

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang cepat ini terjadi secara terus menerus. (Santika,, 2021) Jadi penulis memberikan sedikit analisa yaitu perubahan ini tidak hanya terjadi sesekali, tapi berlangsung secara terus-menerus seiring dengan kemajuan zaman dan kebutuhan masyarakat. Hal ini menuntut dosen, mahasiswa, dan semua pihak dalam dunia pendidikan untuk terus beradaptasi dan belajar hal-hal baru. Dampak globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, model dan metode pembelajaran terbaru, perubahan demografi. (Sujana,, 2014). Jadi penulis memberikan sedikit analisa yaitu peningkatan jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi bisa dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti dampak globalisasi, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta munculnya model dan metode pembelajaran terbaru. Globalisasi membuat informasi lebih mudah diakses, sehingga banyak orang lebih sadar akan pentingnya ilmu manajemen dan dakwah dalam masyarakat modern. Teknologi juga membuka peluang baru, seperti manajemen dakwah digital dan media sosial, yang menarik minat generasi muda.

Hal ini ditandai dengan belum mampunya Lembaga pendidikan di Indonesia menghasilkan pemerataan sumber daya manusia yang mampu

bersaing di dunia internasional. (Swarniti, 2020) .Jadi maksudnya, ada sebagian lembaga universitas yang berkualitas merupakan harapan bagi masyarakat, namun ada juga sebagian lembaga universitas yang belum mampu menunjukkan peningkatan mutu secara merata dan berkelanjutan, maka di sini kita perlu analisis swot untuk mencari celah. Lembaga khususnya perguruan tinggi merupakan pintu gerbang utama saat ini dalam mencetak tenaga-tenaga professional yang handal dalam menghadapi persaingan global ini. (Swarniti, 2021). Oleh karena itu penulis ingin menunjukkan peningkatan jumlah mahasiswa harus dipacu terus untuk dapat mencapai tujuan tersebut, untuk mencari daya tariknya kita harus memerlukan manajemen strategi dalam perkembangan akademik kampus dengan melihat situasi tertentu. Pencapaian tujuan dapat tercapai jika sumber daya yang ada di perguruan tinggi terpenuhi baik itu sumber daya manusia, seperti biaya yang dibutuhkan dalam menjalankan perguruan tinggi tersebut. (Sudiarta & Irmawati, 2020)

Tujuan perguruan tinggi sangat bergantung pada ketersediaan dan pemanfaatan sumber daya yang dimilikinya. Salah satu faktor utama adalah sumber daya manusia, seperti dosen yang memang ahli dibidangnya, fasilitas, berupa beasiswa dari universitas dan staf administrasi yang memiliki kompetensi tinggi dalam menjalankan tugasnya. Mereka berperan penting dalam menjaga kualitas proses pembelajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, faktor pendukung lain yang tak kalah penting adalah ketersediaan dana atau biaya operasional yang

mencukupi. Biaya ini dibutuhkan untuk menunjang berbagai kegiatan akademik, pengembangan fasilitas, pelatihan dosen dan serta peningkatan layanan kepada mahasiswa. Perguruan tinggi tidak lagi sebatas memberikan ilmu kepada mahasiswa, namun lebih dari itu, perguruan tinggi dituntut mampu memberikan nilai tambah untuk menyelaraskan dengan peningkatan minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Kualitas, fasilitas dan lokasi dari perguruan tinggi diyakini memberikan penilaian penting dalam mempengaruhi pilihan masyarakat terhadap suatu perguruan tinggi.

Keberadaan Institusi Perguruan Tinggi tidak terlepas oleh adanya mahasiswa. Peran mahasiswa memberikan kontribusi terhadap eksistensi institusi. Cara menjaga eksistensi dilakukan melalui peningkatan kualitas. (S. Arpah, 2021) Kemajuan kualitas dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih kelanjutan studi setelah jenjang SMA, jadi menurut penulis potensi era sekarang terhadap kelanjutan studi membuat institusi perguruan tinggi saling berlomba-lomba dalam menggait calon mahasiswa. Kompetisi persaingan yang semakin ketat mengharuskan perguruan tinggi memiliki branding supaya dikenal oleh khalayak umum. (K.

Fadli, 2019)

Keberadaan *branding* berperan dalam menjangkau pasar serta mengetahui tingkat ancaman yang akan dihadapi. (Y. A. Kusuma and A. Z. Muttaqin, 2022) Oleh karena itu penulis memberikan gambaran yaitu *branding* menimbulkan institusi tetap eksis dalam keberlangsungan

hidupnya. Keberadaan *branding* di institusi perguruan tinggi bagian dari kegiatan promosi, kemudian penulis memerlukan manajemen strategi dan analisis swot yang tepat memperhatikan efisiensi sumber daya yang ada. Efisiensi sumber daya dalam manajemen strategi perlu pertimbangan serius mengingat calon mahasiswa sekarang ini sangat selektif.

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, proses strategi adalah :

a. Analisis lingkungan

Mengenali faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi organisasi, yang meliputi analisis SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

b. Perencanaan strategi

Langkah berikutnya adalah menyusun perencanaan strategi, yang meliputi pengolahan dan pemantapan visi serta misi, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan, menganalisis kekuatan dan kelemahan eksternal, menetapkan tujuan, dan memilih perencanaan strategi untuk mencapai tujuan tersebut.

c. Implementasi strategi

Pada tahap implementasi strategi di Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, para struktur kepengurusan, dekan, wakil dekan, ketua jurusan, para dosen, dan staf pegawai mulai melaksanakan rencana yang telah disusun dalam perencanaan strategi. Di sini, keputusan yang diambil sangat berpengaruh terhadap hasil yang akan dicapai.

d. Evaluasi strategi

Pada tahap evaluasi strategi, akan dievaluasi apakah strategi yang telah direncanakan dan diterapkan berjalan efektif dan efisien, atau Sebaliknya, tidak dapat digunakan lagi. Penting untuk diingat bahwa apa yang dianggap sukses saat ini belum tentu berhasil di masa depan. Tahapan dalam evaluasi strategi meliputi: meninjau kembali faktor-faktor yang ada, mengukur kinerja yang tercapai, dan berupaya untuk melakukan perbaikan (Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, 2012)

Manajemen Strategi erat kaitanya dengan pemasaran dalam hubungannya dengan pemasaran jasa pendidikan tinggi meliputi kurikulum, biaya pendidikan, lokasi, promosi, staff pendidik dan tenaga kependidikan, proses dan pelayanan. Cara manajemen strategi berpengaruh akan minat Masyarakat. Dalam al-Qur'an Allah SWT menyampaikan perlu adanya cara yang tepat menyampaikan sesuatu. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran An-Nahl ayat 125 berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ
صَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Seluruh (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhan-Mu Dia-lah yang mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.S. An-Nahl:125).

Syafaruddin menjelaskan bahwa pendidikan adalah usaha sadar yang dilakukan manusia dewasa untuk mengembangkan kemampuan anak melalui bimbingan, mendidik dan latihan untuk peranannya di masa depan. Pendidikan merupakan proses memberdayakan atau mengembangkan

semua talenta (bakat) anak, mewujudkan potensi kreatif dan tanggung jawab kehidupan termasuk tujuan pribadi. (Syafaruddin, 2005)

Data Teoritis yang penulis temukan adalah peningkatan jumlah mahasiswa terjadi ketika akses terhadap pendidikan tinggi semakin mudah, baik melalui kebijakan pemerintah, peningkatan infrastruktur, ataupun program beasiswa yang memperluas peluang bagi berbagai lapisan masyarakat untuk melanjutkan pendidikan tinggi, setelah itu ekonomi memainkan peran penting dalam peningkatan jumlah mahasiswa, ketika ekonomi suatu negara tumbuh, daya beli masyarakat meningkat. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (FDIK) Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang merupakan salah satu fakultas yang memiliki peran penting dalam mencetak generasi muda yang berkompeten di bidang dakwah, komunikasi, dan media. Seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan akan tenaga profesional di bidang ini semakin tinggi, baik dalam konteks keagamaan, sosial, maupun media. Namun, meskipun potensi yang besar, jumlah mahasiswa di fakultas ini masih cenderung stagnan dan belum mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.

Data Faktual secara komprehensif yang penulis temukan adalah Peningkatan Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat dilihat secara faktual. Salah satu yang paling signifikan adalah bertambahnya jumlah mahasiswa. Sebagai contoh, pada tahun 2022,

jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang tercatat sekitar 1.200 orang, dan pada tahun 2023 jumlah mahasiswa telah meningkat menjadi sekitar 1.476 orang, dan peningkatan jumlah mahasiswa juga terlihat pada tahun akademik 2024 dimana Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang menerima secara keseluruhan sekitar 1.656. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

NO	Jumlah Mahasiswa	Tahun
1	1.200 Mahasiswa	2022
2	1.476 Mahasiswa	2023
3	1.656 Mahasiswa	2024

Sumber: Dokumen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Berdasarkan data di atas, bahwa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang mengalami peningkatan jumlah peminat dari mahasiswa. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kebijakan pemerintah terkait beasiswa pendidikan, peningkatan jumlah program studi, dan akses yang lebih mudah melalui jalur penerimaan yang bervariasi, seperti jalur SNBP, UTBK, SPAN-PTKIN, jalur mandiri, dan ada program PKL/KKN ke luar negeri.

Selain itu, dengan adanya kebijakan pemerintah yang mendukung pendidikan tinggi, seperti Beasiswa Bidikmisi (sekarang KIP Kuliah), lebih banyak mahasiswa dari latar belakang ekonomi kurang mampu memiliki kesempatan untuk melanjutkan pendidikan tinggi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi di UIN Imam Bonjol Padang. Hal ini juga didorong oleh

adanya pembangunan infrastruktur dan fasilitas yang semakin memadai, dan memudahkan mahasiswa untuk belajar.

Peningkatan jumlah mahasiswa ini menunjukkan keberhasilan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam menjawab tantangan dan kebutuhan pendidikan tinggi di daerah Sumatera Barat. Dengan semakin banyaknya program studi yang dibuka dan kualitas pendidikan yang semakin baik, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang semakin diminati oleh calon mahasiswa, baik dari dalam maupun luar Sumatera Barat. (Biro Administrasi Akademik , 2023) Oleh karena itu peningkatan jumlah mahasiswa dapat terjadi dengan adanya manajemen strategi yang dirancang dengan baik.

Manajemen Strategi merupakan salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perguruan tinggi untuk memasarkan lembaga pendidikan kepada masyarakat. Menurut Rogers bersama D. Lawrence Kincaid, Strategi adalah suatu proses, terbentuknya manajemen yang baik harus di mulai dengan awal terbentuknya strategi yang baik. (Hafied Cangara, 2007) Manajemen yang baik harus dapat dipahami dengan rancangan terbentuk nya strategi yang baik akan berhubungan dengan pengambilan keputusan. Dalam Islam Manajemen sangat diperlukan.

Manajemen yang dilakukan manusia memiliki banyak bentuk, mulai dari individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok. Kegiatan manajemen ini bertujuan untuk mengimplementasikan sesuai kesepakatan yang di rancang dari awal yang

sudah kita rencanakan. Masing-masing bentuk manajemen tersebut memiliki fungsi-fungsi tertentu. Salah satunya yaitu untuk memenuhi tujuan suatu Lembaga.

Perguruan tinggi perlu memberikan informasi tentang keunggulan yang dimiliki kepada masyarakat. Dalam memberikan informasi perguruan tinggi memiliki strategi manajemen yang dapat menarik minat masyarakat untuk masuk perguruan tinggi tersebut. Manajemen Strategi sangat diperlukan dalam penyampaian informasi. Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Manajemen Strategi merupakan suatu rencana manajemen dan dikelola dengan memperhitungkan berbagai sisi dengan tujuan bisa memberikan dampak positif bagi organisasi. Untuk tersebut, manajemen strategi harus dapat menunjukkan bagaimana operasional secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan dapat berbeda sewaktu-waktu bergantung dari situasi dan kondisi. (Onong Uchjana Effendy, 2009). Dalam proses manajemen strategi memerlukan komunikasi yang efektif guna menarik minat masyarakat agar masuk perguruan tinggi.

Proses manajemen berkaitan dengan pengelolaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber

daya manusia, keuangan, fisik dan informasi organisasi. Jadi, proses manajemen berkaitan dengan bagaimana sebuah organisasi merencanakan mengatur, memimpin, dan mengontrol berbagai aspek operasionalnya untuk mencapai kesuksesan dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam strategi manajemen menentukan komponen-komponen perlu mendapat perhatian yang sangat cermat dan tepat karena target khalayak sasarnya banyak. Semakin berkembangnya zaman persaingan antar perguruan tinggi negeri maupun swasta semakin ketat. Mereka semakin agresif dalam melakukan kegiatan promosi untuk berkompetisi menarik simpati calon mahasiswa. Berbagai bentuk maupun cara mereka gunakan dalam kegiatan promosi.

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang memiliki lima jurusan yaitu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI), Bimbingan Konseling Islam (BKI), Manajemen Dakwah (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan Manajemen Haji Umroh (MHU), masing-masing jurusan memiliki kelebihan, terutama dalam bidang kelembagaan organisasi dakwah. Penulis dapat melihat adanya peran minat yang sangat dibutuhkan dari calon mahasiswa untuk masuk ke Fakultas Dakwah, dikarenakan adanya dampak yang timbul bagi masyarakat dan ingin melanjutkan perjuangan-perjuangan, pergerakan dakwah yang disampaikan untuk umat, dan akan melahirkan generasi-generasi muda para pendakwah-pendakwah yang hebat dan senantiasa bertaqwa kepada Allah SWT, serta tujuan mahasiswa yang masuk ke

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah menghidupkan syariat-syariat islam, berkomunikasi manajemen syariah yang baik dan membimbing umat, dan menjadikan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang yang mempunyai akhlak dan adab.

Peningkatan jumlah mahasiswa merupakan salah satu indikator keberhasilan perguruan tinggi dalam menarik minat calon mahasiswa untuk bergabung dan menempuh pendidikan di institusi tersebut. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang sebagai salah satu fakultas di lingkungan UIN Imam Bonjol Padang memiliki peran strategis dalam mencetak lulusan yang kompeten di bidang dakwah dan komunikasi Islam. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, dinamika jumlah mahasiswa di fakultas ini mengalami fluktuasi yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebijakan akademik, strategi pemasaran, daya saing antarperguruan tinggi serta preferensi calon mahasiswa dalam memilih program studi.

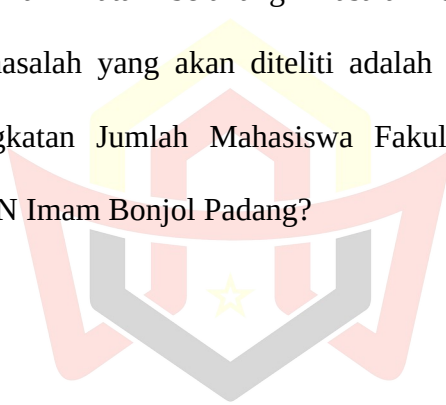
Manajemen strategi dalam peningkatan jumlah mahasiswa menjadi suatu kebutuhan mendesak bagi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi agar tetap kompetitif dalam menghadapi perubahan zaman dan tuntutan dunia akademik. Strategi ini dapat mencakup peningkatan kualitas akademik, penguatan branding fakultas, optimalisasi promosi dan media sosial, serta peningkatan kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk sekolah-sekolah menengah atas dan pesantren.

Selain itu, penerapan strategi yang berbasis riset dan data menjadi langkah yang efektif dalam menarik minat calon mahasiswa. Upaya ini juga ha

rus selaras dengan visi dan misi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam mencetak lulusan yang berintegritas, profesional, dan mampu berkontribusi dalam masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi yang diterapkan dalam peningkatan jumlah mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti adalah Bagaimana Manajemen Strategi Peningkatan Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang?



UIN IMAM BONJOL
PADANG

C. Batasan Masalah

Supaya penelitian lebih mengarah dan tidak lari dari konteks yang akan dibahas, maka penulis memfokuskan pembahasan ini dengan memberi batasan terhadap masalah yang akan diteliti :

1. Perencanaan Strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.

2. Proses Implementasi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.
3. Evaluasi Strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah:

- a. Untuk mengetahui perencanaan manajemen strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.
- b. Untuk mengetahui proses implementasi manajemen strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.
- c. Untuk mengetahui evaluasi manajemen strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk menambah wawasan dan pengalaman mengenai Manajemen Strategi Peningkatan Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.
- b. Bagi penulis sendiri untuk meningkatkan wawasan serta memiliki kerja sama dalam memberikan masukan serta saran yang berkualitas.
- c. Untuk pengembangan pengetahuan manajemen dakwah dan ilmu komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literasi pustaka.
- d. Sebagai salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)

E. Penjelasan Judul

Untuk menghindari agar tidak salah dalam memahami serta menganalisis judul skripsi diatas, maka penulis dibagian ini akan mengemukakan istilah-istilah dari judul tersebut.

Manajemen Strategi : Strategi berasal dari bahasa Yunani kuno (*stategos*) yang berarti “seni berperang”. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi, pada dasarnya manajemen strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan. (Husein Umar, 2001) Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa

manajemen strategi adalah suatu kerja atau tindakan yang selalu dimulai secara berkelanjutan untuk mencapai suatu tujuan yang termanajemen.

Peningkatan Jumlah Mahasiswa :

Peningkatan jumlah mahasiswa merujuk pada proses atau fenomena di mana ada pertumbuhan atau penambahan jumlah mahasiswa yang terdaftar dalam suatu institusi pendidikan tinggi, seperti universitas atau perguruan tinggi. Hal ini dapat terjadi karena berbagai faktor, termasuk peningkatan akses pendidikan, kebijakan pemerintah, penambahan program studi, atau perkembangan sosial ekonomi yang mendukung pendidikan lebih lanjut (Wakidul Kohar, M.Ag, , 2024)

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi : Salah satu Fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang.

Berdasarkan penjelasan di atas tersebut, maka penulis menyimpulkan rencana atau langkah-langkah untuk peningkatan jumlah mahasiswa yang mendaftar dan bergabung dengan program studi yang ditawarkan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas pembahasan diatas dalam menyusun proposal skripsi ini, maka penulis membagi menjadi beberapa bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan judul dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis mengemukakan tentang manajemen strategi yang dilakukan oleh Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Imam Bonjol Padang.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas tentang metode penelitian, yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, informasi penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan data.