

Sinergitas Program Studi dan Fakultas dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru: Studi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Nurhotia Harahap^{1*}, Nursaima Harahap²

¹⁻² Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidimpuan, Indonesia

*email : nurhotiaharahap@uinsyahada.ac.id

Abstrak

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) memiliki peran strategis dalam membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan dinamika hukum dan ekonomi syariah di era globalisasi. Dalam kondisi persaingan perguruan tinggi yang semakin kompetitif, sinergitas antara program studi dan fakultas menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya tarik institusi serta jumlah mahasiswa baru. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sinergi kelembagaan antara Program Studi HES dan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dalam upaya peningkatan penerimaan mahasiswa baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pimpinan fakultas, ketua program studi, dosen, dan alumni; observasi terhadap kegiatan promosi dan pengenalan kampus; serta studi dokumentasi terhadap kebijakan akademik dan data penerimaan mahasiswa. Data dianalisis secara deskriptif-analitis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sinergitas yang efektif antara program studi dan fakultas, yang diwujudkan melalui pengembangan kurikulum yang adaptif, strategi promosi terintegrasi, serta kolaborasi dengan pihak eksternal seperti praktisi hukum dan alumni, berkontribusi signifikan dalam meningkatkan citra institusi dan jumlah mahasiswa baru. Selain itu, keterlibatan seluruh unsur akademik dalam kegiatan promosi dan pengenalan kampus mampu menciptakan lingkungan akademik yang inklusif dan meningkatkan minat calon mahasiswa terhadap Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Kata Kunci: Hukum Ekonomi Syariah; Sinergitas Program Studi & Fakultas; Mahasiswa Baru; Pengembangan Kurikulum;

Abstract

The Sharia Economic Law Study Program (HES) has a strategic role in equipping students with knowledge and skills that are relevant to the dynamics of sharia law and economics in the era of globalization. In the conditions of increasingly competitive university competition, synergy between study programs and faculties is an important strategy to increase the attractiveness of institutions and the number of new students. This study aims to analyze the role of institutional synergy between the HES Study Program and the Faculty of Sharia and Law UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan in an effort to increase new student admissions. This study uses a qualitative method with a case study approach. The data collection technique was carried out through in-depth interviews with faculty leaders, study program chairs, lecturers, and alumni; observation of campus promotion and introduction activities; as well as documentation studies on academic policies and student admission data. Data is analyzed descriptively analytically through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The results of the study show that effective synergy between study programs and faculties, which is realized through the development of an adaptive curriculum, integrated promotion strategies, and collaboration with external parties such as legal practitioners and alumni, contributes significantly to improving the image of the institution and the number of new students. In addition, the involvement of all academic elements in promotional activities and campus introductions is able to create an inclusive academic environment and increase the interest of prospective students in the Sharia Economic Law Study Program.

Keywords: Sharia Economic Law, Synergy of Study Programs and Faculties, New Students, Curriculum Development

A. Pendahuluan

Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 48 tahun 2022 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Diploma dan Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri menyatakan bahwa transformasi Pendidikan Tinggi di Indonesia. Indikator kinerja utama perguruan tinggi secara umum membentuk lulusan yang memiliki kompetensi multidisiplin dan memiliki dasar yang kuat terhadap disiplin ilmu utama setiap program studinya (Said et al., 2024).

Arah kebijakan transformasi pendidikan tinggi ini diimplementasikan dalam mekanisme penerimaan mahasiswa baru pada perguruan tinggi negeri secara nasional dan mandiri yang sejalan dengan semangat merdeka belajar guna Penerimaan Mahasiswa Baru: Orientasi, Manajerial, dan Strategi Jurnal Mirai Management, mendorong peningkatan dan perbaikan mutu pendidikan pada jenjang sebelumnya. Kata strategi pada mulanya digunakan dalam bidang militer sebagai cara penggunaan seluruh kekuatan militer untuk memenangkan suatu peperangan (Aswar 2021), kemudian kata strategi digunakan dalam bidang ilmu lainnya. Sistem Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) adalah sebuah mekanisme penerimaan mahasiswa baru di lingkungan perguruan tinggi, termasuk di beberapa perguruan tinggi swasta. Mekanisme penerimaan mahasiswa baru meliputi runtutan proses yang dimulai dari pendaftaran, penentuan Fakultas dan Jurusan, penentuan Uang Kuliah Tunggal (UKT), hingga mahasiswa yang diterima membayar uang kuliah pertama yang sudah ditentukan. Dengan manfaat dan kemudahan yang ada, sudah seharusnya sistem ini dikembangkan oleh tiap-tiap perguruan tinggi swasta. Hal ini sejalan dengan kemajuan teknologi internet dan web yang mendukung proses input dan output data secara cepat dan akurat, khususnya dalam pelaksanaan PMB (Maschur, 2019). Perencanaan strategis pada dasarnya merupakan salah satu dari sekian banyak konsep perencanaan yang berkembang, di dalam perencanaan (*planing*) merupakan salah satu dari fungsi manajemen (Permatasari 2017). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa poin penting yang berkaitan dengan perencanaan strategis, yaitu: a) Merupakan proses sistematis dan berkelanjutan, b) Merupakan pembuatan keputusan yang berisiko, c) Didasarkan pada pengetahuan antisipatif dan aktivitas yang diorganisir, dan Ada pengukuran hasil dan umpan balik. Saat ini proses PMB di lingkungan STKIP Darud Da'wah wal Irsyad Pinrang telah berjalan dengan menggunakan sistem informasi berbasis web untuk setiap pendaftaran atau registrasi ulang sebagai mahasiswa. Kondisi rekrutmen selama tiga tahun terakhir tepatnya pada tahun 2020-2022 cenderung landai yaitu prodi pendidikan matematika beda antara 60-80 calon mahasiswa yang melakukan pengambilan formulir sedangkan prodi pendidikan fisika berada antara 30 sampai dengan 50 calon.

Proses PMB memiliki beberapa kendala secara internal dan kendala eksternal, kendala PMB secara internal seperti ketepatan waktu dan lokasi pelaksanaan sosialisasi, gelombang rekrutmen PBM, pelaksanaan sosialisasi, dan penentuan kebijakan PMB, sedangkan kendala PMB secara eksternal yang dirasakan calon Mahasiswa seperti motivasi lanjut studi yang rendah, kebingungan memilih program studi, biaya perkuliahan, informasi PMB, dan pindah program studi, pembatalan oleh calon mahasiswa melalui jalur undangan serta persaingan dari perguruan tinggi lain dalam perekrutan calon mahasiswa baru. Tiap tahun pada tiap perguruan tinggi melakukan proses penerimaan mahasiswa baru dengan pelaksanaan yang berbeda-beda antar perguruan tinggi. Orientasi Penerimaan Mahasiswa Baru ini merupakan hal yang sangat penting bagi pihak sekolah tinggi terutama manajemen kampus dalam hal ini pihak yayasan.

Penerimaan mahasiswa baru dilaksanakan berdasarkan nilai ujian nasional dan nilai sikap, keterampilan dan sebagian dilaksanakan berdasarkan prestasi non akademik (Tambun et al., 2023). Orientasi PMB pada tahap perencanaan mulai dari membentuk panitia penerimaan siswa baru, menentukan syarat pendaftaran, menyediakan formulir pendaftaran, pengumuman pendaftaran calon, menyediakan buku pendaftaran, dan waktu pendaftaran (Mursalin et al., 2022). Pelaksanaan seleksi PMB dilakukan registrasi kartu peserta dan pelaksanaan tes masuk perguruan tinggi. Penetapan nama mahasiswa yang lolos seleksi dilakukan secara transparan dan konsisten dengan menerbitkan SK penetapan nama calon mahasiswa (Nuha et al., 2024). Manajerial penerimaan mahasiswa baru sering memperhatikan tentang kebijakan, promosi dan pelaksanaan perekrutan calon mahasiswa. Menurut Weihrich dan Koontz (dalam Akib, 2020) kebijakan bertujuan untuk memudahkan atau langkah alternatif yang dapat ditempuh dengan memperhatikan dasar dari peraturan yang berlaku. Sehingga dalam menyusun rencana bisa dilakukan dengan efektif. Penerimaan Mahasiswa Baru: Orientasi, Manajerial, dan Strategi Jurnal Mirai Management.

Tujuan PMB dilakukan untuk melakukan sosialisasi, mengawal, dan memudahkan calon mahasiswa baru sekaligus menyaring calon mahasiswa untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi. Pelaksanaan PMB diperlukan orientasi pelaksanaan perekrutan, manajerial PMB, dan strategi PMB. Kondisi mental calon mahasiswa bisa mempengaruhi pemilihan program studi Strategi adalah suatu rancangan cermat dalam usaha mencapai sasaran atau tujuan yang menguntungkan secara efektif dan efisien (Ahmad et al., 2022). Strategi dapat dikatakan sebagai gagasan umum dalam menjalankan suatu kegiatan atau organisasi dengan tujuan jangka panjang yang menjanjikan (Zakiyah, 2022). Strategi didefinisikan sebagai rencana kegiatan komprehensif yang diatur secara sistematis dan bersifat umum (Somawati, Eka Suadnyana, dan Hartaka 2021). Perencanaan strategis adalah instrumen kepemimpinan dan suatu proses. Ia menentukan apa yang

dikehendaki organisasi dimasa depan dan bagaimana usaha mencapainya, suatu proses yang menjelaskan sasaran- sasaran (Alrizkie, Herlih, dan Sutedi 2022). Tujuan utama dalam menentukan strategi adalah untuk menciptakan nilai tambah yang dilakukan secara bersama sama oleh semua stakeholder perguruan tinggi sehingga target yang telah ditentukan bisa tercapai (Simanjuntak, 2022).

Ada beberapa teori yang menjelaskan tentang sinergitas, antara lain. Program studi Hukum Ekonomi Syariah berdiri sejak tahun 2013 berada di bawah naungan fakultas syariah dan ilmu hukum IAIN Padangsidempuan. Bapak Ibrahim Siregar selaku Rektor dan Bapak Sumper Mulia selaku Dekan kemudian Bapak Habibi sebagai Ketua Program Studi. Kurikulum program studi hukum ekonomi syariah memfokuskan kepada kajian-kajian di bidang hukum ekonomi syariah dengan kajian-kajian di bidang hukum ekonomi syariah dan kajian – kajian yang terkait langsung dalam pemantapan mata kuliah utama, dengan tujuan agar mewujudkan lulusan yang memiliki keahlian dalam bidang hukum ekonomi syariah, baik secara akademik maupun profesional. Kehadiran program studi hukum ekonomi syariah ini disambut dengan baik oleh kalangan masyarakat baik dosen, mahasiswa dan semua civitas IAIN Padangsidempuan di masa itu hal ini bisa dibuktikan dengan jumlah pendaftar mahasiswa baru pada angkatan pertama yaitu pada tahun 2013 sebanyak 67 orang kemudian di tahun berikutnya menjadi 82 orang dan sampai tahun 2020 pendaftar mahasiswa baru masih sampai dua kelas artinya diatas 40 orang. Namun pada tahun 2021 sampai 2023 terjadi penurunan jumlah mahasiswa baru yang sangat signifikan dengan data pada tahun 2021 ada 36 orang, 2022 dengan jumlah 33 dan yang terakhir 2023 jumlah pendaftar hanya 31 orang. Dengan berbagai upaya telah dilakukan oleh prodi mulai dari sosialisasi keberbagai sekolah sampai sosialisasi lewat media sosial namun belum juga menuai hasil melihat kondisi ini saya selaku ketua program studi sangat risau dengan kondisi ini mengingat program studi hukum ekonomi syariah di beberapa kampus adalah prodi yang sangat diminati oleh calon mahasiswa baru sehingga saya ingin sekali melakukan penelitian untuk mengkaji secara mendalam sebagai judul sinergitas program studi dan fakultas dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di program studi hukum ekonomi syariah. Dengan demikian penelitian ini akan membahas bagaimana sinergitas program studi dan fakultas dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru di program studi hukum ekonomi syariah dan apa faktor yang menyebabkan pendaftar mahasiswa baru di prodi hukum ekonomi syariah menurun.

B. Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif melalui pendekatan *Statute Approach* yaitu dengan cara menganalisis dengan menggunakan pandangan atau pendapat alumni terkait peranan alumni terhadap peningkatan akreditasi prodi. Sementara, model penelitian kualitatif yang digunakan adalah analisis. Model ini memfokuskan pada pandangan mahasiswa, orang tua atau alumni maupun *Stakeholder*. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data tersebut diperoleh peneliti melalui wawancara dengan mahasiswa, orang tua, atau alumni maupun *stakeholder* tentang prodi Hukum Ekonomi Syariah ini. Sedangkan sumber data ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh periset. Sedangkan data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh pihak lain. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah hasil peneliti mewawancarai langsung mahasiswa, orang tua atau alumni maupun *stakeholder*. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, artikel, jurnal, internet, dan berbagai sumber lainnya. Data primer dan data sekunder kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan Pengertian Sinergitas

Sinergitas berasal dari kata Yunani "*synergia*" yang berarti "bekerja sama". Dalam bahasa Indonesia, sinergitas diartikan sebagai "kegiatan atau operasi gabungan". Secara sederhana, sinergitas dapat diartikan sebagai gabungan dari dua atau lebih unsur yang menghasilkan efek yang lebih besar daripada jumlah unsur-unsur tersebut secara terpisah. Pelaksanaan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dengan tidak memperhatikan manajerial akan membuat kesulitan bagi panitia pelaksana dan calon mahasiswa baru dalam mengikuti segala proses yang mesti dilakukan dan keberhasilan dalam perekrutan mahasiswa baru bisa menurun yang disebabkan oleh strategi yang digunakan sudah jauh dari kondisi yang ada. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 48 tahun 2022 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Diploma dan Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri menyatakan bahwa transformasi Pendidikan Tinggi di Indonesia. Indikator kinerja utama perguruan tinggi secara umum membentuk lulusan yang memiliki kompetensi multidisiplin dan memiliki dasar yang kuat terhadap disiplin ilmu utama setiap program studinya (Said et al., 2024).

Sistem Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) adalah sebuah mekanisme penerimaan mahasiswa baru di lingkungan perguruan tinggi, termasuk di beberapa perguruan tinggi swasta. Mekanisme penerimaan mahasiswa baru meliputi runtutan proses yang dimulai dari pendaftaran,

penentuan Fakultas dan Jurusan, penentuan Uang Kuliah Tunggal (UKT), hingga mahasiswa yang diterima membayar uang kuliah pertama yang sudah ditentukan. Dengan manfaat dan kemudahan yang ada, sudah seharusnya sistem ini dikembangkan oleh tiap-tiap perguruan tinggi swasta. Hal ini sejalan dengan kemajuan teknologi internet dan web yang mendukung proses input dan output data secara cepat dan akurat, khususnya dalam pelaksanaan PMB (Maschur, 2019).

Proses PMB memiliki beberapa kendala secara internal dan kendala eksternal, kendala PMB secara internal seperti ketepatan waktu dan lokasi pelaksanaan sosialisasi, gelombang rekrutmen PBM, pelaksanaan sosialisasi, dan penentuan kebijakan PMB, sedangkan kendala PMB secara eksternal yang dirasakan calon Mahasiswa seperti motivasi lanjut studi yang rendah, kebingungan memilih program studi, biaya perkuliahan, informasi PMB, dan pindah program studi, pembatalan oleh calon mahasiswa melalui jalur undangan serta persaingan dari perguruan tinggi lain dalam perekrutan calon mahasiswa baru. Tiap tahun pada tiap perguruan tinggi melakukan proses penerimaan mahasiswa baru dengan pelaksanaan yang berbeda-beda antar perguruan tinggi. Orientasi Penerimaan Mahasiswa Baru ini merupakan hal yang sangat penting bagi pihak sekolah tinggi terutama manajemen kampus dalam hal ini pihak yayasan. Penerimaan Mahasiswa Baru dilaksanakan berdasarkan nilai ujian nasional dan nilai sikap, keterampilan dan sebagian dilaksanakan berdasarkan prestasi non akademik (Tambun et al., 2023). Orientasi PMB pada tahap perencanaan mulai dari membentuk panitia penerimaan siswa baru, menentukan syarat pendaftaran, menyediakan formulir pendaftaran, pengumuman pendaftaran calon, menyediakan buku pendaftaran, dan waktu pendaftaran (Mursalin et al., 2022).

Pelaksanaan seleksi PMB dilakukan registrasi kartu peserta dan pelaksanaan tes masuk perguruan tinggi. Penetapan nama mahasiswa yang lolos seleksi dilakukan secara transparan dan konsisten dengan menerbitkan SK penetapan nama calon mahasiswa (Nuha et al., 2024). Manajerial penerimaan mahasiswa baru sering memperhatikan tentang kebijakan, promosi dan pelaksanaan perekrutan calon mahasiswa. Menurut Weihrich dan Koontz (dalam Akib, 2020) kebijakan bertujuan untuk memudahkan atau langkah alternatif yang dapat ditempuh dengan memperhatikan dasar dari peraturan yang berlaku. Sehingga dalam menyusun rencana bisa dilakukan dengan efektif. Penerimaan Mahasiswa Baru: Orientasi, Manajerial, dan Strategi Jurnal Mirai Management. Tujuan PMB dilakukan untuk melakukan sosialisasi, mengawal, dan memudahkan calon mahasiswa baru sekaligus menyaring calon mahasiswa untuk melanjutkan studi di perguruan tinggi. Pelaksanaan PMB diperlukan orientasi pelaksanaan perekrutan, manajerial PMB, dan strategi PMB. Kondisi mental calon mahasiswa bisa mempengaruhi pemilihan

program studi. Strategi adalah suatu rancangan cermat dalam usaha mencapai sasaran atau tujuan yang menguntungkan secara efektif dan efisien (Ahmad et al., 2022).

Sinergitas merupakan konsep yang penting dalam berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, teknologi, bisnis, dan organisasi. Dengan memahami sinergitas, kita dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam berbagai aktivitas. Penerapan Sinergitas dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Sinergitas dapat diterapkan dalam upaya meningkatkan jumlah mahasiswa baru melalui berbagai cara, antara lain:

- a. Meningkatkan kerjasama antara program studi dan fakultas dalam kegiatan promosi dan sosialisasi.
- b. Mengembangkan program pembelajaran yang menarik dan relevan dengan kebutuhan industri.
- c. Membangun kerjasama dengan sekolah-sekolah menengah atas dan SMK.
- d. Meningkatkan kualitas layanan kepada mahasiswa.

Dengan menerapkan sinergitas, program studi dan fakultas dapat meningkatkan daya tariknya bagi calon mahasiswa dan meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Sinergitas dapat terjadi dalam berbagai bidang, seperti:

- a. Ilmu pengetahuan: Sinergitas antara berbagai disiplin ilmu dapat menghasilkan penemuan dan inovasi baru.
- b. Teknologi: Sinergitas antara berbagai teknologi dapat menghasilkan produk dan layanan yang lebih canggih.
- c. Bisnis: Sinergitas antara berbagai perusahaan dapat menghasilkan peluang bisnis yang baru dan meningkatkan pangsa pasar.
- d. Organisasi: Sinergitas antara berbagai departemen dalam suatu organisasi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kerja.

Penerapan Sinergitas dalam Pendidikan Tinggi

Sinergitas dapat diterapkan dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan tinggi melalui berbagai cara, antara lain: Meningkatkan kerjasama antara program studi dan fakultas dalam berbagai kegiatan, seperti:

- 1) Promosi dan sosialisasi program studi kepada calon mahasiswa;
- 2) Pengembangan kurikulum dan program pembelajaran;
- 3) Penelitian dan publikasi ilmiah;

- 4) Pengabdian kepada masyarakat;
- 5) Penyelenggaraan seminar, workshop, dan konferensi.

Membangun kerjasama dengan berbagai pihak, seperti:

- 1) Sekolah-sekolah menengah atas dan SMK;
- 2) Dunia usaha dan industry
- 3) Lembaga swadaya masyarakat

Meningkatkan kualitas layanan kepada mahasiswa, seperti:

- 6) Pelayanan akademik yang prima
- 7) Fasilitas yang memadai
- 8) Beasiswa dan bantuan keuangan
- 9) Kegiatan kemahasiswaan yang menarik

Dengan menerapkan sinergitas, program studi, fakultas, dan universitas dapat meningkatkan kualitas pendidikan tinggi dan menghasilkan lulusan yang berkualitas dan berdaya saing. Sinergitas adalah konsep yang penting untuk dipahami dan diterapkan dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan tinggi. Berikut beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan sinergitas:

1. Komunikasi dan Koordinasi yang Efektif
 - a. Membangun komunikasi dan koordinasi yang terbuka dan transparan antara program studi dan fakultas.
 - b. Melakukan pertemuan rutin untuk membahas strategi penerimaan mahasiswa baru, kurikulum, dan pengembangan program studi.
 - c. Membentuk tim yang terdiri dari perwakilan program studi dan fakultas untuk bekerja sama dalam berbagai kegiatan, seperti promosi dan sosialisasi program studi.
2. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab yang Jelas
 - a. Menentukan tugas dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam proses penerimaan mahasiswa baru, seperti penyiapan materi promosi, pelaksanaan sosialisasi, dan seleksi calon mahasiswa.
 - b. Memastikan bahwa semua pihak bekerja sama dengan baik dan saling mendukung.
3. Pemanfaatan Sumber Daya Bersama
 - a. Memanfaatkan sumber daya yang dimiliki oleh fakultas, seperti website, media sosial, dan jaringan alumni, untuk mempromosikan program studi.

- b. Berkolaborasi dalam kegiatan promosi, seperti pameran pendidikan dan seminar.
 - c. Mengadakan program bersama untuk menarik minat calon mahasiswa, seperti workshop dan kompetisi.
4. Pengembangan Kurikulum yang Relevan
- a. Mengembangkan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja dan minat calon mahasiswa.
 - b. Menawarkan program studi yang unik dan menarik, seperti program studi double degree atau program studi dengan fokus pada kewirausahaan.
 - c. Memperbarui kurikulum secara berkala untuk memastikan bahwa program studi tetap relevan dan up-to-date.
5. Meningkatkan Kualitas Layanan Mahasiswa
- a. Memberikan layanan mahasiswa yang berkualitas, seperti bimbingan konseling, layanan karir, dan layanan kesehatan.
 - b. Menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan *supportive*.
 - c. Meningkatkan kualitas dosen dan staf pengajar.
6. Pembentukan Citra yang Positif
- a. Membangun citra yang positif bagi program studi dan fakultas.
 - b. Menjalinkan kerjasama dengan berbagai pihak, seperti industri, pemerintah, dan organisasi non-pemerintah.
 - c. Mengikuti berbagai kegiatan dan kompetisi untuk meningkatkan reputasi program studi dan fakultas.
7. Pemanfaatan Teknologi
- a. Memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan program studi dan meningkatkan layanan mahasiswa.
 - b. Mengembangkan website dan media sosial yang informatif dan menarik.
 - c. Menggunakan aplikasi mobile untuk memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi dan layanan.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, program studi dan fakultas dapat meningkatkan sinergitas dan bekerja sama secara efektif untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Berikut beberapa contoh penerapan sinergitas program studi dengan fakultas dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru:

- a) Program studi Hukum Ekonomi Syariah bekerja sama dengan fakultas untuk mengadakan seminar tentang teknologi terbaru. Seminar ini dapat menarik minat calon mahasiswa untuk mendaftar ke program studi Teknik Informatika.
- b) Program studi Hukum Ekonomi Syariah bekerja sama dengan fakultas untuk mengadakan program internship dengan perusahaan-perusahaan di bidang akuntansi. Program internship ini dapat memberikan pengalaman kerja yang berharga bagi mahasiswa dan membantu mereka dalam mencari pekerjaan setelah lulus.
- c) Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum menjalin kerjasama yang baik dengan program studi lain di universitas untuk mengadakan program double degree di bidang Hukum Ekonomi Syariah. Program *double degree* ini dapat memberikan mahasiswa kesempatan untuk mempelajari dua bidang ilmu yang berbeda dan meningkatkan prospek karir mereka. Sinergitas program studi dengan fakultas merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru dan mencapai tujuan bersama. Dengan bekerja sama secara efektif, program studi dan fakultas dapat menciptakan program studi yang berkualitas dan menarik bagi calon mahasiswa.

2. Strategi Promosi Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru

Strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan, dengan tujuan utamanya adalah supaya perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Kemudian, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, semua kegiatan promosi adalah ujung tombak dari setiap kegiatan pemasaran dimana promosi mempengaruhi target pasar dengan mengkomunikasikan suatu produk kepada target pasar atau calon pembeli atau konsumen agar mereka lebih mengenal produk dan tertarik, kemudian membeli dan selanjutnya fanatik terhadap produk tersebut. Melalui kegiatan informasi suatu produk tersebar kepada masyarakat, mendapatkan kenaikan penjualan dan *profit*, mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan, membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing, bahkan membantu mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen.

3. Keunggulan Prodi Hukum Ekonomi Syariah

Jurusan Hukum Ekonomi Syariah adalah jurusan yang mempelajari kegiatan ekonomi berbasis syariah dari perspektif hukum. Oleh karena itu, di jurusan ini kamu akan mempelajari tiga rumpun ilmu sekaligus, yaitu ilmu Ekonomi, ilmu Hukum, dan ilmu Agama Islam. Ilmu Hukum Ekonomi Syariah memegang peran penting atas berbagai kegiatan ekonomi berbasis syariah, seperti pengembangan produk ataupun pendirian bisnis. Perkembangan ekonomi syariah yang melesat di Indonesia saat ini akan membutuhkan banyak orang yang memiliki kemampuan atau kepakaran di bidang hukum ekonomi syariah. Setidaknya, setiap orang yang ingin mendirikan bisnis berbasis syariah memerlukan pendampingan dari mereka yang paham akan ilmu Hukum Ekonomi Syariah. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan bisnis yang didirikan sudah sesuai dengan hukum-hukum Islam. Sebagian kecil gambaran dari Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Beberapa alasan yang patut di pertimbangkan untuk memilih kuliah di Jurusan Hukum Ekonomi:

- a. Mendukung perkembangan ekonomi syariah. Sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya, tren ekonomi syariah atau ekonomi Islam di Indonesia saat ini terus berkembang. Bahkan, beberapa ahli meramalkan Indonesia dapat menjadi negara dengan kekuatan ekonomi Islam terbesar di dunia. Hal ini bukannya tanpa alasan *Quipperian* Pasalnya, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Ditambah lagi, sudah cukup banyak juga umat Islam di Indonesia yang menyadari pentingnya menjalankan bisnis atau kegiatan ekonomi yang berlandaskan petunjuk Al Qur'an dan Hadis. Untuk itu, dengan mempelajari Hukum Ekonomi Islam, artinya kamu juga menyadari kebutuhan umat Islam untuk menjalankan prinsip ekonomi syariah. Saat ini, tren pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia juga memperlihatkan angka positif dan dinilai konsisten. Hal itu dikemukakan oleh Menteri Keuangan Sri Mulyani dalam *Annual Islamic Finance Conference* tahun 2021. Sejalan dengan keterangan tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga menyatakan bahwa jumlah lembaga keuangan syariah semakin banyak dan aset keuangan syariah juga mengalami penguatan di tengah pandemi Covid-19.
- b. Peluang kerja terbuka lebar di berbagai bidang. Setelah lulus dari Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, semestinya kamu tidak perlu khawatir tentang peluang kerjanya, sebab kamu bisa bekerja di beberapa bidang. Dengan berbekal penguasaan di beberapa bidang keilmuan, maka peluang kerja juga bisa semakin terbuka lebar. Bidang pekerjaan atau industri yang

bisa dipilih mulai dari bidang hukum, bidang ekonomi dan keuangan (termasuk lembaga keuangan, perbankan, dan pasar modal), hingga bidang pendidikan.

- c. Pilihan karier beragam juga berhubungan dengan tiga komponen keilmuan yang dipelajari di jurusan ini. Pilihan pekerjaan bidang hukum antara lain advokat, *legal officer*, dewan pengawas syariah, dan *legal drafter*. Sedangkan, pilihan pekerjaan di lingkup lembaga keuangan syariah antara lain auditor atau bisa juga menjadi pialang di pasar modal syariah. Lalu, buat kamu yang tidak ingin berkarier di industri keuangan dan perbankan, kamu bisa memilih karier sebagai guru, dosen, atau *researcher*.
- d. Bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari. Ilmu yang telah kamu pelajari di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari lho! Pasalnya, ada banyak potensi aktivitas ekonomi di lingkungan sekitar yang dilakukan oleh umat Islam tetapi bertentangan dengan hukum- hukum Islam. So, ilmu yang kamu miliki setidaknya bisa menjadi ‘pegangan’ dalam menjalankan aktivitas di tengah kehidupan bermasyarakat nantinya. Misalnya saja, dalam melakukan aktivitas jual beli dan menghindari kecurangan dalam berbagai transaksi.
- e. Melatih berpikir kritis dan logis. Hal ini sangat diperlukan, mengingat kamu perlu mengkaji dan memahami keterangan hadis, ayat-ayat Al Qur’an, sekaligus keterangan dari para alim ulama dalam menetapkan hukum. Nah, selama kuliah di jurusan ini, kamu akan selalu melakukan hal tersebut dan tugas-tugas yang diberikan juga mewajibkanmu melakukan kajian serupa. Dengan begitu, kamu akan terbiasa berpikir objektif, kritis, dan logis dalam merespon setiap persoalan.
- f. Memiliki wawasan hukum, baik itu cara berpikir dan bertindak, merupakan hal yang tidak terpisahkan dari mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah. Itu merupakan pengetahuan dasar yang wajib dimiliki dan akan sangat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari.
- g. Mendapatkan pengetahuan bisnis. Bisnis merupakan aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan, sehingga dalam mempelajari Hukum Ekonomi Islam, secara tidak langsung, kamu juga akan mendapat pengetahuan seputar bisnis. Sekalipun tidak sedalam pembahasan di Jurusan Bisnis, pengetahuan yang kamu dapatkan sudah cukup untuk memahami prinsip-prinsip dasar bisnis. Berbekal pengetahuan tersebut, kamu sudah bisa menjalankan bisnis dengan baik. Namun, untuk bisa memaksimalkan pengembangannya kamu perlu mempelajarinya secara khusus.

- h. Memiliki pilihan perguruan tinggi yang cukup banyak. Saat ini, tidak sulit menemukan kampus-kampus yang menyediakan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Sudah cukup banyak kampus yang menyediakan jurusan tersebut. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah di UIN Syahada Padangsidempuan menawarkan pembelajaran tentang ilmu Hukum Ekonomi Syariah dan penerapannya dalam perspektif Islam. Di jurusan ini, mahasiswa dapat menggali hukum-hukum *fiqih* muamalah yang sesuai dengan perkembangan dunia bisnis Islam. Beberapa mata kuliah yang bisa kamu pelajari di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Tazkia yaitu Hukum Bisnis Islam, Hukum Pasar Modal Syariah, Hukum Muamalah Kontemporer, Hukum Perbankan Islam, Bisnis Legal Kontrak, Hukum Perdata, Hukum Investasi, dan Zakat dan Wakaf Nah, itulah ulasan beberapa alasan yang patut dipertimbangkan untuk memilih kuliah di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Secara keseluruhan, bidang ini sangat menarik untuk dipelajari, ditambah lagi potensi ekonomi syariah yang terus berkembang, sehingga besar kemungkinan keberadaanmu sebagai lulusan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah akan sangat dibutuhkan.
4. Sinergitas Program Studi Dengan Fakultas Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. a. Cyber Marketing
- Metode *cyber* yang disarankan adalah *merevitalisasi fungsionalitas website* lembaga, penggunaan facebook, medsos, TV dan Radio lokal untuk media pemasaran. Kesimpulan yang diambil dan sebagai saran kepada lembaga agar dapat meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru yaitu menyelesaikan permasalahan yang telah teridentifikasi untuk meningkatkan reputasi lembaga, meningkatkan kualitas dan efektivitas metode pemasaran konvensional yang telah berjalan dan menggunakan metode *cyber* untuk memperkuat metode konvensional.
- b. Membentuk hubungan dengan konsumen
- Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal kepada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tim promosi, diharapkan dapat membentuk hubungan yang baik dengan konsumen (dalam hal ini berarti pihak sekolah dan siswa) untuk kepentingan promosi di waktu selanjutnya. Hal

tersebut bisa diwujudkan dalam bentuk *souvenir* kepada pihak sekolah dan juga follow up kepada siswa. Upaya untuk menjalin hubungan baik merupakan salah satu bentuk dari Customer Relationship Management (CRM), CRM adalah suatu proses untuk mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang nantinya akan menguntungkan perusahaan. Apabila perguruan tinggi (dalam hal ini UKSW) dapat menjalin hubungan yang baik dengan pihak sekolah, maka pihak sekolah akan menyambut baik jika suatu saat tim promosi datang untuk melakukan kegiatan promosi di sekolah tersebut.

c. Memperkuat Daya Saing

Kampus dengan citra yang baik memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik mahasiswa, dana penelitian, dosen berkualitas, dan kerja sama dengan industri atau lembaga lainnya. Proses penyesuaian tawaran akan terjadi pada sesi tanya jawab yang berlangsung ketika presentasi maupun *expo* pendidikan secara langsung antara tim promosi dengan siswa, dan bisa dikatakan sebagai negosiasi atau proses tawar-menawar. Proses inilah yang dikatakan efektif, karena pada proses tersebut tim promosi dapat menanggapi permintaan dari siswa secara langsung dalam sebuah komunikasi dua arah hingga tercipta sebuah kesepakatan. Asep Sujana juga mengatakan bahwa proses tawar-menawar (negosiasi) akan menghasilkan harga yang lebih baik dan efisien, dan memberikan keuntungan yang lebih besar, dimana dalam jangka panjang hal ini akan memberikan kemajuan bagi sebuah perusahaan. Dalam dunia perguruan tinggi (khususnya UKSW) dimana siswa SMA menjadi pangsa pasar utama, ketika siswa tertarik untuk masuk karena kecocokan biaya maka ia pun bertanya tentang rincian biaya kepada tim promosi yang akan memberikan penjelasan detail biaya dan begitu seterusnya hingga siswa tersebut merasa puas dengan jawaban yang diberikan atau tim promosi berhasil menarik minat siswa tersebut untuk mendaftar.

d. Melalui iklan dan website

UKSW melalui BPHL selama ini juga melakukan promosi melalui pemasangan iklan di media massa cetak maupun elektronik, pembagian *browser*, serta pemasangan poster. Tidak hanya itu, website UKSW juga menjadi salah satu sarana promosi yang digunakan. Namun jika dilihat dari fungsi iklan dan website yang tidak jauh berbeda, maka iklan dan website digolongkan menjadi satu strategi promosi. Iklan merupakan salah satu dari empat jenis kegiatan promosi, yaitu bentuk promosi non personal

dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Oleh karena itu, iklan merupakan salah satu sarana promosi yang efektif, karena iklan dapat membujuk konsumen. Selain itu, iklan banyak digunakan sebagai media promosi karena sifatnya yang tidak memaksa, dapat diulang-ulang, namun dapat isi pesan tersebut dapat diterima oleh setiap orang. Pemasangan iklan UKSW lebih banyak dilakukan melalui media cetak seperti koran. Selain iklan berbayar, UKSW juga memanfaatkan pemberitaan seputar UKSW di media cetak sebagai media promosi. Begitu pula dengan website, selain memuat informasi seputar fakultas dan program studi, terdapat pula informasi mengenai prestasi yang telah diraih oleh UKSW yang juga dapat digunakan sebagai alat promosi.

e. Mahasiswa

Mahasiswa secara khusus bukanlah sebuah strategi promosi yang dengan sengaja dibentuk oleh BPHL namun terbentuk dengan sendirinya. Dapat diperhatikan bahwa dalam hal ini, mahasiswa atau alumni lebih berperan sebagai penyambung informasi tentang UKSW. Informasi tersebut dilakukan melalui percakapan antara mahasiswa atau alumni dengan saudara / teman / kerabat yang memiliki kedekatan personal dengan mahasiswa atau alumni tersebut. Proses itu secara tidak langsung sama- sama dengan proses penjualan personal, penjualan personal sendiri efektif karena merupakan sarana untuk membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian.

f. Mendukung Pengembangan Jaringan

Citra kampus yang baik dapat membantu memperluas jaringan institusi dengan mitra akademik, industri, dan komunitas lokal. Kolaborasi ini dapat memperkuat program akademik, penelitian, dan kesempatan kerja bagi mahasiswa dan lulusan. Pentingnya membangun citra kampus yang baik agar kampus diminati oleh banyak calon mahasiswa baru merupakan tugas bersama antara mahasiswa staff, dosen, dan alumni. pendidikan, memiliki tanggung jawab besar terhadap keberlangsungan program-program pendidikan pada satuan pendidikannya. Proses penawaran jasa pendidikan dilakukan melalui kegiatan pemasaran dengan mengenalkan produk dan menunjukkan kualitas layanan. Pemasaran dalam konteks pendidikan menurut Davies dan Ellison dalam Sudaryono (2016) merupakan kegiatan sekolah untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan tujuan, nilai, produk jasa kepada calon siswa, orang tua siswa, staf,

dan masyarakat luas. Promosi jasa pendidikan harus mengandung informasi tentang pelaksanaan pendidikan, dan indikator untuk menilai jasa pendidikan, antara lain : 1) *cost-effectiveness* (efektivitas biaya), 2) materi dan program pendidikan , 3) prinsip-prinsip pembelajaran, metode, tujuan, 4) ketepatan dan kesesuaian fasilitas, 4) kemampuan dan preferensi peserta didik dan 5) kemampuan dan preferensi instruktur pendidikan (Veithzal Rivai & Sylviana Murni, 2008).

Faktor-Faktor Penyebab Berkurangnya Pendaftar Mahasiswa Baru di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti, berkurangnya minat mahasiswa terhadap Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Temuan ini diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa yang saat ini terdaftar pada program studi di luar HES. Dari sepuluh informan yang diwawancarai, seluruhnya menyatakan tidak memilih Program Studi HES dengan beragam alasan, meskipun sebagian di antaranya mengakui memiliki ketertarikan awal terhadap bidang Hukum Ekonomi Syariah.

Salah satu faktor eksternal yang paling dominan adalah persepsi mengenai Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan program studi lain. Beberapa informan menyatakan bahwa besaran UKT menjadi pertimbangan utama dalam menentukan pilihan program studi. Hal ini, antara lain, diungkapkan oleh Putri, mahasiswa Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, yang mengaku memiliki minat besar untuk melanjutkan studi di Program Studi HES. Namun, karena UKT HES dinilai lebih mahal, orang tua menyarankan agar ia memilih program studi lain yang dianggap lebih terjangkau. Menariknya, Putri menilai Program Studi HES sebagai program studi yang unggul karena mengintegrasikan ilmu bisnis dan ekonomi dengan pemahaman etika serta aturan berbisnis dalam Islam, yang menurutnya memiliki nilai strategis dan relevansi tinggi.

Selain faktor biaya, penelitian ini juga menemukan adanya kurangnya pemahaman calon mahasiswa mengenai perbedaan antara Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) dan Program Studi Ekonomi Syariah (ES). Temuan ini diperoleh dari wawancara dengan seorang mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah yang menyatakan bahwa kegagalannya memilih HES disebabkan oleh kekeliruan saat proses pendaftaran. Informan tersebut mengaku terburu-buru dalam memilih program studi pada sistem pendaftaran daring dan beranggapan bahwa Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah merupakan program

studi yang sama. Akibatnya, ia langsung memilih Program Studi Ekonomi Syariah tanpa menyadari adanya perbedaan fokus keilmuan antara keduanya. Lebih lanjut, setelah memahami karakteristik dan cakupan keilmuan Program Studi HES, mahasiswa tersebut justru menyatakan ketertarikan yang kuat untuk berpindah ke Program Studi HES. Bahkan, ketika peneliti menanyakan kemungkinan alih program studi, informan menunjukkan antusiasme tinggi untuk mengajukan perpindahan setelah menyelesaikan program Ma'had. Temuan ini mengindikasikan bahwa lemahnya sosialisasi dan kurang jelasnya informasi mengenai identitas serta kekhasan Program Studi HES turut berkontribusi terhadap menurunnya jumlah pendaftar. Selain temuan empiris tersebut, berkurangnya pendaftar mahasiswa baru Program Studi HES juga dipengaruhi oleh meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi dan antar program studi dengan bidang keilmuan serumpun. Munculnya program studi dengan nomenklatur yang lebih populer dan dianggap lebih marketable, seperti hukum bisnis, ekonomi digital, dan perbankan syariah, cenderung lebih menarik perhatian calon mahasiswa karena dinilai memiliki prospek karier yang lebih jelas dan cepat terserap di dunia kerja. Kondisi ini menuntut Program Studi HES untuk memperkuat branding akademik, menegaskan keunikan keilmuan, serta menampilkan keunggulan kompetitif secara lebih eksplisit. Faktor lain yang turut memengaruhi adalah rendahnya literasi masyarakat mengenai ruang lingkup keilmuan, kompetensi lulusan, dan prospek karier Program Studi HES. Sebagian calon mahasiswa dan orang tua masih memandang HES sebagai program studi yang terbatas pada kajian normatif keagamaan, padahal secara substansial HES merupakan disiplin interdisipliner yang mengintegrasikan hukum, ekonomi, dan prinsip-prinsip syariah dengan peluang kerja yang luas di sektor keuangan, bisnis, dan lembaga hukum. Selanjutnya, strategi promosi dan sosialisasi yang belum optimal dan berkelanjutan juga menjadi faktor signifikan. Minimnya pemanfaatan media digital secara kreatif, kurangnya publikasi prestasi dan testimoni alumni, serta terbatasnya kegiatan sosialisasi langsung ke sekolah menengah atas dan pesantren menyebabkan informasi mengenai keunggulan dan peluang Program Studi HES tidak tersampaikan secara efektif kepada calon mahasiswa potensial.

Selain itu, persepsi terhadap prospek kerja lulusan turut memengaruhi keputusan calon mahasiswa. Keterbatasan publikasi data tracer study, lemahnya jejaring kerja sama dengan dunia industri dan lembaga pengguna lulusan, serta minimnya narasi keberhasilan alumni membuat Program Studi HES dipersepsikan memiliki tingkat ketidakpastian karier yang lebih tinggi dibandingkan program studi lain. Terakhir, faktor internal kelembagaan

juga berpengaruh terhadap daya tarik Program Studi HES. Kurikulum yang belum sepenuhnya responsif terhadap kebutuhan pasar kerja, keterbatasan program unggulan berbasis praktik, serta kurangnya inovasi dalam kegiatan akademik dan non-akademik berpotensi melemahkan citra program studi. Tanpa pembaruan berkelanjutan, peningkatan kualitas layanan akademik, dan sinergi yang kuat antara program studi, fakultas, serta pemangku kepentingan eksternal, Program Studi HES berisiko mengalami penurunan minat pendaftar secara berkelanjutan.

D. Simpulan

Kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini adalah Sinergitas Program Studi Hukum Ekonomi Syariah dengan Fakultas sudah terjalin dari dulu hanya saja sebagai saran untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru perlu metode yang lebih kuat misalkan metode *cyber*. Metode *cyber* yang disarankan adalah merevitalisasi fungsionalitas website lembaga, penggunaan facebook, medsos, TV dan Radio lokal untuk media pemasaran. Sedangkan selain itu yang menjadi faktor penyebab turunnya mahasiswa pendaftar di Prodi Hukum Ekonomi syariah diantaranya. Uang Kuliah Tunggal (UKT) yang relatif mahal. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa di luar program studi HES disebutkan bahwa UKT di prodi HES relative lebih mahal dibanding dengan prodi yang lain. Hal yang sama yang diungkapkan oleh Putri mahasiswa Prodi Ilmu Al-Quran dan Tafsir beliau berminat sekali masuk di program studi HES namun kendalanya UKT yang lebih mahal sehingga orang tua menyarankan masuk di Prodi lain yang relative lebih murah. Ketika ditanya apa yang menjadi beliau tertarik ingin masuk di prodi HES, beliau berpendapat bahwa program studi HES adalah Prodi yang Kren karena selain dapat ilmu bisnis dan ekonomi juga tau bagaimana etika dan aturan dalam berbisnis dalam Islam. Kurang memahami perbedaan antara Prodi HES dan ES. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa program studi Ekonomi Syariah. Beliau menyatakan gagal masuk di program studi HES akibat kecerobohan dalam mendaftar beliau gegabah ketika di fitur pendaftaran muncul pertama program studi Ekonomi Syariah dan kemudian beliau langsung klik padahal fitur hukum Ekonomi syariah masih di bawah dia menyimpulkan ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah sama. Sehingga beliau sekarang ditetapkan lulus di program studi ES. Ketika peneliti bertanya adakah keinginan untuk mengganti prodi beliau sangat antusias untuk bergabung di program studi HES setelah program Makhad selesai.

Daftar Pustaka

- Abdillah, Wahyu dan Herawati, Andry. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 2 (2): 309-325.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, Adnan dan Hamid, Nur Asia. (2019). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pasca Perubahan Menjadi Universitas Pada Universitas Muslim Maros. *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3 (2): 136-149.
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu- Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba Humanika Jurusan, A. S. (2018). *Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Iain Pekalongan*.
- Lubis, Ibrahim Abdullah. (2018). Strategi Promosi dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. *Jurnal Ulul Albab*, 22, (2): 82- 88.
- Muljawan, D. (2020). *Ekonomi Syariah*. Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah.
- Nasional, K. P. P. N. B. P. P. (2018). *Masterplan Hukum ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (2022). *Data Statistik Perguruan Tinggi dan Program Studi Kota Padangsidimpuan Tahun 2022*. Online: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. Diakses tanggal: 15 Juli 2022. Jakarta: Pangkalan Data Pendidikan Tinggi.
- Pangkalan Data Pendidikan Tinggi. (2022). *Data Statistik Perguruan Tinggi dan Program Studi Kota Padangsidimpuan Tahun 2022*. Online: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. Diakses tanggal: 15 Juli 2022. Jakarta: Pangkalan Data Pendidikan Tinggi.
- Subranto, Rifku. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Syaifullah, H. (2019). Pengembangan SDM Syariah Melalui Perguruan Tinggi: Studi Kasus di Program Studi Manajemen Perbankan Syariah FAI UMJ. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7 (2), 217. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v7i2.6124>
- Tijiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi Offset. Wulandari, Rindiani, Choiriyah, dan Meriyati. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Dapoer Kemas Nyimas Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang Tahun 2020-2021. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2 (2), 463474.

