3.7 <i>Physical Facilities</i> (Fasilitas Fisik).....	22
2.1.4 Keterbatasan Aplikasi Pemasaran Dalam Pendidikan Tinggi .....	23
2.2 Internasionalisasi Pendidikan Tinggi .....	25
2.2.1 Definisi Internasionalisasi Pendidikan Tinggi.....	25
2.2.2 Strategi Dalam Internasionalisasi: Program dan Organisasional .....	27
2.2.3 Definisi Konsep dan Operasional Mahasiswa Asing .....	29
2.3 Kerangka Pikir.....	30



<b>BAB III: METODE PENELITIAN</b>	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian	31
3.3 Sumber Data Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	36
 <b>BAB IV: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	 38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2 Visi, Misi, dan Tujuan UGM	39
4.3 Struktur Organisasi UGM	40
4.4 Selayang Pandang Kebijakan Internasionalisasi UGM	41
 <b>BAB V: PEMETAAN STRATEGI PEMASARAN UGM DALAM MENARIK MAHASISWA ASING</b>	 44
5.1 <i>Programme</i>	44
5.1.1 Kelas Internasional	45
5.1.2 Studi Kawasan	47
5.1.3 <i>Double Degree</i> (Gelar Ganda)	48
5.1.4 <i>Summer Programme</i> (Program Musim Panas)	51
5.1.5 <i>Joint Short Course</i> (Penyelenggaraan Kuliah Singkat Bersama)	52

5.1.6 Konferensi dan Seminar Internasional .....	53
5.1.7 <i>Internship</i> .....	53
5.1.8 Studi Bahasa Indonesia dan Bahasa Lokal Nusantara.....	54
5.1.9 Kuliah Kerja Nyata.....	57
5.1.10 <i>Field Visit</i> (Kunjungan Lapangan) .....	59
5.2 <i>Price</i> (Harga).....	61
5.3 <i>Place</i> (Tempat).....	70
5.4 <i>Promotion</i> (Promosi).....	76
5.4.1 Pameran Pendidikan Internasional .....	76
5.4.2 Media Promosi Cetak .....	78
5.4.3 Situs Web KUI UGM .....	80
5.5 <i>Process</i> (Proses) .....	84
5.5.1 Pertukaran Mahasiswa.....	84
5.5.2 Kantor Urusan Internasional.....	88
5.5.3 Penjalinan Kerja Sama Internasional.....	90
5.5.4 Jaminan Mutu .....	92
5.5.5 <i>Buddy System</i> .....	94
5.6 <i>People</i> (Manusia) .....	97
5.7 <i>Physical Facilities</i> (Fasilitas Fisik) .....	101



**BAB 6: REKOMENDASI PENGUATAN STRATEGI INTERNASIONALISASI UGM ..... 108**

6.1 Strategi Program ..... 108

6.1.1 Pendidikan, Pengajaran, dan Penelitian ..... 108

6.1.2 Hubungan Eksternal ..... 112

6.2 Strategi Organisasional ..... 115

6.3 Pemetaan Rekomendasi Penguatan Strategi Internasionalisasi UGM ..... 116

**BAB 7: PENUTUP ..... 119**

7.1 Kesimpulan dan Saran ..... 119

7.2 Keterbatasan Penelitian ..... 120

7.3 Arahkan Untuk Penelitian Selanjutnya ..... 120

**DAFTAR PUSTAKA ..... 121**