

KAJIAN KEBERKESANAN PROMOSI UNIVERSITI MALAYSIA PERLIS TAHUN 2007

Mohd Mustafa Al Bakri Abdullah, Prof. Dato' Dr. Kamarudin Hussin,
Julinawati Suanda, Prof Madya Che Mohd Ruzaidi & Abdul Aziz Mahmudin

Jabatan Hal Ehwal Pelajar & Alumni, Jabatan Canselori,
Unit Komunikasi Korporat, PPK Bahan & Unit Pembangunan Korporat
Universiti Malaysia Perlis, P.O Box 77,
d/a Pejabat Pos Besar, 01007 Kangar, Perlis.
No. Telefon (P): 04-9852233 & (F): 04-9852232
email: mustafa_albakri@unimap.edu.my

ABSTRAK

Kertas kerja ini membincangkan soalselidik mengenai keberkesanan promosi Universiti Malaysia Perlis (UniMAP) sepanjang tahun 2007. Ini secara lansung dapat memberi gambaran mengenai senario atau paten kemasukan pelajar-pelajar lepasan matrikulasi, diploma, Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia (STPM) dan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) ke UniMAP. Kajian ini lebih melihat kepada sejauh mana promosi yang dilakukan oleh pihak promosi dapat menarik minat pelajar untuk menyambung pengajian mereka di UniMAP. Kajian ini dilakukan melalui borang kaji selidik yang diedarkan kepada mahasiswa/i baru UniMAP sidang akademik 2008/2009. Borang kaji selidik ini diedarkan semasa minggu suaikenal yang lalu. Daripada 1463 borang kaji selidik yang dikeluarkan, sebanyak 97% dihantar semula. Hasil daripada kajian ini menunjukkan 45% responden yang mengambil sarjana muda adalah daripada lepasan matrikulasi manakala seramai 37% pelajar mempunyai Purata Nilai Gred Keseluruhan (PNGK) kemasukan adalah antara 2.50 – 2.99. Kajian ini juga memperlihatkan hanya 16% responden tidak memilih UniMAP sebagai tempat melanjutkan pelajaran.

Kata kunci : Promosi, Responden, Keberkesanan, Sidang Akademik 2008/2009

1.0 PENGENALAN

Promosi merupakan salah satu keperluan setiap universiti dalam memperkenalkan jenama universiti tersebut kepada masyarakat umum. Pelbagai kaedah promosi yang diguna pakai oleh universiti antaranya pameran, ceramah, media cetak dan sebagainya. Promosi dijadikan medium untuk menarik pelajar-pelajar lepasan matrikulasi, STPM, diploma, SPM dan sebagainya untuk menyambung pengajian ke universiti yang digemarinya. UniMAP tidak ketinggalan mengadakan pelbagai cara promosi untuk memperkenalkan universiti ini kepada umum. Pelbagai kaedah digunakan dan pelbagai program dianjurkan dalam mempromosikan UniMAP supaya setanding dengan universiti-universiti awam yang lain.

Daripada kajian lepas yang dijalankan oleh Unit Komunikasi Korporat (UKK) UniMAP, mendapati lepasan matrikulasi dari Pulau Pinang mendahului matrikulasi lain diikuti Perak dan Kedah. Daripada hasil kajian itu juga menunjukkan seramai 10% responden mempunyai PNGK kemasukan 2.00 – 2.49 dan 12% responden mempunyai PNGK kemasukan 3.50 – 4.00. Medium internet merupakan kaedah paling tinggi peratusannya yang mana responden mengenali UniMAP diikuti promosi yang dijalankan oleh pihak UniMAP (Julinawati Suanda, 2007).

2.0 OBJEKTIF KAJIAN

Dalam menjalankan kajian ini, pihak Jawatankuasa telah menetapkan beberapa objektif bagi melancarkan kajian ini. Antaranya ;

1. Mengenalpasti keberkesanan aktiviti promosi UniMAP
2. Menilai strategi pemasaran semasa yang digunakan untuk menarik pelajar ke UniMAP

3.0 KAEDAH KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah kaji selidik yang mana soalan kaji selidik telah dibangunkan mengandungi butiran peribadi responden dan 7 soalan utama berkisar mengenai promosi UniMAP. Soalan dibangunkan dengan menggunakan skala 1 (Setuju), 2 (Berkecuali) dan 3 (Tidak Bersetuju) serta soalan pilihan yang diberikan. Soalan kaji selidik ini dibuat berdasarkan kepada beberapa perkara iaitu :

- Cara kemasukan ke UniMAP
- Purata Nilai Gred Keseluruhan (PNGK) kemasukan
- Memilih UniMAP sebagai pilihan melanjutkan pengajian
- Medium mengenali UniMAP
- Persepsi awal terhadap UniMAP

Borang kaji selidik ini diedarkan kepada mahasiswa/i baru UniMAP sidang akademik 2008/2009 semasa minggu suaikenal. Sebanyak 1482 borang telah diedarkan kepada mahasiswa/i UniMAP ambilan pertama dan kedua.

4.0 KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN

Pelbagai cara kemasukan ke universiti, antaranya melalui keputusan matrikulasi, STPM, diploma dan sebagainya. Jadual 1 menunjukkan cara kemasukan mahasiswa/i sidang akademik 2008/2009 ke UniMAP. Bagi kemasukan ke ijazah sarjana muda, lepasan matrikulasi mendahului lepasan diploma dan STPM iaitu 45%. Manakala untuk kemasukan ke diploma lepasan SPM adalah 80%.

Jadual 1 : Cara Kemasukan Mahasiswa/i UniMAP Sidang Akademik 2008/2009

CARA KEMASUKAN	BILANGAN (orang)	PERATUSAN (%)
Kemasukan Ke Sarjana Muda		
Lepasan Matrikulasi	540	45
Lepasan Diploma	345	30
STPM	302	25
JUMLAH	1187	
Kemasukan Ke Diploma		
SPM	182	80
Sijil	20	9
Lain-lain	25	11
JUMLAH	227	

Jadual 2 menunjukkan taburan pelajar mengikut negeri berdasarkan statistik daripada Bahagian Kemasukan Jabatan pendaftar UniMAP bagi sidang akademik 2008/2009. Dapat dilihat 20% mahasiswa/i UniMAP adalah dari negeri Kedah diikuti 14.2% dari negeri Kelantan dan seterusnya 11.9% dari negeri Perak dan Pulau Pinang.

Jadual 2 : Jumlah Keseluruhan Pelajar Mengikut Negeri

Negeri	2008	Peratusan (%)
Kedah	297	20.0
Kelantan	211	14.2
Perak	176	11.9
Pulau Pinang	176	11.9
Selangor	143	9.6
Perlis	91	6.1
Terengganu	84	5.7
Johor	73	4.9
Pahang	60	4.0
Sarawak	47	3.2
WP Kuala Lumpur	41	2.8
Negeri Sembilan	36	2.4
Melaka	33	1.6
Sabah	13	0.9
WP Labuan	1	0.1
WP Putrajaya	0	0.0
JUMLAH BESAR	1482	

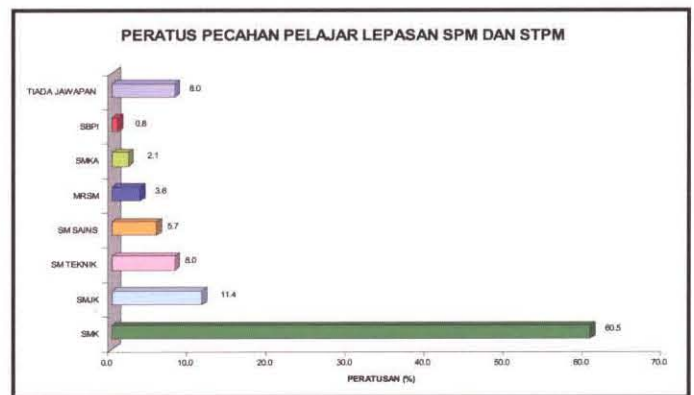
Sumber : Bahagian Kemasukan Jabatan Pendaftar, 2008

Daripada 45% lepasan matrikulasi iaitu sebanyak 540 orang pelajar, lepasan pelajar daripada Kolej Matrikulasi Changlun, Kedah adalah 19% diikuti Kolej Matrikulasi Pulau Pinang dan Perak sebanyak 14% serta Kolej Matrikulasi Melaka iaitu 10% seperti dalam Rajah 1.



Rajah 1 : Peratusan Pelajar Mengikut kolej Matrikulasi bagi sidang Akademik 2008/2009

Daripada kajian yang dijalankan juga, mendapati 60% pelajar lepasan SPM dan STPM adalah terdiri daripada pelajar lepasan Sekolah Menengah Kebangsaan (SMK) dan diikuti Sekolah Menengah Jenis Kebangsaan (SMJK) iaitu sebanyak 11%. Selebihnya adalah daripada Sekolah Menengah Teknik (SMT) 8%, Sekolah Menengah Sains 6%, Maktab Rendah Sains Mara 4%. Sebanyak 8% responden tidak memberikan jawapan. Pecahan keseluruhan boleh dirujuk pada Rajah 2 dibawah.



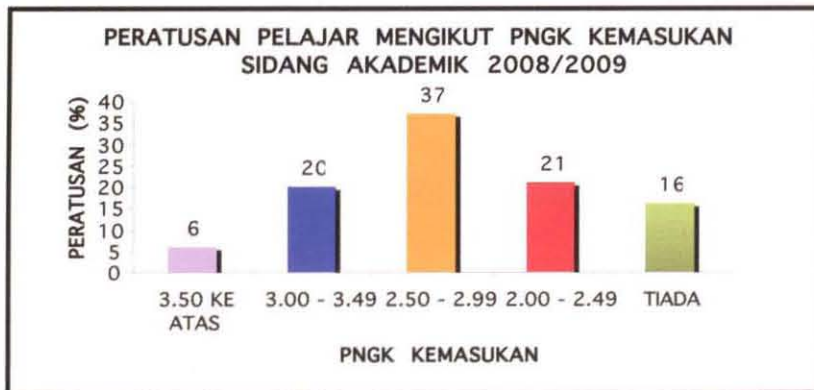
Rajah 2: Peratusan Pecahan Pelajar Lepasn SPM dan STPM

Jadual 3, menunjukkan perbandingan kemasukan lepasan maktrikulasi bagi dua sidang iaitu sidang akademik 2007/2008 dan 2008/2009. Pertambahan kemasukan daripada setiap matrikulasi begitu ketara terutamanya daripada Kolej Matrikulasi Johor iaitu 73% serta Kolej Matrikulasi Kedah peningkatan 45% dan Kolej Matrikulasi Melaka iaitu peningkatan 35%. Keseluruhan kemasukan lepasan matrikulasi berlaku peningkatan sebanyak 44%.

Jadual 3: Perbandingan Kemasukan Melalui Matrikulasi bagi Sidang Akademik 2007/08

MATRIKULASI	JUMLAH PELAJAR BAGI SIDANG AKADEMIK 2007/08	2008/09	PERATUSAN PENINGKATAN (%)
1. Kolej Matrikulasi Perlis	12	12	-
2. Kolej Matrikulasi Kuala Nerang, Kedah	-	25	-
3. Kolej Matrikulasi Labuan	22	28	21
4. Kolej Mara Kulim, Kedah	20	29	31
5. Kolej Matrikulasi Negeri Sembilan	29	43	33
6. Kolej Matrikulasi Johor	12	45	73
7. Kolej Matrikulasi Pahang	34	49	31
8. Kolej Matrikulasi Melaka	35	54	35
9. Kolej Matrikulasi Perak	67	76	12
10. Kolej Matrikulasi Pulau Pinang	69	78	12
11. Kolej Matrikulasi Changlun, Kedah	55	101	45
Jumlah	305	540	44

Daripada keseluruhan kemasukan baru sidang akademik 2008/2009, sebanyak 37% mahasiswa/i UniMAP mempunyai PNGK kemasukan diantara 2.50 – 2.99. bagi PNGK kemasukan 3.50 – 4.00 hanya 6% sahaja iaitu seramai 88 orang daripada keseluruhan responden iaitu 1414. Manakala 16% responden tidak mempunyai PNGK kemasukan. Rajah 3 menunjukkan peratusan pelajar mengikut PNGK kemasukan sidang akademik 2007/2008. Daripada Rajah 3 dan 4 dapat diperhatikan paten kemasukan ke UniMAP berdasarkan PNGK Kemasukan adalah sampir sama bagi dua-dua sidang akademik. Pelajar diantara PNGK 2.50 – 2.99 adalah pelajar majoriti yang memasuki UniMAP.



Rajah 3: Peratusan Pelajar Mengikut PNGK Kemasukan Sidang Akademik 2008/2009



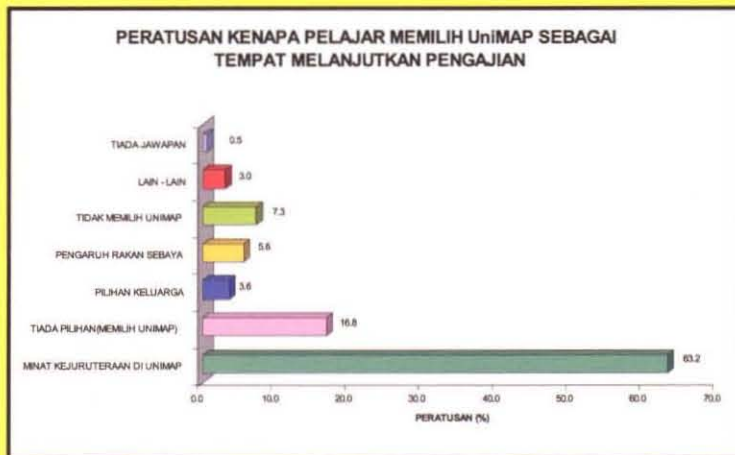
Rajah 4: Peratusan Pelajar Mengikut PNGK Kemasukan Sidang Akademik 2007/2008

Rajah 5 menunjukkan peratusan pelajar yang memilih UniMAP sebagai tempat melanjutkan pengajian yang mana 83% responden memilih UniMAP. Hanya 16% (227 pelajar) sahaja responden yang tidak memilih UniMAP tetapi diberi tempat di UniMAP. Daripada Kajian yang dijalankan, pelajar yang tidak memilih UniMAP lebih cenderung memilih UiTM (52 responden), UTM dan UPM (19 responden), UKM (13 responden) dan sebagainya.



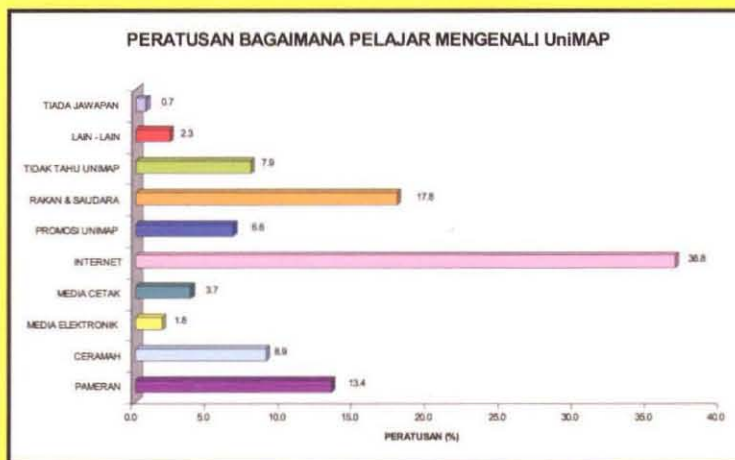
Rajah 5: Peratusan Pelajar Yang Memilih UniMAP sebagai Pilihan melanjutkan Pelajaran

63.2% responden memilih UniMAP kerana minat dengan kejuruteraan yang ditawarkan di UniMAP. Hanya 7% responden langsung tidak memilih UniMAP. Apabila dikaji secara teliti, hampir 90% responden memilih UniMAP sebagai tempat melanjutkan pengajian jika diambilkira faktor-faktor pengaruh rakan sebaya, pilihan keluarga dan tiada pilihan dan terpaksa memilih UniMAP seperti yang digambarkan dalam Rajah 6.



Rajah 6: Peratusan Kenapa Pelajar Memilih UniMAP Sebagai Tempat Melanjutkan Pengajian

Rajah 7 menunjukkan peratusan bagaimana pelajar mengenali UniMAP. Lebih 36% responden mengenali UniMAP melalui pembacaan di internet. Sebanyak 30% responden mengenali UniMAP melalui promosi yang dijalankan oleh pihak UniMAP melalui pameran (13.4%), ceramah (8.9%) dan promosi khas UniMAP (6.6%). Hampir 8% responden tidak tahu langsung kewujudan UniMAP.



Rajah 7: Peratusan Bagaimana Pelajar Mengenali UniMAP

5.0 KESIMPULAN

Daripada kajian yang dijalankan mendapati promosi UniMAP pada dasarnya berjalan baik dengan data-data kemasukan menunjukkan peningkatan daripada tahun-tahun sebelumnya. Tetapi kaedah promosi dan kumpulan sasaran bahagian promosi perlu diambil kira dalam menjayakan promosi UniMAP. Berikut beberapa cadangan yang perlu diberikan perhatian hasil daripada kajian ini:

1. Kumpulan promosi UniMAP perlu dimantapkan bagi mencapai target universiti dalam menambah pelajar memilih UniMAP sebagai tempat melanjutkan pengajian.
2. Kumpulan sasaran perlu ditentukan bagi memudahkan promosi dijalankan.
3. Mempelbagaikan kaedah promosi terutamanya melalui internet dan media elektronik.
4. Pusat-pusat pengajian perlu memainkan peranan dalam mempromosi program-program yang ditawarkan supaya menjadi 'back up' kepada pasukan promosi universiti.

6.0 RUJUKAN

Julinawati Suanda (2007), Kajian Awal Keberkesanan Promosi, Mesyuarat Jawatankuasa Pengurusan dan Pembangunan Universiti (JPPU)

Ruzalina Ibnu Ruslan (2008), Statistik Kemasukan Sidang Akademik 2008/2009, Unit kemasukan Jabatan Pendaftar UniMAP