

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari permasalahan yang diteliti dan berdasarkan analisa yang telah dipaparkan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran STAI As-Sunnah mencakup pendekatan langsung melalui media sosial dan platform digital, serta pendekatan tidak langsung melalui jaringan alumni, program pengabdian dan program-program sosial.
2. Lulusan STAI As-Sunnah memiliki daya saing yang tinggi terutama dalam ilmu syar'i, bahasa Arab, dan hafalan Al-Quran. Tidak hanya kompeten secara akademis tetapi juga memiliki nilai-nilai keislaman yang kuat yang mencakup etika kerja, tanggung jawab sosial, dan integritas serta moral yang tinggi.
3. Dalam memasarkan lulusannya, STAI As-Sunnah menerapkan beberapa strategi yang mencakup: a) rekrutmen dan penempatan kerja, b) kurikulum perguruan tinggi, c) kemitraan dengan lembaga terkait, d) promosi melalui media sosial, dan e) dukungan alumni dan perguruan tinggi.

B. Saran

Berikut adalah beberapa saran dari peneliti dalam rangka memberikan sumbangan praktis dari hasil penelitian yang telah dilakukan:

Pertama, terkait dengan strategi pemasaran lulusan yang diterapkan oleh STAI As-Sunnah, maka penting untuk merancang strategi pemasaran yang efektif agar dapat menguasai segmentasi pasar. Studi komparatif dengan institusi pendidikan tinggi lainnya baik di dalam maupun luar negeri juga perlu dilakukan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran yang lebih efektif dan dapat diadaptasi oleh Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah.

Kedua, STAI As-Sunnah juga perlu memastikan bahwa lulusannya tidak hanya cepat mendapatkan pekerjaan, tetapi juga merasa puas dan

termotivasi dalam karir mereka, termasuk tingkat gaji dan relevansi dengan keterampilan yang dimiliki. Hal ini akan berkontribusi pada kesejahteraan mereka secara keseluruhan dan meningkatkan reputasi institusi dalam jangka panjang.

Ketiga, perlu adanya pengembangan model pemasaran lulusan pendidikan yang khusus dirancang untuk lembaga pendidikan tinggi keagamaan, yang dapat diimplementasikan oleh lembaga lain dengan karakteristik serupa.

C. Implikasi

Berikut adalah implikasi dari penelitian ini:

1. Pendekatan langsung melalui media sosial dan platform digital berimplikasi pada peningkatan visibilitas dan aksesibilitas informasi tentang kampus. Konten berkualitas yang disebarakan melalui media sosial dapat menarik minat calon mahasiswa dan memberikan gambaran yang jelas tentang nilai-nilai dan keunggulan STAI As-Sunnah. Selain itu, penggunaan iklan berbayar dapat memperluas jangkauan kampanye pemasaran, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan jumlah pendaftar. Adapun pendekatan tidak langsung melalui jaringan alumni, program pengabdian, dan program sosial berimplikasi pada penguatan citra positif dan kredibilitas kampus. Alumni yang aktif mempromosikan kampus dapat memberikan testimoni yang meyakinkan bagi calon mahasiswa. Program pengabdian dan kegiatan sosial yang melibatkan mahasiswa dan dosen dapat meningkatkan reputasi STAI As-Sunnah sebagai institusi yang peduli terhadap masyarakat dan memiliki komitmen tinggi terhadap tanggung jawab sosial.
2. Kompetensi akademis dan profesional lulusan yang tinggi berimplikasi pada kemampuan mereka untuk bersaing di pasar kerja. Mereka tidak hanya memiliki pengetahuan mendalam dalam bidang studi mereka tetapi juga keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri. Adapun nilai-nilai keislaman yang kuat, termasuk etika kerja, tanggung jawab sosial, dan integritas, berimplikasi pada pembentukan

karakter lulusan yang tidak hanya kompeten secara teknis tetapi juga memiliki moral dan etika yang tinggi. Hal ini meningkatkan kepercayaan pemberi kerja terhadap lulusan STAI As-Sunnah dan dapat membuka lebih banyak peluang kerja bagi mereka.

3. Implementasi strategi pemasaran lulusan memiliki beberapa implikasi kunci:
 - a) Rekrutmen dan penempatan kerja yang efektif berimplikasi pada peningkatan peluang kerja bagi lulusan. Kemitraan dengan berbagai lembaga dan perusahaan memungkinkan lulusan untuk mendapatkan akses ke berbagai kesempatan kerja dan magang. Pusat karir yang aktif memfasilitasi proses ini akan meningkatkan tingkat penempatan kerja lulusan.
 - b) Kurikulum perguruan tinggi yang relevan dan komprehensif berimplikasi pada kesiapan lulusan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja. Kurikulum yang disesuaikan dengan kebutuhan industri memastikan bahwa lulusan memiliki keterampilan yang dibutuhkan oleh pemberi kerja, sehingga meningkatkan daya saing mereka.
 - c) Promosi melalui media sosial berimplikasi pada peningkatan profil lulusan dan visibilitas kampus. Menampilkan profil lulusan yang berprestasi dan kegiatan kampus yang mendukung pengembangan karir dapat menarik perhatian calon pemberi kerja dan masyarakat luas.
 - d) Kemitraan dengan lembaga terkait berimplikasi signifikan pada peningkatan peluang kerja bagi lulusan STAI As-Sunnah Deli Serdang. Kolaborasi ini memungkinkan kampus menyesuaikan kurikulum dengan kebutuhan lembaga, memastikan lulusan memiliki keterampilan yang relevan dan *up-to-date*. Kemitraan ini juga memperkuat jaringan profesional lulusan, meningkatkan daya saing di pasar kerja, serta memperkuat reputasi STAI As-Sunnah sebagai institusi pendidikan yang responsif terhadap kesuksesan karir lulusannya.

- e) Dukungan dari alumni dan perguruan tinggi berimplikasi pada terciptanya jaringan profesional yang kuat yang dapat membantu lulusan dalam mencari pekerjaan dan mengembangkan karir. Alumni yang sukses dapat memberikan bimbingan dan membuka pintu bagi lulusan baru, sementara dukungan terus-menerus dari perguruan tinggi menunjukkan komitmen STAI As-Sunnah terhadap kesuksesan jangka panjang para lulusannya.

