



Oktober 2015
Volume 06/015

Sertijab Ketua BPH Unnur

Pada tanggal 16 Oktober 2015 bertempat di Aula Universitas Nurtanio Jl. Pajajaran 219 Bandung telah dilaksanakan serah terima jabatan Ketua BPH (Badan Pelaksana Harian) Unnur dari Kolonel Tek (Purn) O. Hartono Elia kepada Marsekal Pertama TNI (Purn) Ir. Hartono W.S.



Contents :

1. BPH Unnur
2. Kunjungan
3. Marketing
4. Warnasari



Upacara dipimpin oleh Ketua Umum Pengurus Yasau (Yayasan Adi Upaya) Marsekal Muda TNI (Purn) Tabri Santoso yang dihadiri oleh segenap Pengurus Yasau dan juga Direktur Poltekes Ciambuluit, Bandung. Peserta upacara selain dari pejabat Rektorat dan Dekanat Unnur juga diikuti oleh perwakilan mahasiswa dari ke empat fakultas. Ketua BPH Unnur yang lama yaitu Kolonel Tek (Purn) O. Elia Hartono akan menempati jabatan barunya sebagai ketua BPH Poltekes Ciambuluit Bandung.

Sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan

Pada tanggal 5 Oktober 2015 bertempat di Aula Universitas Nurtanio Bandung telah dilakukan "Sosialisasi Program Jaminan Pensiun" sesuai dengan Peraturan Pemerintah (PP) nomor 45 tahun 2015. Adapun Manfaat Pensiun berupa: a. Pensiun hari tua; b. Pensiun cacat; c. Pensiun Janda atau Duda; d. Pensiun Anak; dan e. Pensiun Orang Tua. PP ini menegaskan, bahwa luran Jaminan Pensiun wajib dibayarkan setiap bulan sebesar 3% dari Upah per bulan. luran sebesar 3% ini, wajib ditanggung bersama oleh Pemberi Kerja selain penyelenggara negara sebesar 2% dari upah; dan 1% dari upah ditanggung oleh Peserta.



Selain itu dalam sosialisasi ini juga disampaikan beberapa hal terkait kapan manfaat pensiun dapat diambil, bagaimana apabila karyawan meninggal dunia, dsb.



Kunjungan

Pada tanggal 13 Oktober 2015 Unnur telah menerima kunjungan beberapa pejabat dari Yayasan PB Sudirman yang selain diikuti oleh pengurus Yayasan juga diikuti oleh jajaran pimpinan SMA Islam PB Sudirman yang selain berkunjung ke PT Dirgantara Indonesia juga menyempatkan diri untuk melihat penyiapan sumber daya penerbangan yang mendukung perawatan pesawat terbang di Universitas Nurtanio. Wakil Rektor III, bidang kemahasiswaan Ir. Devi M. Gunara, MSCE menyampaikan presentasi terkait sejarah dan perkembangan Unnur sampai saat ini. Selesai presentasi para tamu berkeliling melihat-lihat prasarana baik kelas maupun laboratorium di Fakultas Teknik, Ekonomi, dan Ilmu Komputer & Informatika.



Kegiatan Marketing

Pada tanggal 10 Oktober 2015 Unnur mengikuti kegiatan pengenalan kampus kepada para murid SMA Santa Maria di Jalan Sulaksana Baru Bandung, yang kebetulan hari tersebut merupakan hari penerimaan raport yang dihadiri oleh para orang tua murid. Ada dua kegiatan yaitu kegiatan presentasi di ruang kelas terutama untuk para murid dan

penyebaran brosur di pintu utama yang diperuntukkan para orang tua murid. Lulusan dari SMA ini cukup banyak yang telah menjadi mahasiswa Unnur. Dengan kegiatan ini diharapkan nama Unnur dapat diperkenalkan baik melalui media cetak atau presentasi maupun “word of mouth” dari para mahasiswa Unnur maupun alumni khususnya yang berasal dari SMA Santa Maria.



WARNASARI

Strategi Sakura

Saat kita bepergian keluar kota, sering kita dapat petuah begini : “Kalau anda sedang mencari rumah makan, carilah rumah makan yang ramai. Dibalik keramaian tadi ada dua alasan yaitu, rumah makan tadi “murah” atau “enak” atau dua-duanya. Namun kita juga sering mendengar cerita bahwa ada beberapa rumah makan yang sengaja menyewa orang-orang untuk duduk di rumah makan tersebut seolah-olah pengunjungnya sangat ramai. Di Jepang strategi menciptakan dan mendramatisir antrian di sebuah outlet disebut sebagai “Sakura Strategy”. Biasanya strategi ini digunakan oleh outlet yang baru dibuka. Strategi ini sengaja diciptakan karena bagian dari Public Relation (PR). Kenyataan ramai atau mengantri inilah yang kemudian sengaja di “PR” kan dan diciptakan “word of mouth” nya. Apabila dilakukan dengan baik akan terkesan sangat natural. Strategi didasari oleh pemikiran bahwa “hampir semua manusia di dunia ini mempunyai sifat yang sama, mereka tidak suka beresiko dalam mengambil keputusan. Bahkan dalam membeli sesuatu yang murah sekalipun, faktor resiko tetap saja menjadi pertimbangan. Hanya kadarnya saja yang berbeda. Bagi orang Indonesia faktor pertimbangan pembelian lebih mencari “merk populer”, namun bila tidak mengenal merek, mereka akan follow the “Crowd” (kerumunan). Semoga Bermanfaat!