



**Strategi Pengembangan Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Yulva Sulistia¹, Delima Sari Lubis², Rodame Monitorir Napitupulu³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan

Jl.T. Rizal Nurdin Km 4, Sihitang, Padangsidimpuan Tenggara, Sumatera Utara

Email: yulvasulistia966@gmail.com¹, delimasarilubis@iain-padangsidimpuan.ac.id²,
rodamenapitupulu@iain-padangsidimpuan.ac.id³

Abstrak

Terjadi penurunan jumlah mahasiswa program studi Manajemen Zakat dan Wakaf dari tahun ke tahun, maka dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melakukan strategi untuk mengembangkannya. Jenis penelitian ini penelitian kualitatif, dengan subjek penelitian mahasiswa dan Ketua Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf serta Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Sample diambil dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan yang diambil dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matriks IFAS, matriks EFAS, dan matriks SWOT. Skor yang didapatkan dari matriks IFAS memiliki total sebanyak 3,06, sedangkan total skor yang didapatkan dari matriks EFAS sebanyak 2,68. Jika dilihat dari kuadran, matriks SWOT menunjukkan posisi pada kuadran I dengan strategi *agresif*. Maka strategi yang sebaiknya dilakukan adalah strategi S-O, hasil menunjukkan agar program studi memberikan *brand image* yang baik, memberikan bekal pengetahuan dan kemampuan kepada mahasiswa, melakukan hubungan kerja sama dengan lembaga terkait dan lembaga yang mampu memberikan beasiswa bagi mahasiswa.

Kata kunci: Analisis SWOT, Manajemen Zakat dan Wakaf, Strategi

Abstract

There has been a decrease in the number of students of the Zakat and Waqf Management study program from year to year, so a study was carried out which aims to find out how the Faculty of Islamic Economics and Business implements strategies to develop it. This type of research is a qualitative research, with the research subjects being students and the Head of the Zakat and Waqf Management Study Program as well as the Dean and Deputy Dean of the Faculty of Economics and Islamic Business. Samples were taken by purposive sampling technique. Data were collected using collection techniques taken from interviews, observations, documentation, and literature studies. The data analysis technique used in this study is the IFAS matrix, EFAS matrix, and SWOT matrix. The score obtained from the IFAS matrix has a total of 3.06, while the total score obtained from the EFAS matrix is 2.68. When viewed from the quadrant, the SWOT matrix shows the position in quadrant I with an aggressive strategy. The strategy that must be carried out is the S-O strategy, the results show that program studies provide a good brand image, provide knowledge and abilities to students, and establish cooperative relationships with related institutions and institutions that are able to provide scholarships for students.

Keywords: SWOT Analysis, Zakat and Waqf Management, Strategy

PENDAHULUAN

Diantara beberapa Perguruan Tinggi Islam Negeri di Provinsi Sumatera Utara, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (IAIN) menjadi salah satunya. Sebelumnya, IAIN Padangsidimpuan bernama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Padangsidimpuan, dan seiring berjalannya waktu dirubah dan diresmikan kembali oleh Menteri Agama Republik Indonesia dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No.B.II./2/9978 pada tanggal 6 Januari 2014. Keputusan ini juga sekaligus mengangkat Prof.Dr.Ibrahim Siregar sebagai rektor.(Tim Penyusunan Panduan Akademik, 2018, p. hlm. 3.) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan hasil dari pengembangan FASIH dan di dalamnya terdapat tiga program studi, yaitu program studi Ekonomi Syariah, program studi Perbankan Syariah, dan program studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Program studi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah memiliki lebih banyak mahasiswa daripada program studi Manajemen Zakat dan Wakaf. Salah satu faktor penyebabnya karena program studi ini masih berjalan dalam jangka waktu tiga tahun. Data yang diberikan oleh pihak akademik sebagai berikut sebagai berikut:

Tabel 1.
Jumlah Mahasiswa Manajemen Zakat dan Wakaf
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Periode 2018 s.d 2020

No	Periode	Jumlah Mahasiswa Mendaftar			Jumlah Mahasiswa Lulus Seleksi			Jumlah Mahasiswa Aktif
		SPAN-PTKIN	UM-PTKIN	Mandiri	SPAN-PTKIN	UM-PTKIN	Mandiri	
1	2018	55	13	23	15	3	3	12
2	2019	45	18	23	18	3	3	7
3	2020	68	21	14	15	5	1	7

Sumber: (Bagian Akademik FEBI, 2021)

Dari tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan adanya penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun. Menurunnya jumlah mahasiswa salah satu diantaranya karena strategi promosi yang dilakukan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam masih belum maksimal, dan dapat juga disebabkan masih banyak calon mahasiswa belum mengenal program studi ini. Wawancara dilakukan dengan seorang mahasiswa bernama Tukmaida Siregar, menjelaskan bahwa saat memilih program studi di IAIN Padangsidimpuan, program studi Manajemen Zakat dan Wakaf tidak diketahui sama sekali. Berdasarkan keterangan dari narasumber, dapat dikatakan promosi yang dilakukan belum maksimal, sehingga terjadi penurunan jumlah mahasiswa sejak tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Disamping kurang maksimalnya promosi yang dilakukan, akreditasi program studi juga dapat menjadi bahan pertimbangan calon mahasiswa. Dilakukan wawancara dengan mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019 bernama Siti Nurhayani yang memberikan penjelasan karena akreditasinya masih belum

sebaik Perbankan Syariah. Tidak hanya promosi yang belum maksimal, faktor akreditasi dari program studi juga berpengaruh.

KAJIAN TEORITIS

Strategi Pengembangan

Strategi diambil dari bahasa Yunani, dengan kata *strategos*, yang memiliki arti komandan militer. Saat ini kata strategi dapat ditemukan di berbagai hal, seperti olahraga, bisnis dan tidak hanya digunakan dalam perang. Menurut seorang ahli yang bernama Porter, strategi adalah rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dari pembentukan posisi unik dan berharga.

Marrus dalam buku Kewirausahaan dan Strategi Bisnis mendefinisikan bahwa strategi merupakan susunan rencana seorang pemimpin dalam jangka panjang untuk mendapatkan tujuan organisasi. Beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya (Ary & Sanjaya, 2020):

1. Strategi *Strength* dan *Oppurtunity*

Berfokus dalam memaksimalkan potensi internal dengan tujuan agar peluang eksternal dapat dimanfaatkan

2. Strategi *Strength* dan *Threat*

Bertujuan agar ancaman dapat dihindari dan dikurangi dengan memanfaatkan kekuatan internal

3. Strategi *Weakness* dan *Opportunity*

Strategi ini bertujuan untuk meminimalisir kelemahan dengan memanfaatkan peluang eksternal

4. Strategi *Weakness* dan *Threat*

Dalam strategi ini, diusahakan untuk menghindari ancaman dari pihak eksternal dan meminimalisir kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk melakukan evaluasi beberapa faktor untuk mencapai tujuan dalam jangka pendek dan dalam jangka panjang, diantaranya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT telah banyak digunakan dalam menyusun strategi pada perusahaan (Istiqomah & Andriyanto, 2017; Mayang & Ratnawati, 2020). Philip Kotler memberikan definisi Analisis SWOT merupakan evaluasi terhadap semua kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada individu atau organisasi. Dari beberapa penjelasan tersebut, Analisis SWOT merupakan pelaksanaan kegiatan organisasi atau perusahaan dengan menganalisisnya melalui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, memanfaatkan peluang, dan mencegah terjadinya ancaman yang datang agar tetap bertahan

(Nazzarudin, 2020). Beberapa komponen yang terdapat dalam Analisis SWOT adalah (Istiqomah & Andriyanto, 2017):

- a. *Strengths* (kekuatan) merupakan keadaan dimana kompetensi internal dari suatu perusahaan yang digunakan untuk menangani ancaman.
- b. *Weakness* (kelemahan) merupakan keadaan organisasi yang memiliki kelemahan yang sulit untuk diatasi
- c. *Opportunity* (Peluang) adalah potensi keuntungan dalam suatu organisasi
- d. *Threat* (Ancaman) adalah potensi kesulitan yang akan dialami suatu organisasi yang berasal dari eksternal organisasi tersebut.

Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT bertujuan untuk berfokus pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dengan menerapkan beberapa strategi agar dapat berhasil. Sehingga diperlukan adanya identifikasi yang dilakukan memahami peluang dan ancaman yang ada. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis SWOT bertujuan untuk membenarkan analisis yang dilakukan, baik itu faktor internal atau faktor eksternal. Maka perusahaan perlu mempertahankan dan memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman menjadi peluang agar tidak terjadi kesalahan (M Afif Salim & Agus B Siswanto, 2019).

Model analisis SWOT

a. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan Matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating yang terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai. Nilai yang dimasukkan dalam kolom bobot dan rating diambil dari nilai dari beberapa faktor (Mayang & Ratnawati, 2020). IFAS disusun dengan langkah-langkah berikut:

- a. Seperti pembuatan identifikasi dalam proses audit internal yang berjumlah 10 sampai 20 faktor, maka perlu dibuat daftar *key success factor*.
- b. Tiap faktor diberikan nilai antara 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting). Nilai ini dapat menjadi penentu kesuksesan perusahaan. Prestasi perusahaan dapat dijadikan sebagai peran yang paling dominan, dan keseluruhan bobot harus berjumlah 1,0.
- c. Setiap bobot diberikan rating penilaian kelemahan antara 1 sampai 4. Nilai 1 berarti kelemahan besar, nilai 2 berarti kelemahan kecil, nilai 3 menunjukkan kekuatan kecil, dan nilai 4 berarti kekuatan besar. Rating penilain ini juga dipengaruhi oleh lokasi perusahaan.
- d. Skor ditentukan dengan dengan mengalikan bobot dan rating dari faktor-faktor tersebut

- e. Setiap variabel dijumlahkan skornya. Nilainya merupakan nilai bagi organisasi tersebut dari sisi IFE Matrix. Nilai rata-rata adalah 2,5. Nilai yang berada di bawah 2,5 berarti internal dari perusahaan tersebut lemah, jika nilai berada di atas 2,5 berarti internal perusahaan kuat.

Tabel 2.
Matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
Kekuatan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
Kelemahan			
1.			
2.			
3.			
4.			
Total	1,0		

Sumber : (M Afif Salim & Agus B Siswanto, 2019)

Matriks EFAS disusun dalam tahapan berikut:

- External audit process* yang mencakup perihal peluang dan ancaman dibuat dalam *key success factors*
- Key Success factors* ditentukan bobot penilaiannya, jika nilai 0,0 berarti tidak penting, jika nilai 1,0 berarti sangat penting. Penilaian dimulai dari 0,0 sampai 1,0, dan total keseluruhan harus berjumlah 1,0.
- Selanjutnya tentang *rating*, setiap *key success factors* diberi *rating* antara 1 sampai 4, dimana:
 - 4= repon sangat bagus
 - 3= reson diatas rata-rata
 - 2= respon rata-rata
 - 1= respon dibawah rata-rata
- Untuk mendapatkan hasil *score* dari semua *key success factors* maka setiap nilai bobot dikalikan dengan *rating*.
- Jumlah semua *score* untuk mendaptnkan nilai total *score* perusahaan. Total *score* 4,0 mengidentifikasi bahwa perusahaan merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman dipasar industrinya. Total *score*

sebesar 1,0 menunjuk strategi-strategi perusahaan tidak memanfaatkan peluang-peluang atau idak menghindari ancaman-ancaman eksternal (Subing, 2014).

Tabel 3.
Matrik *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
Peluang			
1.			
2.			
3.			
4.			
Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
Ancaman			
1.			
2.			
3.			
4.			

Sumber: (M Afif Salim & Agus B Siswanto, 2019)

Analisis SWOT dalam Perspektif Islam

Analisis SWOT dalam kehidupan, dalam salah satu ayat Al-Qur'an Q.S 59 ayat 18 yang berbunyi :

حَبِيرٌ يُمَّا تَعْمَلُونَ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ

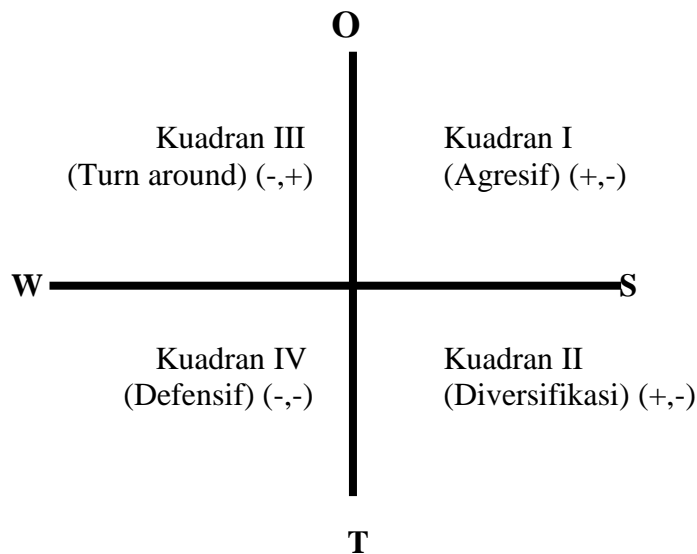
Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.*

Tafsir *Al-Misbahi*/tafsir dibawah pengawasan M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat diatas agar umat Muslim senantiasa bersiaga agar tidak terjerumus seperti yang mereka alami, Allah berfirman: *Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah*, menjelaskan agar senantias patuh terhadap apa yang diperintahkan oleh Allah dan meninggalkan segala sesuatu yang Allah larang, *dan hendaklah setiap diri memerhatikan apa yan telah dikedepankan nya*, yaitu amal kebaikan yang dilakukan, *untuk hari esok yang dekat*, yaitu hari akhir. Ayat ini mengajak agar manusia berhenti untuk melakukan perbuatan yang buruk demi hari akhirat. Allah berfirman: *Dan, sekali lagi kami pesankan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyangkut apa yng* senantiasa dan dari saat ke saat *kamu kerjakan Maha mengetahui* sampai sekecil apapun. Adapun makna yang tersirat dari ayat dan tafsir

diatas menurut peneliti yaitu Allah mewajibkan untuk merenung bagaimana kita hidup dan bersiap untuk kehidupan setelahnya. Sehingga pengetahuan manajemen yang dimiliki dapat diimplementasikan.

Diagram analisis SWOT

Ada empat strategi yang dapat digunakan sebagai alternatif dalam matriks SWOT. Strategi ini dikenal dengan strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi ini digunakan untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan melakukan mitigasi ancaman.



Gambar 1. Kuadran SWOT

Sumber: (M Afif Salim & Agus B Siswanto, 2019)

Keterangan Gambar:

- Kuadran I**
Dalam kuadran ini kondisi yang diberikan berdampak baik. Karena dalam kuadran ini ada kekuatan dan peluang yang sejalan. Maka dalam kuadran ini perlu dilakukan penerapan strategi agresif atau disebut juga dengan *growth oriented strategy*.
- Kuadran II**
Dalam kuadran ini terdapat beberapa macam ancaman, tetapi masih terdapat kekuatan internal. Dalam kuadran ini sebaiknya kekuatan yang dimiliki digunakan untuk orientasi masa depan menggunakan metode strategi produk dan jasa.
- Kuadran III**
Dalam kuadran ini, difokuskan untuk meminimalisir kendala yang terdapat dalam internal, agar dapat meraih kesempatan yang lebih terbuka.
- Kuadran IV**
Pada kuadran ini strategi digunakan untuk menghadapi rintangan dalam internal karena keadaan yang tidak menguntungkan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Lokasi penelitian ini di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan di Jalan Tengku Rizal Nurdin Km 4, Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara, Kota Padangsidimpuan. Penelitian ini dimulai sejak bulan Juli 2021 sampai dengan bulan Oktober 2021. Sumber data dalam penelitian ini berupa

data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara, dan data sekunder diperoleh dari Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan berupa laporan, dokumen, buku, jurnal penelitian, dan artikel yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Subjek Penelitian dalam penelitian ini adalah Pimpinan dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf sebanyak 26 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, misalnya yang paling paham mengenai apa yang diteliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi. Setelah data terkumpul, dilakukan triangulasi sumber untuk mencari kepastian dari suatu informasi dapat memberikan gambaran fenomena dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pengembangan merupakan suatu metode yang digunakan oleh perusahaan untuk membuat masyarakat sebagai pelanggan untuk menggunakan dan mengonsumsi produk yang mereka tawarkan secara terus menerus. Masyarakat dapat diartikan sebagai kelompok yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk keberlangsungan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. (Sudarsono, 2015)

Strategi pengembangan dapat dilakukan dengan dua cara. Ada yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lapangan seperti mengunjungi SMA sederajat dengan memberikan selebaran brosur yang berisi visi misi program studi, serta prestasi dari mahasiswa dan alumni, maka strategi ini disebut dengan promosi langsung. Promosi tidak langsung dilakukan dengan cara iklan melalui radio, dalam hal ini iklan disebarakan melalui radio RAU FM di Kota Padangsidimpuan, website yang dapat diakses juga melalui www.febi.iain-padangsidimpuan.ac.id (Napitupulu et al., 2021). Selain itu, melalui organisasi dan dengan cara penyampaian antara mulut ke mulut atau disebut dengan istilah *mouth to mouth (MTM)*. Di samping itu, dengan meningkatnya kebutuhan zakat di Indonesia membuka peluang kerja bagi lulusan program studi Manajemen Zakat dan Wakaf, serta dapat menjadikan lulusan Program Studi Manajemen Zakat dan Wakaf sebagai perpanjangan tangan untuk menjelaskan kepada masyarakat mengenai zakat. Untuk dapat memaksimalkan zakat dengan baik di Indonesia diperlukan pemahaman oleh masyarakat itu sendiri. Maka perlu diberikan edukasi kepada elemen masyarakat mengenai pengelolaan zakat dan cara memaksimalkannya. Jika zakat dikelola dengan baik, akan memberikan kesejahteraan bagi masyarakat itu sendiri dan dapat mengentaskan kemiskinan.

1. Faktor Internal

Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan merupakan kelebihan yang dimiliki suatu organisasi atau perusahaan untuk mampu bersaing dalam dunia usaha. Beberapa kekuatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a) Tidak ada program studi di perguruan tinggi lain di Provinsi Sumatra Utara yang membahas mengenai zakat dan wakaf.
- b) Tenaga pengajar yang profesional dalam memberikan materi perkuliahan
- c) Perpustakaan terakreditasi amat baik dengan predikat A
- d) Terakreditasi dengan nilai Baik untuk Program Studinya.
- e) Program studi memiliki kebijakan untuk melaksanakan kegiatan yang bersifat akademik dan non akademik
- f) Terdapat pedoman tata usaha pamong dalam program studi
- g) Terdapat fasilitas yang mendukung untuk melangsungkan proses pembelajaran
- h) Memiliki tenaga pengajar dengan karya ilmiah yang berstandar ISBN sebanyak 3 karya tulis
- i) Memiliki tenaga pengajar dengan artikel yang telah dipublikasikan di jurnal nasional yang terakreditasi
- j) Memiliki semangat yang tinggi untuk terus menjadi lebih baik dan meningkatkan kualitas

Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan merupakan kekurangan dan minimnya keterampilan yang dimiliki untuk mewujudkan impian, baik individu atau kelompok. Beberapa kelemahan yang terdapat dalamnya adalah:

- a. Kurangnya minat calon mahasiswa karena penamaannya.
- b. Program studi dengan peminat yang tinggi lebih menarik perhatian calon mahasiswa
- c. Belum terdapat tenaga pengajar bergelar doctor yang ada dalam pangkalan data
- d. Pemahaman mengenai zakat dan wakaf oleh tenaga pengajar yang belum maksimal (F. P. Sapna, personal communication, 2021)
- e. Promosi yang belum maksimal kepada elemen masyarakat

2. Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunity*)

Dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memberikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan, dalam penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai peluang dapat dilihat dari hal-hal berikut:

- a. Memberikan peluang untuk melakukan kerja sama dengan lembaga zakat Internasional

- b. Lulusan berpeluang mengikuti kompetisi mendapatkan pekerjaan dalam lingkup kerja wilayah dan nasional karena program studi yang sedikit di setiap universitas.
- c. Peluang mendapatkan suntikan dana dari pihak luar kepada tenaga pengajar dan kepada mahasiswa
- d. Dapat menciptakan kerja sama antar sesama perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta
- e. Dukungan penuh diberikan oleh pimpinan universitas.
- f. Berpeluang untuk mengakses sumber-sumber pengetahuan dari luar secara *online*.

Ancaman (*Threat*)

Ancaman merupakan hal-hal yang dapat memberikan dampak buruk atau kerugian, beberapa ancaman yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu:

- a) Terdapat program studi lain yang lebih menarik menarik minat calon mahasiswa
- b) Perguruan tinggi lain memiliki rencana untuk membuka program studi yang sama
- c) Ilmu pengetahuan yang berkembang semakin pesat
- d) Persaingan untuk memperoleh sumbangsih biaya penelitian semakin ketat
- e) Adanya kompetisi untuk mendapatkan akreditasi unggul dengan Perguruan Tinggi lain

Matriks IFAS

Matriks *Internal Factor Analysis Summary* merupakan matriks yang digunakan untuk memperoleh hasil dari identifikasi faktor-faktor strategi internal dari kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.

Tabel 4. Matriks IFAS

Kekuatan Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan:			
1. Tidak ada program studi di perguruan tinggi lain di Provinsi Sumatra Utara yang membahas mengenai zakat dan wakaf.	0,09	4	0,36
2. Tenaga pengajar yang professional dalam memberikan materi perkuliahan	0,07	3	0,21
3. Perpustakaan terakreditasi amat baik dengan predikat A	0,09	4	0,36
4. Terakreditasi dengan nilai Baik untuk Program Studinya.	0,07	3	0,21
5. Program studi memiliki kebijakan untuk melaksanakan kegiatan yang	0,07	3,12	0,22

bersifat akademik dan non akademik	0,09	4	0,36
6. Terdapat pedoman tata usaha pamong dalam program studi			
7. Terdapat fasilitas yang mendukung untuk melangsungkan proses pembelajaran	0,06	2,75	0,17
8. Memiliki tenaga pengajar dengan karya ilmiah yang berstandar ISBN sebanyak 3 karya tulis	0,07	3	0,21
9. Memiliki tenaga pengajar dengan artikel yang telah dipublikasikan di jurnal nasional yang terakreditasi	0,07	2,87	0,20
10. Memiliki semangat yang tinggi untuk terus menjadi lebih baik dan meningkatkan kualitas	0,07	3	0,21
Kelemahan:			
1. Kurangnya minat calon mahasiswa karena penamaannya.	0,05	2,25	0,11
2. Program studi dengan peminat yang tinggi lebih menarik perhatian calon mahasiswa	0,05	2,63	0,13
3. Belum terdapat tenaga pengajar bergelar doctor yang ada dalam pangkalan data	0,05	2	0,1
4. Pemahaman mengenai zakat dan wakaf oleh tenaga pengajar yang belum maksimal	0,05	2,38	0,12
5. Promosi yang belum maksimal kepada elemen masyarakat	0,05	2	0,1
TOTAL	1		3,07

Hasil analisis matriks EFAS dapat dilihat selengkapnya pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks EFAS

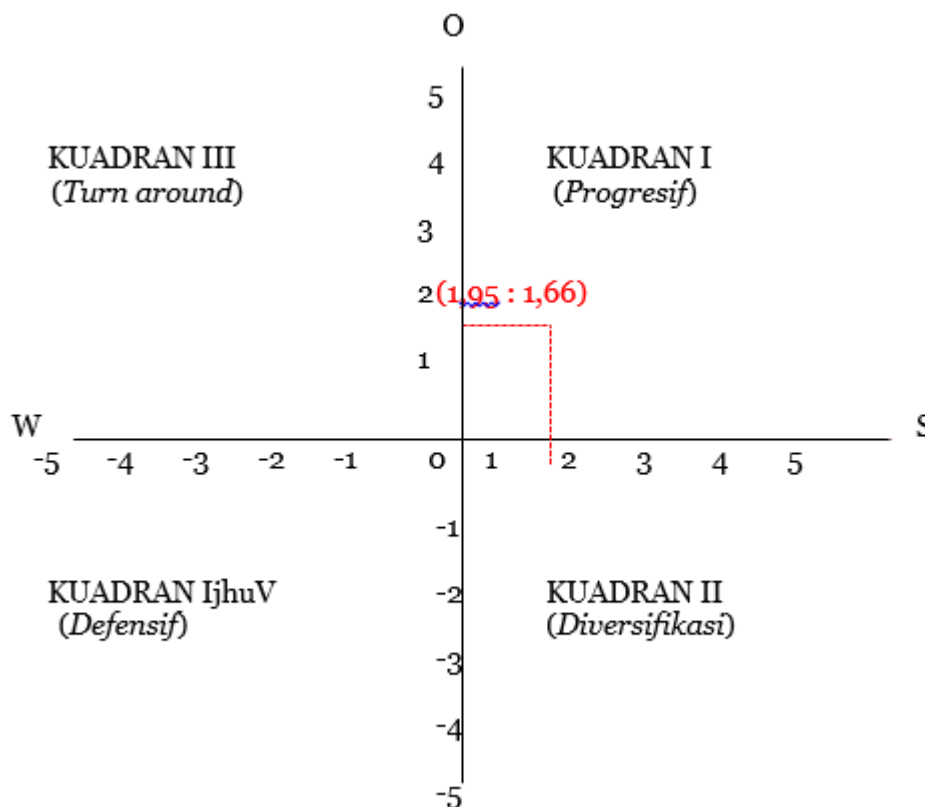
Peluang Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang:			
1. Memberikan peluang untuk melakukan kerja sama dengan lembaga zakat Internasional	0,15	4	0,6
2. Lulusan berpeluang mengikuti kompetisi mendapatkan pekerjaan dalam lingkup kerja wilayah dan nasional karena program studi yang sedikit di setiap universitas.	0,11	3	0,33
3. Peluang mendapatkan suntikan dana dari pihak luar kepada tenaga pengajar dan kepada mahasiswa			
4. Dapat menciptakan kerja sama antar sesama perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta	0,11	3	0,33

5. Dukungan penuh diberikan oleh pimpinan universitas.	0,13	3,5	0,6
6. Berpeluang untuk mengakses sumber-sumber pengetahuan dari luar secara <i>online</i> .	0,07	1,75	0,12
	0,1	2,63	0,26
Ancaman			
1. Program Studi lain di dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam banyak yang lebih diminati calon mahasiswa	0,07	2	0,14
2. Perguruan tinggi lain memiliki rencana untuk membuka program studi yang sama	0,07	1,75	0,12
3. Ilmu pengetahuan yang berkembang semakin pesat	0,06	1,5	0,09
4. Persaingan untuk mendapatkan bantuan dana penelitian semakin ketat	0,07	1,88	0,13
5. Persaingan untuk mendapatkan akreditasi unggul dengan Perguruan Tinggi lain	0,06	1,63	0,1
TOTAL	1		2,82

Berikut ini adalah hasil perhitungan nilai IFAS dan EFAS (Tabel 6).

Tabel 6. IFAS & EFAS

IFAS		EFAS	
Kategori	Total Skor	kategori	Total Skor
Kekuatan (S)	2,51	Peluang (O)	2,24
Kelemahan (W)	0,56	Ancaman (T)	0,58
Total (S-W)	1,95	Total (O-T)	1,66



Gambar 2. Kuadran SWOT

Matriks SWOT selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa ada cukup banyak sumber kekuatan program studi manajemen zakat dan wakaf di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diantaranya: masih satu-satunya prodi yang ada di Sumatera Utara dengan fasilitas perpustakaan terakreditasi A dan tenaga pengajar yang cukup. SWOT analysis mampu memperlihatkan hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Vlados, 2019).

Tabel 7. Matriks SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada program studi di perguruan tinggi lain di Provinsi Sumatera Utara yang membahas mengenai zakat dan wakaf. 2. Tenaga pengajar yang professional dalam memberikan materi perkuliahan 3. Perpustakaan terakreditasi amat baik dengan predikat A 4. Terakreditasi dengan nilai Baik untuk Program Studinya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya minat calon mahasiswa karena penamaannya. 2. Program studi dengan peminat yang tinggi lebih menarik perhatian calon mahasiswa 3. Belum terdapat tenaga pengajar bergelar doctor yang ada dalam pangkalan data 4. Pemahaman mengenai zakat dan wakaf oleh tenaga pengajar yang belum maksimal

<p>EFAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 5. Program studi memiliki kebijakan untuk melaksanakan kegiatan yang bersifat akademik dan non akademik 6. Terdapat pedoman tata usaha pamong dalam program studi 7. Terdapat fasilitas yang mendukung untuk melangsungkan proses pembelajaran 8. Memiliki tenaga pengajar dengan karya ilmiah yang berstandar ISBN sebanyak 3 karya tulis 9. Memiliki tenaga pengajar dengan artikel yang telah dipublikasikan di jurnal nasional yang terakreditasi 10. Memiliki semangat yang tinggi untuk terus menjadi lebih baik dan meningkatkan kualitas 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Promosi yang belum maksimal kepada elemen masyarakat
<p>Peluang (Opportunities)</p>	<p>Strategi S-O</p>	<p>Strategi W-O</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesempatan untuk bekerja sama dengan lembaga internasional terbuka lebar 2. Lulusan memiliki kesempatan untuk berkompetisi dalam lingkup kerja wilayah dan nasional karena program studi yang sedikit di setiap universitas 3. Peluang mendapatkan suntikan dana dari pihak luar kepada tenaga pengajar dan kepada mahasiswa 4. Dapat menciptakan kerja sama antar sesama perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harus mempertahankan citra baik karena tidak memiliki pesaing dalam ruang lingkup provinsi Sumatra Utara 2. Memberikan bekal ilmu pengetahuan dan <i>skill</i> kepada mahasiswa dan melakukan kerja sama dengan perguruan tinggi lain 3. Bekerja sama dengan lembaga yang dapat memberikan beasiswa kepada mahasiswa 4. Membangun hubungan baik dengan lembaga terkait, baik nasional maupun internasional 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelenggarakan pertukaran tenaga pengajar dengan perguruan tinggi lain 2. Memberik dukungan moril dan material kepada tenaga pengajar untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi 3. Memberikan sosialisasi dengan frekuensi yang lebih sering.

<ol style="list-style-type: none"> 5. Dukungan penuh diberikan oleh pimpinan universitas. 6. Berpeluang untuk mengakses sumber-sumber pengetahuan dari luar secara <i>online</i>. 		
Ancaman (Threat)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat program studi yang lebih diminati mahasiswa 2. Adanya niat pembentukan program studi yang sama oleh Perguruan Tinggi yang berbeda 3. Ilmu pengetahuan yang berkembang semakin pesat 4. Persaingan untuk mendapatkan bantuan dana penelitian semakin ketat 5. Persaingan untuk mendapatkan akreditasi unggul dengan Perguruan Tinggi lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengadakan pembaharuan dalam ranah ilmu pengetahuan agar siap berkompetisi dengan program studi lainnya 2. Mengembangkan fasilitas yang dimiliki agar terkoneksi dengan teknologi 3. Mengapresiasi mahasiswa yang meraih prestasi di tingkat nasional atau internasional dengan memberikan hadiah atau penghargaan lainnya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyebarkan informasi program studi dengan rinci dan lebih maksimal agar calon mahasiswa tertarik 2. Mengutamakan tenaga pendidik dengan taraf pendidikan yang telah mencapai doktor.

Matriks analisis SWOT memberikan kemudahan bagi pengelola bisnis baik berupa barang dan jasa dimana banyak perusahaan telah menggunakannya untuk membantu menyusun strategi ke depannya. Hal ini menunjukkan bahwa matriks SWOT sudah dinilai mampu memberikan solusi bagi manajemen dalam mengembangkan usahanya (Dahruji et al., 2022; Faza, 2019; Juwita, 2019; Luntungan & Tawas, 2019; Napitupulu et al., 2022; Setiono, 2019; Suhartini, 2018; surya Efendy et al., 2022; Syafa'at & Wahid, 2020, 2020; Talib & Hamid, 2014).

Kesimpulan

Strategi yang sebaiknya dilakukan adalah strategi S-O, dimana hasil dari strategi ini untuk memberikan citra yang baik, memberikan bekal pengetahuan dan kemampuan kepada mahasiswa, melakukan hubungan kerja sama dengan perguruan tinggi yang lain, baik negeri maupun swasta, melakukan hubungan kerja sama dengan lembaga terkait dan lembaga yang mampu memberikan beasiswa bagi mahasiswa. Dengan demikian, hal-hal tersebut dapat membantu untuk menjadi lebih baik lagi.

Daftar Pustaka

- Ary, M., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Program Studi Menggunakan Analisis Swot (Studi Kasus Program Studi Sistem Informasi Ars University). *Jurnal Tekno Insentif*, 14(1), 1–8.
- Bagian Akademik FEBI, I. P. (2021). *Data Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Dahruji, D., Mashudi, M., & Arisandi, B. (2022). SWOT Analysis of Bukit Jaddih for Halal Tourism Village Destination in Bangkalan Regency. *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 8(1), 130–148.
- Faza, M. A. (2019). Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 10–29.
- Istiqomah, & Andriyanto, I. (2017). Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis, Volume 5*(No 2).
- Juwita, A. (2019). *Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Furniture Di Some Renders Madiun* [PhD Thesis]. IAIN Ponorogo.
- Luntungan, W. G., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- M Afif Salim & Agus B Siswanto. (2019). *Analisis SWOT dengan Metode kuesioner*. CV. Pilar Nusantara.
- Mayang, A., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 17(2), Article 2. <https://doi.org/10.21831/jim.v17i2.34175>
- Napitupulu, R. M., Batubara, S., & Sapna, F. P. (2021). Enhancement Strategy of Prospective Students's Interest in Zakat and Waqf Management Program. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 9(2), 380–301.

- Napitupulu, R. M., Lubis, D. S., & Silitonga, J. (2022). The Silima-Lima Waterfall's Potential as Halal Tourism: A SWOT Analysis. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(1), 99–126.
- Nazzarudin, H. (2020). *Manajemen Strategik*. CV, Amanah.
- Sapna, F. P. (2021). *Kelemahan Prodi Manajemen Zakat dan Wakaf* [Personal communication].
- Setiono, P. (2019). *STRATEGI PEMASARAN DENGAN ANALISIS SWOT GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO KOMPUTER CV. Q MEDIA TRENGGALEK* [Skripsi, Universitas Kadiri]. <http://repository.unik-kediri.ac.id/72/>
- Subing, H. A. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Motor Merk Mio J FI Pada PT. Bahana Pagar Alam di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Volume 4*(2).
- Suhartini, S. (2018). Analisa Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan. *MATRIK: Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*, 12(2), 82–87.
- surya Efendy, L. A., Lapian, J., & Soepeno, D. (2022). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Nomad Coffee Shop. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2).
- Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT dengan Matrik IFAS dan EFAS di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), 108–117.
- Talib, M. S. A., & Hamid, A. B. A. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing; Bingley*, 5(3), 322–343. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-03-2013-0018>
- Tim Penyusunan Panduan Akademik. (2018). *Panduan Akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan*. IAIN Padangsidempuan.
- Vlados, C. (2019). On a correlative and evolutionary SWOT analysis. *Journal of Strategy and Management*.
- Data Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Padangsidempuan*, 2021.