



ANALISIS SWOT UNTUK PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB) PTKIN 2024

Miftahussa'adiah^{1(*)}, Widi Cahya Adi², Abdul Hadi³

Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia¹³

Universitas Islam Negeri Walisongo, Semarang, Indonesia²

miftahussaadiah_uin@radenfatah.ac.id¹

Abstract

Received: 12 Agustus 2025
Revised: 10 September 2025
Accepted: 12 September 2025

Persaingan global di bidang pendidikan tinggi, PTKIN dihadapkan pada berbagai tantangan seperti peningkatan kualitas layanan, adaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta perubahan preferensi calon mahasiswa terhadap institusi pendidikan. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi penerimaan mahasiswa baru (PMB) di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) pada tahun 2024. Metode penelitian yang digunakan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam proses penerimaan mahasiswa baru. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan panitia PMB PTKIN dan calon mahasiswa, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, laporan PMB, serta publikasi terkait. Responden pada penelitian ini terdiri dari 6 orang panitia PMB PTKIN dan 20 orang calon mahasiswa PTKIN Tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat sembilan strategi alternatif pelaksanaan PMB PTKIN tahun 2024 yaitu memperkuat promosi branding PTKIN berbasis digital, optimalisasi sarana dan prasarana PMB yang dapat terwujud melalui dukung pemerintah, menjalin kerjasama dengan lembaga internasional, pengembangan sistem pendaftaran online adaptif, optimalisasi keragaman program studi dan jalur seleksi, penggunaan branding kekhasan PTKIN untuk diferensiasi, menyiapkan konten promosi berbasis nilai keislaman, membentuk tim manajemen krisis PMB, dan mengembangkan strategi komunikasi kreatif untuk meningkatkan citra global. Dengan demikian, strategi yang berorientasi pada pemanfaatan teknologi dan perluasan jangkauan promosi merupakan prioritas utama untuk meningkatkan efektivitas PMB PTKIN.

Keywords: PMB; PTKIN; Analisis SWOT; Strategi; Penerimaan Mahasiswa

(*) Corresponding Author: Miftahussa'adiah, miftahussaadiah_uin@radenfatah.ac.id

How to Cite: Miftahussa'adiah, M., Adi, W. C., & Hadi, A. (2025). ANALISIS SWOT UNTUK PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB) PTKIN 2024. *Research and Development Journal of Education*, 11(2), 863-875.

INTRODUCTION

Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKIN) merupakan salah satu tahapan penting untuk meningkatkan kualitas pendidikan khususnya di lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN). PTKIN itu sendiri memiliki kebijakan sentralisasi berdasarkan peraturan Menteri Agama (PMA) No. 68 Tahun 2015 Azzahra & Sutrisno (2024). Kebijakan sentralisasi itu sendiri merupakan kebijakan dimana segala sesuatu yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan diatur oleh pemerintah pusat (Mubarak et al., 2023). Kebijakan sentralisasi ini dilatarbelakangi dengan adanya orientasi politis dimana Lembaga penelitian itu sendiri tidak lagi mengambil Keputusan secara legal-netral atau menyesuaikan dengan

lingkungan pendidikan (Azzahra & Sutrisno, 2024) dan tentunya hal ini juga berpengaruh pada PMB PTKIN.

Keberlanjutan dari PMB PTKIN tentunya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti institusi namun juga terdapat beberapa faktor tantangan eksternal seperti persaingan pada perguruan tinggi, kebijakan pemerintah dan pemikiran masyarakat terhadap perguruan tinggi. PTKIN itu sendiri memiliki peran strategis untuk menyediakan pendidikan berbasis nilai-nilai keislaman yang terintegrasi dengan ilmu pengetahuan modern. Harapannya PTKIN dapat menghasilkan lulusan yang tidak hanya unggul di bidang akademis namun juga memiliki moral dan etika yang baik. Hal ini tentunya menjadikan PMB menjadi indikator yang sangat penting dalam memastikan kualitas calon mahasiswa yang diterima. Menurut Bustaman-Ahmad (2018), PTKIN sudah berupaya menjadi world class university artinya mampu merekayasa melalui berbagai disiplin ilmu dalam hal pengembangan penelitian mutakhir. Hal ini juga berlangsung di berbagai PTKIN di Indonesia seperti di Aceh, pengembangan akademik PTKIN di Aceh mengakomodasi dua realitas local dan globalisasi serta internasionalisasi sehingga dapat membentuk budaya akademik yang unggul (Basri et al., 2023).

Pada zaman globalisasi dan distrupsi digital saat sekarang ini menjadikan persaingan antar perguruan tinggi menjadi semakin ketat. PTKIN itu sendiri harus beradaptasi dengan berbagai perubahan teknologi serta ekpetasi masyarakat itu sendiri terhadap perguruan tinggi. Agar kualitas PTKIN tidak kalah dengan Perguruan Tinggi lainnya, maka pengelolaan PTKIN haruslah berbasis SNI ISO 9001:2008 sebagai salah satu bentuk manajemen mutu yang berprinsip pada TQM yang dalam penerapannya mendetail dan sistematis (Subardi, 2020). Salah satu alternatif menghadapi persaingan PTKIN dengan Perguruan Tinggi lainnya yaitu dengan memperhatikan besaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), dimana UKT itu sendiri merupakan kebijakan yang ditujukan untuk lebih membantu dan meringankan biaya pendidikan mahasiswa (Effendi & Latifah, 2021).

Pada proses PMB, teknologi diterapkan mulai dari pendaftaran hingga seleksi, sehingga hal ininya tentunya menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan layanan. Menurut Erihadiana et al. (2021), masing-masing PTKIN mempunyai cara masing-masing dalam melaksanakan penerimaan mahasiswa baru, dimana aplikasi yang dibuat harus dilengkapi dengan fitur-fitur tambahan untuk pendaftaran online seperti data-data yang berkaitan dengan alamat, nomor induk kependudukan, koreksi atas kekeliruan pengisian biodata. Namun, tantangan seperti kesenjangan akses internet dan literasi digital di beberapa wilayah masih menjadi hambatan yang perlu diatasi.

Selain itu, keberhasilan dari PMB PTKIN dipengaruhi juga oleh citra institusi pada masyarakat. Kepercayaan terhadap PTKIN sebagai Lembaga pendidikan yang berkualitas perlu dijaga dan ditingkatkan melalui berbagai upaya seperti promosi aktif, kerja sama dengan berbagai pihak dan peningkatan kualitas layanan akademik. Strategi promosi penerimaan mahasiswa baru dan jalur penerimaan mahasiswa baru di lingkungan kampus pada tahun 2023 yaitu melalui media sosial, website, kalender, spanduk, dan sosialisasi langsung yang melibatkan mahasiswa (Elimar et al., 2024). Berbagai cara yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa baru di lingkungan PTKIN yaitu dimulai dari perencanaan strategis. Bryson dalam Nugroho (2010) mengemukakan secara sederhana perencanaan strategis yaitu pengidentifikasian isu startegis, pengembangan strategi dan penerapan strategi. Formulasi dari strategi ini dapat diperoleh melalui Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) sebagai instrument perencanaan strategis yang dapat memberikan cara sederhana dan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi.

Wiswasta et al. (2018), SWOT merupakan metode perencanaan model, strategi dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang bersifat deskriptif yang dapat memberikan output berupa arahan. Analisis SWOT bersifat deskriptif dan subjektif dan dapat menjadi alat yang efektif untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan PMB. Analisis ini harapannya, PTKIN itu sendiri dapat merancang strategi yang efektif untuk menarik calon mahasiswa yang berkualitas sekaligus mengantisipasi tantangan yang mungkin timbul.

Perguruan tinggi membutuhkan strategi penerimaan mahasiswa baru (PMB) yang tidak hanya menekankan pada aspek pemasaran, namun juga mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal. Analisis SWOT seharusnya dapat menjadi alat untuk merumuskan strategi yang komprehensif, tidak hanya terbatas pada promosi atau penggunaan media digital, tetapi juga aspek manajerial, kualitas layanan serta daya saing Lembaga. Beberapa penelitian tentang analisis SWOT untuk meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru pada umumnya lebih pada strategi pemasaran. Studi yang dilakukan oleh Suriyok (2022) menyatakan bahwa penelitiannya lebih fokus pada strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan jumlah penerimaan mahasiswa baru, dimana penelitian ini menunjukkan semakin banyak program, semakin banyak alternatif mahasiswa untuk program yang ditawarkan maka semakin banyak alternatif yang dipilih oleh mahasiswa. Lebih lanjut Kristanto et al., (2020) dalam penelitiannya tentang strategi pemasaran digital dengan menggunakan analisis SWOT dan lebih fokus pada faktor lingkungan internal dan faktor eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran digital yang menghasilkan beberapa alternatif strategi diantaranya pemasaran dilakukan secara online melalui media sosial, edukasi secara online dan promosi di media televisi lokal dan radio lokal. Fitriani et al., (2021) menekankan strategi promosi penerimaan mahasiswa baru (PENMARU) lebih fokus pada promosi online melalui media sosial dan website, memberikan program beasiswa full dan tambahan biaya hidup dari pemerintah. Dengan demikian, fokus utama penelitian-penelitian sebelumnya adalah strategi pemasaran dan penggunaan media promosi baik konvensional maupun digital.

Berdasarkan penelitian terdahulu, gap pada penelitian ini diantaranya belum banyak membahas analisis SWOT yang diarahkan pada pemahaman komprehensif kondisi internal dan eksternal PMB di PTKIN. Belum ada juga penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan analisis SWOT dengan rekomendasi strategis yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas proses PMB dan konteks PTKIN juga relatif kurang dibahas. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini yaitu dapat memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi PMB PTKIN 2024 dan strategi penguatan alternatif untuk pelaksanaan PMB PTKIN.

METHODS

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) sebagai kerangka analisis utama. Data primer dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan panitia PMB PTKIN dan calon mahasiswa, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, laporan PMB, serta publikasi terkait. Responden dalam penelitian ini terdiri atas enam orang panitia Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) PTKIN yang ditentukan melalui teknik purposive sampling. Panitia yang dipilih berasal dari unsur kelompok kerja humas

dan publikasi, kesekretariatan, serta teknologi informasi dan komunikasi, dengan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan PMB. Selain itu, penelitian ini juga melibatkan 20 orang calon mahasiswa sebagai responden yang dipilih menggunakan teknik random sampling untuk memperoleh sudut pandang yang lebih beragam. Instrumen wawancara disusun dengan fokus pada pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pelaksanaan PMB PTKIN. Seluruh data kemudian dianalisis melalui penyusunan matriks SWOT untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pelaksanaan PMB PTKIN. Temuan penelitian dipaparkan secara sistematis berdasarkan hasil analisis terhadap data primer dan sekunder. Menurut Fatimah (2020) analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu:

1. *Strengths* (Kekuatan)
 Faktor kekuatan dapat dilihat dari keunggulan yang khusus dari pesaingnya dan dapat memuaskan stakeholders.
2. *Weaknesses* (Kelemahan)
 Faktor kelemahan itu sendiri dapat dilihat dari kondisi kelemahan pada suatu organisasi tersebut yang dapat dilihat dari faktor lingkungan yang terdiri dari analisis internal dan analisis eksternal.
3. *Opportunities* (peluang)
 Peluang ini sendiri dapat menjadi bagian kondisi lingkungan yang menguntungkan sehingga dapat dijadikan sebagai cara untuk memajukan sebuah organisasi.
4. *Threats* (ancaman)
 Ancaman kebalikan dari peluang, yaitu kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, disusun rekomendasi strategis yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelaksanaan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) pada PTKIN. Penentuan prioritas strategi dilakukan dengan menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), yang memungkinkan strategi diurutkan berdasarkan tingkat kepentingannya secara objektif dan terukur. Data untuk penyusunan QSPM diperoleh melalui Focus Group Discussion (FGD) yang melibatkan enam orang panitia PMB PTKIN yang sebelumnya telah diwawancarai. Proses FGD ini digunakan untuk menentukan bobot (weight) dan skor daya tarik (Attractiveness Score/AS) pada setiap alternatif strategi, sehingga pemilihan strategi prioritas didasarkan pada hasil penilaian kolektif yang sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

RESULTS & DISCUSSION

Hasil wawancara dengan melibatkan enam orang panitia PMB PTKIN dan 20 calon mahasiswa, diperoleh data mengenai faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pelaksanaan PMB PTKIN tahun 2024. Hasil pengolahan data disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1.
Ringkasan Analisis SWOT Pelaksanaan PMB PTKIN 2024

| Aspek | Temuan |
|---------------------------|--|
| <i>Strength</i> /Kekuatan | 1. Branding kekhasan PTKIN 2. Keragaman program studi 3. Keragaman jalur seleksi |

| Aspek | Temuan |
|-------------------------------|---|
| <i>Weakness/ Kelemahan</i> | 4. Dukungan pemerintah |
| | 1. Keterbatasan sarana dan prasarana |
| | 2. Promosi yang kurang optimal |
| | 3. Kurangnya daya tarik global |
| <i>Opportunities/ Peluang</i> | 1. Peningkatan kesadaran pendidikan keislaman |
| | 2. Dukungan Teknologi Digital |
| | 3. Kerjasama dengan lembaga internasional |
| | 4. Pertumbuhan demografi |
| <i>Threats/ Ancaman</i> | 1. Persaingan dengan perguruan tinggi lain |
| | 2. Tantangan ekonomi |
| | 3. Perubahan kebijakan pendidikan |
| | 4. Pandemi dan bencana |

Sumber: Peneliti

Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) di PTKIN merupakan salah satu proses penting yang menentukan kualitas input mahasiswa serta keberlanjutan institusi pendidikan tinggi untuk memahami dinamika pelaksanaan PMB PTKIN Tahun 2024. Analisis SWOT dapat memberikan gambaran komprehensif. Berikut uraian dari masing-masing elemen SWOT:

Strengths (Kekuatan)

a. Branding PTKIN yang kuat

PTKIN memiliki reputasi sebagai institusi pendidikan yang mengintegrasikan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai keislaman, dimana PTKIN menawarkan pendidikan yang menggabungkan pengetahuan umum dan keislaman secara seimbang. Hal ini menjadi ciri khas yang membedakan PTKIN dengan perguruan tinggi lainnya. Selain itu, masyarakat juga mempercayai PTKIN sebagai lembaga pendidikan yang mampu menghasilkan lulusan dengan karakter moral yang baik, wawasan keislaman yang moderat dan kemampuan akademik yang mumpuni sehingga kepercayaan ini menjadi asset penting dalam menarik calon mahasiswa baru setiap tahunnya. Hal lainnya, PTKIN juga berperan dalam moderasi beragama yang dirancang pemerintah. Hal ini memperkuat posisi PTKIN sebagai institusi yang tidak hanya mengajarkan ilmu agama, tetapi juga menanamkan sikap toleransi, saling menghormati dan cinta damai di tengah keberagaman bangsa (Aulia & Arifin, 2023).

Dukungan alumni dan komunitas yang tersebar di berbagai sektor turut menjadi duta informal yang memperkenalkan dan memperkuat citra positif PTKIN di tengah masyarakat. Kehadiran komunitas alumni yang aktif dalam kegiatan sosial dan pendidikan semakin memperkuat branding PTKIN. Inovasi dalam pembelajaran juga telah dilakukan oleh PTKIN, yaitu dengan menerapkan teknologi digital dan pengembangan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan zaman. Integrasi media pembelajaran berbasis teknologi dengan nilai-nilai keislaman menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa. Berdasarkan hal ini, brand merupakan salah satu komponen penting dan sumber kekuatan bagi PTKIN (Hasanah, 2017; Kurniawan et al., 2022) dengan brand itu sendiri memiliki strategi tertentu seperti perencanaan konten, program pembuatan konten informatif, kerjasama dengan stakeholder, publikasi ciri khas jurusan dan optimalisasi fungsi lembaga (Sungkar et al., 2023).

b. Keragaman Program Studi

Keragaman program studi di PTKIN merupakan salah satu kekuatan institusi dalam menjawab tantangan pendidikan modern yaitu dengan tetap menjaga nilai-nilai keislaman, PTKIN mampu mencetak lulusan yang berdaya saing diberbagai bidang ilmu dan profesi dimana program studi keislaman menjadi cirri khas PTKIN dan dirancang untuk memperdalam pemahaman tentang ajaran islam dalam berbagai aspek. Selain itu, PTKIN juga berperan aktif dalam menghasilkan tenaga oendidikan professional yang tidak hanya menguasai bidang keilmuan, tetpai juga mampu mengintegrasikan pendidikan karakter berbasis Islam, dan banyak lagi lainnya (Suryadilaga, 2015).

c. Jalur Seleksi yang Beragam

SPAN-PTKIN merupakan jalur seleksi berdasarkan prestasi akademik yaitu dengan keunggulan dapat memberikan kesempatan pada siswa berprestasi secara akademik dan dapat meningkatkan minat siswa sejak dini untuk mempersiapkan diri di PTKIN. UM-PTKIN sendiri merupakan jalur selesi nasional berbasis ujian tulis berbasis Sistem Seleksi Elektronik (SSE), dengan keunggulan dapat memberikan kesempatan bagi siswa yang tidak lolos melaui jalur prestasi, sistem ujian online memudahkan peserta dari berbagai wilayah di Indonesia, serta soal ujian disusun secara terstandarisasi dan berintegritas. Selain itu, juga terdapat jalur seleksi mandiri dimana pada jalur seleksi mandiri dapat memberikan keleluasaan bagi kampus dalam menjaring calon mahasiswa sesuai kebutuhan program studi, meyediakan keleluasaan bagi kampus dalam menjaring calon mahasiswa, menyediakan kesempatan tambahan bagi calon mahasiswa yang belum diterima di jalur nasional dan fleksibel dalam penentuan jadwal dan kriteria seleksi (Annizar & Arifin, 2021).

d. Dukungan Pemerintah

Regulasi dan kebijakan pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia yang dikeluarkan untuk mendukung operasional PTKIN sehingga dapat memberikan arah dan pedoman penyelenggraan pendidikan dan mendorong standar pendidikan yang merata di seluruh PTKIN di Indonesia. PTKIN ini sendiri juga mendapatkan dukungan anggaran dari pemerintah untuk meningkatkan fasilitas dan kualitas pendidikan yaitu berupa dana operasional perguruan tinggi, dana pengembangan sarana dan prasarana kampung, beasiswa untuk mahasiswa berprestasi dan mahasiswa kurang mampu (Iswandy, 2015). Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan dukungan teknologi dan digitalisasi seperti pengembangan sistem pendaftaran mahasiswa baru secara online (Marini & Utoyo, 2019).

Weaknesses (Kelemahan)

a. Keterbatasan Sarana dan Prasarana.

Tidak semua PTKIN memiliki fasilitas yang memadai untuk menunjang proses pendidikan. Masalah umumnya seperti ketersediaan kursi, meja, dan perangkat multimedia yang masih terbatas, proyektor dan perangkat pendukung pembelajaran berbasis teknologi masih minim dan ruangan kelas kurang terawatt dan belum dilengkapi dengan pendingin ruangan di beberapa kampus.

b. Promosi yang Kurang Optimal

Strategi promosi dan publikasi PMB masih belum maksimal sehingga masih banyak masyarakat yang belum tahu program studi yang ada di PTKIN bukan hanya program studi agama saja, namun juga ada program studi umum. Banyak PTKIN yang

masih mengandalkan akun media sosial tanpa manajemen konten yang profesional sementara universitas lain rutin memproduksi konten kreatif berupa video profil kampus, webinar, dan kolaborasi dengan influencer pendidikan (Suryani, 2021).

c. Kurangnya Daya Tarik Global

PTKIN masih belum optimal dalam menarik mahasiswa International meskipun PTKIN itu sendiri memiliki reputasi yang baik dalam negeri, tantangan dalam menarik perhatian calon mahasiswa dan akademisi dari luar negeri masih menjadi kelemahan yang perlu diatasi. Penyebab rendahnya daya tarik tersebut fokus promosi lebih pada penerimaan mahasiswa dalam negeri, keterbatasan anggaran untuk kegiatan pemasaran internasional dan minimnya kerja sama dengan media global dan Lembaga pendidikan Internasional sehingga berdampak pada nama PTKIN kurang dikenal di luar Indonesia dan mahasiswa asing lebih memilih universitas di negara islam lainnya seperti Malaysia, Turki, dan Arab Saudi.

Opportunities (Peluang)

a. Peningkatan kesadaran pendidikan keislaman

Kesadaran pendidikan keislaman adalah pemahaman dan penerimaan seseorang terhadap pentingnya pendidikan Islam dalam membentuk karakter, akhlak, dan wawasan keagamaan. Kesadaran ini mencakup pengetahuan tentang ajaran Islam, keyakinan terhadap pentingnya menerapkannya, dan kesediaan untuk mengamalkannya. Minat masyarakat terhadap pendidikan yang berbasis nilai-nilai islam terus meningkat. Peningkatan kesadaran pendidikan keislaman adalah proses penting dalam membentuk individu Muslim yang berkualitas. Keberhasilan upaya ini sangat bergantung pada kolaborasi antara lembaga pendidikan, keluarga, dan masyarakat serta penggunaan metode pembelajaran yang inovatif dan kontekstual.

b. Dukungan teknologi digital

Pemanfaatan berbagai perangkat dan aplikasi berbasis teknologi untuk mempermudah, mempercepat, dan meningkatkan transparansi dalam proses seleksi calon mahasiswa di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN). Pemanfaatan platform digital dalam proses seleksi, promosi, dan layanan informasi PMB dapat memperluas jangkauan. Pemanfaatan teknologi ini semakin relevan mengingat kebutuhan akan sistem seleksi yang efisien, akuntabel, dan mudah diakses oleh calon mahasiswa di seluruh Indonesia.

c. Kerja sama dengan Lembaga international

Peluang untuk menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan luar negeri dalam meningkatkan reputasi PTKIN dan dengan strategi kerjasama yang terencana dan implementasi yang matang, PTKIN dapat memanfaatkan peluang ini untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas, siap bersaing di tingkat global, dan sekaligus menjaga nilai-nilai keislaman dalam setiap aspek pendidikan.

d. Pertumbuhan Demografi

Meningkatkan jumlah generasi muda usia produktif menjadi pasar potensial bagi PTKIN dan dengan strategi yang tepat dan pengelolaan sumber daya yang optimal, PTKIN dapat memanfaatkan pertumbuhan demografi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan institusi dalam jangka panjang.

Threats (Ancaman)

- a. Persaingan dengan perguruan tinggi lain
 Persaingan dengan perguruan tinggi lain merupakan ancaman signifikan bagi PTKIN dalam konteks PMB. Tantangan ini tidak hanya menuntut peningkatan kualitas akademik dan infrastruktur, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif dan inovasi dalam program studi. Baik perguruan tinggi negeri (PTN) maupun swasta (PTS) menawarkan program studi yang lebih kompetitif.
- b. Tantangan ekonomi
 Tantangan ekonomi merupakan ancaman signifikan bagi PMB PTKIN karena dapat mempengaruhi daya beli keluarga calon mahasiswa, kemampuan institusi dalam bersaing dengan perguruan tinggi lain, serta ketersediaan dana untuk pengembangan infrastruktur dan layanan. Kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat mempengaruhi kemampuan Masyarakat untuk melanjutkan pendidikan tinggi.
- c. Perubahan kebijakan pendidikan
 Perubahan regulasi pemerintah terkait PMB dapat mempengaruhi proses seleksi dan penerimaan mahasiswa. Perubahan kebijakan pendidikan merupakan ancaman nyata bagi PTKIN, terutama dalam konteks PMB. Beberapa ancaman utama yang muncul meliputi: Ketidakpastian kebijakan yang mengganggu perencanaan strategis, Penyesuaian kurikulum dan evaluasi akademik yang dapat mengurangi keunikan pendidikan keislaman. Kebijakan penerimaan yang lebih ketat dan persaingan yang meningkat. Dampak negatif terhadap pendanaan dan dukungan pemerintah. Tantangan dalam implementasi dan adaptasi internal.
- d. Pandemi dan Bencana
 Risiko pandemi atau bencana alam dapat mengganggu pelaksanaan PMB secara langsung maupun daring. Pandemi dan bencana alam menjadi ancaman serius bagi PMB PTKIN karena keduanya dapat mengganggu proses pendaftaran dan seleksi, mulai dari terhambatnya akses informasi hingga terganggunya infrastruktur yang mendukung sistem daring, sehingga menurunkan minat dan jumlah pendaftar serta menuntut institusi untuk segera mengimplementasikan strategi adaptif dan manajemen risiko yang tangguh guna memastikan kelangsungan proses penerimaan meskipun dalam kondisi krisis.
 Berdasarkan analisis SWOT di atas maka dapat dikembangkan matriks SWOT merupakan tahapan yang harus dilakukan Panitia PMB PTKIN dalam menghadapi peluang dan ancaman yang dihadapi, serta untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PMB PTKIN. Analisis SWOT menghasilkan empat perspektif strategi yaitu S-O (*Strength-Opportunities*), W-O (*Weakness-Opportunities*), S-T (*Strength-Threats*), dan W-T (*Weakness-Threats*). Strategi yang dihasilkan dari Matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2.

Ringkasan Analisis SWOT Pelaksanaan PMB PTKIN 2024

| Faktor Ekstrenal | Internal/ <i>Strength/Kekuatan</i> | <i>Weakness/Kelemahan</i> |
|------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| | 1. Branding kekhasan PTKIN | 1. Keterbatasan sarana dan prasarana |
| | 2. Keragaman program studi | 2. Promosi yang kurang optimal |
| | 3. Keragaman jalur seleksi | 3. Kurangnya daya tarik global |
| | 4. Dukungan pemerintah | |

| Opportunities /Peluang | S-O (Strength- Opportunities) | W-O (Weakness Opportunities) |
|---|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kesadaran pendidikan keislaman 2. Dukungan Teknologi Digital 3. Kerjasama dengan lembaga internasional 4. Pertumbuhan demografi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperkuat promosi branding PTKIN melalui teknologi digital untuk meningkatkan minat pendaftar. 2. Mengoptimalkan keragaman program studi dan jalur seleksi guna menjangkau calon mahasiswa dengan latar belakang berbeda. 3. Memanfaatkan dukungan pemerintah untuk memperluas kerja sama internasional dan menarik calon mahasiswa asing. 4. Mengintegrasikan konten keislaman dalam promosi digital untuk menyesuaikan tren peningkatan kesadaran pendidikan keislaman. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan teknologi digital untuk memaksimalkan promosi PMB secara luas dan efisien. 2. Mengajukan dukungan pemerintah dan mitra eksternal untuk pengadaan sarana dan prasarana penunjang PMB. 3. Menjalin kerja sama dengan lembaga internasional untuk meningkatkan daya tarik global PTKIN. 4. Menyusun konten promosi berbasis nilai keislaman dan potensi demografi untuk menarik calon mahasiswa. |
| Threats/Ancaman | S-T (Strength- Threats) | W-T (Weakness-Threats) |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan perguruan tinggi lain 2. Tantangan ekonomi 3. Perubahan kebijakan pendidikan 4. Pandemi dan bencana | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan kekhasan PTKIN sebagai diferensiasi dalam menghadapi persaingan dengan perguruan tinggi lain. 2. Mengembangkan program studi unggulan berbasis riset dan teknologi untuk menghadapi tantangan global. 3. Memaksimalkan dukungan pemerintah untuk menjaga keberlangsungan PMB di tengah perubahan kebijakan pendidikan. 4. Meningkatkan fleksibilitas jalur seleksi untuk mengantisipasi dampak pandemi atau bencana. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana secara bertahap untuk mengantisipasi ketatnya persaingan antarperguruan tinggi. 2. Mengembangkan strategi komunikasi kreatif guna mengatasi citra kurang menarik PTKIN di pasar global. 3. Menyiapkan kebijakan adaptif terhadap perubahan kebijakan pendidikan dan tantangan ekonomi. 4. Membentuk tim krisis khusus untuk menghadapi risiko pandemi dan bencana yang dapat memengaruhi pelaksanaan PMB. |

Sumber: Peneliti

Hasil analisis matriks SWOT selanjutnya ditentukan strategi yang akan diprioritaskan. Selanjutnya dilakukan FGD untuk menyusun QSPM. Hasil QSPM Penerimaan Mahasiswa Baru PTKIN 2024 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3.
 QSPM Penerimaan Mahasiswa Baru PTKIN 2024

| No | Strategi | Strategi | Bobot | AS | TAS |
|-------|--|----------|-------|------|------|
| 1 | Memperkuat promosi branding PTKIN berbasis teknologi digital untuk menarik lebih banyak pendaftar. | SO | 0,15 | 4 | 0,6 |
| 2 | Mengoptimalkan keragaman program studi dan jalur seleksi untuk menjangkau calon mahasiswa dengan latar belakang beragam. | SO | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 3 | Menjalin kerja sama dengan lembaga internasional untuk meningkatkan daya tarik global PTKIN. | WO | 0,12 | 4 | 0,48 |
| 4 | Mengoptimalkan sarana dan prasarana PMB dengan dukungan pemerintah dan mitra eksternal. | WO | 0,13 | 4 | 0,52 |
| 5 | Menggunakan branding kekhasan PTKIN sebagai diferensiasi menghadapi persaingan dengan PTN dan PTS. | ST | 0,1 | 3 | 0,3 |
| 6 | Menyiapkan konten promosi berbasis nilai keislaman dan perkembangan demografi. | SO | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 7 | Mengembangkan sistem pendaftaran online yang adaptif terhadap pandemi dan bencana. | WT | 0,09 | 4 | 0,36 |
| 8 | Mengembangkan strategi komunikasi kreatif untuk meningkatkan citra global PTKIN. | WT | 0,07 | 3 | 0,21 |
| 9 | Membentuk tim manajemen krisis untuk mengantisipasi dampak perubahan kebijakan dan tantangan ekonomi. | WT | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Total | | | 1 | 3,25 | |

Sumber: Peneliti

Berdasarkan analisis SWOT dan perhitungan QSPM, diperoleh sembilan alternatif strategi penguatan pelaksanaan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) PTKIN tahun 2024 dengan urutan sebagai berikut

- 1) Memperkuat promosi branding PTKIN berbasis teknologi digital
- 2) Mengoptimalkan sarana dan prasarana PMB dengan dukungan pemerintah
- 3) Menjalin kerja sama dengan lembaga internasional
- 4) Mengembangkan sistem pendaftaran online adaptif
- 5) Mengoptimalkan keragaman program studi dan jalur seleksi
- 6) Menggunakan branding kekhasan PTKIN untuk diferensiasi
- 7) Menyiapkan konten promosi berbasis nilai keislaman
- 8) Membentuk tim manajemen krisis PMB
- 9) Mengembangkan strategi komunikasi kreatif untuk meningkatkan citra global.

Strategi dengan nilai Total Attractiveness Score (TAS) tertinggi adalah memperkuat promosi branding PTKIN berbasis teknologi digital (TAS = 0,60), diikuti dengan pengoptimalan sarana dan prasarana (TAS = 0,52) dan pengembangan kerja sama internasional (TAS = 0,48). Hasil ini menunjukkan bahwa strategi yang

berorientasi pada pemanfaatan teknologi dan perluasan jangkauan promosi merupakan prioritas utama dalam meningkatkan efektivitas PMB PTKIN.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penguatan promosi berbasis teknologi digital menjadi strategi paling krusial. Upaya mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam proses seleksi dan layanan administrasi akan memudahkan akses calon mahasiswa (Farid et al., 2024; Kristanto et al., 2020). Promosi dapat melibatkan media sosial, website interaktif, dan kampanye offline untuk meningkatkan visibilitas PTKIN. Memperkuat strategi promosi berarti mengintegrasikan berbagai kanal komunikasi, baik digital maupun konvensional, untuk menjangkau calon mahasiswa secara lebih efektif. Hal ini mencakup optimalisasi media sosial, pembuatan konten visual menarik seperti video dan infografis, serta kolaborasi dengan influencer, alumni, dan mitra strategis untuk menonjolkan keunggulan PTKIN.

Upaya promosi lainnya juga dapat dilakukan dengan mengadakan seminar, webinar, dan pameran pendidikan di berbagai wilayah, institusi dapat meningkatkan visibilitas dan membangun hubungan yang lebih personal dengan calon mahasiswa, sehingga mendongkrak minat dan kepercayaan terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan (Nasution & Rambe, 2024).

Meningkatkan fasilitas dan layanan di PTKIN juga merupakan hal sangat penting untuk menarik minat calon mahasiswa dan menciptakan pengalaman belajar yang optimal. Hal ini dapat dilakukan dengan memperbarui infrastruktur kampus, seperti ruang kuliah yang nyaman, laboratorium yang lengkap, dan fasilitas olahraga yang memadai, serta meningkatkan aksesibilitas layanan administratif melalui digitalisasi untuk kemudahan pendaftaran dan pengelolaan data. Penyediaan layanan pendukung seperti konseling akademik, career center, dan fasilitas kesehatan juga dapat memperkuat daya tarik PTKIN. Dengan pendekatan ini, PTKIN dapat membangun reputasi sebagai institusi yang peduli terhadap kesejahteraan mahasiswanya serta meningkatkan kualitas pendidikan secara keseluruhan.

Meningkatkan fasilitas dan layanan merupakan langkah strategis untuk menciptakan lingkungan belajar yang kondusif dan modern, di mana investasi pada infrastruktur terbaru, teknologi digital, dan sistem administrasi yang efisien dapat mempercepat proses pendaftaran serta menunjang kegiatan akademik. Dengan menyediakan ruang kelas yang nyaman, fasilitas pendukung pembelajaran yang lengkap, serta layanan administrasi yang responsif, PTKIN tidak hanya meningkatkan kepuasan mahasiswa tetapi juga memperkuat daya saing institusi dalam menarik calon mahasiswa yang berkualitas (Evendi, 2019).

Menjalin kemitraan dengan pemerintah daerah, organisasi islam, dan sekolah untuk mendukung sosialisasi PMB. Kolaborasi dengan pihak ketiga merupakan strategi penting bagi PTKIN untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan melalui kemitraan strategis dengan lembaga pemerintah, swasta, dan organisasi non-profit. Kerjasama ini dapat membuka akses kepada teknologi terbaru, sumber daya keuangan, dan keahlian profesional yang mendukung pengembangan program beasiswa, inovasi kurikulum, dan peningkatan infrastruktur. Dengan membangun sinergi yang saling menguntungkan, PTKIN dapat mengoptimalkan sistem pendaftaran, melakukan penelitian bersama, serta mengadakan program pelatihan dan pengembangan kompetensi yang tidak hanya memperkuat reputasi institusi tetapi juga meningkatkan daya saing dalam menarik calon mahasiswa berkualitas (Octora & Alvin, 2022; Umar et al., 2024). Secara keseluruhan, hasil QSPM memberikan panduan strategis yang komprehensif untuk pengelolaan PMB PTKIN di masa depan. Penerapan strategi prioritas berbasis

teknologi, penguatan citra, dan diversifikasi kerja sama diharapkan dapat meningkatkan daya saing PTKIN baik di tingkat nasional maupun internasional.

CONCLUSION

Pelaksanaan PMB PTKIN periode 2024 menghadapi berbagai tantangan sekaligus peluang yang harus dikelola dengan baik dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal serta mengatasi kelemahan dan ancaman. Berdasarkan analisis SWOT dan perhitungan QSPM diperoleh sembilan alternatif strategi penguatan pelaksanaan PMB PTKIN. Prioritas utama strategi terletak pada pemanfaatan teknologi digital dan penguatan promosi branding PTKIN, diikuti dengan optimalisasi sarana-prasarana dengan dukungan pemerintah serta pengembangan kerja sama Internasional. Dengan demikian, strategi yang berorientasi pada transformasi digital, peningkatan dukungan infrastruktur, dan perluasan jaringan global menjadi fokus utama untuk meningkatkan daya saing PMB PTKIN. Penelitian ini terbatas pada panduan strategis yang komprehensif untuk pengelolaan PMB PTKIN tanpa melakukan uji coba implementasi (*pilot project*) untuk melihat keefektifan strategi secara nyata dalam PMB PTKIN. Berdasarkan hal ini, perlu dilakukan penelitian *case studi* yang menguji langsung implementasi strategi digital branding, kerja sama internasional untuk menilai efektifitas kendala dan peluang perbaikannya.

REFERENCES

- Annizar, A. M., & Arifin, M. (2021). Perbedaan Prestasi Belajar Mahasiswa Ditinjau dari Jalur Seleksi Masuk Perguruan Tinggi. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5(3), 197–204. <https://doi.org/10.30998/sap.v5i3.8411>
- Aulia, F. A., & Arifin, F. (2023). Moderasi Beragama Dalam Ruang Digital: Studi Harmonisasi Moderasi Beragama Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *MODERATIO: Jurnal Moderasi Beragama*, 3(2), 205.
- Azzahra, A. N., & Sutrisno. (2024). Kebijakan Sentralisasi PTKIN: Analisis Kebijakan PTKIN dalam PMA Nomor 68/2015. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(68), 4466–4482.
- Basri, Mahyiddin, Andika, & Wahidah. (2023). Pola Pengembangan Budaya Akademik. *At-Ta'dib: Jurnal Ilmiah Prodi Pendidikan Agama Islam*, 15(1), 90–106.
- Bustaman-Ahmad, K. (2018). Memperkenalkan Studi Masa Depan (Future Studies) bagi PTKIN di Indonesia. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 3(2), 147–175.
- Effendi, M., & Latifah, N. A. (2021). Penetapan Harga Jasa Pendidikan di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN). *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 2(2), 127–143. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v2i2.43>
- Elimar, T., Lestari, A. A., Susyanti, S., Fitri, M. R., & Fatmayanti, E. (2024). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru di Lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Leader: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 176–185.
- Erihadiana, M., Muhyiddin, A., Sukayat, T., Syaripudin, U., & Yoda, F. A. (2021). Pengembangan Model Penerimaan Mahasiswa Baru Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Khazanah Pendidikan Islam*, 3(2), 82–91.
- Evendi, E. (2019). Evaluasi Penerimaan Mahasiswa Baru Jurusan Tadris Matematika PTKIN-UIN Mataram. *Jurnal Riset Teknologi dan Inovasi Pendidikan (Jartika)*, 2(1), 256-271.

- Farid, M., Huda, F., Sukmono, R. A., Studi, P., Manajemen, M., & Sidoarjo, U. M. (2024). *Peran AI Dalam Inovasi Digital Marketing Untuk Peramalan Penerimaan Mahasiswa Baru*.
- Fatimah, F. N. D. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Hasanah, S. M. (2017). Strategi Membangun Global Brand Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) Menuju World Class University. *J-Mpi*, 2(2), 128–141. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v2i2.5476>
- Iswandy, E. (2015). Sistem Penunjang Keputusan Untuk Menentukan Penerimaan Dana Santunan Sosial Anak Nagari Dan Penyalurannya Bagi Mahasiswa Dan Pelajar Kurang Mampu Di Kenagarian Barung-Barung Balantai Timur. *Jurnal Teknoif Teknik Informatika Institut Teknologi Padang*, 3(2), 70-79.
- Kristanto, T., Hadiansyah, W. M., Nasrullah, M., Amalia, A., Anggraini, E. Y., & Firmansyah, A. (2020). Strategi Pemasaran Digital Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT. *Multinetics*, 6(2), 128–133. <https://doi.org/10.32722/multinetics.v6i2.3415>
- Kurniawan, A., Rosyada, I. A., Salsabila, S., & Hidayati, B. S. (2022). Proses Komunikasi dan Manajemen Humas UIN Mataram dalam Memperkuat Branding Kampus. *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(2), 134–146. <https://doi.org/10.58518/alamtara.v6i2.1152>
- Marini, K., & Utoyo, B. (2019). Menimbang Kembali Kebijakan Sistem Zonasi: Studi Penerimaan Peserta Didik Baru di Bandar Lampung. *Administrativa (Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 1(1), 87–100.
- Mubarok, A. W., Alfiyatun, Sulistia, D. S., & Nurwahidah, I. (2023). Kebijakan Sentralisasi dan Manajemen Strategik dalam Pendidikan. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(2), 188–195. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i2.190>
- Nasution, K., & Rambe, T. (2024). *Strategi Promosi Program Studi Langka Peminat pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di Indonesia*. 13(2), 463–470. <https://doi.org/10.29313/tjpi.v13i2.14252>
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 9(2), 261–270.
- Subardi. (2020). Pengelolaan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri berbasis SNI ISO 9001:2008. *Jurnal Ilmiah Sustainable*, 4(November), 274–282.
- Sungkar, P. S., Rahmadiana, R. E., & Nurmalah, R. (2023). Strategi Branding Lembaga AP Edutainment Jurusan Administrasi Publik. *Gunung Djati Conference Series*, 27, 123–141.
- Suriyok, K. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 10(1), 53–59. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i1.908>
- Suryadilaga, M. A. (2015). Ragam Studi Hadis di PTKIN Indonesia dan Karakteristiknya: Studi atas Kurikulum IAIN Bukittinggi, IAIN Batusangkar, UIN Sunan Kalijaga, dan IAIN Jember. *Journal of Qur'an and Hadith Studies*, 4(2), 215–247.
- Suryani, S. (2021). Media Sosialisasi Penerimaan Dalam Meningkatkan Recruitment Calon Mahasiswa Baru. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 53–58. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v3i2.150>
- Umar, Arisanti, I., Sukarddin, Najamudin, & Suvina. (2024). Sosialisasi Pengenalan Fakultas Psikologi dan Humaniora Universitas Teknologi Sumbawa dalam Rangka Penerimaan Mahasiswa Baru di Kabupaten Bima dan Dompu. *Jurnal Pengabdian Sosial Humaniora Abdimawa*, 1(1), 12–22. <https://doi.org/10.36761/abdimawa.v1i1.4031>