

Penguatan Strategi Digital Marketing Institut Sains & Teknologi AKPRIND melalui
Branding, Intellectual Capital dan Organizational Performance

Oleh:

Rodli Sulaiman

17/422836/PMU/09510

Sekolah Pascasarjana

Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

Era digital mendorong persaingan bebas pendidikan tinggi di Indonesia. Perguruan tinggi saling berlomba untuk mengembangkan seluruh potensi dan kemampuannya guna mengembangkan institusinya. Khususnya untuk perguruan tinggi swasta. Tantangan terbesar perguruan tinggi swasta terbesarnya yaitu untuk *responsible* terhadap keberlangsungan jangka panjang dalam institusi maupun di luar institusi. IST AKPRIND merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di kota Yogyakarta. Dengan kasus yang sama masalah serupa juga dialami dalam strategi pemasaran. Dengan keterlibatan seluruh elemen akademik di Institusi akan memperkuat strategi pemasaran. Selain itu teknologi juga menjadi alat yang mampu membantu meningkatkan kapasitas institusi untuk memperluas pasar. Perlunya peran organisasi dalam memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menciptakan citra yang baik di masyarakat.

Keyword: Pemasaran digital, perguruan tinggi swasta, branding

The Strengthening of Institut Sains & Teknologi AKPRIND's Digital Marketing through
Branding, Intellectual Capital and Organizational Performance

by:

Rodli Sulaiman

17/422836/PMU/09510

Master Program of Higher Education Management of
Universitas Gadjah Mada

ABSTRAK

The digital era encourages the colleges free competition in Indonesia. Colleges are competing to develop their potential and ability to develop institutions. Especially for private universities. The biggest challenge for private universities is to be responsible for the greatest long-term sustainability both inside and outside the institution. Akprind Institution is one of the private universities in the Yogyakarta. With the same case also experienced the same problem. about marketing strategy With the involvement of the entire academic community in an institution will be stronger. marketing strategy technology is also an instrument that can help increase capacity to expand the market. institutions The need for a role in utilizing existing resources to create a good image in society.

Keywords: digital marketing, Privat Colleges, Privat Universities, Branding