

**Strategi Promosi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli
Pada Penerimaan Mahasiswa Baru**

***Promotion Strategy at Higher School of Economic Science
Mujahidin Tolitoli on New Student Admissions.***

Angga Prayudha Ashari H. Mallu¹, Muhammad Irvan², Ramlawati³

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin

(angga.prayudhahm@stiemujahidin.ac.id)¹

(muhammadirvan@stiemujahidin.ac.id)²

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin

(ramlawati@stiemujahidin.ac.id)³

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian adalah strategi promosi yang dapat diaplikasi oleh Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data kualitatif. Dan informan penelitian ini yaitu seluruh kepala bagian dan unsur ketua pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli. Teori yang digunakan pada penelitian ini Sebagian besar dari Rangkuti. Karena membahas tentang Analisis SWOT. Di mana dalam menentukan strategi promosi penerimaan mahasiswa baru peneliti menggunakan pendekatan analisis SWOT. Peneliti menyimpulkan bahwa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli harus agresif dalam menerapkan kebijakan pertumbuhan (*Growt Oriented Strategy*). Yaitu dengan menonjolkan fasilitas lengkap, biaya murah, penerapan Kurikulum Kampus Merdeka - Merdeka Belajar, kerjasama dengan pihak Pemerintah Daerah dan Swasta berupa beasiswa, lokasi kampus yang tentunya sangat strategis, *Brand Image* yang telah melekat pada masyarakat Kabupaten Tolitoli serta organisasi kemahasiswaan yang telah menghasilkan alumni yang berkualitas.

Kata Kunci : Mahasiswa, Promosi, Strategi, dan SWOT

ABSTRACT

The purpose of the study is a promotional strategy that can be applied by the New Student Admissions Committee of the higher school of economic science Mujahidin Tolitoli.. The type of data used in this study is qualitative data. And the informants of this research are all section heads and chairman elements at the higher school of economic science Mujahidin Tolitoli. The theory used in this study is mostly from Rangkuti. Because it talks about SWOT Analysis. Where in determining the strategy for promoting admission of new students researchers using a SWOT analysis approach. The researcher concluded that the Campus of higher school of economic science Mujahidin Tolitoli must be aggressive in Growt Oriented Strategy. Namely by highlighting complete facilities, low costs, the application of the independent campus - independent learning curriculum, cooperation with the Regional Government and the Private Sector in the form of scholarships, the location of the campus which is certainly very strategic, the Brand Image that has been attached to the people of Tolitoli Regency and student organizations that have graduate of quality..

Keywords : Promotion, Strategy, Student, and SWOT.

PENDAHULUAN

Pendidikan Tinggi baik negeri maupun swasta memerlukan calon mahasiswa. Oleh karena itu perlu strategi dapat memberikan pengaruh untuk menentukan berhasil atau tidaknya dalam menarik minat calon mahasiswa. Apabila strategi yang dilaksanakan mampu menarik banyak minat calon mahasiswa dengan baik, hal ini akan mempengaruhi visi dan misi dari Perguruan Tinggi itu sendiri.

Biasanya perguruan tinggi mengawali dengan membagikan formulir registrasi. Strategi yang dicoba oleh para pengelola antara lain, dengan prospek masa depan yang terang, fasilitas serta prasarana perkuliahan yang lengkap, serta kualitas pembelajaran yang sangat baik dan sudah terakreditasi pastinya. Daya tarik yang ditonjolkan guna memancing calon mahasiswa, kalau dalam promosi dari perguruan tinggi tidak segan-segan menginformasikan kesuksesan lulusannya, dengan mengatakan beberapa lulusannya yang memegang jabatan besar di bermacam institusi ataupun sudah jadi pengusaha-pengusaha. Tidak hanya itu, promosi lewat orang populer selaku daya tarik tertentu untuk para calon mahasiswa pula digunakan bermacam perguruan tinggi.

Masih terbentuknya pola promosi yang menjanjikan kemudahan dengan bermacam iming-iming menggambarkan sesuatu cerminan kalau masih terdapat perguruan tinggi yang kurang sanggup melaksanakan inovasi dalam perihal mutu pembelajaran. Kecenderungan tersebut bakal menghancurkan dunia pembelajaran, karna kesimpulannya publik bukan kuliah buat tingkatan mutu diri, melainkan cuma mengejar gelar guna *prestise*.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta bergensi yang berada dalam Wilayah Kopertis XVI. Sejak berdirinya pada tahun 2001 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia

Nomor 237/D/0/2001, kampus ini telah mencetak ribuan alumni sebagian telah sukses dalam pekerjaan yang mereka geluti baik Pemerintahan maupun swasta.

Setiap tahun pendaftar calon mahasiswa baru berasal dari daerah dan asal sekolah yang berbeda-beda. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin telah memanfaatkan beberapa media dalam promosi baik media cetak, media elektronik maupun media sosial dan bahkan promosi langsung ke sekolah SMK dan SMA sederajat. Upaya penerapan strategi promosi ini dilakukan agar jumlah mahasiswa baru yang diterima tidak menurun. Saat ini lebih dari ribuan mahasiswa memilih menuntut ilmu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin. Mereka tersebar di Jurusan Manajemen dan Ekonomi Pembangunan. Promosi yang dikenalkan kepada calon mahasiswanya adalah sesuatu yang diunggulkan seperti Akreditasi yang telah diperoleh maupun suasana akademik selama perkuliahan.

Hasil Kelulusan Siswa dan Mahasiswa Baru

Berdasarkan data dinas Pendidikan Kabupaten Tolitoli dan data Program studi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin. Bahwa jumlah mahasiswa baru pada tahun 2017 persentase jumlah mahasiswa dari total siswa yang tamat SMA/SMK derajat sebesar 17,06%, sedangkan pada tahun 2018 terjadi penurunan sebesar 4,79% menjadi 12,27%. Hal ini merupakan suatu kewajaran, dimana pada tahun 2018 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli sedang fokus dalam pengurusan reakreditasi dua program studi dan akreditasi institusi. Jadi, promosi penerimaan mahasiswa baru kurang maksimal pada tahun 2018 kurang maksimal.

Pada 2019 kembali terjadi penurunan sebesar 2,84% menjadi 9,43%. Hal ini terjadi efek pergantian pimpinan karena Ketua sebelumnya meninggal dunia. Jadi, pada tahun 2019 terjadi masa transisi dan

rotasi pengelola yang mengakibatkan tidak maksimalnya penerimaan mahasiswa baru.

Penurunan persentase penerimaan mahasiswa baru kembali terjadi pada tahun 2020 sebesar 2,8% menjadi 6,63%. Salah satu penyebabnya adalah dampak mewabahnya virus Covid-19 di Kabupaten Tolitoli. Hal ini terjadi hampir seluruh wilayah Indonesia. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan berkurangnya pendaftar mahasiswa baru, karena hampir seluruh perguruan tinggi menerapkan pendaftaran *online*. Akibatnya Sebagian calon mahasiswa baru memilih kuliah di luar Kabupaten Tolitoli. Hal ini juga didukung oleh diterapkannya pembelajaran *daring* dan *work form home* (WFH) bagi pekerja kantor.

Dan akhirnya pada tahun 2021 persentase penerimaan mahasiswa baru mengalami kenaikan sebesar 1,85% menjadi 8,48%. Hal ini terjadi dikarenakan penerapan *Social Distancing* dan terbatasnya ruang gerak masyarakat untuk keluar daerah dan hal ini yang menunjukkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi masih diminati oleh masyarakat di Kabupaten Tolitoli.

Karena terjadinya penurunan persentase jumlah calon mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021 serta berbanding terbalik dengan jumlah lulusan SMA/SMK sederajat yang selalu mengalami peningkatan tiap tahunnya. Dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan pendaftar calon mahasiswa baru. Karena perubahan persentase inilah yang mendasari peneliti untuk mengusulkan penelitian tesis tentang strategi promosi.

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah strategi yang dapat diaplikasi oleh Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin.

Analisis SWOT

SWOT adalah teknik perencanaan penting yang digunakan untuk menilai Kekuatan, kelemahan, Peluang yang Berharga dan Ancaman dalam suatu usaha. Studi ini menunjukkan bahwa pelaksanaan organisasi tidak sepenuhnya diatur oleh campuran faktor *Internal* dan *Eksternal*. Kedua elemen ini harus dilihat seperti dalam pengujian SWOT. SWOT adalah singkatan dari aspek internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta aspek eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi perusahaan dalam dunia bisnis. "Analisis SWOT menganalogikan antara aspek Eksternal Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*) dengan aspek Internal Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weaknesses*).” Rangkuti (2018:20).

Berdasarkan penjelasan konseptual di atas maka penulis menyimpulkan kerangka pikir untuk menyelesaikan masalah menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi langsung, wawancara dan dokumentasi dengan pendekatan analisis SWOT agar menghasilkan kesimpulan berupa strategi yang dapat diimplementasikan pada promosi Penerimaan Mahasiswa Baru pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli.

METODE

Adapun jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yaitu mendeskripsikan sesuatu berarti menggambarkan apa, mengapa dan bagaimana suatu kejadian terjadi". Penelitian ini bermaksud mendeskripsikan tentang Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli.

Lokasi penelitian adalah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli yang beralamat Jalan Dr. Samratulangi No. 51 Kelurahan Tuweley Kecamatan Baolan Kabupaten Tolitoli. Waktu penelitian yang dibutuhkan selama 3 bulan yaitu mulai 01 Maret 2022 sampai dengan 30 Mei 2022. Informan dalam penelitian ini akan dipilih secara *purposive*, yaitu suatu prosedur

pemeriksaan dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu, strategi ini dapat diartikan sebagai suatu siklus pengujian dengan terlebih dahulu menentukan jumlah tes yang akan diambil, kemudian selanjutnya memilih tes berdasarkan tujuan tertentu, selama tidak menyimpang dari kualitas contoh yang ditetapkan. Burhan (2008).

Bila dilihat dari teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Maka, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi langsung, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati proses promosi yang dilakukan oleh panitia penerimaan mahasiswa baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli.

2. Wawancara

Pertanyaan dari wawancara dengan pendekatan SWOT, baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal atau terdiri dari empat kategori yaitu Ancaman, Peluang, Kekuatan dan Kelemahan.

3. Dokumentasi

Dalam proses penelitian, peneliti juga menyelidiki data penerimaan dan benda – benda tertulis seperti Hasil wawancara dan dokumen berupa brosur Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Observasi

Berdasarkan hasil observasi peneliti proses promosi yang dilakukan oleh Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin untuk tahun 2022. Panitia penerimaan

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang akan dideskripsikan.

2. Sumber Data

- a. Data primer, Peneliti mendapatkan hasil dari narasumber dengan mengarahkan pertemuan dan diarahkan melalui aturan wawancara sesuai pusat eksplorasi.
- b. Data sekunder, merupakan hasil wawancara dari informan berdasarkan pendekatan analisis SWOT di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli

Dalam penelitian ini Teknik yang digunakan adalah analisis data secara induktif. Menurut Zuchri Abdussamad (2021:85) “Analisis informasi secara induktif merupakan pengambilan kesimpulan bertolak dari fakta- fakta eksklusif yang di peroleh di lapangan serta bukan dari teori tertentu”.

Maka informan sebagai sumber data yang berasal dari wawancara dengan pendekatan analisis SWOT. Indikatornya yaitu Ancaman, Peluang, Kelemahan dan Kekuatan. Berdasarkan indikator tersebut akan menghasilkan strategi promosi yang dapat digunakan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli dalam promosi penerimaan mahasiswa baru.

mahasiswa baru dilakukan oleh pengelola dan dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli. Dalam pelaksanaan penerimaan calon mahasiswa baru dibagi menjadi tiga gelombang pendaftaran dan mendaftar secara online pada link pendaftaran

<http://pmb.stiemujahidin.ac.id/>. Dalam mempromosikan penerimaan mahasiswa

baru, panitia membuat grup *whatsapp* untuk calon mahasiswa baru, sosialisasi sekolah, penyebaran brosur, pemasangan spanduk penerimaan, beriklan melalui siaran radio dan media sosial.

a. Grup *Whatsapp*

Pada penerimaan mahasiswa baru untuk tahun 2022 panitia telah membuat grup *whatsapp*. Grup ini merupakan wadah untuk berbagai informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa nantinya sebelum atau sesudah melakukan pendaftaran secara online.

b. Sosialisasi Sekolah

Sosialisasi sekolah dilaksanakan oleh panitia penerimaan mahasiswa baru pada beberapa sekolah yang berada di Kabupaten Tolitoli dan Buol. Kegiatan ini dilakukan pada waktu sebelum dilaksanakannya ujian akhir oleh pihak sekolah dan pemerintah.

c. Penyebaran Brosur

Dalam proses penyebaran brosur, panitia melakukan dengan cara memberikan secara langsung

kepada pihak sekolah atau siswa pada saat bersosialisasi di sekolah.

d. Pemasangan Spanduk dan Baliho

Dalam proses ini, panitia penerimaan mahasiswa baru memasang beberapa spanduk di tempat – tempat strategis dan juga di beberapa sekolah yang telah dikunjungi untuk bersosialisasi. Baliho juga dipasang dalam wilayah kampus.

e. Media Sosial

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli memiliki beberapa akun media sosial yang dikelola oleh tim media *center*. Pada kesempatan ini panitia juga mempromosikan penerimaan mahasiswa baru melalui media ini.

f. Siaran Radio

Selain media sosial, panitia juga mempromosikan penerimaan mahasiswa baru melalui siaran radio yang disiarkan pada gelombang 102.0 FM dan beberapa gelombang lainnya selama dua bulan (Maret dan April).

Wawancara

Berdasarkan wawancara bebas terpimpin yang dilakukan oleh peneliti kepada para informan. Hasil wawancara beberapa informan, maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

a) Kekuatan

1. Sarana dan prasarana yang dimaksud adalah ruang kelas yang memadai dan telah menggunakan proyektor dan AC (*Air Conditioning*), adanya sarana ibadah, tempat olah raga, laboratorium, perpustakaan dan tentunya jaringan internet *free wifi*.
2. Biaya kuliah murah yang dimaksud adalah ada kebijakan pembayaran dilakukan sebanyak dua atau tiga kali dan juga jika dibandingkan dengan

perguruan tinggi lain, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli termasuk murah.

3. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli telah menggunakan Sistem Informasi Akademik guna kegiatan akademik, kemahasiswaan dan juga sistem untuk tenaga pendidik yang terintegrasi pada sistem LLDIKTI. Sistem informasi ini bisa di akses secara *online*.
4. Hasil dari Kerjasama dengan pihak Pemerintah dan swasta adalah dengan adanya beasiswa, baik beasiswa untuk mahasiswa kurang mampu maupun mahasiswa

berprestasi. Dan juga beasiswa dari Pemerintah pusat (DIKTI) seperti KIP-Kuliah.

5. *Brand image* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli termasuk tinggi, karena lulusan atau alumni yang bekerja telah menduduki jabatan penting serta adanya promosi tak langsung turun temurun dari keluarga atau kerabat lulusan yang dapat meningkatkan minat calon mahasiswa.
6. Lokasi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli berada di tengah kota tepatnya di Kelurahan Tuweley Kecamatan Baolan, hal ini dapat memudahkan akses mahasiswa menuju kampus.
7. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli telah memiliki empat belas (14) organisasi kemahasiswaan yang dapat meningkatkan kreatifitas, bakat serta *soft skill*.

b) Kelemahan

1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli saat masih berstatus akreditasi C. Namun pada tahun 2023 akan melaksanakan reakreditasi baik program studi maupun institusi.
2. Fasilitas Query merupakan fasilitas untuk pelaporan bagi tenaga pendidik dalam mengurus kenaikan pangkat atau program hibah, *FEEDER*, dan lain-lain.
3. Saat ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli masih mengandalkan mahasiswa sebagai sumber keuangan dan belum pernah mendapatkan bantuan keuangan dari pihak manapun.

4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin masih membiayai segala kegiatan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, operasional harian. Namun dari tahun 2021 tenaga pendidik berhasil meraih dana hibah penelitian dari Ditjen Diktiristek yang dapat membantu peneliti kampus.
5. Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli masih berdasarkan setiap Angkatan. Dan organisasi Ikatan Alumni masih vakum. Hal ini harus dihidupkan kembali agar dengan alumni dapat ikut mendukung setiap kegiatan.

c) Peluang

1. Dunia kerja saat ini rata – rata membutuhkan tenaga yang berkualifikasi sebagai sarjana.
2. Pendidik mendapatkan bantuan penelitian berupa dana hibah penelitian program pemerintah. Dan juga bagi dosen yang tersertifikasi. Dan tenaga kependidikan menjadi peserta BPJS.
3. Setiap kegiatan pemerintah daerah selalu mengundang kampus untuk berpartisipasi.
4. Kurikulum terbaru ini sangat mendukung kampus dan mahasiswa, karena dapat meningkatkan kemandirian mahasiswa untuk mengenal dunia kerja sebelum menyelesaikan kuliah.
5. Dengan adanya LLDIKTI XVI Wilayah Gorontalo, Sulawesi Utara dan Sulawesi Tengah, dapat memudahkan kampus untuk berkoordinasi.
6. Alumni yang telah bekerja dapat menjadi agen dalam mempromosikan kampus.

Dengan memberikan testimoni berupa pengalaman selama kuliah baik pelayanan akademik maupun pelayanan non akademik yang dialami oleh alumni sendiri.

d) Ancaman

1. Dalam Kabupaten Tolitoli, ada Universitas Madako yang menjadi pesaing karena memiliki Fakultas Ekonomi dan telah terakreditasi.
2. Diluar daerah Kabupaten Tolitoli utamanya Kota Palu, sudah banyak perguruan tinggi baik negeri maupun swasta yang memiliki berbagai macam

Pembahasan

Berdasarkan dari deskripsi pernyataan hasil wawancara diatas. Maka, dalam menentukan analisis SWOT yang merupakan pendekatan untuk menghasilkan Strategi Promosi pada Penerimaan Mahasiswa Baru Di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli butuh melalui sebagian tahapan- tahapan yang wajib di jalani dalam mengenali isu-isu maupun faktor- faktor yang sanggup pengaruhi lembaga, baik dari internal ataupun eksternal. Dari hasil identifikasi, selanjutnya dicoba penghitungan lewat matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategic*).

Berdasarkan hasil pengolahan analisis SWOT maka posisi kuadran hasil dari penghitungan IFAS serta EFAS ialah kuadran 1 maupun Kekuatan– Peluang(S– O). Jumlah skor nilai dari perhitungan matriks IFAS sebesar 1, 46 yang terletak pada titik garis sumbu X pada kuadran SWOT. Berikutnya jumlah skor nilai dari penghitungan matriks EFAS ialah sebesar 1, 78 yang terletak pada garis sumbu Y pada kuadran SWOT. Sehingga peran dari posisi Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli berada pada kuadran 1 dengan titik koordinat (1,46 ;

jurusan. Bagi calon mahasiswa yang ingin kuliah pada jurusan berbeda, sudah pasti keluar daerah.

3. Sebagian perusahaan atau bahkan kementerian terkait, menjadikan Akreditasi B sebagai persyaratan dalam merekrut pegawai baru.

Dokumentasi

Dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dokumentasi pada saat melakukan wawancara kepada para informan dan hasil wawancara dari salah satu informan yaitu Ketua Program Studi Manajemen.

1,78) yang artinya bahwa strategi Kekuatan – Peluang (S – O) pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli harus agresif dalam menerapkan kebijakan pertumbuhan (*Growt Oriented Strategy*).

Strategi Kekuatan – Peluang (S – O) yang dimaksud adalah dengan menonjolkan fasilitas lengkap, biaya murah, penerapan Kurikulum Kampus Merdeka - Merdeka Belajar, kerjasama dengan pihak Pemerintah Daerah dan Swasta berupa beasiswa, lokasi kampus yang tentunya sangat strategis, *Brand Image* yang telah melekat pada masyarakat Kabupaten Tolitoli serta organisasi kemahasiswaan yang telah menghasilkan alumni yang berkualitas.

Hasil ini sejalan artikel Zainal Abidin, dkk. (2020) yang meneliti tentang Analisis SWOT serta Pemetaan Strategi Pada STIE Syari' ah Al- Mujaddid Tanjung Jabung Timur dimana hasil penelitiannya membuktikan pada posisi garis titik koordinat pada kuadran 1 ataupun Kekuatan– Peluang (S– O). Dalam riset ini menganalisis SWOT saat sebelum mengadakan Pemetaan Strategi Pada STIE Syari' ah Al- Mujaddid Tanjung Jabung Timur”.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis SWOT baik matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategic*) diatas. Yang menunjukkan kedudukan dari posisi Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli berada pada kuadran 1 dengan titik koordinat (1,46 ; 1,78) yang artinya bahwa strategi Kekuatan – Peluang (S – O) pada pendekatan analisis SWOT. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa Kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli harus agresif dalam menerapkan kebijakan pertumbuhan (*Growt Oriented Strategy*). Yaitu dengan menonjolkan fasilitas lengkap, biaya murah, penerapan Kurikulum Kampus Merdeka - Merdeka Belajar, kerjasama dengan pihak Pemerintah Daerah dan Swasta berupa beasiswa, lokasi kampus yang tentunya sangat strategis, *Brand Image* yang telah melekat pada masyarakat Kabupaten Tolitoli serta organisasi kemahasiswaan yang telah menghasilkan alumni yang berkualitas.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yaitu:

1. Perhitungan EFAS dan IFAS yang masih memiliki kekurangan.
2. Penentuan bobot dan rating masih berdasarkan asumsi peneliti.

Saran

Langkah – Langkah yang seharusnya dilakukan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli dalam penerimaan mahasiswa baru adalah:

1. Pada saat sosialisasi disekolah Panitia sebaiknya menonjolkan fasilitas lengkap, biaya murah, penerapan Kurikulum Kampus Merdeka - Merdeka Belajar, kerjasama dengan pihak Pemerintah Daerah dan Swasta berupa beasiswa, lokasi kampus yang tentunya sangat strategis serta

organisasi kemahasiswaan yang telah menghasilkan alumni yang berkualitas.

2. Memaksimalkan promosi penerimaan mahasiswa baru melalui berbagai media *online*.
3. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti sebaiknya mengukur tingkat efektifitas dari strategi yang diterapkan atau paling tidak mendeskripsikan efektifitas dalam mengimplementasi strategi penerimaan mahasiswa baru.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak STIE Panca Bhakti Palu dan Seluruh Civitas Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin Tolitoli atas Kerjasama dan dukungannya dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2000. *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga.
- Abdel Fattah Mahmoud Al-Azzam. 2015. *The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction: A Field Study of Arab Bank in Irbid City, Jordan*. European Journal of Business and Management. Vol.7, No.15, 2015.
- Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, 2015. *Manajemen Strategis (Kajian Manajemen Strategis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial dan Politik*, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abdullah, Ridwan. 2015. *Pembelajaran Saintifik untuk Implementasi Kurikulum 2013*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Abdussamad Zuchri, 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press, Makassar.

- Abidin, Zainal, dkk. 2020. *Analisis SWOT dan Pemetaan Strategi Pada STIE Syari'ah Al-Mujaddid Tanjung Jabung Timur*. Jambi. Jemsi, Dinasti Reviuw.
- Alma, Buchari, 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Alviana, S., & Kurniawan, B. 2019. *Analisis Data Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk Meningkatkan Potensi Pemasaran Universitas Menggunakan Business Intelligence (Studi Kasus Universitas XYZ)*. Jurnal Infotronik, 4(1).
- Ardial. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris Jatmika Diyatma, 2017, *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro*, e-*Proceeding of Management: Vol.4, No.1 April 2017*, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Telkom.
- Bungin & Burhan. 2008. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Chasanah, T. T., & Widiyono. 2017. *Penentuan Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Algoritma Clustering K-Means*. XII(1), 39–44. <http://jurnal.stmik-wp.ac.id>.
- David, Fred R. 2002. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Prenhallindo. Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Strategik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Grasindo.
- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep, Buku 1*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Fatimah, Fajar Nur'aini D. 2016, *Teknik Analisis SWOT, Quadrant*. Jakarta.
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6. No 4.
- Jeni Yon Ismaya. 2017. *Analisis SWOT Untuk Mengetahui Positioning Perusahaan Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada UD. Rumecko Di Mojokerto*. Universitas Bhayangkara, Surabaya.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Malau, Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Nourlette, Riszky Ramadhan, dkk. 2017. *Penentuan Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Hotel Nongsa Point Marina & Resort Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis*. Batam.
- Rangkuti, Freddy. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwansyah, Ardhi. 2017. *Instant Marketing For Busy People: Rangkuman Intisari Pemasaran*. Esensi. Jakarta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Satori, Djam'an. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swardana, I Made. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Mataram (Studi Kasus Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM)*. Mataram: Jurnal FORKAMMA.
- Umami, I. R. 2019. *Strategi Promosi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2018/2019*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau.
- Wijaya, N. Q. 2016. *Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru Studi Pada Universitas Wiraraja Sumenep*. Seminar Nasional Dan Call of Paper, 91–106.