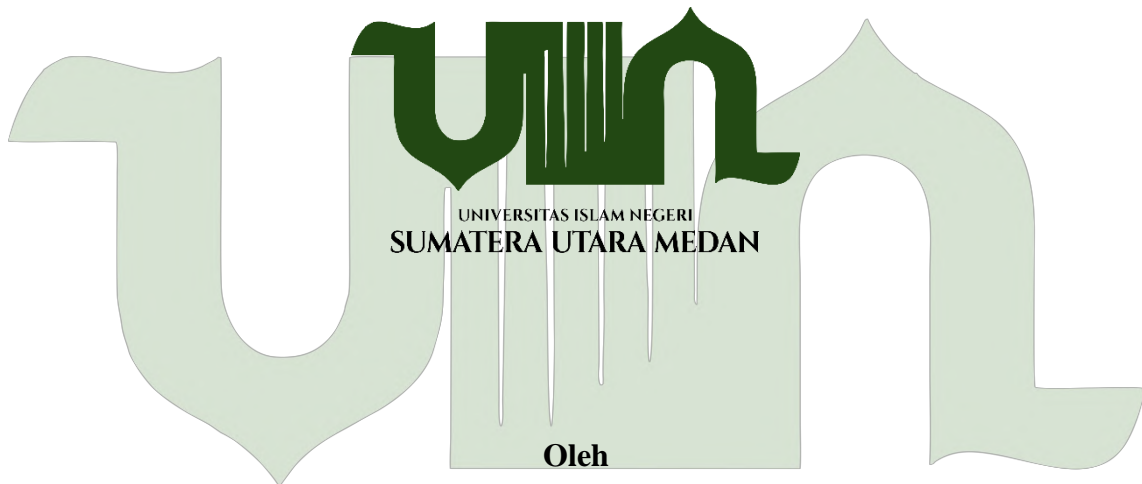
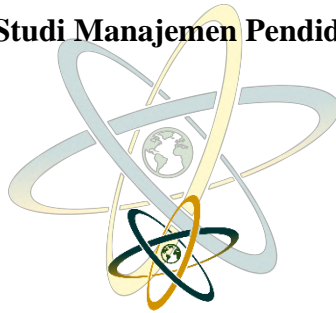


**STRATEGI PEMASARAN LULUSAN  
DI SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AS-SUNNAH  
DELI SERDANG**

**TESIS**

**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Magister  
Program Studi Manajemen Pendidikan Islam**



**Oleh**

**ANISA MAULIDYA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**NIM 0332224056**

**SUMATERA UTARA MEDAN**

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2024**



**STRATEGI PEMASARAN LULUSAN  
DI SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM AS-SUNNAH DELI SERDANG**

**TESIS**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Untuk  
Mencapai Gelar Magister Pendidikan (M.Pd.) dalam Ilmu Tarbiyah dan Keguruan*

Oleh

**ANISA MAULIDYA**

**NIM 0332224056**

Menyetujui,

**Dosen Pembimbing Tesis I**

**Dosen Pembimbing Tesis II**

**Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum.**

**NIP. 197011101997032004**

**Dr. Muhammad Fadhli, M.Pd**

**NIP. 198802012015031005**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM  
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**

**2024**

## PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang” disusun oleh **Anisa Maulidya** yang telah diujikan dalam Sidang Munaqasyah Sarjana Strata Dua (S2) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 8 Juli 2024. Tesis telah diterima sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Magister Pendidikan (M.Pd) pada program studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan keguruan Universitas Islam Sumatera Utara Medan.

### Panitia Sidang Munaqasyah Tesis Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UINSU Medan

Ketua

**Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum**  
NIP. 197011101997032004

Sekretaris

**Dr. Fatkhur Rohman, M.A**  
NIP. 198503012015031002

### Anggota Penguji

1. **Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum**  
NIP. 197011101997032004

2. **Dr. Muhammad Fadhli, M.Pd**  
NIP. 198802012015031005

3. **Prof. Dr. Candra Wijaya, M.Pd**  
NIP. 197404072007011037

4. **Dr. Yusuf Hadijaya, M.A**  
NIP. 196811201995031003

5. **Dr. Fatkhur Rohman, M.A**  
NIP. 198503012015031002

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan  
UINSU Medan



**Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum**  
NIP. 197011101997032004

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSYARATAN PUBLIKASI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Tesis yang berjudul: “**Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang**” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dengan acuan yang disebutkan sumbernya, baik dalam naskah karangan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi, baik tesis beserta gelar magister saya dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi tesis pada jurnal atau forum ilmiah harus menyertakan tim pembimbing sebagai *author* dan FITK UINSU sebagai institusinya. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Medan, 8 Juli 2024

Mahasiswa,



Anisa Maulidya

NIM. 0332224056

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## ABSTRACT



Name : Anisa Maulidya  
Department : Islamic Education Management  
Thesis Guide I : Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum  
Thesis Guide II : Dr. Muhammad Fadhli, M.Pd  
Title : Graduate Marketing Strategy at As-Sunnah Islamic College in Deli Serdang

---

This research aims to analyze and describe: (1) the implementation of marketing strategies at As-Sunnah Islamic College in Deli Serdang, (2) the graduates of As-Sunnah Islamic College in Deli Serdang, (3) the analysis of the implementation of graduate marketing strategies at As-Sunnah Islamic College in Deli Serdang.

This study employs a descriptive qualitative approach to gain an in-depth understanding of the graduate marketing strategies at STAI As-Sunnah. Data collection techniques include interviews, observations, and document studies. The data analysis technique involves data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification.

The results of the research indicate: (1) STAI As-Sunnah implements an inclusive marketing strategy with a direct approach through social media and digital platforms, as well as an indirect approach through alumni networks, community service programs, and social programs, (2) STAI As-Sunnah graduates possess high competitiveness, particularly in Islamic sciences, Arabic language, and Quran memorization, supported by strong Islamic values, (3) the graduate marketing strategies of STAI As-Sunnah include recruitment and job placement, curriculum adjustment, partnerships with related institutions, promotion through social media, and support from alumni and the college.

**Keywords: Marketing Strategy, Graduate Marketing, College Graduates**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## ABSTRAK



Nama : Anisa Maulidya  
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam  
Pembimbing I : Prof. Dr. Tien Rafida, M.Hum  
Pembimbing II : Dr. Muhammad Fadhli, M.Pd  
Judul : Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan: (1) penerapan strategi pemasaran di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang, (2) lulusan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang, (3) Menganalisis implementasi strategi pemasaran lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi pemasaran lulusan di STAI As-Sunnah. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Teknik analisis data dilakukan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) STAI As-Sunnah menerapkan strategi pemasaran yang inklusif dengan pendekatan langsung melalui media sosial dan platform digital, serta pendekatan tidak langsung melalui jaringan alumni, program pengabdian, dan program-program sosial, (2) lulusan STAI As-Sunnah memiliki daya saing tinggi terutama dalam ilmu syar'i, bahasa Arab, dan hafalan Al-Quran, serta ditopang oleh nilai-nilai keislaman yang kuat, (3) strategi pemasaran lulusan STAI As-Sunnah mencakup rekrutmen dan penempatan kerja, penyesuaian kurikulum perguruan tinggi, kemitraan dengan lembaga terkait, promosi melalui media sosial, serta dukungan dari alumni dan perguruan tinggi.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pemasaran Lulusan, Lulusan Perguruan Tinggi**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah *Subhanahu wa Ta'ala*, Sang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang**. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wasallam*, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penerapan strategi pemasaran lulusan yang efektif di lingkungan pendidikan Islam, khususnya di STAI As-Sunnah Deli Serdang. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi pemasaran di institusi pendidikan Islam.

Dalam kesempatan yang penuh rasa syukur ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan dalam penyusunan tesis ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Ayah tercinta M. Jakfar dan Ibu tercinta Agustina, yang telah menjadi pilar kekuatan dan sumber motivasi penulis untuk melanjutkan pendidikan magister. Terima kasih atas doa yang tiada henti, semangat yang tak pernah padam, serta dukungan moril dan materiil yang begitu berarti.
2. Suami tercinta Fadhil Ferdian, yang dengan setia menemani setiap langkah perjalanan studi ini, rela mengorbankan waktu dan tenaga, serta selalu memberikan cinta dan dukungan tanpa batas. Serta anakku tersayang, Haura Fadhisa, yang telah menemani ummi selama menempuh pendidikan, dari masa kandungan hingga saat ini. Kehadirannya memberikan kekuatan dan kebahagiaan yang tak terhingga.
3. Pembimbing tesis Prof. Tien Rafida, M.Hum dan Dr. Muhammad Fadhli, M.Pd, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga dengan penuh

kesabaran dan keikhlasan. Terima kasih atas segala kemudahan dan waktu yang telah diluangkan.

4. Dr. Fatkhur Rahman dan Toni Nasution, M.Pd, selaku ketua dan sekretaris prodi yang telah memberikan kesempatan dan dukungan bagi penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
5. Prof. Dr. Candra Wijaya, M.Pd dan Dr. Yusuf Hadiwijaya, M.A, selaku penguji yang telah memberikan koreksi dan saran yang sangat berharga untuk kesempurnaan tesis ini.
6. Ustadz Dori Candra, M.Sos, Ustadz Pangidoan Lubis, S.Pd, dan Ustadz Faishol, S.Pd, selaku informan yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Kakak dan adik tersayang, yaitu Kak Intan, Bang Al, Bang Furqan, Rizky, Zuhra, Syifa, dan Faqih. Terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan semangat yang tak pernah berhenti kalian berikan.
8. Sahabat Tralala Trilili, yang selalu memberikan semangat dan motivasi dengan tulus ikhlas dalam penyelesaian studi ini. Terima kasih atas kebersamaan dan persahabatan yang penuh makna.
9. Rekan kerja, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi tanpa henti dalam penyelesaian studi ini.
10. Teman-teman kelas MPI NonReg stambuk 2022, yang telah menjadi bagian dari perjalanan studi ini, berbagi ilmu dan pengalaman berharga.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat dan menjadi amal jariyah yang berpahala di sisi Allah Subhanahu wa Ta'ala.  
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tanjung Morawa, 23 Juni 2023

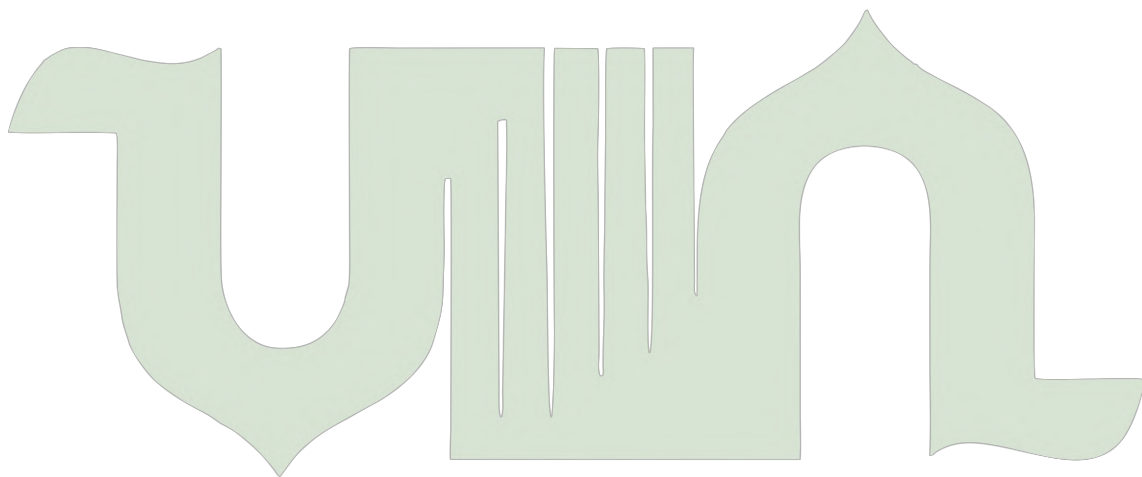
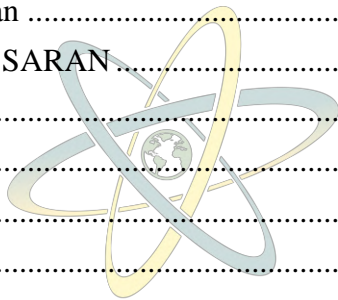
Anisa Maulidya



## DAFTAR ISI

ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Kebaharuan Penelitian .....	6
C. Pertanyaan Penelitian .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II KAJIAN TEORI .....	9
A. Acuan Teori .....	9
1. Strategi Pemasaran .....	9
a. Pengertian Strategi Pemasaran .....	9
b. Konsep Strategi Pemasaran .....	12
c. Fungsi dan Tujuan Strategi Pemasaran .....	16
d. Langkah-Langkah Pengembangan Strategi Pemasaran .....	18
e. Indikator Strategi Pemasaran .....	23
2. Lulusan Perguruan Tinggi .....	24
a. Pengertian Lulusan Perguruan Tinggi .....	24
b. Kualitas Lulusan Perguruan Tinggi .....	27
c. Kesiapan Kerja Lulusan Perguruan Tinggi .....	28
d. Fungsi Lulusan Perguruan Tinggi .....	29
3. Strategi Pemasaran Lulusan .....	33
a. Pengertian Strategi Pemasaran Lulusan .....	33
b. Jenis-Jenis Strategi Pemasaran Lulusan .....	34
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran Lulusan .....	37
d. Tujuan Strategi Pemasaran Lulusan .....	41
B. Hasil Penelitian Relevan .....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	48

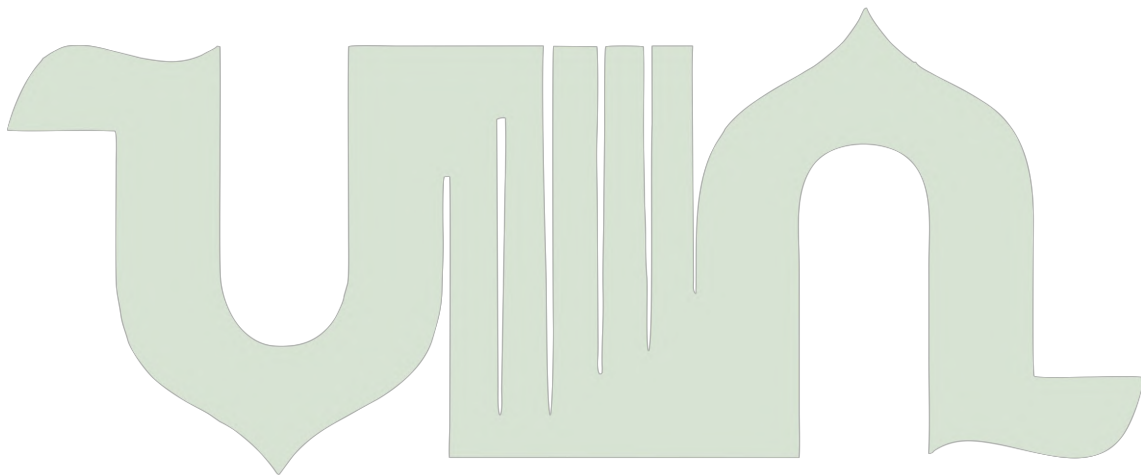
A.	Latar Penelitian .....	48
B.	Data dan Sumber Data .....	49
C.	Metode Penelitian .....	50
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	52
E.	Teknik Analisis Data .....	52
F.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	54
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>56</b>
A.	Temuan Penelitian .....	56
B.	Pembahasan Penelitian .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>96</b>
A.	Kesimpulan .....	96
B.	Saran .....	96
C.	Implikasi .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>100</b>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR TABEL

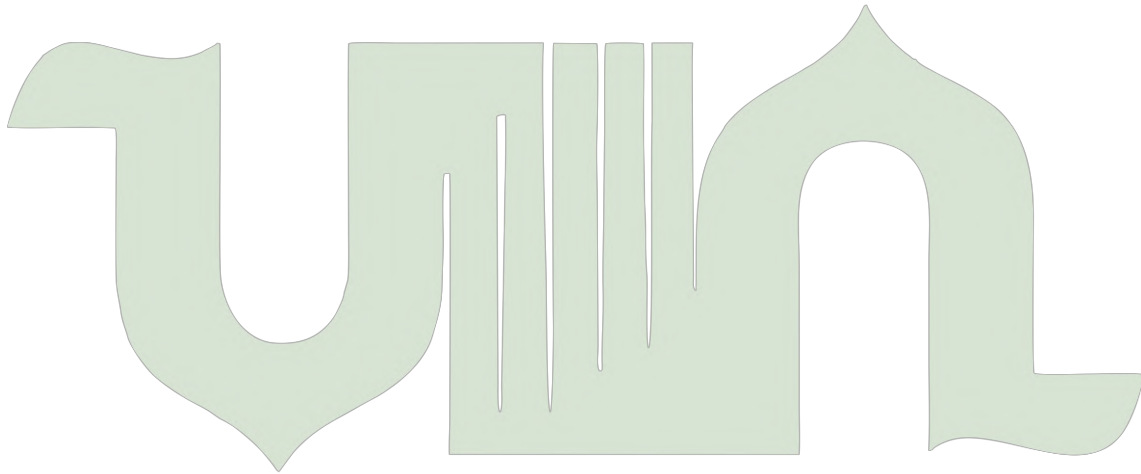
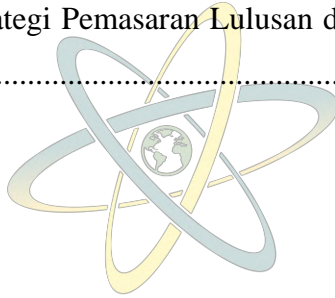
Tabel 2. 1 Analisis Penelitian Terdahulu .....	44
Tabel 3. 1 Tahapan Penelitian.....	48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Permintaan Lulusan STAI As-Sunnah .....	3
Gambar 3. 1 Skema Data Primer dan Sekunder .....	49
Gambar 3. 2 Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif .....	51
Gambar 3. 3 Teknik Analisis Data Miles dan Huberman .....	53
Gambar 3. 4 Triangulasi Sumber Data .....	54
Gambar 3. 5 Triangulasi Teknik .....	55
Gambar 4. 1 Peta Konsep Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang .....	95



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara .....	105
Lampiran 2. Pedoman Observasi.....	111
Lampiran 3. Pedoman Studi Dokumentasi .....	112
Lampiran 4. Hasil Transkrip Wawancara .....	113
Lampiran 5. Laporan Hasil Observasi.....	132
Lampiran 6. Laporan Hasil Studi Dokumentasi .....	135
Lampiran 7. Profil STAI As-Sunnah Deli Serdang .....	136
Lampiran 8. Foto Wawancara Ketua STAI As-Sunnah .....	144
Lampiran 9. Foto Wawancara Ketua Biro Alumni .....	145
Lampiran 10. Foto Wawancara Ketua Hubungan Masyarakat.....	146
Lampiran 11. Dokumentasi Memoremundum of Understanding (MoU) dan Memorandum of Agreement (MoA) .....	147
Lampiran 12. Kunjungan STAI As-Sunnah.....	150
Lampiran 13. Prestasi Mahasiswa STAI As-Sunnah.....	151
Lampiran 14. Materi Promosi STAI As-Sunnah .....	153
Lampiran 15. Platform Digital dan Sosial Media.....	156
Lampiran 16. Surat Izin Penelitian.....	158
Lampiran 17. Surat Balasan Melaksanakan Penelitian .....	159

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN