

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan sebagai berikut:

- 1.1.1. Strategi penjangkaran mahasiswa baru di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari yang dilakukan yaitu: a) strategi promosi (*advertising, personal selling, sales promotion*, pembiayaan (*price*), dan *public relation* dalam penjangkaran mahasiswa baru IAIN Kendari. b) strategi produk.
- 1.1.2. Penerapan manajemen strategi dalam proses penjangkaran mahasiswa baru IAIN Kendari dilaksanakan dengan beberapa langkah yaitu: a) pengamatan lingkungan IAIN Kendari. b) perumusan strategi diantaranya; perencanaan, implementasi, dan evaluasi penjangkaran mahasiswa baru IAIN Kendari.

1.2. Saran

- 1.2.1. Diharapkan kepada lembaga Institut IAIN Kendari agar lebih giat lagi memberi dukungan, dan bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang mendukung dan membantu pencapaian tujuan IAIN Kendari terutama dalam hal penjangkaran mahasiswa baru, untuk sama-sama mengembangkan IAIN Kendari. Mendukung proses pengelolaan dan penjangkaran mahasiswa baru yang dilakukan tim sosialisasi, karena kemajuan dan pertumbuhan kuantitas mahasiswa IAIN Kendari akan berpengaruh pada kualitas kampus, serta

berupaya untuk menambah fasilitas sarana prasarana penunjang proses penjangkauan mahasiswa baru IAIN Kendari.

1.2.2. Diharapkan kepada ketua panitia dan tim pelaksana sosialisasi penjangkauan mahasiswa baru untuk menjalankan tugas dan fungsinya dengan maksimal,, melaksanakan apa yang telah diamanatkan, membangun koordinasi, komunikasi di setiap melakukan kegiatan penjangkauan mahasiswa baru IAIN Kendari. lebih luas lagi dalam menjangkau daerah-daerah yang belum pernah di datangi untuk sosialisasi penjangkauan mahasiswa baru IAIN Kendari

1.2.3. Bagi peneliti yang akan datang untuk memaksimalkan hasil penelitian dengan memeriksa poin-poin atau standar penelitian yang baku yang digunakan di lingkungan akademik IAIN Kendari. Peneliti yang melakukan penelitian serupa hendaknya menggunakan referensi-referensi primer yang kredibel berupa jurnal-jurnal atau karya ilmiah lainnya yang telah memiliki dan memenuhi syarat karya ilmiah, sehingga dapat menghasilkan karya ilmiah yang dapat dipertanggung jawabkan secara akademisi. Oleh karena itu, peneliti yang akan datang semoga bisa menemukan hal-hal yang baru lagi di IAIN Kendari tentang penjangkauan mahasiswa baru baik dari segi manajemen dan strategi maupun program-program penjangkauan mahasiswa baru lainnya yang menunjang tercapainya tujuan serta visi misi IAIN Kendari.

1.2.4. Diharapkan kepada lembaga IAIN Kendari Agar melaksanakan kerjasama dengan pemerintah daerah kabupaten Wakatobi untuk pemberian beasiswa bagi calon mahasiswa baru yang berasal dari daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Athian, M. R. (2018). Pola pameran temporer di ruang publik (studi kasus di rumah Dinas bupati Batam 2017). *Jurnal Imajinasi*, 12(1), 27.
- Aldi, Elnath., B. (2015). Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik, *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 6(2), 56-72.
- Alma, B. (2013). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (1999). *Prosedur penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arpah, S. (2021) Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Di Stai Nw Samawa Sumbawa Besar, *Al-Bayan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* ISSN:(p) 2746-6469 (e) xxxx-xxxx Volume, 1 Nomor 1, Juni 2021
- Aprilyanto, R. (2018). *Analisis Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Menuju Peralihan Dari Institut Menjadi Universitas Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. Skripsi. Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Baker, M., & Gompers, P. (2003). The determinants of board structure at the initial public offering. *Journal of Law and Economics*, 46, 569-598.
- Batlajery, S. (2016). Penerapan fungsi-fungsi manajemen pada aparaturn pemerintahan kampung tambat kabupaten merauke, *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 7(2), 135-155.
- Basuki, S. (2006). *Metode penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Bungin, Burhan. (2003). *Analisis data penelitian kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bryson, JM. (2001). *Perencanaan strategis bagi organisasi sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cahyono, Agus. (2002). *Pameran dan pergelaran, materi dan pembelajaran kertakes SD*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Chaniago, A.S. (2014). Perumusan manajemen strategi pemberdayaan zakat, *Jurnal Hukum Islam (JHI)* <http://e-journal.stain-pekalongan.ac.id/index.php/jhi> (ISSN (p) : 1829-7382, 12(1), 87-89.

- David, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis (Strategic Managemnt): Konsep*. Edisi Sepuluh. Jakarta:Salemba Empat.
- Dharmawansyah, S., Cangara, H., & Sultan, M. I. (2014). Strategi promosi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa pada politeknik negeri media kreatif Makassar. *Jurnal Komunikasi Kareba* 3(4), 256-267.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia.
- Depdiknas. (2012). Kamus besar bahasa Indonesia. Gramedia Pustaka Utama
- Dewi, R., & Sandora, M. (2019). Analisis manajemen strategi UIN Suska Riau dalam mempersiapkan sarjana yang siap bersaing menghadapi MEA. *Jurnal El-Riyasah*, 10(1), 77.
- Dellamita, M. F., Fauzi, A., & Yulianto, E. (2014). Penerapan personal selling (penjualan pribadi) untuk meningkatkan penjualan (studi pada pt adira quantum multifinance point of sales (pos) dieng computer square malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(2), 3.
- Dinnullah, R. N. I., Shafiq, N. (2017). Analisis Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Penentuan Strategi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri, P-ISSN 1412-6869 E-ISSN 2460-403 , JITI, Vol.16 (2), Des 2017, 100 –107*
- Durianto, Darmadi, Cicilia, & Liana, (2004). Analisis efektivitas iklan televisi softener soft & fresh di jakarta dan sekitarnya dengan menggunakan consumer decision model, *II(1)*.
- Dyson, R., & Renk, K. (2006). Freshman adaptation to university life: depressive syptoms, stress, and coping. *Journal of Clinical Psychology*.
- Dyatmika, T. (2018). Strategi Komunikasi Penerimaan Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Cirebon, *Jurnal SOSFILKOM, Volume XII Nomor 02 Juli-Desember 2018*.
- Effendi, U. (2014). *Asas manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Gall, Meredith D., Gall, Joyce dan Borg, Walter R. (2007). *Educational Research: An Introduction*. New York: Pearson Education.

- Gojali, T. (2019). Strategi bauran promosi dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru tahun akademik 2017/2018 politeknik TMKM karawang. *Jurnal Media Mahardhika*, 17(2), 373.
- Hasibuan, M. SP. (2016). *Manajemen sumber daya manusia, edisi revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Harman, S. (2010). Fungsi pengawasan dalam penyelenggaraan manajemen korporasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 19.
- Hamel dan Prahalad. (1995). *Management*. New Delhi: Tata McGraw Hill.
- Haryanto, A. R. (2013). Strategi promosi, kualitas produk, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada restoran Mc Donald "S Manado". *EMBA*, 1(4), 1466.
- Hurlock, E. B. (2001). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Ihsan, M., Salam, I, A. (2020) Perancangan Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru Berbasis Web di FKIP UNIMUDA Sorong, *Jurnal PETISI, Vol. 1, No. 1* ISSN: - e-ISSN
- Iskandar, J. (2017). Penerapan manajemen strategi dalam peningkatan mutu madrasah, *Jurnal Idaarah*, 1(1), 270.
- Karch, M. (2010). *Android for Work: Productivity for Professionals*. New York: Appress.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*, edisi 13, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, M. H, N., Sanusi, A. (2015). Prosedur Pelayanan Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus X Medan, *Jurnal Bisnis Administrasi Volume 04, Nomor 02*, 79-86.
- Kuswantoro, (2018), Strategi Pemasaran Institut Agama Islam Imam Al-Ghazali (Iaiig) Cilacap Dalam Rekrutmen Mahasiswa, Purwokerto: Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- Khori, A. (2016). *Manajemen strategik dan mutu pendidikan islam, manageria: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 1(1), 77

- Koontz, H., & O'Donnel, C. (1980). *Management. International Student Edition, Seventh Edition Mcgrawhill Series, Tokyo.* Kogakusha.Ltd.
- Kotler, Phillip, (2003). *Manajemen Pemasaran edisi kesebelas*, Jakarta: Gramedia
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (2001). *Manajemen pemasaran Indonesia*, edisi 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Laugu, N., Junawan, H. (2020) Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia, *Baitul Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 4 No. 1, Juni 2020 , ISSN 2580-9903 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta2 Jl. Laksda Adisucipto, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
- Lidya M, L., Mananeke, A., & Repi, (2013). Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu simpati Telkomsel di Kota Manado. *EMBA*, 1(4), 2338.
- Lukitaningsih, A. (2013). Iklan yang efektif sebagai strategi komunikasi pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(2), 116-129.
- Maleong, L. (2000). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. (2009). *Menjadi kepala sekolah profesional*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Masditou, (2017). Manajemen pembiayaan pendidikan menuju pendidikan yang bermutu. *Jurnal Ansiru PAI*, 1(2), 119-120.
- Michael, Duane, R. (2001). *Manajemen strategi, edisi pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mapassiara, (2018). Manajemen Strategik Dan Manajemen Operasional Serta Implementasinya Pada Lembaga Pendidikan. *Jurnal Idarah*, 2(1), 76.
- Mudyahardjo., Redja. 2009. *Pengantar pendidikan: sebuah studi awal tentang dasar-dasar pendidikan pada umumnya dan pendidikan di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ningrum, P. K., (2013), Efektifitas Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru (Studi Kasus Universitas Kristen Satya Wacana), Salatiga: Fakultas Teknologi Informasi Universita Kristen Satya Wacana.

- Nurmasyitah, AR, Murniati., & Usman, N. (2015). Implementasi manajemen stratejik dalam meningkatkan kinerja guru pada sekolah menengah kejuruan negeri 3 lhokseumawe. *Jurnal Administrasi Pendidikan Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*, 3(2), 160.
- Prasojo, L. D. (2018). *Manajemen strategi*. Jakarta: Uny Press.
- Phillip, K., Gary, A. (2015). *Dasar-Dasar Pemasaran, Terj. Alexander Sindoro*, Jakarta: Prenhallindo.
- Primadha, R. (2008). Peranan fungsi manajemen dalam menciptakan kondisi perusahaan yang sehat. *Jurnal Manajemen Bisnis edisi 2, 1(3)*, 86.
- Peter, Olson, (1996) *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Terjemahan: D. Sihombing, Jakarta: Gelora Aksara Pranata.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis (cet.3)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____ (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Jakarta : Gramedia
- Rosliyana, (2016). Strategi bauran promosi pameran franchise di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 2(1), 3.
- Siagian, S. P. (2011). *Manajemen strategic*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sandora M., & Dewi R. (2019). Analisis manajemen strategi uin suska riau dalam mempersiapkan sarjana yang siap bersaing menghadapi MEA. *Jurnal El-Riyasah*, 10(1).
- Sari, W. (2012). Penerapan fungsi manajemen dalam pengelolaan perpustakaan. *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*, 1(1), 41.
- Shapiro, Stewart, H., & Krishnan, S. (2001). Memory based measures for assessing advertising effect: A comparison of explicit and implicit memory effect, *Journal of Advertising*, 30(3).
- Shimp, A. T. (2000). Promosi dan periklanan aspek tambahan komunikasi pemasaran terpadu. Jakarta: Erlangga,
- Sistaningrum, W. (2006). Manajemen penjualan produk cetakan 5. Yogyakarta: Kansisu.

- Smith, & Hama. (2003). The effect of successful trade show attendance on future show interest: Exploring Japanese attendee perspectives of domestic and off shore international events. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 18(4/5), 403-418
- Solihin, I. (2012). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Stoner, J. A. (2004). *Manajemen. Jilid 1 edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujadi, (2011), Konsep Manajemen Strategik Sebagai Paradigma Baru Di Lingkungan Organisasi Pendidikan, *Jurnal Stie Semarang*, 3(3), 2-3
- Suwardjono. (2005). Belajar mengajar di perguruan tinggi: Redefinisi makna kuliah. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Siswoyo. (2007). *Ilmu pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Siallagan, D.F. (2011). *Fungsi dan peranan mahasiswa*. Bengkulu: UNIB
- Soehartono, I. (1995). *Metode penelitian sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Satori, D., & Komariah, A. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2007). *Metode penelitian pendidikan*. Bogor: Alfabeta.
- Sugiyarto, W.J., Sunaryo. 2015. Hubungan antara Hasil Seleksi penerimaan Mahasiswa baru (Sipenmaru) Motivasi Belajar Dan Dukungan Keluarga Dengan Prestasi Belajar Mahasiswa Di Akademi Keperawatan PPNI Surakarta, *Jurnal Keperawatan Intan Husada**Akper Insan Husada Surakarta***, 1(1), 31-35.
- Suwardjono, (2005). *Belajar Mengajar di Perguruan Tinggi : Redefinisi Makna Kuliah*, Yogyakarta:Universitas Gajah Mada.
- Sudjana, D. (2006). *Evaluasi Pendidikan Luar Sekolah*. Bandung: PT remaja rosdakarya

- Syamsuddin, Alim, N., & Samrin. (2018). Manajemen strategi dalam penguatan program studi manajemen pendidikan islam (MPI) fakultas tarbiyah dan ilmu keguruan IAIN kendari, *Jurnal Al-Ta'dib*, 11(2), 25
- Terry, G. R. (2016). *Asas-asas manajemen. cetakan ke 5*. Bandung: PT Alumni.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran, edisi ketiga*. Yogyakarta: ANDI.
- Undang-Undang Dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Pendidikan No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Jakarta: DEPAG, 2006).
- Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). Fungsi promosi dalam meningkatkan daya beli gadget Samsung di Kota Manado. *E-journal "Acta Diurna"*, 4(5), 1-12.
- Umar, H. (2005). *Strategic management in action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wardiah D., & Irmayani, H. (2017). Manajemen strategis kepala sekolah dalam upaya menarik minat calon peserta didik di smpit ar-ridho palembang. *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, 2(1), 35
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2003). *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Wibisono, D. (2006). *Manajemen Kinerja "Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Wirawan. (2011). *Evaluasi: Teori, Model, Standar, Aplikasi dan Profesi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wirakanda, G. G., & Pardosi, A. S. (2020). Pengaruh sales promotion terhadap keputusan pembelian (studi kasus di blibli.com). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1), ISSN: 2087-3077.
- Yunus, M., Mukmin Z., Takriyuddin, H. (2016). Pengaruh Beasiswa Bidik Misi Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Syiah Kuala, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kewarganegaraan Unsyiah Volume 1, Nomor: 1:49-60 Agustus 2016*
- Iainkendari.ac.id. (2017, 10 April). Pendaftar IAIN Kendari jalur SPAN lampau kuota, HTN jadi prodi favorit. Diakses pada 29 Oktober 2020, dari <http://iainkendari.ac.id/dashboard/detail/55>