

ABSTRAK

Telkom University memiliki beberapa jalur dalam seleksi penerimaan mahasiswa baru seperti jalur JPA, beasiswa, USM, IUP, UTG dan vokasi. Jalur vokasi dibuka khusus untuk program diploma (D3) dan sarjana terapan (S1 Terapan) pada Fakultas Ilmu Terapan Telkom University. Terdapat 7 *batch* pendaftaran jalur vokasi yang dimulai pada 12 Agustus 2022. Perbandingan pendaftar jalur vokasi dan jalur JPA 1 dan 2 yaitu 625 pendaftar vokasi dan 8.108 pendaftar JPA (data per 19 Mei 2023). Perbandingan pendaftar yang sangat berbeda tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan analisis tahapan *customer journey* pendaftar jalur vokasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dan pengumpulan data melalui hasil kuisioner. Sampel berasal dari 100 responden calon mahasiswa baru pendaftar jalur vokasi. Pada penelitian ini penulis melakukan pengukuran kuisioner menggunakan skala semantik diferensial dengan skala poin 1-8 kemungkinan yang harus dipilih dan penulis akan melakukan presentase dalam garis kontinum.

Hasil analisis *Customer Journey* menemukan bahwa Pendaftar Jalur Vokasi dominan berasal dari SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) dengan presentase sebanyak 49%, dan SMA 45%, MA 6%. Responden mengetahui/ mendapatkan informasi Jalur Vokasi melalui media online dengan presentase 83% (sesuai). Sumber informasi yang sering diakses oleh banyak responden adalah website smb.telkomuniversity.ac.id, dengan presentase 81% (sesuai). Pembelian PIN pendaftaran cenderung dilakukan secara online oleh mayoritas responden, dengan presentase 60% (sedikit sesuai). Menurut responden jangka waktu pengumuman relatif tidak memakan waktu yang lama dengan presentase 50% (sedikit tidak sesuai) dan informasi mengenai tahap selanjutnya dalam surat kelulusan dijabarkan secara jelas dengan presentase 81% (sesuai). Responden dominan tidak mendaftar dan membeli PIN lebih dari 1 kali dengan presentase 42% (agak tidak sesuai). Responden mayoritas merekomendasikan Jalur Vokasi kepada orang lain dengan presentase 69% (agak sesuai).

Kata Kunci: *Customer Journey, Batch*.