

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan yang tertinggi dalam sistem pendidikan nasional di semua negara. Posisinya tidak jauh berbeda dengan pendidikan dasar atau menengah yang berfungsi untuk mengembangkan potensi peserta didik agar tumbuh dan berkembang sebagai anggota masyarakat yang normal. Tetapi perguruan tinggi memiliki misi yang lebih jauh dari sekedar menghasilkan lulusan yang pandai, handal mengelola ilmunya dan mampu menerapkan dalam dunia kerja. Perguruan tinggi harus bisa mengantarkan peserta didiknya memahami dirinya sendiri, menentukan peran dirinya dalam masyarakat dan menjadikannya sebagai manusia yang jauh lebih baik dari yang sebelumnya.<sup>1</sup>

Perguruan tinggi sebagai organisasi penyedia jasa pendidikan perlu membangun dan mengolah citranya. Hal ini akan berkaitan kepercayaan publik terhadap aspek kualitas pendidikan serta komponen mendasar lainnya yang melekat pada institusi pendidikan. Sebuah perguruan tinggi harus secara nyata mampu mengolah pendidikannya dan mampu melahirkan alumni yang berkualitas sehingga dengan demikian hal ini akan menjadi citra yang positif, yang nantinya akan menjadi nilai tambah ataupun dasar pertimbangan bagi para calon mahasiswa dalam menentukan pilihannya. Hal ini belum lagi ditambah dengan kondisi dimana persaingan perguruan tinggi semakin ketat. Perguruan tinggi saling berlomba untuk mengembangkan seluruh potensi dan kemampuannya guna menarik minat calon mahasiswa. Kemampuan bersaing tersebut sangat dipengaruhi oleh kinerja manajemen perguruan tinggi yang bersangkutan dalam merencanakan strategi yang berorientasi dalam rangka membangun daya saing yang tinggi.

---

<sup>1</sup> Abdullah, Marketing Pendidikan, *Telaah Terhadap Promosi Fakultas Ilmu Social Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*”, Tesis, Yogyakarta: Program Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga, 2007

Disamping semakin ketatnya persaingan, masalah lain yang dihadapi perguruan tinggi adalah semakin kritisnya mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk memilih sebuah perguruan tinggi dan program studi. Calon mahasiswa dapat memilih banyak alternative pendidikan sehingga mereka memperhatikan model pendidikan dan prospek kerja setelah lulus kuliah. Pihak perguruan tinggi perlu menyusun strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan.

Masalah yang sangat mendasar adalah masih sangat kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak perguruan tinggi. Promosi adalah kegiatan komunikasi antara perusahaan dan konsumen sebagai usaha untuk memperingati konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan.<sup>2</sup> Strategi promosi mempunyai peranan penting untuk keberhasilan organisasi terutama perguruan tinggi. Strategi promosi harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.<sup>3</sup>

Kotler berpandangan bahwa promosi adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya.<sup>4</sup> Dari pendapat-pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan/ perguruan tinggi dalam mempertahankan eksistensinya untuk berkembang sebagai ukuran keberhasilan baik dalam bentuk laba maupun kepuasan.

Fungsi promosi pada organisasi yang berorientasi laba (perusahaan) dengan organisasi nirlaba (perguruan tinggi) sangat berbeda. Perbedaan yang nyata terletak pada cara organisasi dalam memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melakukan berbagai aktivitas operasi perusahaan, memperoleh modal

---

<sup>2</sup>Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

<sup>3</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004)

<sup>4</sup>Kotler, P. & Armstrong, G, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* ( Erlangga, 2010)

pertamanya dari investor atau pemegang saham. Jika perusahaan telah beroperasi, dana operasional perusahaan terutama diperoleh dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Sebaliknya, organisasi nirlaba (perguruan tinggi) memperoleh dana dari sumbangan para donator atau lembaga induk yang tidak mengharapkan imbalan apapun dari organisasi tersebut.<sup>5</sup>

Salah satu perguruan tinggi yang dianggap memiliki perkembangan yang cukup baik di Sumatera Utara Medan ialah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) atau sebelumnya memiliki nama Institut Agama Islam Negeri (IAIN). UINSU mengalami perkembangan yang sangat cepat, terlihat dari capaian prestasi UINSU baik yang bersifat akademik maupun yang non akademik. Dari sisi akademik misalnya, lebih kurang satu tahun 2016-2017, UINSU Medan berhasil meningkatkan akreditasi institusinya dari peringkat C menjadi B. UINSU juga telah berhasil memperoleh 3 Rekor MURI yang semuanya bermuara pada peningkatan integritas, karakter dan spiritual mahasiswa.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif UINSU Tahun 2017-2020**

No	Fakultas	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1.	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	1.001	2.108	2.691	2.739
2.	Fakultas Ekonnomi dan Bisnis Islam	3.224	4.627	5.052	5.740
3.	Fakultas Ilmu Sosial	833	1.567	1.896	2.351
4.	Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	6.403	7.705	9.151	10.031
5.	Fakultas Kesehatan Masyarakat	499	1.129	1.392	1.853
6.	Fakultas Sainns dan Teknologi	1.536	2.402	3.165	3.776
7.	Fakultas Syariah dan Hukum	2.718	3.382	3.647	4.806
8.	Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam	1.029	1.487	1.905	2.107
<b>Jumlah</b>		<b>17.243</b>	<b>24.407</b>	<b>28.899</b>	<b>33.403</b>

Sumber: pddikti.kemdikbud.go.id<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016)

<sup>6</sup> Tiga Harga Mati dan Transformasi UINSU Menuju WCU, dalam website waspada.id dipublikasikan pada 17 Februari 2020

<sup>7</sup> Pangkalan Data Perguruan Tinggi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (diakses 22 November 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pertumbuhan jumlah mahasiswa aktif UINSU setiap tahunnya semakin berkembang dan mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Peningkatan ini tidak lepas dari tim promosi yang menerapkan strategi kepada calon mahasiswa baru.

Dengan demikian, Perguruan Tinggi sebagai lembaga pendidikan yang mengemban tugas yang tidak ringan sangat diperlukan system manajerial yang baik dalam semua segi yang ada didalamnya. Perguruan tinggi harus memiliki *branding* yang baik dan berusaha mempertahankannya untuk tetap eksis menghadapi persaingan yang semakin ketat, Sehingga dapat memberikan mutu pendidikan yang baik dan bersaing secara sehat dengan perguruan tinggi lainnya, apalagi perguruan tinggi asing juga semakin gencar melakukan promosi untuk menarik minat calon mahasiswa baru di Indonesia. Tidak hanya antar perguruan tinggi, didalam sebuah perguruan tinggi juga antar fakultas berlomba-lomba untuk memberikan mutu pendidikan yang baik demi menarik minat mahasiswa baru. Salah satunya Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam yang ada di UIN Sumatera Utara Medan.

Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) merupakan salah satu fakultas yang ada di UIN Sumatera Utara Medan, Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam bermula dari Fakultas Ushuluddin yang mendapat persetujuan dari Menteri Agama dengan SK Nomor: 193 Tahun 1970 yang merupakan perubahan status Fakultas Ushuluddin IAIN Imam Bonjol Padang Sidempuan. Pada acara peresmiannya tanggal 24 September 1970 yang kemudian bergabung dengan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah cabang IAIN Ar-Rainy sebagai persyaratan tiga Fakultas berdirinya IAIN SU sejalan dengan perubahan IAIN Sumatera Utara menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sesuai peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 131 tahun 2014 maka Fakultas Ushuluddin merubah nomenklturnya menjadi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam dan kemudian memiliki penambahan program studi dan sekaligus perubahan nomenklatur menjadi 1) Ilmu Alquran dan Tafsir, 2) Akidah dan

Filsafat Islam, 3) Ilmu Hadis, 4) Pemikira Politik Islam, 5) Studi Agama- Agama.<sup>8</sup> Banyak alumnus Fakultas FUSI yang mampu bersaing dan memiliki karir yang bagus baik di dalam maupun diluar kampus Contohnya Dr. Aminuddin S.Sos, MA yang kini menjadi anggota Badan Pengawas Pemilihan Umum (Bawaslu). Aminuddin telah mendedikasikan diri dan keilmuannya di kancah perpolitikan di Sumatera Utara, ia mampu menerapkan ilmu di berbagai bidang seperti politik, sosial dan kemasyarakatan. Pemaparan Amiruddin yang disampaikannya di acara Yudisium ke-72 FUSI-UINSU pada tanggal 21 Juni 2021 “lulusan FUSI-UINSU harus kuat, dengan tekad yang mantap dan mampu berkarya di mana saja, lulusan FUSI-UINSU adalah orang yang sanggup menegakkan agama Allah melalui ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dimanapun berada”.<sup>9</sup> Selain itu dosen FUSI Heru Syahputra, S.Fil.I, M.Pem.I Lulus pada tahun 2011 yang sudah berkarir di dunia pendidikan selama 11 tahun.<sup>10</sup> Mah Dani Rambe, S.Ag lulus pada tahun 2020 hanya butuh waktu 3 minggu setelah lulus untuk berkarir di dunia pendidikan Sekolah Dasar.<sup>11</sup> dan Ahmad Soimi, S.Ag lulus tahun 2019 yang sekarang bekerja sebagai instruktur BBPLK (Badan Balai Pengembangan Latihan Kerja) Medan dan Asesor LSP P2 BBPLK Medan.<sup>12</sup>

Perkembangan mahasiswa di masing- masing program studi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam juga mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun dilihat pada tabel berikut :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

---

<sup>8</sup> Profil Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, fusi.uinsu.ac.id, (diakses 22 November 2021)

<sup>9</sup> Agus Utama, Aminuddin Motivasi Wisudawan FUSI UINSU, dalam berita online www.waspada.co.id dipublikasikan pada 25 Juni 2021

<sup>10</sup> Heru Syahputra, Alumni Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara Tahun 2011

<sup>11</sup> Mah Dani Rambe, Alumni Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara Tahun 2020

<sup>12</sup> Ahmad Soimi, Alumni Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara Tahun 2019

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Tahun 2017-2020**

No	Program Studi	Tahun			
		2017	2018	2019	2020
1	Ilmu Alquran dann Tafsir	309	486	649	696
2	Aqidah dan Filsafat Islam	219	262	312	289
3	Ilmu Hadist	93	112	244	288
4	Pemikiran Politik Islam	231	319	410	451
5	Studi Agama- Agama	127	242	274	303
<b>Jumlah</b>		<b>979</b>	<b>1.421</b>	<b>1.889</b>	<b>2.027</b>

Sumber : pddikti.kemdikbud.go.id<sup>13</sup>

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan mahasiswa dari program studi Ilmu Alquran dan Tafsir, Aqidah dan Filsafat Islam, Ilmu Hadist, Pemikiran Politik Islam, dan Studi Agama-Agama mengalami fluktuasi dari tahun 2017-2020. Ilmu Alquran dan Tafsir menjadi program studi yang paling banyak diminati di Fakultas FUSI dan Ilmu Hadist menjadi program studi yang minim peminat. Pada tabel diatas perkembangan seluruh mahasiswa fakiltas FUSI terus meningkat setiap tahunnya. Namun ternyata hingga kini jumlah mahasiswa Fakultas FUSI masih sangat jauh tertinggal dengan fakultas- fakultas yang lainnya yang ada di UIN Sumatera Utara. Masih sangat minim keinginan mahasiswa baru untuk memilih program studi yang ada di fakultas FUSI. Terlihat pada data penerimaan calon mahasiswa baru pada tahun 2019-2020, dari 8 fakultas yang ada di UIN Sumatera Utara, fakultas FUSI menduduki posisi terendah dengan jumlah mahasiswa baru. Jumlah mahasiswa baru Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam dapat dilihat pada tabel beriktu :

<sup>13</sup> Pangkalan Data Perguruan Tinggi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (diakses 22 November 2021)

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Mahasiswa Baru UIN Sumatera Utara Medan 2019-2020**

No.	Fakultas	Tahun Ajaran	
		2019/2020	2020/2021
1.	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	538	463
2.	Fakultas Ekonnomi dan Bisnis Islam	1.102	993
3.	Fakultas Ilmu Sosial	490	321
4.	Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	1.924	1.777
5.	Fakultas Kesehatan Masyarakat	431	456
6.	Fakultas Sainns dan Teknologi	781	684
7.	Fakultas Syariah dan Hukum	857	762
8.	Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam	430	307
<b>Jumlah</b>		<b>6.598</b>	<b>5.763</b>

Sumber : pddikti.kemdikbud.go.id<sup>14</sup>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendaftar mahasiswa baru di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara selama dua tahun terakhir yaitu tahun 2019/2020, 2020/2021 mengalami fluktuasi. Berdasarkan table diatas terlihat perbedaan yang sangat signifikan mahasiswa baru antar fakuktas. Dan fakultas ushuluddin menjadi fakultas dengan minim peminat dengan 430 mahasiswa baru untuk tahun ajaran 2019/2020 dan 307 mahasiswa baru untuk tahun ajaran 2020/2021. Padahal fakultas FUSI memiliki jenjang karir yang bagus terbukti dengan alumni-alumni yang sukses baik didalam kampus maupun diluar kampus. Untuk itu penelitian ini penting dilakukan guna memperkenalkan Fakultas FUSI kepada masyarakat serta untuk meningkatkan animo calon mahasiswa baru di lingkungan fakultas FUSI agar mampu bersaing dengan Fakultas yang lain dan menjadi yang terdepan.

Beberapa hasil reseach gap yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai strategi menarik minat mahasiswa baru. Penelitian oleh Wijaya (2016),

<sup>14</sup> Pangkalan Data Perguruan Tinggi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (diakses 22 November 2021)

menyatakan bahwa Universitas harus menerapkan bauran pemasaran dalam strateginya. Bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu, Product, Price, People, Place, Process, Promotion, Physical Evidence, harus semua dipenuhi.<sup>15</sup>

Selanjutnya, penelitian oleh Hasan & Hamid (2020), menyatakan bahwa fasilitas kampus merupakan salah satu faktor utama dalam penyebaran informasi melalui Word Of Mouth ( WOM ). Mahasiswa akan menceritakan dan mengajak orang lain untuk kuliah di suatu Universitas dan hal pertama yang diceritakan adalah mengenai fasilitas.<sup>16</sup>

Kemudian penelitian oleh Kanada (2019), menghasilkan data bahwa Universitas harus melakukan strategi promosi melalui periklanan dengan memanfaatkan semua media yang ada contohnya: media televisi lokal, media cetak dan media sosial selain itu data dalam penelitiannya menunjukkan bahwa strategi terprogram yaitu melalui mahasiswa, alumni dan orang tua atau wali memiliki tingkat signifikan yang tinggi dalam menarik calon mahasiswa baru.<sup>17</sup>

Dari beberapa hasil penelitian tersebut diatas mempunyai strategi yang berbeda untuk menarik calon mahasiswa baru hal ini sangat baik dilakukan dalam penelitian. Untuk tahun-tahun selanjutnya, peneliti berharap agar mahasiswa yang masuk di UINSU terutama Fakultas FUSI terus meningkat dari tahun sebelumnya. Maka hal inilah yang menjadi daya tarik peneliti untuk mengkaji lebih dalam lagi bagaimana strategi yang dilakukan fakultas FUSI untuk meningkatkan minat mahasiswa baru dengan judul **“Strategi Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru Studi Pada Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan”**

---

<sup>15</sup>Quodry Wijaya, *Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru di Universitas Sriwijaya Sumenep*, dalam jurnal Proseding Call For Paper, 2016

<sup>16</sup> Adnan Hasan, Asia Hamid, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pasca Perubahan Menjadi Universitas Pada Universitas Muslim Maros*, Jurnal Ilmiah Manajemen Emor, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Vo. 3, No.2, 2019

<sup>17</sup> Rabial Kanada, *Trend Promosi Perguruan Tinggi yang Ampuh Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Kota Palembang)*, Journal of Islamic Education Management, Universitas Islam Negeri Raden Fateh Palembang, Vo. 5 No.1, 2019



## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru?
2. Kendala apa saja yang dihadapi Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan dalam melakukan promosi untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru

## **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Harapan besar penelitian ini menjadi salah satu literatur untuk penelitian selanjutnya serta dapat memberikan sumbangsih khazanah ilmu pengetahuan khususnya dalam lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam. Dapat menjadi masukan berupa sumbangan pemikiran yang mungkin bermanfaat dalam membantu Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam dalam hal menarik minat calon mahasiswa baru serta menjadi bahan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan promosi, pengenalan fakultas, serta dapat digunakan sebagai alat bantu perencanaan strategi promosi di masa

mendatang khususnya dalam meningkatkan input mahasiswa di lingkungan Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan peneliti serta menjadi masukan untuk mempersiapkan diri terjun kedalam dunia masyarakat.
- b. Bagi peneliti, karya ilmiah ini dapat dijadikan sebagai acuan dan pembelajaran untuk mengembangkan ilmu pengetahuan melalui penelitian.
- c. Bagi masyarakat, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, informasi, dan wawasan terkait strategi dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

## E. Batasan Istilah

Penelitian ini hanya akan meneliti tentang strategi yang dilakukan Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam dalam menarik minat calon mahasiswa baru. Untuk mempermudah penulis dalam membahas kajian ini dan menghindari kesalahpahaman serta kekeliruan dalam memahami istilah penulisan judul penelitian ini, maka perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah yang menjadi kata kunci yang terdapat dalam judul penelitian ini, yaitu :

1. Strategi : Menurut Stepahine K. Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.<sup>18</sup> Menurut Sunarji Harahap di dalam bukunya yang berjudul Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang

---

<sup>18</sup> Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.31

mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas organisasi menuju pencapaian tujuan.<sup>19</sup>

2. Promosi : Pada sector jasa, strategi promosi juga mutlak diperlukan untuk meningkatkan volume penjualannya. Promosi juga harus dapat menafsirkan kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan atau melihat keadaan pasar.<sup>20</sup> Menurut Philip Kotler promosi adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>21</sup>
3. Fakultas FUSI : Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam merupakan salah satu fakultas yang ada di UIN Sumatera Utara Medan. sejalan dengan perubahan IAIN Sumatera Utara menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sesuai peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 131 tahun 2014 maka Fakultas Ushuluddin merubah nomenklaturnya menjadi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam dan kemudian memiliki penambahan program studi dan sekaligus perubahan nomenklatur menjadi 1) Ilmu Alquran dan Tafsir, 2) Akidah dan Filsafat Islam, 3) Ilmu Hadis, 4) Pemikiran Politik Islam, 5) Studi Agama- Agama<sup>22</sup>

## **F. Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian ialah sesuatu yang sangat penting dalam penelitian, karena metodologi merupakan cara atau teknik yang disusun secara teratur yang digunakan oleh seorang peneliti untuk melakukan penelitian dan mengumpulkan informasi yang disesuaikan dengan subjek atau objek yang akan diteliti. Berdasarkan uraian tersebut maka diperlukan beberapa instrumen dalam metodologi penelitian agar dapat mengetahui proses dalam penelitian antara lain :

<sup>19</sup> Harahap Sunarji, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Medan, 2019) h.38

<sup>20</sup> Lupiyoadi, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba Empat, 2008) h. 94

<sup>21</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004), h.61

<sup>22</sup> Profil Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, [fusi.uinsu.ac.id](http://fusi.uinsu.ac.id), (diakses 22 November 2021)

## 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif, karena peneliti ingin menggambarkan fakta-fakta melalui hasil wawancara tentang strategi untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru di fakultas FUSI UIN Sumatera Utara Medan, studi dokumentasi pada arsip-arsip berupa hasil wawancara dan dokumentasi lain yang terikat dengan permasalahan ini.

Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi didalam suatu masyarakat. Selain itu juga sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis dan bukan angka. Disebut deskriptif karena penelitian ini bertujuan untuk menguraikan sifat-sifat (karakteristik) suatu keadaan dalam bentuk kata-kata. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif secara langsung bergantung pada kemampuan, pengalaman dan kesepakatan dari *interview* atau responden.<sup>23</sup>

## 2. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat langsung dalam masalah penelitian, atau dengan kata lain informan penelitian ialah narasumber yang merujuk pada seseorang yang paham terkait dengan objek penelitian serta mampu memberikan penjabaran tentang topik penelitian yang diangkat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, maka peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual, jadi dalam hal ini dalam pengambilan sample menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan berdasarkan cirri-ciri tertentu agar data dari hasil penelitian yang dilakukan menjadi lebih representatif. Dalam penelitian ini informan yang

---

<sup>23</sup> Lexy J Moelong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h. 6

terlibat adalah humas fakultas FUSI UIN Sumatera Utara, para dosen-dosen fakultas FUSI UIN Sumatera Utara, serta para alumni FUSI UINSU.

### 3. Sumber Data

Data adalah catatan atas kumpulan fakta. Dalam keilmuan (ilmiah), fakta dikumpulkan untuk menjadi data. Data kemudian diolah sehingga dapat diutarakan secara jelas dan tepat sehingga dapat dimengerti oleh orang lain yang tidak langsung mengalaminya sendiri. Berdasarkan sumbernya, data penelitian dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data sekunder, antara lain :

#### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber-sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data yang baru yang memiliki sifat Up to date.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini, sumber data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber atau informan yang dalam hal ini yaitu para pemimpin-pemimpin yang ada difakultas FUSI UINSU.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh atau yang dikumpulkan dari orang yang melakukan penelitian dan dari sumber-sumber yang telah ada. Adapun sebagai data sekunder peneliti mengambil dari buku-buku, jurnal dan skripsi yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian

---

<sup>24</sup> Rusiadi dkk, *Metode Penelitian*, (Medan, Art Design: 2013) h.26

ini peneliti mengumpulkan data atau informasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, antara lain adalah sebagai berikut :

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mencatat secara sistematis akan fenomena yang diteliti.<sup>25</sup> Teknik pengumpulan data dengan observasi mempunyai ciri-ciri tidak selalu berhubungan dengan orang tetapi juga dapat berkaitan dengan objek-objek alam yang lain.

Tujuan observasi adalah mendeskripsikan *setting* yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berlangsung, orang-orang yang terlibat dalam aktivitas, dan makna kejadian dilihat dari perspektif mereka yang terlihat dalam kejadian yang diamati tersebut.<sup>26</sup> Metode ini sebagai langkah awal untuk melihat secara langsung objek penelitian guna mendapatkan data yang yang diperlukan. Mengamati dan meninjau secara langsung ke lapangan dengan melakukan pencatatan yang sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diteliti.

b. Wawancara (*Interview*)

Menurut Lexy J. Moelong, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*Interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*Interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba, antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, motivasi, tuntutan, kepedulian dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain.<sup>27</sup> Teknik wawancara yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*Semistruktur Interview*). Tujuan dari wawancara semi terstruktur menurut Sugiyono

---

<sup>25</sup>Nana Syaodih Sukmandinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Bandung Remaja Rosdakarya, 2011), h. 220

<sup>26</sup> Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan, FEbi Press UInsu, 2016), h. 54

<sup>27</sup> Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014) h. 186

(2009: 233) adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara dimintai pendapat dan keterangan informasi.

Wawancara dilakukan dengan humas FUSI UINSU, dosen-dosen FUSI UINSU, wawancara juga akan dilakukan secara acak untuk memperoleh data-data, sebab sangat mungkin pada aktivitas wawancara yang dilakukan terdapat keterangan yang berbeda. Wawancara juga dilakukan dengan para alumni, dan juga ketua sema dan dema. Kondisi demikian cukup menguntungkan peneliti untuk memperoleh data tambahan dan dapat memberikan penjelasan yang lebih baik dan lengkap dalam penelitian ini.

#### c. Dokumentasi

Menurut Sugiyono, dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu.<sup>28</sup> Jadi dokumen merupakan bahan tertulis yang berhubungan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi yang disimpan atau didokumentasikan seperti dokumen, soft file, data otentik dan arsip lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yang dapat digunakan sebagai pelengkap dari data yang diperoleh dalam kegiatan wawancara dan observasi.<sup>29</sup>

## 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu bagian dari proses penelitian. Analisis data berarti menginterpretasikan data-data yang dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu. Adapun teknik analisis data yang digunakan penelitian adalah penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan.

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014), h. 216

<sup>29</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), h.23

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung yang menjadi objek penelitian. Penelitian lapangan menggunakan analisis data deskriptif, berarti menganalisis data untuk permasalahan yang ada dengan cara mengumpulkan data aktual melalui wawancara, dan observasi secara langsung atau melalui pengamatan terhadap penelitian yang akan dilakukan.<sup>30</sup>

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*).

Penelitian kepustakaan yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data dengan cara membaca literatur-literatur, buku- buku mengenai teori permasalahan yang diteliti dan menggunakan media internet sebagai pendukung dalam penelusuran informasi tambahan mengenai teori maupun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini.<sup>31</sup>

## 6. Pemeriksaan Keabsahan Temuan

Dalam penelitian ini pengecekan data atau pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini adalah pengecekan kredibilitas. Kredibilitas adalah suatu kriteria untuk memenuhi bahwa data informasi yang dikumpulkan harus mengandung nilai kebenaran, yang berarti bahwa hasil penelitian kualitatif dapat dipercaya oleh pembaca dan dapat diterima oleh responden yang memberikan informasi yang dikumpulkan selama penelitian berlangsung.

Dalam penelitian ini pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber data. Triangulasi merupakan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.<sup>32</sup> Triangulasi sumber data adalah

---

<sup>30</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Raja Wali Pres, 2012), h. 37-45

<sup>31</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2017), h.236

<sup>32</sup> Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial*, cet. 1 (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 287



menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari sumber tersebut tidak bisa dirata-ratakan seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari beberapa sumber tersebut, data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

### G. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti melihat beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Pelaksanaan penelitian terdahulu bertujuan untuk menunjukkan penelitian yang memiliki persamaan yang akan diteliti, letak perbedaannya dengan yang akan diteliti sehingga jelas posisi permasalahannya yang akan diteliti. Penelitian yang relevan tersebut antara lain :

**Tabel 1.4**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Keterangan	Metode	Hasil Temuan	Persamaan	Perbedaan
1.	Wijaya (2016), Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru di Universitas Wiraraja Sumenep. <sup>33</sup>	Kuantitatif	Universitas harus menerapkan bauran pemasaran dalam strateginya dengan pendekatan 7 P yaitu Product, Price, People, Place, Promotion, Pshycal Evidance, Proces	Sama-sama menggunakan peningkatan minat mahasiswa baru sebagai variable terikatnya.	Menggunakan penelitian kuantitatif, menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner.

<sup>33</sup> Qudry Wijaya, *Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru di Universitas Sriwijaya Sumenep*, dalam jurnal *Proseding Call For Paper*, 2016

					Serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda
2.	Hasan & Hamid (2019), Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pasca Perubahan Menjadi Universitas Pada Universitas Muslim Maros. <sup>34</sup>	Kualitatif	Fasilitas kampus merupakan salah satu faktor utama dalam penyebaran informasi. Mahasiswa akan menceritakan dan mengajak orang lain untuk kuliah disuatu Universitas dan hal pertama yang diceritakan adalah mengenai fasilitas.	Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi.	Lokasi dan waktu penelitian, serta variable terikatnya berbeda.
3.	Rian Rizki Hermawan (2021), Perumusan Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Mataram Untuk Meningkatkan Minat Calon	Kualitatif	Hasil penelitian menggunakan metode analisis SWOT dari faktor eksternal dan internal menunjukkan bahwa Universitas Muhammadiyah Mataram masuk	Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi.	Lokasi penelitian yang berbeda serta menggunakan metode analisis SWOT

<sup>34</sup> Adnan Hasan, Asia Hamid, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pasca Perubahan Menjadi Universitas Pada Universitas Muslim Maros*, Jurnal Ilmiah Manajemen Emor, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Vo. 3, No.2, 2019

	Mahasiswa Baru. <sup>35</sup>		pada tipe Weakness dan Oppurtunities (WO).		
4.	Kanada (2019), Trend Promosi Perguruan Tinggi yang Ampuh Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Kota Palembang). <sup>36</sup>	Kualitatif	<p>Hasil penelitian bahwa universitas melakukan strategi promosi melalui periklanan dengan memanfaatkan semua media yang ada contohnya : media televisi, media cetak dan media sosial.</p> <p>Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi terprogram yaitu melalui mahasiswa, alumni dan orangtua memiliki tingkat signifikan yang tinggi dalam menarik calon mahasiswa baru.</p>	Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi.	Lokasi dan Waktu Penelitian

<sup>35</sup> Rian Rizki Hermawan, *Perumusan Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Mataram Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021)

<sup>36</sup> Rabial Kanada, *Trend Promosi Perguruan Tinggi yang Ampuh Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Kota Palembang)*, *Journal of Islamic Education Management*, Universitas Islam Negeri Raden Fateh Palembang, Vo. 5 No.1, 2019

5.	Fadeli (2019), Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017- 2018. <sup>37</sup>	Kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian, keadaan internal kampus memiliki pengaruh snagat kuat dalam menarik calon mahasiswa baru. Seperti fasilitas, pelayanan akademik, kualitas mahasiswa, maupun pengajar.	Sama-sama menggunakan peningkatan minat mahasiswa baru sebagai variable terikatnya.	Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda serta teknik yang digunakan adalah simple random sampling.
----	--	------------	--	--	---




---

<sup>37</sup> Kasirul Fadhli, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017-2018*, Jurnal Purnama Beazam, Universitas Karimun, Vol. 1 No.1, 2019

## H. Sistematika Pembahasan

Tulisan ini disusun sebagai sebuah karya yang dinamakan skripsi, terdiri dari lima bab dan dirancang secara sistematis berdasarkan aturan-aturan penulisan. Berikut adalah sistematika pembahasan dalam penulisan skripsi :

**BAB I Pendahuluan** :Bab ini merupakan pengantar menuju penelitian yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan istilah, metodologi penelitian, teknik analisis data, kajian terdahulu dan diakhiri dengan sistematika pembahasan yang menjelaskan mengenai gambaran isi dari masing-masing bab dalam penelitian ini.

**BAB II Kajian Teori** :Pada bab ini akan dijelaskan tentang landasan teori yang merupakan uraian teori digunakan untuk menganalisis masalah penelitian.

**BAB III Lokasi Penelitian** :Pada bab ini berisi gambaran umum objek penelitian, seperti letak geografis, kondisi pendidikan, struktur organisasi.

**BAB IV Pembahasan** :Pada bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan dengan mendeskripsikan bagaimana strategi yang dilakukan fakultas Ushuluddin dan Studi Islam untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

**BAB V Penutup** :Pada bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan atau analisis data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, sekaligus dilengkapi beberapa saran yang relevan dan bersifat membangun berdasarkan fakta-fakta di lapangan.