

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini disimpulkan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru

Berdasarkan strategi yang sudah dilakukan oleh Unit Marketing dan Promosi Universitas Muhammadiyah Metro, yaitu dengan kunjungan promosi ke Sekolah, Sosialisasi Mahasiswa, Interaksi dengan pihak sekolah dan promosi melalui media sosial dengan pembuatan konten yang menarik semuanya sudah dilakukan dengan baik, untuk peningkatan strategi promosi dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi pada media sosial dan memperluas jangkauan sekolah yang dikunjungi seperti berkunjung ke sekolah-sekolah yang ada diluar Lampung.

2. Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih UM Metro

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk memilih melanjutkan pendidikan pada Universitas Muhammadiyah Metro adalah Universitas Muhammadiyah Metro dekat dengan domisisli, Akreditasi, Kualitas, Biaya Terjangkau dan karena Universitas Muhammadiyah Metro berbasis Muhammadiyah/ Islam.

3. Upaya UM Metro menghadapi persaingan dalam memperoleh Mahasiswa Baru

Hasil dari Analisis SWOT dirumuskan bahwa strategi yang cocok adalah *Support growth oriented strategy* (SO). Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada pada Universitas Muhammadiyah Metro dan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu diperlukannya juga upaya penaikan branding juga kualitas kampus agar dapat menarik minat calon mahasiswa untuk memilih Universitas Muhammadiyah Metro

B. Saran

Untuk memaksimalkan pemasaran atau promosi bagi peningkatan jumlah mahasiswa baru Universitas Muhammadiyah Metro, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengoptimalkan promosi online melalui media sosial dan website, meningkatkan pembuatan konten yang lebih menarik untuk segmentasi pasar sesuai usia siswa SMA/SMK/MAN (16-20 Tahun) serta merujuk kepada minat dan lainnya dalam kegiatan promosi yang lebih berfokus kepada siswa. Lalu menggiatkan promosi dengan keterlibatan seluruh warga Universitas Muhammadiyah Metro dengan kesadaran setiap individu.
2. Terus meningkatkan edukasi tentang minat siswa untuk berkuliah terutama untuk siswa kelas XI dan XII. Untuk meningkatkan minat siswa untuk berkuliah di Universitas Muhammadiyah Metro perlu ditampilkan keunggulan Universitas Muhammadiyah Metro, misalnya: Fasilitas, Akreditasi, Beasiswa, Biaya UKT Terjangkau dan lain-lain.
3. Meningkatkan dan terus mengoptimalkan *branding* Universitas Muhammadiyah Metro secara fisik maupun non fisik sehingga dapat unggul dalam persaingan dengan perguruan tinggi lainnya.