

**STRATEGI PROMOSI DIGITAL SEKOLAH TINGGI  
EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH INDO GLOBAL  
MANDIRI PALEMBANG DALAM PENINGKATAN  
PENERIMAAN MAHASISWA BARU  
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT**



**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah**

**Oleh:**

**NINA ARYANI  
NPM: 202001058P**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGIEKONOMI DAN BISNIS SYARIAH  
INDO GLOBAL MANDIRI  
PALEMBANG  
2023/1444 H**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Strategi Promosi Digital Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis  
Syariah Indo Global Mandiri Palembang dalam Peningkatan  
Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT

Nama : Nina Aryani

NPM : 202001058P

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Mengetahui

Pembimbing I



H. Chandra Satria, S.E., M.Si  
NIDN/NIP:0209068101

Pembimbing II



Muharir, S.E.I., M.E.Sy  
NIDN. 2115109101

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini diajukan oleh,

Judul Skripsi : Strategi Promosi Digital Sekolah Tinggi Ekonomi dan  
Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang dalam  
Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan  
Analisis SWOT.

Nama : Nina Aryani


NPM : 202001058P

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan di hadapan penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif, dan  
diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan  
Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM).

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

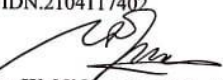
Ketua Penguji :

  
Amir Salim, S.E.I.M.E  
NIDN.2122028302

Penguji I :

  
Nova Yanti Maleha, M.M  
NIDN.2104117402

Penguji II :

  
Dr. Waldi Nopriansyah, M.Si  
NIDN.2103118601

Mengetahui,

Kaprodi Ekonomi Syariah,

  
Amir Salim, S.E.I.M.E  
NIDN.2122028302


Ketua STEBIS IGM,

  
H. Chandra Satria, SE., M.Si  
NIDN/NIP: 0209068101

**LEMBAR REVISI**

Nama Mahasiswa : Nina Aryani  
NPM : 202001058P  
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Promosi Digital Sekolah Tinggi Ekonomi dan  
Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang dalam  
Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan  
Analisis SWOT.

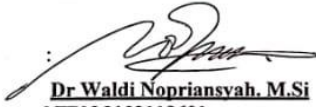
Ketua Penguji :

  
Amir Salim, S.E.I.,M.E  
NIDN.2122028302

Penguji I :


  
Nova Yanti Malcha, M.M  
NIDN.2104117402

Penguji II :

  
Dr. Waldi Nopriansyah, M.Si  
NIDN.2103118601

Palembang, November 2022  
Mengetahui,

Kaprodi Ekonomi Syariah

  
STEBIS @  
**IGM**  
EKONOMI SYARIAH  
Amir Salim, S.E.I., ME  
NIDN.2122028302

**HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nina Aryani

NPM : 202001058P

Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil wawancara, observasi dokumentasi, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di STEBIS IGM maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 02 Maret 2022

Penulis



**Nina Aryani**

NPM. 202001058P

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
(Q.S Al-Baqarah:286)

### **PERSEMBAHAN**

Dengan Rahmat Allah swt, Skripsi ini ku persembahkan untuk

- Allah swt yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, memberikanku kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Kedua orang tua ku ayahanda Yusuf dan Ibunda Leni Marlina yang tak pernah letih menyemangati dan mendoakan yang terbaik bagi anaknya.
- Paman, bibi, dan saudara-saudaraku. Kepada paman Edi dan Bibi Maruyah serta saudara-saudaraku Kakak Rahmat, kakak Wulandari, Kakak Ema Jariah, adik Nur Rozalina, adik Irma dan adik M. Irsyad Mustaqim yang selalu ada dan menghiburku dikala sedih.
- Dosen Pembimbing 1 dan 2, Pak H. Chandra Satria, S.E, M.Si dan Pak Muharir, S.E.I., M.E.Sy terima kasih atas bimbingan dan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini. Serta terimakasih kepada Staff maupun TU yang sudah turut andil dalam pengurusan pemberkasan saya ucapkan terima kasih.
- Sahabat-sahabatku Mona Septi Sari, Siti Rohmatun, Fani Agustian, Riska Febri Marlina, Anisa’u Fitriyatus. S, Imam Hasyah Frans dan lainnya yang tak dapat ku sebut satu per satu.
- Teman-teman seperjuanganku keluarga besar Ekonomi Syariah yang selalu memberikan dukungan dan solidaritas tanpa batas.
- Almamaterku dan Program studi Ekonomi Syariah STEBIS IGM Palembang.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan Judul “Strategi Pemasaran Digital STEBIS IGM Palembang Dalam Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Baru Menggunakan Analisis SWOT”. Shalawat beriring salam penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad Shallahu alaihi wasallam sebagai aswatun hasanah bagi umat Islam.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM). Skripsi ini penulis sembahkan untuk **Ayahanda Yusuf dan Ibunda Leni Marlina**. Sungguh tiada ucapan yang indah yang bisa saya ucapkan selain dari kata terima kasih yang sedalamnya yang sejak saya dilahirkan tak henti-hentinya memberikan yang terbaik kepada saya walau dalam keadaan apapun.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa semua proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan, dan dukungan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis haturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan cinta, kasih sayang dan doa yang tulus sehingga saya optimis untuk meraih kesuksesan dunia maupun akhirat.
2. Bapak H. Chandra Satria, S.E., M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
3. Bapak Amir Salim, S.E.I, M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
4. Bapak H. Chandra Satria, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Muharir, S.E.I., M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam pembuatan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang yang telah berperan aktif dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuannya kepada penulis.

6. Pihak kampus dan mahasiswa-mahasiswi STEBIS IGM Palembang yang telah bersedia untuk dijadikan informan dan narasumber penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan prodi Ekonomi Syariah yang masing-masing telah memberikan semangat satu sama lain sehingga dapat melaksanakan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan maupun penyajian dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis akan menerima saran dan kritikan dari semua pihak. Akhirkata penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah SWT, *Aamiin Ya Rabbal Allami*.

Palembang, Agustus 2022

Penulis



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif		Tidak dilambangkan
ب	Ba <sup>ʿ</sup>	B	Be
ت	Ta <sup>ʿ</sup>	T	Te
ث	Sa <sup>ʿ</sup>	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa <sup>ʿ</sup>	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha <sup>ʿ</sup>	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra <sup>ʿ</sup>	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šād	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	De (dengantitik di bawah)
ط	Ṭa <sup>ʿ</sup>	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za <sup>ʿ</sup>	Z̤	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	‘	Komater balik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa <sup>ʿ</sup>	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha <sup>ʿ</sup>	H	Ha
ء	Hamzah	ˆ	Apostrof
ي	Ya <sup>ʿ</sup>	Y	Ye

## B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	„iddah
-----	---------	--------

## C. Ta’ Marbutah Di AkhirKata

1. Bila dimatikan ditulis

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila di ikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ <sup>ʿ</sup>
----------------	---------	--------------------------------

3. Bila ta<sup>h</sup> marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis ta tau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
-------------------	---------	----------------

#### D. Vokal Pendek

_____	فَعْلٌ	Fathah	Ditulis	A fa <sup>h</sup> ala
_____	كُكِرٌ	Kasrah	Ditulis	I Žukira
_____	يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	U Yažhabu

#### E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	Â Jâhiliyyah
2	fathah + ya <sup>h</sup> mati تَنْسَى	Ditulis	Â Tansâ
3	kasrah + ya <sup>h</sup> mati كَرِيمٌ	Ditulis	Î Karîm
4	dammah + wawumati فُرُوضٌ	Ditulis	Û Furûd

#### F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya <sup>h</sup> mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	ai bainakum
2	fathah + wawumati قَوْلٌ	Ditulis	au qaul

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR REVISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Strategi .....	11
a. Pengertian Strategi .....	11
b. Jenis-Jenis Strategi .....	12
c. Tingkatan Strategi .....	13
d. Fungsi Strategi .....	15
2. Strategi Promosi.....	16
a. Pengertian Strategi Promosi .....	16
b. Tahapan-tahapan Strategi promosi.....	17
3. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	18
a. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	18
4. Pemasaran Digital .....	19
a. Pengertian Pemasaran Digital .....	19
5. Analisis SWOT .....	21
a. Pengertian Analisis SWOT .....	21
B. Kajian Pustaka .....	28
C. Kerangka Teoritis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>33</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	33
B. Jenis Penelitian .....	33
C. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
1. Sumber Data .....	33
2. Teknik Pengumpulan Data .....	34
D. Populasi dan Sampel.....	35

E. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	37
1. Letak STEBIS IGM Palembang.....	37
2. Sejarah Berdirinya STEBIS IGM Palembang.....	37
3. Visi dan Misi STEBIS IGM Palembang VISI .....	38
4. Strategi STEBIS IGM Palembang .....	39
5. BPM STEBIS IGM .....	40
6. Struktur Jabatan STEBIS IGM Palembang.....	43
B. Hasil dan Pembahasan.....	44
1. Strategi Promosi Digital STEBIS IGM .....	44
2. Penerepan Analisis SWOT Terhadap Promosi Digital STEBIS IGM .....	47
C. Analisis Data Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Mahasiswa 2019-2020.....	4
Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	26
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 4.1 Data Mahasiswa STEBIS IGM 2019-2020 .....	44
Tabel 4.2 <i>Matrix Internal Factor Evaluation</i> (IFE Matrix) Stebis IGM.....	48
Tabel 4.3 <i>Matrix External Factor Evaluation</i> (EFE- Matrix) Stebis IGM .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Analisis SWOT .....	24
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Teoritis.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi STEBIS IGM.....	43

## **ABSTRAK**

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan tertinggi dalam mendidik dan mencerdaskan anak bangsa agar menjadi pemimpin di masa depan. Untuk mempersiapkan anak bangsa, perguruan tinggi dituntut untuk menghasilkan inovasi yang berkualitas dan bermanfaat bagi Negeri. Salah satu inovasi yang dilakukan perguruan tinggi adalah membuat strategi dalam mendapatkan mahasiswa baru baik secara kualitas maupun kuantitas. Salah satu perguruan tinggi swasta STEBIS IGM di Kota Palembang mengalami sedikit penurunan mahasiswa baru selama 1 tahun terakhir (2019-2020). Agar tidak mengalami penurunan mahasiswa baru, maka STEBIS IGM membuat strategi yang menarik agar penerimaan mahasiswa baru dapat semaksimal mungkin. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis SWOT. Adapun tujuan penelitian menggunakan Analisis SWOT adalah untuk mengetahui faktor lingkungan internal dan faktor lingkungan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pemasaran digital. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode pengisian kuesioner. Hasil penelitian menggunakan Analisis SWOT adalah meningkatkan penerimaan mahasiswa baru, sehingga dapat meningkatkan reputasi perguruan tinggi dan mengoptimalkan promosi digital.

**Kata Kunci : Promosi Digital, Mahasiswa Baru, Analisis Swot**

## **ABSTRACT**

*Higher education is the highest educational institution in educating and educating the nation's children to become leaders in the future. To prepare the nation's children, universities are required to produce quality innovations that are beneficial to the country. One of the innovations made by higher education institutions is to develop a strategy to recruit new students, both in terms of quality and quantity. One of the STEBIS IGM private tertiary institutions in Palembang City has experienced a slight decrease in new students for the last 1 year (2019-2020). In order not to experience a decrease in new students, STEBIS IGM has created an interesting strategy so that new student admissions can be maximized. The approach used in this research is SWOT analysis. The research objective using SWOT analysis is to determine internal environmental factors and external environmental factors which are strengths, weaknesses, opportunities and threats in digital marketing. The method used in this research is the filling out the questionnaire. The results of research using SWOT analysis are increasing new student admissions, so as to improve the reputation of universities and optimize digital marketing.*

**Keywords:** *Digital Promotion, New Students, Swot Analysis*