

STRATEGI PROMOSI PROGRAM STUDI LANGKA PEMINAT PADA PERGURUAN TINGGI KEAGAMAAN ISLAM NEGERI (PTKIN) DI INDONESIA

Nurchaya^{1✉}, Kasron Nasution², Toguan Rambe³

⁽¹⁾ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, ⁽²⁾ Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan

⁽³⁾ Ahamad Addary Padangsidempuan

DOI: 10.29313/tjpi.v13i2.14252

Abstrak

Penelitian ini untuk melihat strategi Promosi Prodi Langka Peminat Pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di Indonesia, sebagai lokusnya ditetapkan di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sumatera Utara Medan dan UIN Syahada Padangsidempuan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif di tiga perguruan tinggi keagamaan negeri. sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi pada tiga perguruan tinggi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sumatera Utara Medan dan UIN Syahada Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah peminat dan mahasiswa baru pada program studi masuk katagori langka peminat, langkah kegiatan promosi tersebut dapat dilihat dari masifnya membuat iklan, melakukan sosialisasi, brosur dan media-media. Sementara itu langkah pengembangan program studi tersebut melalui pimpinan secara berkala mengundang dari kalangan stakeholder, bahkan para alumni program studi.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Perguruan Tinggi Keagamaan.

Copyright (c) 2024 Nurchaya, Kasron Nasution, Toguan Rambe.

✉ Corresponding author :

Email Address : nurchaya@uinsu.ac.id , kasron@uinsu.ac.id toguan@uinsyahada.ac.id

Received 04 Oktober 2024, Accepted 02 November 2024, Published 05 November 2024.

PENDAHULUAN

Transformasi perguruan tinggi PTKIN dari bentuk Institut (IAIN) menjadi Universitas (UIN) paling tidak didasari oleh dua semangat. Pertama karena rendahnya animo calon mahasiswa baru yang melanjutkan studinya ke IAIN, serta yang kedua argumentasi filosofis yakni untuk menghilangkan pemisahan maupun label dikotomi keilmuan antara rumpun ilmu umum dengan ilmu agama. Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) institute maupun universitas adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem pendidikan nasional. Karena itu secara keseluruhan program studi baik yang terdapat dalam institute maupun pada universitas tidak dapat menutup diri terhadap kemajuan dunia secara global maupun terhadap konsep serta paradigma tujuan pengembangan pendidikan tinggi nasional dan internasional. Sebab kalau program studi tersebut tidak akomodatif terhadap perkembangan zaman yang demikian cepat justru prodi tersebut akan ditinggalkan bahkan cepat usang.

Perkembangan PTKIN dalam 10 tahun terakhir ini demikian pesat dan maju, keadaan tersebut karena minat masyarakat dan perbaikan tata kelola manajemen universitas tersebut. Melalui rencana strategis yang dirancang oleh masing-masing universitas itu menjadikan pergerakannya menjadi nyata dan pasti. Dengan demikian, perbaikan tata Kelola akan selaras dengan perkembangan disiplin ilmu yang kontekstual, UIN tidak hanya mengembangkan dan identik dengan ilmu-ilmu agama semata, namun UIN mampu mengembangkan dan mengelaborasi dengan rumpun ilmu-ilmu umum bahkan distingsi keilmuan UIN sendiri yang menjadi pembeda dengan Uiniversitas umum lainnya.

Namun demikian, seiring dengan perubahan dan kemajuan tersebut memunculkan perdebatan antara lain sikap kekhawatiran terhadap eksistesni bahkan terpinggirkannya program studi ilmu agama, juga banyak pendapat tidak akan mampu bersaing dengan pridi ilmu-ilmu umum. Karena jika ini terjadi secara nyata akan menggerus jumlah peminat prodi ilmu agama, padahal sejak awal prodi ilmu agama menjadi karakteristik dan inti keilmuan pada universitas Islam tersebut. Jika mengacu pada tahun 2015 data Puslitbang Pendidikan Islam bahwa Pada PTKI UIN terdapat 163 (53,8%) prodi agama, dan 138 (45,54%) prodi umum. Pada IAIN, terdapat 300 (82,64%) prodi agama, dan 57 (15,7%) prodi umum. Pada STAIN, terdapat 259 (86,62%) prodi agama, dan 37 (12,37%) prodi umum (Puslitbang pendidikan Agama, 2015).

Problem yang muncul adalah beberapa kajian yang sudah ada menyebutkan pasca perubahan bentuk institut menjadi universitas mengakibatkan animo dan minat masyarakat melanjutkan studi ke UIN lebih tinggi pada program studi umum antara lain prodi teknologi, ekonomi, komunikasi bahkan hukum. Sedangkan pada program studi agama mengalami jumlah peminat yang ralatif minim, hal ini dibuktikan pula dengan disediakannya afirmasi dalam bentuk beasiswa atau penurunan UKT bahkan cara lainnya untuk dapat menarik minat para mahasiswa baru. Berdasarkan hasil riset oleh Puslitbang Peda, minat masyarakat melanjutkan kuliah di di UIN dalam 3 (tiga) tahun terakhir (pada saat riset dilakukan) mengalami peningkatan sebesar 164 %, minat terhadap Prodi Agama yang terdapat pada fakultas Ushuluddin, Dakwah, Syari'ah, dan Tarbiyah juga meningkat hingga 154 %, bahkan kualitas prodi-prodi ilmu umum pada fakultas Saintek, ilmu-ilmu Sosial Humaniora, semakin *on the right track* dan peminatnya meningkat hingga 176 %.

Berdasarkan data dan fenomena kurangnya minat calon mahasiswa pada program studi ilmu agama maka disamping peningkatan kualitas pendidikan dan kurikulum, prodi tersebut juga harus mampu menyampaikan promosi yang baik bagi masyarakat. Karena dalam menarik minat masyarakat haruslah dilakukan pula upaya mempromosikan kekhasan dan keunggulan-keunggulan prodi tersebut. Promosi itu sendiri bagian integral dalam memajukan dan menginformasikan keunggulan dan ide-ide untuk mempengaruhi khalayak (Freddy, 2009). Promosi program studi ilmu agama tersebut juga harus mengatur secara teknis dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Sejalan dengan itu, Onong Uchjana Effendi mengatakan strategi promosi merupakan bagian perencanaan untuk mencapai tujuan organisasi, namun bukan hanya memberikan arahan saja melainkan harus pula mampu menunjukkan taktiknya operasionalnya (Effendy, 2008). Adanya

promosi yang strategis tentu diharapkan mampu memperkenalkan dan memikat seluruh masyarakat terkhusus calon mahasiswa baru tersebut memasuki prodi ilmu agama pada PTKIN.

Untuk mendapatkan data dan informasi yang utuh terkait posisi dan kondisi prodi ilmu agama yang langka peminat pada PTKIN maka penulis melihat sangat perlu dilakukan penelitian secara akurat. Agar lebih komprehensif data yang didapatkan terkait kondisi prodi ilmu agama langka peminat maka PTKIN yang diteliti yakni PTKIN wilayah Sumatera dan Jawa. Penelitian ini akan melihat strategi promosi yang dilakukan prodi langka peminat dalam memikat masyarakat, melihat eksistensi prodi ilmu agama di PTKIN serta kebijakan perguruan tinggi dalam memajukan prodi ilmu agama di PTKIN.

Beberapa penelitian terdahulu meskipun tidak secara spesifik menuliskan variabel prodi langka peminat di PTKIN antara lain: Suprpto dengan judul penelitian *Eksistensi Prodi Agama Langka Peminat Di Uin Ar Raniry Banda Aceh* tahun 2019. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pasca perubahan bentuk IAIN menjadi UIN, minat calon mahasiswa baru lebih tinggi dan dominan memilih prodi ilmu umum antara lain prodi teknologi, kedokteran, ekonomi dan hukum, sementara bagi prodi ilmu agama yang murni seperti prodi ilmu hadist, tafsir hadis, studi agama-agama sangat kurang peminatnya. Namun ada pula yang menjelaskan bahwa jumlah dan animo calon mahasiswa yang kurang peminat tidak menjadi masalah yang terpenting alumninya memiliki kualitas yang baik. Namun demikian sebagai rekomendasi penulis bahwa Kementerian Agama harus mampu mempertahankan program studi langka peminat dengan membuat langkah-langkah strategis untuk mengembangkan prodi ilmu agama di PTKIN.

Selanjutnya hasil penelitian Ghina Ulfa Saefurrohman Dkk. Berjudul *Analisis Dampak Transformasi LAIN Menjadi UIN dan Strategi Terhadap Perkembangan Keilmuan Ekonomi Islam* tahun 2022. Dalam penelitian tersebut sebagai obyeknya adalah dua PTKIN UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan UIN Raden Intan Lampung. Kesimpulannya bahwa kedua PTKIN tersebut dalam mengembangkan prodi ekonomi Islam telah mampu bersinergi dengan keilmuan umum. Dan transformasi tersebut dapat dinikmati dan dirasakan dengan baik bagi seluruh masyarakat maupun lulusan prodi ekonomi Islam. Namun demikian untuk sampai pada ranah global baik UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan UIN Raden Intan Lampung masih harus melakukan pembenahan dan perbaikan.

Kemudian Penelitian dari Amir Syaifurrohman pada tahun 2021 berjudul *Transformasi LAIN Menjadi UIN Sebuah "Dilema" Pendidikan Tinggi Islam*. penelitiannya menyimpulkan bahwa faktor terpenting kemajuan manusia adalah pendidikan, bahkan yang menjadi prioritas negara terhadap rakyatnya adalah pendidikan. Sistem pendidikan Islam yang mapan akan menghantarkan dan mewujudkan bentuk masyarakat madani. Namun dalam konteks kekinian Lembaga pendidikan Islam masih memiliki banyak problem yang harus diselesaikan. Bentuk IAIN yang sejak lama menjadi Lembaga pendidikan Islam tertinggi belum mampu menghasilkan luaran yang handal menjawab tantangan zaman. Karenanya perubahan bentuk IAIN menjadi UIN menjadi Cahaya baru dalam pendidikan Islam. Dengan demikian UIN bukan hanya melahirkan pemikir-pemikir keislaman namun juga melahirkan ilmuwan-ilmuan yang profesional dalam bidang sains dan teknologi. Tentu untuk mewujudkannya tidaklah semudah membalikkan telapak tangan bahkan ada juga kekhawatiran jika nanti lulusan UIN mampu melahirkan output yang hanya pandai dalam sains ilmu-ilmu umum namun kosong dengan nilai-nilai keislaman.

Berbeda dengan penelitian terdahulu sebagaimana dikemukakan di atas, penelitian ini berfokus pada strategi promosi prodi langka peminat yang dilakukan pimpinan PTKIN. Kemudian menganalisa bagaimanapun tanggapan para dosen dan mahasiswa terhadap program studi yang langka peminat tersebut, kemudian menganalisa kebijakan-kebijakan yang sudah dibuat oleh pimpinan perguruan tinggi dalam memajukan program studi langka peminat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode dan pendekatan ini dipilih dengan pertimbangan untuk menemukan jawaban permasalahan

penelitian berdasarkan analisa deskriptif terkait strategi promosi prodi langka peminat pada PTKIN di Indonesia, realitas yang terjadi terhadap prodi langka peminat tersebut akan direspon oleh dosen dan mahasiswa serta kebijakan yang dibuat oleh pimpinan PTKIN dalam memajukan prodi langka peminat akan dianalisa secara akurat baik realitas dampaknya dan pemaknaan (*verstehen*) atas fenomena yang berlangsung pada latar sosialnya (*natural setting*). Penggunaan metode ini didasarkan pada asumsi bahwa realitas dipandang sebagai sesuatu yang mengacu pada semua yang merupakan bagian integral dari apa yang dipercaya oleh seseorang untuk menjadi nyata tempat fenomena sosial berlangsung. Sasaran penelitian ini pada PTKIN wilayah Sumatera dan pulau Jawa. Partisipan ditetapkan secara *purposive*, yaitu pimpinan termasuk pengelola program studi, dosen dan mahasiswa di lingkungan PTKIN yang tersebar pada fakultas dan program studi.

Pengumpulan data pada lokasi penelitian penulis akan menggunakan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) serta dokumentasi. Teknik tersebut sangat diperlukan untuk penggalian dan pengembangan data yang berhubungan dengan ide, konsep serta pandangan terhadap program studi langka peminat pada PTKIN di Indonesia. Peneliti juga akan memanfaatkan data dokumen dan bahan-bahan tertulis yang berkaitan dengan fokus penelitian, misalnya: dokumen statistik mahasiswa baru pada program studi pada masing-masing PTKIN, pemikiran dan program kerja tim pengembang pada masing-masing PTKIN. Teknik analisis data secara umum akan mengikuti teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (Miles, M.B & Huberman, 1998) Secara sederhana tahapannya adalah: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Jika masih belum memadai akan dilakukan pengumpulan data kembali sampai ditemukan kesimpulan mengikuti proses awal secara sirkuler. Untuk menjamin keabsahahan data akan dilakukan dengan teknik *triangulation* sumber, teknik dan teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data penulis dapatkan dari hasil-hasil wawancara dengan pihak-pihak kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sumatera Utara Medan dan UIN Syahada Padangsidimpuan, bahwa sistem sosialisasi program studi, yaitu dalam bentuk promosi. Terkait promosi yang dilakukan oleh UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, berikut keterangan pak Syahrul ketua Prodi Ilmu Hadis. “Oh iya, banyak halnya yang kita lakukan karena banyak keunggulan masing-masing dalam strategi pemasaran perguruan tinggi ini dalam penerimaan mahasiswa baru yaitu melalui brosur, iklan, media sosial dan sosialisasi yang dimana dosen-dosen maupun mahasiswa menjadi sebuah perantara kepada masyarakat yang ada di kota palu sendiri maupun di kabupaten untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengundang kepala-kepala sekolah dengan operator masing-masing sekolah ke kampus” (Wawancara, Jakarta).

Dari konsep di atas dapat diketahui bahwa konsep pemasaran yang digunakan dalam kampus UIN Jakarta adalah sebuah konsep strategi promosi dimana promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran dalam perguruan tinggi. Berapa pun bagus suatu produk, bila konsumen atau calon mahasiswa baru belum pernah mendengarnya dan tidak yakin produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Promosi pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk member informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya, untuk mengubah sikap ataupun untuk memilihnya.

Beberapa hak yang dikonfirmasi saat penelitian antara lain bagaimana pandangan para pengelola program studi terkait prodi langka peminat tersebut. Pak Syahrul selaku ketua program studi Ilmu Alquran dan Tafsir UIN Jakarta menyampaikan sebagai berikut: “Program studi langka peminat jadi sebuah kenyataan terjadi pada PTKIN kenyataan ini terlihat pada program-program studi ilmu keagamaa. Baik pada fakultas Ushuluddin maupun fakultas Dakwah. Prodi tersebut harus mampu memberikan daya saing ditengah pasar kerja. Tentunya banyak yang mungkin dapat dilakukan oleh pihak pengelola prodi, antara lain menyesuaikan kurikulum dengan kebutuhan pasar kerja, agar alumninya dapat mempromosikan prodi itu”. (UIN Jakarta)

Adapun UIN Syahada Padangsidimpuan dalam kegiatan FGD menyampaikan. “Prodi langka peminat itu memang tidak bisa dihindari, karena prodi dimaksud harus sesuai dengan minat masyarakat setempat, misalnya apakah mereka mempunyai minat yang tinggi akan prodi dimaksud atau sebaliknya mereka tidak berminat, pada saat ini masyarakat mencari kampus/jurusan yang sesuai dengan minat mereka dan apabila mereka telah jadi sarjana, berharap prodi itu mampu mengantarkan mereka menjadi pegawai di instansi tertentu. (Fgd. Padangsidimpuan).

Sementara itu pada pertanyaan yang sama ketua prodi Sosiologi Agama UIN Sumatera Utara Medan, Buk Naila, M.Sos menyampaikan sebagai berikut: “Penentuan kriteria prodi langka peminat berdasarkan perbandingan jumlah pendaftar dengan target jumlah mahasiswa baru yang mendaftar. Tentunya secara fakta, bahwa ada prodi-prodi yang mempunyai peminat yang banyak karena serapan pasar kerja tinggi. Namun bukan berarti prodi langka peminat tidak punya kesempatan kerja yang baik. Jadi logika dibalik bahwa dengan jumlah lulusan yang lebih sedikit tentu persaingannya tidak seketat prodi yang banyak peminatnya. Jadi prodi langka peminat harus meningkatkan kualitas atau mutu lulusannya sehingga terserap dunia usaha. Di sisi lain, Lembaga juga berkepentingan dengan jumlah maba dikaitkan dengan potensi pendapatan yang akan diperoleh. Dengan kata lain, Prodi dan tentunya dengan dukungan Pimpinan harus terus berupaya secara optimal meningkatkan kualitas dan promosi yang gencar agar keluar dari kriteria prodi langka peminat. Pimpinan juga harus berupaya memperkenalkan lulusan prodi langka peminat pada dunia usaha agar memperbanyak peluang kerja bagi alumninya” (Wawancara, Medan).

Dari pandangan tersebut ketiga perguruan tinggi ini memiliki pandangan yang senada terkait posisi program studi yang minim peminat, sehingga harus ada langkah yang raelistis yang dilakukan agar mampu bersaing dengan program studi yang lain. Selanjutnya terkaian besaran jumlah atau kuantitatif jumlah mahasiswa yang masuk di program studi ini langka peminat tersebut. Hak tersebut sebagaimana dijawab oleh Dr. Jufrinaldo, MA ketua Prodi Studi Agama-agama FUSI UIN Sumatera Utara Medan sebagai berikut: ”Pada prodi Studi agama-agama fakultas ushuluddin UIN Medan, mengalami jumlah penurunan mahasiswa baru. Dari yang ditargetkan 3 kelas namun kenyataannya mahassiswa baru yang masuk pada prodi ini hanya satu kelas” (Wawancara, Medan)

Sementara Pada prodi SPI Sejarah Pearadaban Islam mahasiswa yang mendaftar hanya sekitar 35 orang mahasiswa, memang dibanding tahun yang lalu jumlahnya sedikit menurun, tahun lalu ada 40 mahasiswa yang terdaftar di Program Studi Sejarah Peradaban Islam, mereka dibuat ke dalam satu kelas saja. Adapaun pada UIN Syahada Padangsidimpuan bahwa “Jumlah mahasiswa baru yang bergabung ke program studi ini berjumlah 40-50 orang setiap tahun ajaran baru. Angka tersebut cukup stabil ditengah kuatnya persaingan mendapatkan mahasiswa baru tersebut. (FGD, Padangsidimpuan).

Dari trend yang terjadi bahwa program studi maupun perguruan tinggi adalah organisasi sosial atau nirlaba sedangkan sebagian kecil lebih cenderung disebut perusahaan komersil sebagaimana perusahaan bisnis yang lain. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sumatera Utara medan dan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan bagian dari kampus Negeri yang ada di Indonesia mempunyai mahasiswa-mahasiswi bertalenta. Salah satu yang sangat relevan dalam pembahasan ini adalah cara promosi perguruan tinggi dan program studi, serta bagaimana memberikan informasi yang jelas kepada calon mahasiswa program studi tersebut.

Adapun faktor penghambat mahasiswa memasuki prodi-prodi ilmu agama tersebut ditemukan beberapa alasan antara lain: Faktor karir dan lapangan kerja, ini yang menjadi hambatan bagi calon mahasiswa baru untuk menetapkan pilihannya untuk kuliah. Secara umum para calon mahasiswa ini ingin menjadi guru, boleh jadi hal ini keinginan orang tuanya. Sehingga prodi ilmu agama yang terdapat pada fakultas Ushuluddin ini bukanlah menjadi prioritas. Menjadi kecenderungan pada era generasi Z saat ini, mempelajari/kuliah pada prodi ilmu agama bukan menjadi pilihan utama atau terkesan cuek dalam mempelajari ilmu agama. Ditambah lagi budaya instan yang menjadi karakteristik generasi Z tersebut. Sehingga pada kelompok ini memiliki kecenderungan ingin cepat mendapatkan kerja dan karir dengan cara yang instan. Sehingga kuliah

pada program studi ilmu-ilmu agama dianggap tidak mampu menyahuti kebutuhan mereka. (Wawancara, UIN Medan)

Kebanyakan diantara mahasiswa yang diterima di Prodi SPI ini selain memang ada beberapa mahasiswa yang menjadikan SPI sebagai pilihan utamanya, namun sebagian besar mahasiswa masuk ke jurusan ini karena mereka diterima dan lulus seleksi di prodi ini walaupun sesungguhnya prodi ini merupakan pilihan kedua mereka, atau bahkan pilihan ketiga, sehingga mereka terpaksa mengambilnya daripada tidak kuliah, dan ada yang berharap tahun depan mereka akan mencoba mengikuti test lagi mengikuti sesuai dengan minat awal mereka, andai tidak lulus juga baru dilanjutkan prodi yang sudah dimasuki sebelumnya. alasan lain tertarik untuk menjadi relawan atau aktivis sosial kemasyarakatan, ingin menjadi guru sosiologi pada sekolah-sekolah. Trend ini mejadi meningkat, karena guru yang dibutuhkan pada sekolah yang mengajar bidang studi sosiologi yang memiliki kualifikasi pendidikan yang sesuai. Tentunya kondisi tersebut memberikan keuntungan bagi para alumni dan mempermudah memdapatkan lapangan pekerjaan. (Wawancara, UIN Medan)

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi promosi pada tiga perguruan tinggi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, UIN Sumatera Utara Medan dan UIN Syahada Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah peminat dan mahasiswa baru pada program studi masuk katagori langka peminat, langkah kegiatan promosi tersebut dapat dilihat dari masifnya membuat iklan, melakukan sosialisasi, brosur dan media-media. Sementara itu pada langkah yang lain program studi melalui pimpinan secara berkala mengundang dari kalangan stakeholder, bahkan para alumni program studi. Kegiatan ini dimaksudkan agar upaya mempromosikan program stdi tersebut bukan hanya ditugaskn terhadap dosen fakultas maupun prodi akan tetapi secara kolaboratif seluruhnya mengambil peranan penting dalam hak pengembangan program studi ditengah-tengah masyarakat.

Secara umum ditemukan alasan para mahasiswa bahwa tidak menjatuhkan pilihannya pada program studi ini antara lain karena faktor karir dan lapangan kerja, ini yang menjadi hambatan bagi calon mahasiswa baru untuk menetapkan pilihannya untuk kuliah. Secara umum para calon mahasiswa ini ingin menjadi guru, boleh jadi hal ini keinginan orang tuanya. Sehingga prodi ilmu agama yang terdapat pada fakultas Ushuluddin ini bukanlah menjadi pilihan utama. Temuan penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana eksistensi prodi langka peminat di PTKIN serta pemahaman dan pandangan para dosen dan mahasiswa terhadap prodi langka peminat tersebut. Kemudian hasil penelitian ini juga diharapkan berkontribusi pada upaya pemecahan masalah terkait program studi yang langka peminat pada UIN di Indonesia. Serta menjadi rujukan kepada pimpinan PTKIN dalam mengambil putusan dan kebijakan untuk memajukan prodi ilmu agama pada PTKIN di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Arifa, L. N. (2017). *Perubahan STAIN/LAIN Menjadi UIN Sebagai Bentuk Pengembangan Pendidikan Tinggi Islam*. Vicratina. 1(2), 27-42
- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi: Teori, Konsep dan Kinerja*, (Jakarta: Mitra Wacana Media
- Azra, A. (2002). *Paradigma Baru Pendidikan Islam Rekonstruksi dan Demokrtaisasi*. Cet I, Jakarta: Buku Kompas
- Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Rencana Strategis Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Tahun 2015 – 2019
- Ernita Dewi. (2012). *Fakultas Ushuluddin IAIN ArRaniry” dalam Jurnal Transformasi Sosial dan agama*
- Fred R. David. (2009) *Strategik Management*, Jakarta: Salemba Empat
- J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen. (2003) *Manajemen Strategis*, Jogjakarta: Andi
- Hadzqi, A. F. (2019). *Perkembangan dan Tantangan Transformasi PTAI (LAIN menjadi UIN)*. Aksioma ad-Diniyah, 7(1), 79-94.

DOI: 10.29313/tjpi.v13i2.14252

- Hamalik, O. (2008). *Manajemen Pengembangan Kurikulum Bandung*. PT Remaja Rosdakarya
- Kurniadin, D. dan Machali, I. (2012). *Manajemen Pendidikan Konsep dan Prinsip Pengelolaan Pendidikan*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mutawali dkk. (2018) *Horizon Ilmu: Dasar-Dasar Teologis, Filosofis, Dan Model Implementasinya Dalam Kurikulum dan Tradisi Ilmiah UIN Mataram*, Lombok: Pustaka Lombok
- Rachmat. (2014) *Manajemen Straegik*, Bandung: CV Pustaka Setia
- Saridjo, Marwan. (2011). *Pendidikan Islam dari Masa ke Masa: Tinjauan Kebijakan Publik terhadap Pendidikan Islam di Indonesia*, Cet II. Bogor: Yayasan Ngali Aksara dan Al-Manar Press.
- Sahlan, Asmaun. (2012) *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Pengembangan Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press
- Suradi, A. (2018). *Analisis Format Ideal Transformasi Institut Menuju Universitas di PTKIN*. Al-Thariqah, 3(1), 1-14.
- Suprayogo, Imam. (2008) dan Rasmianto. *Perubahan Pendidikan Tinggi Islam; Refleksi Perubahan IAIN/STAIN Menjadi UIN*. Malang: UIN Malang Press.
- Sutrisno. (2005). *Revolusi Pendidikan di Indonesia, membedah metode dan teknik pendidikan berbasis kompetensi*. Yogyakarta: Ar-Ruz media.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2008) *Menciptakan Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sofjan, Assauri. (2016) *Strategic Management*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suprayogo, Imam. (2008) dan Rasmianto. *Perubahan Pendidikan Tinggi Islam; Refleksi Perubahan IAIN/STAIN Menjadi UIN*. Malang: UIN Malang Press.
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2008) *Menciptakan Strategi Keunggulan Bersaing Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Zainal Arifin, Nuansa Teosentris Humanistik Pendidikan Islam; Signifikansi Pemikiran Hasan Langgulung dalam Konstalasi Reformasi Pendidikan Islam, (STAIN Cirebon: LekturJurnal Ilmiah Pendidikan Islam), Seri VIII/Th. Ke5/98

