

**STRATEGI REKRUTMEN MAHASISWA BARU DENGAN
MENGUNAKAN SWOT PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN
SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Disusun Oleh :

Agus Ali Mashuri
NIM : 20104090002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2024**

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 513056 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2509/Un.02/DT/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI REKRUTMEN MAHASISWA BARU DENGAN MENGGUNAKAN SWOT PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UIN SUNAN KALIJAGAYOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AGUS ALI MASHURI
Nomor Induk Mahasiswa : 20104090002
Telah diujikan pada : Senin, 26 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 66d02350a1636

Ketua Sidang

Rinduan Zain, S.Ag, MA.
SIGNED



Valid ID: 66d01ce517e41

Penguji I

Muhammad Qowim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED



Valid ID: 66cef52ec2662

Penguji II

Syaefudin, M.Pd.
SIGNED



Valid ID: 66d024979d48a

Yogyakarta, 26 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd.
SIGNED

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Ali Mashuri

NIM : 20104090002

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN SWOT DI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM" adalah asli, sesuai data di lapangan dan bukan plagiasi karya orang lain kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 18 Mei 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Agus Ali Mashuri
NIM, 20104090002

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kpd Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi, serta mengadakan bimbingan seperlunya, kami selaku Dosen Pembimbing Skripsi berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Agus Ali Mashuri

NIM : 20104090002

Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN
MENGUNAKAN SWOT DI FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

Sudah dapat diajukan kepada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Pendidikan.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera di munaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, Mei 2024

Pembimbing Skripsi

(Rinduan Zain, S.Ag.MA.)

NIP. 197044071997031001

ABSTRAK

Agus Ali Mashuri *Analisis Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru dengan Menggunakan SWOT pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi Program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2024.*

Penelitian ini bermula dari ketertarikan peneliti terhadap strategi rekrutmen mahasiswa baru yang dilakukan oleh Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga, karena meski di tengah kompetisi rekrutmen mahasiswa baru jasa pendidikan yang sangat ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan yang diimplementasikan di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data primer yang diperoleh oleh beberapa informan yang berhubungan langsung sesuai dengan fakta dengan menyesuaikan variabel penelitian, Informan pada penelitian ini di antaranya mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam, admisi UIN Sunan Kalijaga dan sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Dengan teknik pengumpulan data yang didasarkan dengan tiga metode yakni observasi lapangan yang dilakukan dalam satu bulan di lokasi objek penelitian, wawancara yang dilakukan dengan beberapa narasumber, Serta adanya dokumentasi. Teknik analisis data yang didasarkan pada olah data kualitatif yakni transcript, coding, grouping, comparing dan contrasting. Teknik keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi sumber.

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga telah menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan dengan masif melalui rekrutmen mahasiswa baru *online* dan *offline*. Terkait rekrutmen mahasiswa baru *online* Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga melakukan rekrutmen mahasiswa baru tersebut melalui platform media sosial, konten yang disajikan mengenai seputar informasi di UIN Sunan Kalijaga, serta konten yang menyesuaikan trend dengan tujuan menarik minat masyarakat luas. Untuk terkait rekrutmen mahasiswa baru *offline* Program Studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga melakukan rekrutmen mahasiswa baru tersebut dan sebagainya. Strategi rekrutmen mahasiswa baru di UIN Sunan Kalijaga khususnya di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam berhasil menjangkau masyarakat secara luas baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa di Nusa Tenggara Barat, Maluku, Lampung, Palembang dan Kalimantan. Faktor keberhasilan dalam strategi rekrutmen mahasiswa baru merupakan peran penting dalam memperoleh calon mahasiswa baru yang masuk di setiap tahunnya.

Kata kunci : Analisis, Strategi, Rekrutmen

ABSTRACT

Agus Ali Mashuri Rekrutmen New Student Strategy using SWOT in the Islamic Education Management Study Program Faculty of Tarbiyah and Teacher Training. Islamic Education Management Study Program Thesis, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2024.

This research began with the researcher's interest in the rekrutmen strategies carried out by the Islamic Education Management Study Program at UIN Sunan Kalijaga, because even in the midst of very tight rekrutmen competition for educational services. Currently, the Islamic Education Management Study Program is able to survive and compete superiorly with other education providers. The aim of this research is to analyze the educational rekrutmen strategies implemented in the Islamic Education Management Study Program.

This research was conducted in the Islamic Education Management study program. Primary data obtained by several informants who had direct contact was in accordance with the facts by adjusting the research variables. Informants in this research included Islamic Education Management students, UIN Sunan Kalijaga admissions and the secretary of the Islamic Education Management study program. With data collection techniques based on three methods, namely field observations carried out within one month at the location of the research object, interviews conducted with several sources, and documentation. Data analysis techniques based on qualitative data processing theory are transcript, coding, grouping, comparing and contrasting. Data validity techniques are carried out using source triangulation methods.

The Islamic Education Management study program at UIN Sunan Kalijaga has implemented a massive educational rekrutmen strategy through online and offline rekrutmen. Regarding online rekrutmen, Islamic Education Management at UIN Sunan Kalijaga carries out this rekrutmen through social media platforms, content is presented regarding information at UIN Sunan Kalijaga, as well as content that adapts to trends with the aim of attracting the interest of the wider public. Regarding offline rekrutmen, the Islamic Education Management study program at UIN Sunan Kalijaga carries out rekrutmen through admission partner programs, installing billboards, distributing brochures, visiting schools, diversity pathways and so on. The rekrutmen strategy at UIN Sunan Kalijaga, especially in the Islamic Education Management study program, has succeeded in reaching the wider community both on Java and outside Java in West Nusa Tenggara, Maluku, Lampung, Palembang and Kalimantan. Success factors in rekrutmen strategies play an important role in attracting prospective new students every year.

Keywords: Analysis, Strategy, Recruitment

MOTTO

أَكْرِمُوا أَضْوَالَ بَنِيكُمْ وَأَحْسِنُوا أَعْيُنَهُمْ

“Muliakanlah anak-anakmu dan baguskanlah pendidikan mereka”

(H.R.At-Thabrani dan Khatib)



PERSEMBAHAN

Persembahan Skripsi untuk:

Almamater Tercinta

Program Studi Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

الحمد لله رب العالمين

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Dengan Menggunakan SWOT Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat-sahabatnya dan para pengikut beliau yang telah ikhlas memeluk agama Allah SWT dan mempertahankannya sampai akhir hayat. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi SI Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan keguruan dalam tugas akhir. Penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang senantiasa memberikan motivasi dan bimbinganya hingga skripsi ini selesai. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. yang telah memberikan motivasi dan ilmu pengetahuan yang berharga selama peneliti menempuh perjalanan sebagai mahasiswa UIN Sunan Kalijaga.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan UIN Sunan Kalijaga. yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, dan motivasi yang berharga selama peneliti menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
3. Bapak Dr. Zainal Arifin, M.Si. selaku Kaprogram studi Manajemen Pendidikan Islam UIN Sunan Kalijaga dan Dosen Penasehat Akademik (DPA) yang selalu sabar dan ikhlas dalam memberikan bimbingan serta dalam memberikan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nora Saiva Jannana, M.Pd., yang menjabat sebagai sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Terima kasih atas segala nasehat dan saran yang telah diberikan kepada peneliti selama menjalani studi di Program studi Manajemen Pendidikan Islam. Nasehat dan pengetahuan beliau telah sangat berarti dalam perjalanan peneliti.
5. Bapak Rinduan Zain, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS). Terima kasih atas waktu yang diluangkan untuk penulis, arahan, pemikiran, nasihat dan saran yang telah diberikan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran. Semua kontribusi yang diberikan telah sangatlah berarti dalam perjalanan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Handini, M.I.Kom. selaku Manajer tim promosi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan Admisi UIN Sunan Kalijaga yang telah berkenan untuk memberikan informasi, arahan, pengetahuan selama masa penelitian. Kontribusi beliau sangatlah berarti dalam penyusunan skripsi ini.

7. Segenap dosen dan tenaga pengajar UIN Sunan Kalijaga khususnya di Program Studi MPI yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang amat banyak sekali selama perkuliahan berlangsung.
8. Bapak Mashuri dan Ibu Atik Mulya Rini, kedua orang tua tercinta, yang telah mendidik, mendo'akan, dan memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis dengan sepenuh hati.
9. Semua sahabat yang saya cintai yang telah memberikan doa semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Semua teman-teman MPI khususnya angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan serta bantuan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 18 Juni 2021
Penulis

Agus Ali Mashuri
NIM. 20104090002

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Kajian Penelitian Yang Relevan	12
E. Kerangka Teori	19
1. Strategi Rekrutmen mahasiswa baru	19
2. Analisis SWOT	23
F. Metode Penelitian	25
1. Jenis Penelitian Kualitatif.....	26
2. Tempat dan waktu penelitian	26

3. Subjek Penelitian	27
4. Teknik Pengumpulan Data	29
5. Teknik Analisis Data.....	31
6. Teknik Keabsahan Data	33
7. Sistematika Pembahasan	35
BAB II GAMBARAN UMUM	51
A. Sejarah Berdirinya Program Studi MPI	51
B. Letak Geografis Program Studi MPI	52
C. Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam .54	
D. Tenaga Pengajar Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.....	55
E. Sarana dan Prasarana	56
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.....	46
B. Analisis SWOT Pada Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Manajemen Pendidikan Islam.....	65
BAB IV PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	48
C. Penutup.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nama Informan.....	30
Tabel 2. 1 Dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam	55
Tabel 2. 2 Prasarana Program Studi Manajemen Pendidikan Islam	59
Tabel 3. 1 Akreditasi MPI.....	49
Tabel 3. 2 Golongan UKT Program Studi Manajemen Pendidikan Islam	53
Tabel 3. 3 Ringkasan Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.....	63



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Triangulasi sumber.....	35
Gambar 2. 1 Peta Lokasi.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I Instrumen Penelitian	54
LAMPIRAN II Pedoman Wawancara Admisi	57
LAMPIRAN III Pedoman Wawancara Sekretaris Program studi MPI	59
LAMPIRAN IV Pedoman Wawancara Mahasiswa.....	61
LAMPIRAN V Instrumen Observasi.....	62
LAMPIRAN VI Transkrip Wawancara	64
LAMPIRAN VII Dokumentasi.....	78
LAMPIRAN VIII Sertifikat PKTQ	86
LAMPIRAN IX Sertifikat ICT.....	87
LAMPIRAN X Sertifikat TOEFL	88
LAMPIRAN XI Sertifikat PBAK.....	89
LAMPIRAN XII CV.....	90

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia pendidikan berkembang dengan cepat di era modernisasi sehingga perlu menyesuaikan kebutuhan konsumen pendidikan.¹ Untuk menuju negara maju, pendidikan memiliki kedudukan yang sangat penting. Perlu adanya konsep pendidikan yang tepat yang bisa menjadi pegangan dalam mewujudkan bangsa yang terdidik. Sampai sekarang, pendidikan masih belum terarah dengan baik. Berbagai lapangan kerja tersebar di Indonesia dibalik kejadian tersebut tentu membutuhkan sumber daya manusia yang berpendidikan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan mempengaruhi kehidupan masyarakat.

Di era saat ini, ada berbagai jenis pendidikan yang tersebar di pelosok-pelosok daerah Indonesia, termasuk lembaga pendidikan negeri maupun swasta yakni dari tingkat PAUD hingga tingkat perguruan tinggi. Sedangkan untuk mempersiapkan perjalanan ke tingkat perguruan tinggi, tenaga pendidik perlu mengajarkan berbagai macam mata pelajaran dan keterampilan kepada peserta

¹Arif Rohman Hakim, "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kesejahteraan Rakyat di Era Tantangan Digital," *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 4 (2023): 2672–82.

didik. Maka dari itu sekolah memiliki peran besar sebagai bekal peserta didik untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi ataupun dunia kerja.

Sekolah menengah atas umumnya menargetkan peserta didiknya untuk melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi. Menurut data Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti) tahun 2023 terdapat 4.523 perguruan tinggi di Indonesia dengan sebagian besar tersebar di kota-kota besar. Oleh karena itu, setiap perguruan tinggi seyogyanya mampu untuk mengembangkan strategi rekrutmen mahasiswa baru yang fokusnya untuk meningkatkan mutu dan kualitas. Salah satu strategi yang harus digunakan oleh setiap perguruan tinggi adalah menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru yang efektif. Strategi rekrutmen mahasiswa baru sendiri memiliki makna sebuah rencana atau tindakan yang bertujuan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang produk-produk sekolah kemudian membantu sekolah agar tetap eksis dan jumlah peserta didik di setiap tahunnya semakin meningkat.²

Menurut literatur Siti Nur Azizah, strategi rekrutmen mahasiswa baru yang baik ialah pengelolaan dan layanan pendidikan dilakukan dengan cara sebaik mungkin sehingga siswa akan merasa puas ketika mendapatkan

² Anik Nurrachmawati, "Strategi Pemasaran untuk Membangun School Branding dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi kasus di MTS Negeri 1 Ponorogo)" (IAIN Ponorogo, 2023).

informasi tentang apa yang kita pasarkan.³ Selain itu, agar institusi pendidikan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan dengan sesamanya, kepuasan siswa harus menjadi prioritas utama. Di sisi lain sistem rekrutmen mahasiswa baru yang diterapkan di lembaga pendidikan juga merupakan komponen utama yang sangat diperlukan. Keduanya perlu adanya pengkajian yang tepat untuk merancang dua hal tersebut.

Saat ini, terdapat persaingan di dunia pendidikan yang membutuhkan tenaga pendidik yang mampu untuk menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan yang inovatif, efisien dan efektif. Sebenarnya, pelaksanaan sistem promosi di institusi pendidikan semacam ini membutuhkan gagasan rekrutmen mahasiswa baru dasar yang didasarkan pada minat rekrutmen mahasiswa baru dan keinginan pelanggan. Karena di era globalisasi segala sesuatu menggunakan teknologi canggih dan iklim kompetitif telah memasuki semua aspek kehidupan sehingga strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan sangat penting dalam hal ini. Selain itu, persaingan ini juga terjadi di bidang pendidikan. Meskipun institusi pendidikan tidak termasuk dalam daftar perusahaan yang menghasilkan keuntungan, pengelolaan pendidikan memerlukan keterampilan khusus untuk memberikan hasil yang kompetitif

³ Abdillah Mundir, "Strategi Rekrutmen mahasiswa baru. Jasa Pendidikan Madrasah," *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015).

dan diharapkan dapat bersaing baik di dalam negeri maupun di tingkat internasional.

Pada dasarnya, rekrutmen mahasiswa baru pendidikan bukan hanya tentang memberitahu pelanggan potensial tentang hal-hal tertentu yang dapat membantu mereka, melainkan membuat keputusan pembelian dan nilai yang mereka dapatkan dari menggunakan produk atau layanan yang diberikan oleh produsen. Menurut Munidi, rekrutmen mahasiswa baru ialah salah satu strategi bisnis. Sebagai contoh suatu organisasi harus membangun dasar rekrutmen mahasiswa baru jika ingin mencapai tujuan keuntungan. Setelah itu, mereka harus memperkuat sistem atau metode operasionalnya.⁴ Lembaga pendidikan bisa terus memperbaiki kualitas sebagai lembaga yang unggul, mencetak generasi emas, pendidikan yang maju dan sarana prasarana yang berkualitas. Rekrutmen mahasiswa baru pendidikan meliputi strategi, metode, dan alat supaya dapat melihat pasar dan menyesuaikan layanan sekolah. Tanpa adanya sistem rekrutmen mahasiswa baru yang baik lembaga pendidikan mustahil dikenal luas oleh masyarakat.

Dalam hal ini, tentu pihak hubungan masyarakat berperan penting dalam sebuah sistem pendidikan. Setiap bisnis memiliki banyak pilihan untuk

⁴ Muhamad Eko Ariwibowo, "Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta", *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 2.2 (2019), 181–90.

berkembang secara perlahan atau agresif dengan bantuan berbagai strategi rekrutmen mahasiswa baru begitu pula dengan sama dengan dunia pendidikan. Pada perguruan tinggi swasta persepsi positif atau citra merek sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan orang khususnya bagi orang tua yang ingin mendaftarkan anaknya ke sekolah tinggi tersebut.⁵ Oleh karena itu, rekrutmen mahasiswa baru mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Lembaga pendidikan diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Banyak penelitian yang menyoroti strategi rekrutmen mahasiswa baru di institusi pendidikan, sebagaimana salah satu penelitian yang telah dilakukan oleh Arpah S pada strategi rekrutmen mahasiswa baru STAI NW. Berdasarkan penelitian ini STAI NW Samawa Sumbawa menggunakan strategi rekrutmen mahasiswa baru yang dikenal sebagai bauran rekrutmen mahasiswa baru yang terdiri dari tiga jenis rekrutmen mahasiswa baru di antaranya iklan, penjualan perseorangan, dan hubungan masyarakat. Jumlah siswa yang mendaftar di STAI NW Samawa Sumbawa Besar meningkat pada tahun ajaran 2019/2020. Hal tersebut menunjukkan bahwa rekrutmen mahasiswa baru yang dilakukan di STAI NW Samawa Sumbawa Besar memiliki dampak yang signifikan. Apabila strategi rekrutmen mahasiswa baru diterapkan dengan efektif maka jumlah mahasiswa baru akan meningkat, sebaliknya apabila rekrutmen mahasiswa baru

⁵ Basuki Budiyo and Ade Iriani, "Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Rekrutmen Mix untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik," *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 9, no. 2 (2022): 238–52.

dilakukan dengan kurang efektif maka jumlah mahasiswa baru akan menurun di tahun tersebut.⁶ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi rekrutmen mahasiswa baru dalam sebuah perguruan tinggi itu berpengaruh pada jumlah mahasiswa yang masuk di tahun tersebut.

Penelitian yang lain juga dilakukan oleh Malarangan, dkk. Pada penelitian ini dikatakan hasil dari strategi yang diterapkan bisa dilihat melalui periklanan kampus baik di sosial media maupun di billboard jalan, sosialisasi ke SMA-SMA brosur, dan mengelola media sosial IAIN Palu. Sebelum beralih status menjadi IAIN Palu hanya memiliki beberapa fakultas. Namun, dalam beberapa tahun terakhir IAIN Palu telah berkembang menjadi empat fakultas seperti satu fakultas pascasarjana dan mempunyai ribuan mahasiswa karena sistem strategi rekrutmen mahasiswa baru yang efektif. Artinya, selain faktor strategi rekrutmen mahasiswa baru yang efektif adanya penambahan fakultas juga mempengaruhi jumlah mahasiswa yang masuk di perguruan tinggi IAIN Palu.

Penelitian lain mengenai strategi rekrutmen mahasiswa baru tidak hanya pada bidang pendidikan saja melainkan diterapkan pada aspek bisnis. Dari penelitian itu memberikan hasil bahwa strategi rekrutmen mahasiswa baru

⁶ Siti Arpah, "Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru di STAI NW Samawa Sumbawa Besar: Strategi Pemasaran STAI NW SAMAWA menggunakan Bauran Rekrutmen mahasiswa baru (rekrutmen mix)", *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 1.1 (2021).

berpengaruh terhadap banyaknya konsumen penikmat kopi yang datang. Sebagaimana penelitian yang telah dijalankan oleh Munandar Jr, dkk pada konsumen langganan cafe saat pandemi. Penelitian ini menggunakan manajemen *Black Cup Coffee and Roastery*. Strategi rekrutmen mahasiswa baru yang digunakan yakni meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan kegiatan promosi, meningkatkan saluran distribusi di wilayah potensial lainnya, dan meningkatkan kualitas pelayanan.⁷ Dan manajemen maupun strategi yang diterapkan dalam cafe tersebut meningkat secara signifikan dan berpengaruh terhadap penjualan kopi di cafe tersebut.

Selain itu, penelitian tambahan tentang aspek industri pariwisata menemukan beberapa temuan bahwa strategi rekrutmen mahasiswa baru berpengaruh terhadap banyaknya pengunjung di wisata tersebut. Seperti penelitian Virgillenna S, dkk yang dilakukan pada wisatawan Sembalun, Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat menunjukkan bahwa ada tiga strategi rekrutmen mahasiswa baru yang dapat diterapkan pada objek wisata Sembalun: (1) strategi SO, yang meningkatkan promosi ke pasar lain dengan menggunakan media seperti internet dan browsing; (2) strategi ST, yang mengatasi persaingan dengan bekerja sama dengan agen perjalanan dan perusahaan pariwisata baik dalam sektor nasional

⁷ Jauhar N Munandar, Altje L Tumberl, and Agus S Soegoto, "Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Kopi Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Black Cup Coffee and Roastery Manado)," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020).

maupun global. (3) strategi WO, yang meningkatkan akses jalan dan menunjukkan adanya objek.

Pada penelitian diatas menunjukkan terdapat sebuah pengaruh strategi rekrutmen mahasiswa baru yang efektif dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung di wisata Sembalun.⁸ Kajian variabel tersebut telah dilakukan sebelumnya. strategi rekrutmen mahasiswa baru yang dikombinasikan dengan meningkatnya peminat konsumen memiliki kefokusannya yang hampir sama seperti hasil penelitian yang akan dilakukan. Namun, penelitian yang dulu hanya berfokus pada objek penelitian di antaranya aspek pariwisata kemudian aspek perdagangan dan hanya sebagian kecil penelitian yang berfokus pada sektor pendidikan, utamanya pada institusi perguruan tinggi. Penelitian yang dirancang ini memiliki titik fokus tersendiri yakni pada strategi rekrutmen mahasiswa baru dengan menggunakan analisis SWOT, kemudian melihat pengaruh besar terhadap strategi rekrutmen mahasiswa baru yang efektif dengan sasaran penelitian yakni berada di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, khususnya di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan merupakan fakultas yang terbesar di antara deretan fakultas yang berada di UIN Sunan Kalijaga. Fakultas Ilmu Tarbiyah menampung

⁸ Sinta Virgilenna and I Putu Anom, "Strategi Pemasaran Pariwisata Sembalun Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat," *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN* 2338 (2018): 8811.

mahasiswa paling banyak daripada fakultas lainnya. Pelaksanaan strategi rekrutmen mahasiswa baru di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan utamanya di Program Studi MPI merupakan komponen sangat penting mengingat setiap tahunnya semakin banyaknya persaingan antar perguruan tinggi. Maka, strategi rekrutmen mahasiswa baru ini mempengaruhi lonjakan banyaknya peminat calon mahasiswa baru untuk mendaftar di program studi Manajemen Pendidikan Islam pada tahun ajaran baru dan yang akan datang. Setelah itu, ketika strategi rekrutmen mahasiswa baru diterapkan secara efektif, strategi rekrutmen mahasiswa baru tersebut akan menjadi keunggulan daya saing yang konsisten.

Kemudian langkah yang seyogyanya diterapkan oleh Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yakni menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru secara maksimal. Agar informasi yang disebarkan kepada masyarakat tersampaikan dengan baik. Serta dampak lainnya yakni jumlah peserta didik yang mendaftar di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di setiap tahunnya semakin meningkat. Berawal dari latar belakang diatas, penulis ingin memfokuskan penelitian tugas akhir ini untuk mengkaji secara mendalam mengenai strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, berikut rumusan masalah yang diambil dalam penelitian ini yakni :

1. Bagaimana strategi rekrutmen pendidikan dalam meningkatkan calon mahasiswa baru pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi strategi rekrutmen mahasiswa baru jika ditinjau analisis SWOT pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Batasan dan rumusan masalah dari tujuan penelitian ini sesuai dengan beberapa tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini yakni :

- a) Mengetahui strategi rekrutmen mahasiswa baru yang dapat meningkatkan calon mahasiswa baru diterapkan pada Program Studi

Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- b) Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi rekrutmen mahasiswa baru dari analisis SWOT pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a) Secara praktis

Secara praktis penelitian ini bermanfaat bagi beberapa hal berikut:

- 1) Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai pedoman dalam pembuatan strategi rekrutmen mahasiswa baru layanan pendidikan di tahun yang akan datang dan seterusnya.
- 2) Para peneliti dapat memperoleh kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang dipelajari dalam Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

- 3) Pembaca dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi ilmiah untuk pengembangan keilmuan utamanya penelitian terkait strategi rekrutmen mahasiswa baru layanan pendidikan.

b) Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat sebagai tambahan informasi. Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi yang bermanfaat untuk mengidentifikasi komponen penting yang mempengaruhi strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan, khususnya berkaitan dengan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Oleh karena itu, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar bagi lembaga pendidikan lainnya untuk membuat strategi rekrutmen mahasiswa baru yang lebih luas dan lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan semua mahasiswa.

D. Kajian Penelitian Yang Relevan

Pertama, pada penelitian Turmudzi, I, Strategi Rekrutmen mahasiswa baru di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus di MTs Ihsanniat Jombang) menunjukkan bahwa rekrutmen mahasiswa baru yang dilakukan setelah melihat data yang disajikan dalam bab sebelumnya. Beberapa temuan yang dapat dipaparkan yakni di antaranya adalah: 1. Perumusan dan formulasi strategi rekrutmen mahasiswa baru lembaga pendidikan Islam di MTs Ihsanniat Jombang. MTs Ihsanniat Jombang mengembangkan strategi

rekrutmen mahasiswa baru lembaga pendidikan islam sebagai program unggulan untuk meningkatkan pengguna layanan pendidikan. Selain itu, letak madrasah yang strategis dan mudah diakses oleh calon pengguna layanan pendidikan, promosi di semua lapisan masyarakat, dan memiliki semua sarana dan prasarana yang diperlukan untuk mendukung proses pelayanan kelembagaan untuk pengguna layanan pendidikan.

Hal ini sangat mendukung kegiatan belajar mengajar. Implementasi Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Lembaga Pendidikan Islam di MTs Ishsaniat Jombang dimulai dengan pelaksanaan program MIPA unggulan dan pendaftaran melalui saluran minat dan bakat, serta sarana pendidikan yang memadai untuk memilih siswa sesuai dengan kemampuan dan kompetensi yang mereka punya. Evaluasi strategi rekrutmen mahasiswa baru lembaga pendidikan islam untuk meningkatkan pengguna layanan pendidikan di MTs Ishsaniat Jombang dilakukan melalui rapat antar lembaga. Kemudian proses evaluasi dilaksanakan secara rutin dan strategi rekrutmen mahasiswa baru diterapkan melalui kegiatan program unggulannya yakni program MIPA, penerimaan jalur minat dan bakat, dan pelaksanaan kegiatan promosi terus menerus. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan seberapa efektif strategi organisasi. Jika strategi rekrutmen

mahasiswa baru organisasi tidak memenuhi standar, langkah-langkah akan diambil dan diterapkan pada tahun berikutnya.⁹

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah ketika strategi rekrutmen mahasiswa baru dilakukan secara efektif dan tepat sesuai konsumennya maka terjadi peningkatan calon peserta didik yang signifikan. Perbedaan penelitian yang dipaparkan dengan penelitian ini ialah objek atau lokasi yang diteliti berbeda.

Kedua, ada penelitian Utami, M. P. dan Pandiangan, H.¹⁰ Analisis Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Di Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon. Menunjukkan hasil bahwa rekrutmen mahasiswa baru yang dilakukan oleh Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I) Kampus Cirebon adalah: Mengenalkan Politeknik LP3I secara *Offline*. Pertama, LP3I akan membuat surat izin untuk bersosialisasi ke beberapa sekolah. Setelah diterima dan diizinkan oleh sekolah, bagian rekrutmen LP3I akan melakukan sosialisasi di beberapa wilayah seperti Cirebon dan Kuningan. Sosialisasi sekolah juga dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui sosialisasi di kelas dan melalui kegiatan universitas, tergantung pada sekolah yang mengadakan nya. Dalam

⁹ Imam Turmudzi, "Strategi Pemasaran di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Mts Ihsanniat Jombang)," *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 2, no. 2 (2017).

¹⁰ Miranti Pradipta Utami dan Hendrik Pandiangan, "Analisis Strategi Pemasaran di Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon," *Lentera: Multidisciplinary Studies* 1, no. 2 (2023): 49–54.

perbandingan kedua metode ini, lebih efektif melakukan kegiatan di kelas daripada di acara universitas, karena database siswa-siswi biasanya lebih banyak dikumpulkan di kelas daripada di universitas karena siswa dari seluruh kampus hadir.

Selain melakukan promosi secara *offline*, Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon juga melakukan promosi secara *online*, yaitu, promosi melalui media sosial seperti pendaftaran *online*, radio, Facebook, Instagram, dan PKBM. Dari tahun 2015 hingga 2017, Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon bahkan memiliki *Brand Ambassador* dari kalangan *public figur* yang berpotensi meningkatkan jumlah penonton. Dan upaya ini berdampak besar untuk mengenalkan kampus Politeknik LP3I secara luas.

Mengadakan banyak promosi adalah metode lain yang digunakan Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon untuk menarik lebih banyak siswa. Ini termasuk memberikan biaya bulanan serta biaya pendaftaran untuk berbagai acara seperti kemerdekaan, ulang tahun LP3I, hari pahlawan, dan tahun baru spesial. Kegiatan tersebut telah menjadi kebiasaan bagi Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon untuk mempromosikan promosi dan beasiswa setiap tahunnya untuk menarik lebih banyak peminat ke LP3I.

Penelitian diatas memiliki kesaamaan dengan penelitian ini, di antaranya yakni menggunakan strategi rekrutmen mahasiswa baru yang sama yakni baik *offline* maupun *online*, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini ialah penelitian diatas menyebutkan ketika dalam perguruan tinggi memiliki *brand ambassador* berupa selebriti, selebgram dan sebagainya maka akan semakin memikat minat calon mahasiswa yang masuk di perguruan tersebut, sedangkan fokus di penelitian ini berbeda strategi rekrutmen mahasiswa barunya.

Ketiga, Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Al Ansyari, yang berjudul *Strategi Komunikasi Rekrutmen mahasiswa baru Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Lukman Edy (STAILE) Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru*. Di dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa produk yang dijual STAILE kepada konsumen ialah sistem pembelajarannya, dan harga merupakan UKT yang harus dibayar mahasiswa untuk mendapatkan jasa pendidikan. STAILE terletak di jalan Duyung, Tangerang Barat. Promosi STAILE dilakukan secara langsung dan melalui media-media luar ruangan dan media sosial. Promosi secara langsung dilakukan melalui sosialisasi ke beberapa SMA favorit, pembagian brosur ke sekolah dan pemasangan baliho

serta spanduk di jalan. Pada promosi melalui media sosial dilakukan melalui akun media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan Website.¹¹

Penelitian diatas memiliki kesaamaan dengan penelitian ini, di antaranya ialah Promosi dilakukan secara langsung dan melalui media-media luar ruangan dan media sosial, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini ialah penelitian diatas menyebutkan ketika dalam perguruan tinggi menggunakan startegi komunikasi yang baik maka akan semakin memikat minat calon mahasiswa yang masuk di perguruan tersebut, sedangkan fokus di penelitian ini berbeda lebih di tekankan kepada proses strategi rekrutmen mahasiswa barunya bukan dengan strategi komunkasinya.

Keempat, Pada penelitian K.Suriyok. *Analisis Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru (Studi ada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Yadika Bangil)*) Hasil penelitian menyebutkan Semakin banyak program, semakin bermacam-macam pilihan mahasiswa dan kesesuaian waktu. Di kabupaten Pasuruan, selain faktor dan kualitas guru, harga atau biaya juga merupakan penentu aspek utama. Dengan membuat program beasiswa untuk kurang mampu, diharapkan minat mahasiswa untuk mendaftar dan mengikuti tes alur penerimaan mahasiswa baru

¹¹ Ansyari Muhammad Al Ansyari, “Strategi Komunikasi Rekrutmen mahasiswa baru pada Sekolah Tinggi Agama Islam Lukman Edy (STAILE) dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru” (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023).

meningkat. Selain itu, dengan menambah program kewirausahaan luar kelas, diharapkan mahasiswa tidak bosan mengikuti proses.¹²

Penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian ini, di antaranya ialah strategi rekrutmen mahasiswa baru dilakukan secara langsung dan melalui media-media luar ruangan dan media sosial, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian diatas yakni ketika program beasiswa prestasi dan beasiswa kurang mampu, diharapkan minat mahasiswa untuk mendaftar dan mengikuti tes penerimaan mahasiswa baru meningkat, sedangkan fokus di penelitian ini berbeda untuk strategi rekrutmen mahasiswa baru pada Program Studi Manajemen Pendidikan tidak menggunakan beasiswa prestasi.

Kelima, pada penelitian oleh T Kristanto, WM Hadiansyah, M Nasrullah *Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Digital dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT*), menunjukkan hasil bahwa Studi ini berfokus pada strategi PTS XYZ untuk meningkatkan pangsa pasar melalui media *online* dengan cara membidik para siswa potensial di kelas XII SMA-SMK. PTS XYZ juga menjalin hubungan dengan lembaga pemerintah atau PTN-PTS lainnya. PTS XYZ menggunakan teknologi informasi (IT) untuk rekrutmen mahasiswa baru digital dan membuat inovasi

¹² Khamdan Suriyok, "Analisis Strategi Rekrutmen Mahasiswa Baru Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru," *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 10, no. 1 (2022): 53–59.

terbaru untuk masyarakat yang kompetitif. Sebagai contoh, tim peneliti telah memberikan beberapa saran yang dapat digunakan untuk penelitian masa depan, seperti membangun pangsa dan target pasar ke wilayah Indonesia Timur, memudahkan pendaftaran siswa baru secara *online*, dan menciptakan posisi dan merek. Selain menciptakan Positioning dan didukung oleh branding yang kuat, termasuk branding gambar PTS XYZ, tujuan dari Positioning adalah untuk memperkuat PTS XYZ pada akreditasi institusi minimal "Baik" oleh BAN-PT.¹³

Penelitian di atas memiliki kesamaan dengan penelitian ini, di antaranya adalah strategi rekrutmen mahasiswa baru dilakukan secara langsung dan melalui media-media luar ruangan dan media sosial, sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian di atas sasaran pangsa pasar wilayah Indonesia Timur, diharapkan penerimaan mahasiswa baru meningkat khususnya di wilayah tersebut, sedangkan fokus di penelitian ini berbeda untuk strategi rekrutmen mahasiswa baru pada Program Studi Manajemen Pendidikan sarannya meliputi seluruh wilayah Indonesia.

E. Kerangka Teori

1. Strategi Rekrutmen mahasiswa baru

¹³ Titus Kristanto et al., "Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT," *Multinetics: Jurnal Multimedia Networking Informatics* 6, no. 2 (2020): 128–33.

Strategi adalah seni untuk menggunakan kemampuan dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi juga dapat berarti menyesuaikan diri dengan segala reaksi dan situasi lingkungan, baik yang terduga maupun yang tidak terduga.¹⁴ Menurut Jauch dan Glueck menyatakan bahwa, strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui tindakan yang tepat dari perusahaan.¹⁵

Menurut Pearce II dan Robinson, strategi merupakan rancangan berskala besar yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mempertimbangkan masa depan dan beradaptasi dengan kondisi persaingan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah sebuah tindakan proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹⁶

Rekrutmen mahasiswa rangka manajemen pendidikan formal, sekolah melakukan rekrutmen siswa untuk mengumpulkan, memilih, dan menempatkan siswa ke jenjang dan jalur pendidikan tertentu. Kemungkinan

¹⁴ Yayuk Yulianti, *Perubahan Ekologis dan Strategi Adaptasi Masyarakat Di Wilayah Pegunungan Tengger* (Universitas Brawijaya Press, 2011).

¹⁵ Fina Rahmat Rahayu, "Strategi Komunikasi Efektif Guru Dalam Membentuk Kepercayaan Diri Siswa di MTs YPK Cijulang," *Jurnal Pelita Nusantara* 1, no. 1 (2023): 116–23.

¹⁶ Aan Novianto, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)," 2017.

timbulnya masalah selama proses rekrutmen tidak dikurangi oleh rutinitas ini. Oleh karena itu, peraturan rekrutmen harus didasarkan pada konsep dan standar yang berlaku dalam pelaksanaan pendidikan. Secara keseluruhan, proses pengambilan siswa adalah dasar pengelolaan kemahasiswaan. Pengelolaan peserta didik selanjutnya dipengaruhi oleh keberhasilan proses pertama ini. Tahap pertama dalam mengelola kesiswaan adalah merekrut siswa. Dalam dunia pendidikan, rekrutmen siswa menjadi fokus yang lebih mendalam, terutama dalam upaya mencari dan memilih siswa yang akan menerima layanan pendidikan. Menurut Mustari menyatakan bahwa rekrutmen peserta didik adalah proses yang mencakup pencarian, penentuan, dan penarikan kandidat.¹⁷

Rekrutmen mahasiswa baru merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai berbagai macam jenis pelayanan pendidikan. Di mana rekrutmen tersebut diharapkan dapat menghasilkan produk yang berkualitas yakni alumni dari lembaga pendidikan tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut maka lembaga pendidikan bukan hanya menjalankan proses manajemen sekolah yang bagus tetapi pengelola pendidikan juga harus menganalisis permasalahan yang akan datang. Hasil

¹⁷ Dewi Rochmayanti, "Pemasaran Digital dan Pengaruh Kelompok Referensi: Kunci Sukses Dalam Rekrutmen Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta," *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024): 1651–62.

analisis permasalahan yang ditemukan ketika kita menjalankan rekrutmen mahasiswa baru yakni untuk mengetahui minat atau keinginan konsumen itu seperti apa, sehingga pengelola pendidikan bisa menyesuaikan apa yang diharapkan konsumen.

Strategi rekrutmen mahasiswa baru merupakan rangkaian rencana secara menyeluruh, menyatu dan terpadu pada bidang rekrutmen mahasiswa baru dan memberikan pedoman tentang kegiatan yang hendak dilakukan untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan dengan melalui promosi maupun program yang ditawarkan. Strategi rekrutmen mahasiswa baru pada lembaga pendidikan dapat menggunakan konsep rekrutmen mix 4P yaitu sebagai berikut¹⁸ :

- a) *Product*, pada pendidikan produk yang ditawarkan berupa reputasi, prospek, dan kemampuan yang akan diperoleh oleh peserta didik.
- b) *Price*, mencakup biaya operasional pendidikan yang dikeluarkan oleh peserta didik.
- c) *Place*, tempat atau sekolah yang digunakan untuk kegiatan belajar mengajar dengan lokasi yang strategis, nyaman dan dapat mudah dijangkau.

¹⁸ Suryadi, Irwan. Komariah, Aan. Priharin, Eka. Satori, Djamian. “Rekrutmen mahasiswa baru Jasa Pendidikan Sukses Strategi Berbasis Mutu Layanan dan Relationship Rekrutmen ”. Edisi ke-1 (Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2021).

- d) *Promotion*, kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan atau sekolah untuk memberitahukan keutamaan sekolah dan kegiatan yang ada di sekolah.

2. Analisis SWOT

Menurut Humphrey, analisis SWOT merupakan singkatan dari *strengths, weaknesses, opportunities*, dan *threats*.¹⁹ Teknik analisis SWOT sendiri telah dikembangkan sejak tahun 1970-an di Stanford yang menjadi alat untuk menyusun perencanaan strategis dalam suatu organisasi salah satunya adalah lembaga pendidikan.²⁰ Analisis SWOT mempunyai manfaat yang besar terhadap sebuah lembaga pendidikan karena digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan di lembaga pendidikan, meminimalkan ancaman, dan memanfaatkan peluang yang ada di lembaga pendidikan. Peace dan Robinson menyebutkan SWOT yaitu ²¹ :

- b) *Strengths* (kekuatan) merupakan sumber daya, keunggulan maupun keterampilan lain yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani maupun keinginan dilayani.

¹⁹ Deradjat Mahadi Sasoko dan Imam Mahrudi, "Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan," *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration* 22, no. 1 (2022): 8–19.

²⁰ Riyanto, Slamet. Aziz Luthfi, Muh Nur. Putera, Andi Rahman. "Analisis SWOT sebagai Penyusunan Strategi Organisasi". Edisi ke-1. (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani, 2021)

²¹ Afandi, Rahman. "Branding Madrasah Unggulan Analisis SWOT dalam Pengembangan Pendidikan Madrasah". Edisi ke-1. (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2019).

- c) *Weakness* (kelemahan) merupakan keterbatasan dalam sumber daya maupun keterampilan yang serius dalam menghambat kinerja organisasi atau lembaga pendidikan.
- d) *Opportunities* (peluang) merupakan keadaan penting yang dapat menguntungkan di dalam lingkungan organisasi atau lembaga pendidikan.
- e) *Treaths* (ancaman) merupakan situasi yang tidak menguntungkan di dalam lingkungan organisasi atau lembaga pendidikan.

Tabel 1.1 Gambar Matriks SWOT

IFAS	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor strategi perusahaan. Matriks dapat menggambarkan secara rinci apa saja peluang dan ancaman eksternal perusahaan sesuai dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT diperoleh dari strategi SO, ST, WO dan WT. Berikut merupakan penjelasannya :

1. SO (*Strength-Opportunity*)

Di mana perusahaan menggunakan semua kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

2. *ST (Strength-Threat)*

Strategi ini dibuat menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan sebagai tameng dari ancaman yang akan datang.

3. *WO (Weakness-Opportunity)*

Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan peluang dengan menyingkirkan kelemahan yang ada.

4. *WT (Weakness-Threat)*

Bagaimana perusahaan berusaha menutupi kelemahan sekaligus menghindari ancaman yang akan datang.

Aspek internal terdiri dari tenaga kependidikan dan staf administrasi, ruang kelas laboratorium, sarana dan prasarana, jumlah peserta didik, anggaran operasional, riset dan pengembangan iptek dan organisasi maupun dewan yang terdapat di lembaga pendidikan. Adapun aspek eksternal seperti tempat yang kerja yang prospektif bagi lulusan, lembaga pendidikan tinggi sebagai persiapan lanjutan, demografi sosial dan ekonomi penduduk. Pada perguruan tinggi dianjurkan menggunakan analisis SWOT dalam strategi rekrutmen mahasiswa baru, karena untuk menentukan langkah yang hendak diambil perlu dilandasi dengan analisa yang mendalam.

F. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data merupakan bagian yang sangat penting dari penelitian itu sendiri. Prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara (*interview*), dan dokumentasi.

1. Jenis Penelitian Kualitatif

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, pendekatan penelitian ini secara fleksibel dan terlibat secara langsung dalam pengumpulan data. Paradigma interpretivisme dasar metodologis yang mendorong perkembangan penelitian kualitatif.²² Pendekatan riset ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena mendalam tentang pengalaman, persepsi dan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok. Metode kualitatif melihat partisipan sebagai subjek, bukan objek. Partisipan menemukan dirinya berharga di sini. Metode penelitian ini memungkinkan partisipasi yang sangat besar.²³

2. Tempat dan waktu penelitian

Lokasi wawancara yang dilakukan peneliti dalam mencari sumber data di antaranya yakni di gedung kuliah tunggal UIN Sunan Kalijaga, kantor admisi UIN Sunan Kalijaga, gedung perkuliahan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan UIN Sunan Kalijaga dan rumah jurnal Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga.

²² Aminkun Imam Rafii dan Agung Dwi Bahtiar El Rizaq, *Metode Penelitian Kualitatif- Jejak Pustaka* (Jejak Pustaka, n.d.).

²³ Conny R Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif* (Grasindo, 2010). hlm 7.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber data atau responden yang dapat membantu penulis untuk mendapatkan data. Pengambilan sampel pada penelitian kualitatif ini menggunakan teknik purposive sampling di mana informan yang diteliti memahami, mengetahui dan menjalani topik yang diangkat oleh peneliti. Informan yang terpilih ialah yang memiliki jabatan, peran dan mempunyai tanggung jawab penuh dalam membuat keputusan, kebijakan dan bertanggung jawab atas tim dalam setiap proyek dijalankan.

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek dalam penelitian yakni:

- a. Ibu Nora Saiva Jannana, M.Pd selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam peneliti menjadikan beliau informan karena terlibat langsung diprodi MPI, beliau mengetahui serta ikut merancang kurikulum MPI dan sekaligus beliau pengajar di Prodi MPI.
- b. Bapak Muhammad Qowim, M.Ag. selaku dosen Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, peneliti menjadikan beliau informan karena beliau peneliti, beliau terlibat langsung pada prodi MPI dan beliau tenaga pengajar di prodi Manajemen Pendidikan Islam.
- c. Bapak Handini, M.I.Kom Admisi UIN Sunan Kalijaga peneliti menjadikan beliau informan karena pelaksana langsung sistem

rekrutmen mahasiswa baru dan beliau juga sebagai admisi UIN Sunan Kalijaga.

- d. Samsul Maarif selaku mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam 2020 peneliti menjadikan beliau informan karena terlibat langsung sebagai mahasiswa, memahami dan mengetahui tentang Prodi MPI.
- e. Adib Romdhoni selaku mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam 2022 peneliti menjadikan beliau informan karena terlibat langsung sebagai mahasiswa, memahami dan mengetahui tentang Prodi MPI.
- f. Muhammad Izzuddin selaku mahasiswa 2022 peneliti menjadikan beliau informan karena terlibat langsung sebagai mahasiswa, memahami dan mengetahui tentang Prodi MPI.

Tabel 1. 2 Data Nama Informan

No	Nama	Jabatan	Tanggal
1.	Handini, M.I.Kom	Admisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	06 Februari 2024
2.	Nora Saiva Jannana, M.Pd	Sekretaris Program Studi MPI	07 Maret 2024
3.	Samsul Arif	Mahasiswa	06 Februari 2024
4.	Adib Romdhoni	Mahasiswa	07 Februari 2024
5.	Muhammad Izuddin	Mahasiswa	08 Februari 2024
6.	Muhammad Qowim, M.Ag.	Dosen Prodi MPI	26 Februari 2024

4. Teknik Pengumpulan Data

a) Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan dan pencatatan tentang suatu keadaan atau perilaku. Objek sasaran pengamatan (observasi) ialah sebuah proses pengambilan data di mana informasi yang mereka amati selama penelitian dicatat oleh rekan kerjanya. Peneliti melaksanakan pengamatan observasi pada tanggal 2 Februari hingga 23 Maret 2024, untuk mengamati bagaimana para mahasiswa melakukan kegiatan perkuliahan kemudian mengamati sistem rekrutmen mahasiswa baru yang diterapkan pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Peneliti memperhatikan interaksi admisi dan tim rekrutmen mahasiswa baru khususnya di MPI UIN Sunan Kalijaga terkait strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan.

b) Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan jenis komunikasi secara langsung antara peneliti dan responden secara tatap muka. Karena itu, gerak dan mimik responden berfungsi sebagai media untuk melengkapi kata-kata verbal peneliti. Teknik wawancara yang digunakan untuk

mengumpulkan data dengan melakukan wawancara secara langsung dengan informasi yang diperlukan.

Wawancara juga biasanya disebut proses informan melakukan tanya jawab atau mengkonfirmasi kepada sampel peneliti dengan sistematis (wawancara terstruktur). Adapun pihak yang menjadi narasumber dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi rekrutmen mahasiswa baru Pendidikan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam yakni sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, kepala Admisi bagian rekrutmen mahasiswa baru UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam.

Tabel 1. 2 Data Nama Informan

No	Nama	Jabatan	Tanggal
1.	Handini, M.I.Kom	Admisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	06 Februari 2024
2.	Nora Saiva Jannana, M.Pd	Sekretaris Program Studi MPI	07 Maret 2024
3.	Samsul Arif	Mahasiswa	06 Februari 2024
4.	Adib Romdhoni	Mahasiswa	07 Februari 2024
5.	Muhammad Izuddin	Mahasiswa	08 Februari 2024
6.	Muhammad Qowim, M.Ag.	Dosen Prodi MPI	26 Februari 2024

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses atau tindakan mencatat, menyimpan, dan dokumentasi mengarsipkan informasi, data, atau fakta secara tertulis atau visual.²⁴ Catatan dokumen resmi serta dokumentasi visual seperti foto dan video merupakan bentuk dari dokumentasi. Metode dokumentasi ini memiliki fungsi utama yakni untuk mengumpulkan informasi mengenai situasi Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan khususnya pada program studi Manajemen Pendidikan Islam.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari catatan lapangan, temuan fakta di lapangan, hasil interview dan metode-metode yang lain. Hasil analisis tersebut atau temuannya dapat mudah dipahami masyarakat. Analisis data deskriptif kualitatif digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini dengan menyajikan data dalam bentuk tulisan dan menjelaskan setiap kejadian yang ada di lapangan.

²⁴ Miftahul Jannah, "Manajemen Kearsipan Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Administrasi di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Sungai Tarab," 2018.

Pada penelitian ini, analisis data kualitatif yang digunakan sebagai berikut²⁵:

- a) *Transcribe*, proses olah data yang dilakukan dengan mengetikkan data atau mentranskrip data yang diperoleh dari lapangan. Data tersebut berupa jawaban dari subjek atau informan penelitian dan pertanyaan dari peneliti saat dilapangan.
- b) *Coding*, pelabelan terhadap jawaban informan yang disesuaikan berdasarkan tema atau topik yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.
- c) *Grouping*, mengelompokkan data dari hasil wawancara maupun observasi yang telah dilakukan pada tahap *coding*.
- d) *Comparing and contrasting*, persamaan dan perbedaan dari jawaban responden yang dituliskan oleh peneliti termasuk pendapat peneliti itu sendiri. Kemudian, persamaan dan perbedaan tersebut mampu membandingkan dengan literatur pada studi penelitian sebelumnya. Peneliti dapat menganalisis jawaban dari informan penelitian terhadap literatur yang ditelaah dan peneliti dapat membandingkan apa yang ada di lapangan dengan teori yang digunakan.

²⁵ “Rinduan Zain, ‘Olah Data Kualitatif,’ in *Handout Metodologi Penelitian*, n.d., <https://Elearning.Ncie.or.Id> / diakses pada tanggal 11 Juli 2024 pukul 20.00 WIB,” n.d.

6. Teknik Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data tidak hanya merupakan bagian penting dari pengelompokan yang berkaitan dengan penelitian kualitatif, tetapi juga digunakan untuk membuktikan bahwa penelitian kualitatif tidak ilmiah.²⁶ Data divalidasi untuk menguji dan memastikan bahwa penelitian itu benar-benar penelitian ilmiah. Penelitian kualitatif menguji keabsahan data dengan berbagai cara seperti menguji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Hal tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dapat digunakan sebagai penelitian ilmiah. Data hasil penelitian harus diuji untuk memastikan bahwa data kredibel (kredibilitas) atau dapat dipercaya. Ini diperlukan agar hasil penelitian tidak diragukan lagi sebagai karya ilmiah.²⁷ Peneliti melakukan ketekunan penelitian, pengamatan yang diperpanjang, analisis kasus negatif, triangulasi data diskusi dengan teman, dan pengecekan anggota.²⁸

²⁶ D R H Abdul Manab, "Menggagas Penelitian Pendidikan" (Yogyakarta: Kalimedia, 2017).

²⁷ Tjutju Soendari, "Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif," *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012.

²⁸ Rika Octaviani and Elma Sutriani, "Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data," 2019.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik dengan cara menggunakan sesuatu yang lain di luar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data. Peneliti menggunakan triangulasi teknik untuk mengecek data kepada sumber data yang sama dengan berbagai teknik. Menguji kredibilitas data dengan cara mengumpulkan data sebanyak-banyaknya yang diperoleh dari kepala program studi Manajemen Pendidikan Islam, kepala admisi Manajemen Pendidikan Islam dan mahasiswa Manajemen Pendidikan Islam.

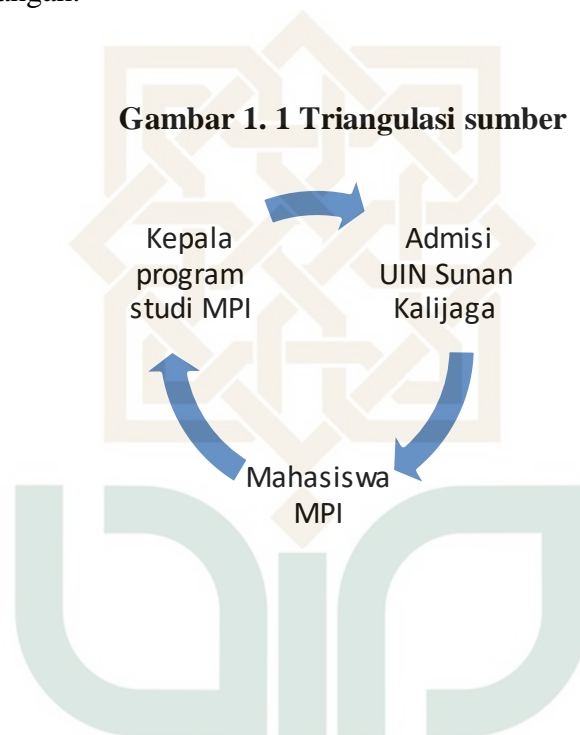
a) Triangulasi Sumber

Validasi data menggunakan triangulasi sumber adalah proses menguji data yang dikumpulkan dari berbagai sumber untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan dapat diandalkan. Selain itu, proses validasi data melalui triangulasi sumber dapat bertujuan untuk mengurangi bias dalam pengumpulan data. Kemudian keunggulan menggunakan triangulasi sumber ini peneliti dapat mencari kebenaran informasi dengan menggunakan berbagai sumber data yang ada misalnya hasil wawancara, arsip, dokumen narasumber atau juga dengan mewawancarai lebih dari dua subjek yang dianggap memiliki pandangan yang berbeda atau pendapat yang berbeda.

Triangulasi sumber ini hakikatnya merupakan pendekatan secara multimedia yang dilakukan oleh peneliti pada saat di lapangan

dengan bertujuan untuk menganalisis data seluas-luasnya. Pokok dasarnya ialah bahwa objek yang diteliti nanti dapat dipahami dengan baik sehingga mendapatkan hasil kebenaran keakuratan yang tinggi dan ditinjau juga dari berbagai sudut pandang narasumber yang ada di lapangan.

Gambar 1. 1 Triangulasi sumber



7. Sistematika Pembahasan

Dalam menyusun skripsi ini, peneliti membagi pembahasan pada penelitian ini menjadi satu kesatuan yang utuh dan kronologis. Peneliti membagi pembahasan pada penelitian ini menjadi empat bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan, yang berisi hal-hal mendasar mengenai pentingnya penelitian ini dilakukan. Dari pemaparan latar belakang yang memuat fenomena yang muncul berkaitan dengan topik penelitian, muncul pertanyaan-pertanyaan yang menjadi batasan dalam pembahasan. Tujuan dan manfaat selanjutnya disampaikan untuk mempertegas alasan mengapa penelitian dilakukan. Kajian Pustaka yang relevan dilakukan untuk melakukan ulasan komparasi dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian. Kemudian untuk menjawab pertanyaan penelitian diperlukan landasan teori sebagai acuan pemandu serta metode penelitian sebagai tata cara dalam melakukan penelitian. Terakhir, sistematika pembahasan dimuat untuk mempermudah memahami dalam hasil penelitian.

BAB II GAMBARAN UMUM

Berisi tentang sejarah berdirinya Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, letak geografis Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Visi, Misi, dan Tujuan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dan tenaga pengajar di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

BAB III HASIL dan PEMBAHASAN

Memaparkan hasil strategi rekrutmen mahasiswa baru dengan menggunakan SWOT pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.

BAB IV PENUTUP

Merupakan bagian terakhir dari penelitian, yang mencakup hasil dan rekomendasi untuk studi mendatang yang ingin membahas masalah yang serupa.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan, dihasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru layanan pendidikan dengan melibatkan admisi UIN Sunan Kalijaga dengan cara melakukan rekrutmen mahasiswa baru *online* maupun *offline*, untuk seluruh program studi yang ada di UIN Sunan Kalijaga dalam hal rekrutmen mahasiswa baru semuanya ditangani langsung dari pihak admisi dengan media yang sama, informasi yang sama dan porsi yang sama terkecuali, ada request khusus dari program studi. Untuk rekrutmen mahasiswa baru *online* melalui platform media sosial dengan menyajikan konten mengenai pengenalan Program Studi yang ada di UIN Sunan Kalijaga, informasi yang edukatif dan informatif, serta konten yang terus mengikuti trending topik. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik minat mahasiswa baru khususnya para lulusan Madrasah Aliyah ataupun SMA sederajat. Kemudian rekrutmen mahasiswa baru *offline* juga masif dilaksanakan oleh Admisi UIN Sunan Kalijaga di antaranya yakni pemasangan baliho, pembagian brosur, kunjungan ke sekolah dan sebagainya.

2. Media sosial merupakan bagian yang efektif digunakan untuk layanan pendidikan di UIN Sunan Kalijaga khususnya Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Hal tersebut dilihat dari jumlah mahasiswa baru yang mengalami kenaikan di tahun 2021 dan di tahun-tahun berikutnya. Rekrutmen mahasiswa baru pendidikan khususnya di UIN Sunan Kalijaga tetap berhasil menjangkau masyarakat baik di luar pulau Jawa seperti NTB, Kalimantan, Lampung, Palembang dan sebagainya.
3. Faktor keberhasilan dalam rekrutmen mahasiswa baru layanan pendidikan di antaranya melalui media sosial di antaranya konten-konten yang ditayangkan di media sosial baik Instagram, Website resmi Program Studi Manajemen Pendidikan Islam. Kemudian faktor keberhasilan selanjutnya yakni disebabkan adanya mitra admisi yang secara masif membagikan brosur dan alat rekrutmen mahasiswa baru lainnya di kampung halamannya, kemudian adanya kunjungan ke sekolah, jalur keberagaman, itu berpeluang besar untuk menarik minat mahasiswa baru. Namun, terdapat juga beberapa hambatan yang perlu diatasi seperti generasi sekarang yang kurang akan literasi sehingga informasi penting yang kita bagikan tidak tersampaikan dengan baik kemudian keterbatasan penyampaian informasi kepada santriwan santriwati yang ada di pondok pesantren karena mereka terbatas aksesnya untuk mengeksplor informasi mengenai pendaftaran mahasiswa baru. Karena mereka juga terbatas dalam mengakses laptop maupun gadget.
4. Program studi Manajemen Pendidikan Islam lebih berperan dalam melakukan strategi promosi (*Promotion*) , dengan cara membuat akun

media sosial Instagram, Youtube, Facebook, dan Website resmi program studi Manajemen Pendidikan Islam.

B. Saran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rekomendasi berikut dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menerapkan strategi rekrutmen mahasiswa baru pendidikan di Program Studi Manajemen Pendidikan Islam :

1. Program Studi Manajemen Pendidikan Islam dapat mempertahankan program unggulannya baik dari sisi sistem pembelajarannya maupun akreditasi yang diraih oleh Program Studi ini dengan sebaik-baiknya dan terus berinovasi dalam mengembangkan program unggulannya.
2. Proses strategi rekrutmen mahasiswa barunya dibuat secara efektif dan mengikuti trend yang ada agar meningkatnya kuantitas mahasiswa baru.
3. Pengelolaan rekrutmen mahasiswa baru yang baik dari sisi *offline* bisa dilaksanakan lebih masif khususnya untuk pondok pesantren yang ada di Indonesia, karena salah satu target rekrutmen mahasiswa baru UIN lebih ke lembaga yang berada di naungan Kementerian Agama seperti MA dan sebagainya. Karena di pondok pesantren tidak di fasilitasi gadget maupun laptop pihak admisi dan mitra admisi harapannya bisa menjangkau calon mahasiswa dari kalangan santri.
4. Penelitian ini tentu banyak sekali kekurangan, karena keterbatasan waktu yang amat singkat. Salah satu keterbatasan utama adalah tidak adanya

kesempatan untuk melakukan bimbingan dengan Dewan Pembimbing Skripsi, Oleh karena itu, peneliti sangat berharap agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan lebih fokus pada strategi rekrutmen mahasiswa baru yang diterapkan oleh Program Studi Manajemen Pendidikan Islam ini.

C. Penutup

Semoga temuan penelitian "Strategi Rekrutmen mahasiswa baru Pendidikan" dapat berkontribusi pada proses rekrutmen mahasiswa baru pendidikan pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. Selain itu, peneliti meminta maaf atas segala kesalahan yang termasuk dalam tulisan atau kata-kata dalam skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwibowo, Muhamad Eko. "Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta." *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business* 2, no. 2 (2019): 181–90.
- Arpah, Siti. "STRATEGI PEMASARAN PERGURUAN TINGGI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU DI STAI NW SAMAWA SUMBAWA BESAR: STRATEGI PEMASARAN STAI NW SAMAWA MENGGUNAKAN BAURAN PEMASARAN (REKRUTMEN MIX)." *Al-Bayan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam* 1, no. 1 (2021).
- Budiyatmo, Basuki, and Ade Iriani. "Membangun Citra Sekolah Berdasarkan Rekrutmen Mix Untuk Meningkatkan Jumlah Peserta Didik." *Kelola: Jurnal Manajemen Pendidikan* 9, no. 2 (2022): 238–52.
- Fatihudin, Didin, and Muhammad Anang Firmansyah. "Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan." Penerbit Deepublish, 2019.
- Hakim, Arif Rohman. "Konsep Manajemen Sumber Daya Manusia Terhadap Kesejahteraan Rakyat Di Era Tantangan Digital." *Journal of Economics and Business UBS* 12, no. 4 (2023): 2672–82.
- Jannah, Miftahul. "Manajemen Kearsipan Dalam Meningkatkan Mutu Layanan Administrasi Di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Sungai Tarab," 2018.
- Khoeriyah, Miftah, Siti Baro'ah, and Muhammad Anis Afiqi. "PENERAPAN REKRUTMEN MIX SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DI MTS NEGERI CILACAP." *Jurnal Tawadhu* 7, no. 2 (2023): 204–32.
- Kristanto, Titus, Walid Maulana Hadiansyah, Muhammad Nasrullah, Amanda Amalia, Erlin Yuli Anggraini, and Ainurrohman Firmansyah. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT." *Multinetics: Jurnal Multimedia Networking Informatics* 6, no. 2 (2020): 128–33.
- Manab, D R H Abdul. "MENGAGAS PENELITIAN PENDIDIKAN." Yogyakarta: Kalimedia, 2017.

Muhammad Al Ansyari, Ansyari. “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM LUKMAN EDY (STAILE) DALAM MENARIK MINAT MAHASISWA BARU.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023.

Munandar, Jauhar N, Altje L Tumberl, and Agus S Soegoto. “Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Bisnis Kopi Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Black Cup Coffee and Roastery Manado).” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020).

Mundir, Abdillah. “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah.” *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2015).

Novianto, Aan. “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar),” 2017.

Nurrachmawati, Anik. “Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus Di MTS Negeri 1 Ponorogo).” IAIN Ponorogo, 2023.

Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. “Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data,” 2019.

Pratiwi, Dian, and Awalul Inayati. “Rekrutmen Mix Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Kuantitas Peserta Didik Di MA Muhammadiyah 5 Sidoharjo.” *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 4, no. 1 (2023): 43–58.

Rafii, Aminkun Imam, and Agung Dwi Bahtiar El Rizaq. *Metode Penelitian Kualitatif-Jejak Pustaka*. Jejak Pustaka, n.d.

Rahayu, Fina Rahmat. “Strategi Komunikasi Efektif Guru Dalam Membentuk Kepercayaan Diri Siswa Di MTs YPK Cijulang.” *Jurnal Pelita Nusantara* 1, no. 1 (2023): 116–23.

“Rinduan Zain, ‘Olah Data Kualitatif,’ in Handout Metodologi Penelitian, n.d., <https://Elearning.Ncie.or.Id/Diakses> Pada Tanggal 1 Juli 2024 Pukul 20.00 WIB,” n.d.

Rochmayanti, Dewi. “PEMASARAN DIGITAL DAN PENGARUH KELOMPOK REFERENSI: KUNCI SUKSES DALAM REKRUTMEN MAHASISWA

PERGURUAN TINGGI SWASTA.” *Journal of Social and Economics Research* 6, no. 1 (2024): 1651–62.

Sasoko, Deradjat Mahadi, and Imam Mahrudi. “Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan.” *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration* 22, no. 1 (2022): 8–19.

Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Grasindo, 2010.

Soendari, Tjutju. “Pengujian Keabsahan Data Penelitian Kualitatif.” *Bandung: Jurusan PLB Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia*, 2012.

Supit, Michella, Deitje A. Katuuk, Viktory N.J. Rotty, and Jeffry S.J. Lengkong. “Hubungan Iklim Sekolah Dengan Semangat Kerja Guru SMP Negeri Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa.” *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan* 10, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.24036/jbmp.v10i1.112134>.

Suriyok, Khamdan. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru.” *Jurnal Ilmiah Ecobuss* 10, no. 1 (2022): 53–59.

Turmuzi, Imam. “Strategi Pemasaran Di Lembaga Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Mts Ihsanniat Jombang).” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* 2, no. 2 (2017).

Utami, Miranti Pradipta, and Hendrik Pandiangan. “Analisis Strategi Pemasaran Di Politeknik Lembaga Pendidikan Dan Pengembangan Profesi Indonesia Kampus Cirebon.” *Lentera: Multidisciplinary Studies* 1, no. 2 (2023): 49–54.

Virgilenna, Sinta, and I Putu Anom. “Strategi Pemasaran Pariwisata Sembalun Kecamatan Sembalun Kabupaten Lombok Timur Nusa Tenggara Barat.” *Jurnal Destinasi Pariwisata ISSN* 2338 (2018): 8811.

“Wawancara Dengan Adib Romdhoni, Mahasiswa MPI UIN Sunan Kalijaga , 07 Februari 2024 Di Ruang Tunggu FITK UIN Sunan Kalijaga,” n.d.

“Wawancara Dengan Handini, Admisi UIN Sunan Kalijaga, 03 Maret 2024 Di Gedung Admisi UIN Sunan Kalijaga,” n.d.

“Wawancara Dengan Muhammad Izzuddin, Mahasiswa MPI UIN Sunan Kalijaga , 08 Februari 2024 Di Ruang Tunggu GKT UIN Sunan Kalijaga,” n.d.

“Wawancara Dengan Nora Saiva Jannana, Sekertaris Program Studi MPI, 03 Maret 2024 Di Rumah Jurnal FITK UIN Sunan Kalijaga,” n.d.

“Wawancara Dengan Samsul Arifin, Mahasiswa MPI UIN Sunan Kalijaga, 06 Februari 2024 Di Ruang Tunggu FITK UIN Sunan Kalijaga,” n.d.

Yuliati, Yayuk. *Perubahan Ekologis Dan Strategi Adaptasi Masyarakat Di Wilayah Pegunungan Tengger*. Universitas Brawijaya Press, 2011.

