

PERSEPSI LULUSAN TERHADAP PELAYANAN PRODI MANAJEMEN DAKWAH UIN AR-RANIRY

Jailani & Maimun Fuadi

Prodi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry, Banda Aceh

<jailani.0060@gmail.com>

<maimun.fuadi75@ar-raniry.ac.id>

Abstrak: Tersedianya informasi memadai tentang kompetensi lulusan pada sebuah perguruan tinggi merupakan suatu keniscayaan. Informasi ini begitu penting guna mengetahui relasi dan relevansi proses pendidikan yang telah dijalankan oleh sebuah lembaga pendidikan. Salah satu jalan mengetahui informasi ini dapat dilakukan dengan *tracer study*. Dengan pelaksanaan *tracer study* yang baik, maka akan dapat memberikan informasi awal tentang keberadaan dan keberhasilan lulusan, seperti karier, status, pendapatan, dan sebagainya. Lebih jauh, artikel ini bertujuan untuk menjelaskan persepsi lulusan terhadap pelayanan Program Studi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry. artikel ini tergolong pada jenis penelitian kualitatif dengan metode survey eksploratif. Teknik pengumpulan datanya diperoleh melalui wawancara dan kuisioner. Data yang telah terkumpul kemudian di kelompokkan dan di olah secara kualitatif dengan teknik analisis *analisis presentasi relatif*. Hasil penelusuran dan analisis menunjukkan, secara umum persepsi lulusan terkait pelayanan Prodi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry sudah baik. Adanya persepsi positif ini dapat di nilai dari beberapa aspek, seperti pada aspek *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan terkait pelayanan prodi ini, di antaranya: mutu layanan yang masih membutuhkan peningkatan kualitas dan kuantitas SDM, kedisiplinan dosen dan pegawai tenaga pendidikan, serta fasilitas sarana dan prasarana yang perlu pembenahan dan perawatan, termasuk pengayaan sumber bacaan khususnya pada perpustakaan prodi.

Kata Kunci: Persepsi, Lulusan dan Pelayanan.

Abstract: *The existence of adequate information about the competence of graduates in a college is a necessity. This information is so important to know the relation and relevance of the educational process that has been carried out in an educational institution. One way to find out this information can be done by tracer study. With the existence of a good tracer study, it can provide initial information about the existence and success of graduates, such as careers, status, income, and so on. Furthermore, this article aims to determine graduates' perceptions of the service of Ar-Raniry's UIN Da'wah Management Study Program. This research belongs to the type of qualitative research with exploratory survey methods. The data collection technique was obtained through interviews and questionnaires. The collected data is then grouped and processed qualitatively by relative presentation analysis analysis techniques. The results of the study showed that generally the perceptions of alumni related to the service in Da'wah and Communication Faculty of Da'wah Ar-Raniry's Department of Da'wah were good. The existence of this positive*

perception can be valued from several aspects, such as the aspects of reability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. However, there are still some weaknesses related to this service, such as the quality of services that still require an increase in quality and quantity of human resources, discipline of lecturers and staff of education staff, and facilities and infrastructure that need improvement and maintenance, including enrichment of reading resources, especially in study program libraries.

Keywords: *Perception, Graduates and Services.*

PENDAHULUAN

Tersedianya informasi yang memadai tentang kompetensi lulusan pada sebuah perguruan tinggi merupakan suatu keniscayaan yang perlu dan terus diupayakan. Informasi ini begitu penting guna mengetahui relasi dan relevansi proses pendidikan yang telah dijalankan pada sebuah lembaga pendidikan dengan kompetensi lulusan dalam dinamika perkembangan zaman. Untuk mengetahui informasi ini dapat dilakukan dengan *tracer study*. *Tracer Study* merupakan alat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam pengembangan suatu program studi di sebuah perguruan tinggi. Dengan adanya *tracer study* yang baik, maka dapat memberikan informasi awal tentang keberhasilan lulusan, seperti karier, status, pendapatan, dan sebagainya. *Tracer study* juga dapat memberikan informasi awal untuk pengembangan lembaga dalam menentukan strategi dan orientasi pendidikan, terutama dalam perbaikan sistem penyelenggaraan pendidikan pada sebuah institusi pendidikan yang terus dinamis.

Sehubungan dengan *tracer study* ini, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi Islam memiliki peran signifikan dalam mencerdaskan dan menghasilkan lulusan-lulusan berkualitas di tengah-tengah masyarakat, khususnya masyarakat Aceh. Keberadaan lulusan yang berkualitas merupakan kebutuhan terpenting terutama dalam menyikapi arus perubahan sosial masyarakat yang terus berkembang. Oleh karena itu, lulusan perguruan tinggi mesti memiliki kompetensi dan diharapkan dapat membajawab perubahan sosial yang terus berkembang tersebut.

Di antara salah satu program studi yang terus berbenah dalam menciptakan lulusan yang memiliki kompetensi handal dilingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh adalah Prodi Manajemen Dakwah. Tujuan Program Studi Manajemen Dakwah: 1) Melahirkan Sarjana Muslim yang beriman, taat dan bertaqwa kepada Allah Swt dan berakhlak mulia; 2) Memiliki integritas keilmuan yang tinggi dan bermanfaat; 3) Ahli dalam bidang Manajemen Dakwah; serta 4) Mampu berfikir konseptual, kontekstual, terampil dan

bertanggungjawab dalam mengembangkan serta mengamalkan ilmunya.¹

Jika dilihat dari visi dan misi Program Studi Manajemen Dakwah adalah sebagai berikut: Visi Program Studi Manajemen Dakwah adalah: “Menjadikan Program Studi Manajemen Dakwah yang unggul sebagai lembaga pengembangan ilmu manajemen modern berbasis Islami”. Adapun misinya adalah: 1) Mengembangkan pendidikan dan pengajaran dalam bidang manajemen dakwah; 2) Meningkatkan penelitian dalam bidang manajemen dakwah; 3) Meningkatkan peran serta jurusan dalam bidanga manajemen dakwah bagi masyarakat; serta 4) Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak untuk melaksanakan tridharma perguruan tinggi terutama dalam bidang manajemen dakwah.²

Secara historis, permohonan untuk membuka Program Studi Manajemen Dakwah berdasarkan Surat Rektor IAIN Ar-Raniry Banda Aceh Nomor IN/3/K/IV/PP.00.9/3244/1995 tanggal 19 Agustus 1995. Maka hasil Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor E/5/1996 tanggal 8 Januari 1996 di Jakarta tentang Pembukaan Jurusan Manajemen Dakwah Pada Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry Banda Aceh resmi dibuka yang bertujuan untuk mengantisipasi ketersediaan tenaga-tenaga terdidik dibidang manajemen dakwah pada masa yang akan datang dan peningkatan program studi di Fakultas Dakwah IAIN Ar-Raniry Banda Aceh dipandang perlu menyelenggarakan atau memiliki Jurusan Manajemen Dakwah.³

Sejak dibukanya Jurusan Manajemen Dakwah dari tahun 1996 sampai dengan sekarang (2017), Jurusan Manajemen Dakwah telah banyak melahirkan lulusan. Berdasarkan data yang diperoleh, hingga akhir tahun petengahan 2018 ini, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Ar-Raniry telah melahirkan lulusan sebanyak 496 orang lulusan dan tersebar di hampir disetiap daerah. Jika dilihat dari jumlah mahasiswanya yang aktif sekarang ini, total jumlah mahasiswa aktif berjumlah 523 orang mahasiswa. Karakteristik mahasiswa yang menempuh pendidikan di jurusan Manajemen Dakwah juga terdiri dari berbagai daerah di Sumatera, dan tidak sedikit yang berasal dari Mancanegara, seperti Malaysia dan Thailand.⁴

Dengan melihat perkembangan Program Studi Manajemen Dakwah yang terus melahirkan lulusan di setiap semesternya dan tersebar di berbagai daerah, maka terasa

¹Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tahun Akademik 2016/2017, hal. 153.

²Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tahun Akademik 2016/2017, hal. 152-153.

³Sumber Data: Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2017, hal. 1-5.

⁴Sumber Data: Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2017, hal. 1-5.

penting untuk melakukan suatu evaluasi terkait persepsi lulusan terhadap pelayanan pada Prodi Manajemen Dakwah. Untuk melihat persepsi ini, maka dilakukanlah *tracer study* ini. *Tracer study* terhadap lulusan (lulusan) merupakan salah satu studi yang diharapkan dapat menyediakan informasi untuk mengevaluasi layanan pada Program Studi Manajemen Dakwah. Informasi ini juga dapat digunakan untuk pengembangan lebih lanjut dalam menjamin kualitas pendidikan.

PERSEPSI DAN KONSEP PELAYANAN

1. Konsep Persepsi

Di dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, persepsi bermakna tanggapan langsung dari sesuatu; serapan; proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya serta sesuatu yang berhubungan dengan pengertian.⁵ Sedangkan di dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan persepsi mengandung dua pengertian. “*Pertama*, tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu serapan. *Kedua*, proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.”⁶ Dari kutipan di ini, dapat diketahui bahwa persepsi adalah tanggapan atau proses menanggapi terhadap suatu hal atau isu.

Sedangkan menurut istilah, persepsi mengandung beberapa pengertian, yakni sebagai berikut.

Lahlry (sebagaimana yang dikutip oleh Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr) mendefinisikan persepsi sebagai proses yang digunakan untuk menginterpretasikan data-data sensoris pada manusia.⁷ Data sensoris sampai pada manusia melalui lima indra. Manusia dapat memahami kata-kata, suara dan gambar melalui adanya persepsi ini. Penyampai pesan (komunikator) mengharapkan audiennya untuk memperhatikan pesan-pesan yang disampaikan, mempelajari isi-isi pesan tersebut dan membuat perubahan yang benar dalam perilaku atau keyakinan atau menghasilkan respon-respon tingkah laku yang diinginkan. Teori persepsi menyatakan bahwa proses penginterpretasian pesan sangat kompleks dan tujuan-tujuan penyampai pesan (komunikator) ini dapat saja sulit dicapai.⁸

Menurut Saparinah Sadli menyatakan "persepsi merupakan suatu proses yang aktif, merupakan keseluruhan dengan pengalaman-pengalaman, motivasi dan sikap-sikap yang relevan terhadap suatu stimulus."⁹ Persepsi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang didahului oleh pengindraan. Pengindraan merupakan suatu proses penerimaan

⁵Poerwadarminta, W.J.S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hal. 881.

⁶Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), hal. 759.

⁷Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan Di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 83.

⁸ Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi...*, hal. 83.

⁹Saparinah Sadli, *Persepsi Sosial Mengenai Perilaku Menyimpang*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), hal. 42.

stimulus oleh individu melalui alat indera, namun proses tersebut tidak berhenti sampai di situ saja. Pada umumnya stimulus tersebut diteruskan oleh saraf dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi. Oleh karena itu, proses persepsi tidak terlepas dari proses penginderaan yang merupakan hal yang mendahului terjadinya persepsi. Proses penginderaan ini terjadi setiap saat, yaitu pada waktu individu menerima stimulus yang mengenai dirinya melalui alat indera.¹⁰ Sementara itu, persepsi juga diartikan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹¹

Dari penjelasan di atas dapat dipahami bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Persepsi inilah yang menafsirkan sesuatu yang terjadi di sekeliling kita. Persepsi ini dapat menimbulkan respon yang berbeda-beda, misalnya sesuatu yang 'dianggap baik' oleh segolongan orang bisa saja menjadi hal yang dianggap 'tidak baik' jelek bagi segolongan orang yang lain.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya persepsi

Persepsi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang mempengaruhi persepsi yang bersumber dari dalam diri seorang individu. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri seorang individu.

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi di antaranya intelegensi dan pengalaman yang telah ada. Menurut Ngalim Purwanto, "Intelegensi dapat diartikan sebagai kecerdasan yang dimiliki oleh seseorang. Intelegensi adalah kemampuan yang dibawa sejak lahir yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara yang teratur."¹² Kemampuan sejak lahir ini dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu hal.

Intelegensi menyangkut kemampuan berfikir yang mempengaruhi kegiatan belajar seseorang. Ketut Sukardi menyebutkan "Bilamana intelegensi seseorang memang rendah, bagaimanapun usaha yang ditempuh dalam kegiatan belajar kalau tidak ada bantuan dan pertolongan dari pendidik niscaya tidak akan berhasil".¹³ Tingkat intelegensi mempengaruhi persepsi atau persepsinya. Karena intelegensi dan daya pikir akan membentuk sikap dan perilaku seseorang.

Pengalaman yang telah ada juga turut mempengaruhi persepsi seseorang. Dalam kenyataan sehari-hari pengalaman yang telah ada yang dimiliki seseorang akan

¹⁰Bimo Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hal. 53.

¹¹Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hal. 51.

¹²Ngalim Purwanto, *Pendidikan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Rajawali, 1989), hal. 24.

¹³Ketut Sukardi, *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*, (Jakarta: Gramedia, 1985), hal. 19.

mempengaruhi sikap dan pandangan seseorang. Menurut Wasty Soemanto, bahwa "Pengalaman yang diperoleh oleh individu akan mempengaruhi hasil belajar yang bersangkutan. Interaksi pengalaman yang baru dengan pengalaman lama akan menghasilkan pengalaman baru, maka pengalaman baru memungkinkan seseorang membedakan pandangannya terhadap sesuatu."¹⁴ Dengan demikian, pengalaman yang telah ada turut mempengaruhi persepsi.

Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi atau persepsi adalah faktor lingkungan. Lingkungan masyarakat turut mempengaruhi, sebab lingkungan masyarakat turut mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, termasuk persepsi atau persepsinya terhadap sesuatu.

3. Konsep Pelayanan dan Pelanggan

Pelayanan sangat erat kaitannya dengan pemberian kepuasan terhadap pelanggan. Pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya. Pada sisi lain, pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita, membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan.

Di dalam *Kamus Umum Bahasa Indonesia* disebutkan, bahwa pelayanan adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain.¹⁵ Menurut Tjiptono, pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.¹⁶ Sedangkan Barata mengemukakan, bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.¹⁷ Lebih jauh, Moenir mengungkapkan, bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.¹⁸

Berdasarkan definisi di atas dapat terlihat, bahwa adanya suatu pelayanan sangat terpaut dengan segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan. Terkait dengan ini, Brata juga mengemukakan, bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Brata menambahkan bahwa suatu layanan dapat terjadi antara seseorang dengan seseorang, seseorang dengan kelompok, ataupun kelompok dengan seseorang seperti

¹⁴ Wasty Sumanto, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Gramedia, 1984), hal. 114.

¹⁵ Purwadarminto, WJS., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hal. 245.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi, Ed. I, Cet, III, 2004), hal. 94.

¹⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), hal. 10.

¹⁸ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 16.

halnya orang-orang yang berada dalam sebuah organisasi.¹⁹

Pelayanan minimal memiliki lima dimensi yaitu: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.²⁰ *Tangible* (Bukti fisik) yakni adanya penampakan berupa fasilitas-fasilitas penunjang, petugas ataupun sarana komunikasi yang menyertai produk tersebut; *Reliability* (Keandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan; *Responsiveness* (Daya Tanggap) yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap; *Assurance* (Jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan; serta *Empathy* (Empati) yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Pada sisi lain, menurut Garvin, Peppard, dan Rowland yang dikutip oleh Tjiptono menyatakan faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk di antaranya:²¹

- a. Kinerja (*performance*): karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*): yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reliability*): yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*): yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. Serviceability: meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika: yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*): yaitu citra rasa dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya”.

Dengan demikian, pelayanan dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai sebuah proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

¹⁹Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), hal. 9.

²⁰Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayu Media, 2006), hal. 273.

²¹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002).

METODE PENELITIAN

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini tergolong pada penelitian kualitatif dengan metode survey eksploratif.²² Lokasi penelitian ini dilakukan pada wilayah Provinsi Aceh dengan pertimbangan bahwa lulusan Program Studi Manajemen Dakwah lebih banyak tersebar dan berkerja di wilayah Provinsi Aceh. Dari wilayah ini, peneliti memilih 5 (lima) kabupaten/kota yaitu: Kota Banda Aceh, Kabupaten Singkel, Abdia, Pidie, dan Kota Lhoksemawe. Penentuan ini juga di dasarkan atas hasil pengamatan, bahwa di lima kabupaten tersebut banyak tersebar lulusan. Oleh karena itu, objek penelitian ini adalah semua lulusan Program Studi Manajemen Dakwah. Berhubung populasi yang terlalu besar dan juga atas dasar pertimbangan lokasi pengguna lulusan yang begitu luas, maka sampel dalam penelitian ini ditentukan secara *purpose sampling* (penentuan secara acak). Sampel ditetapkan sebesar 10% sampai dengan 15% dari jumlah lulusan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berpijak pada studi lapangan (*field research*). Di dalam teknik studi lapangan ini, data diperoleh melalui wawancara dan kuisisioner. Pengumpulan data dilakukan sejak Bulan Juni - Oktober 2018. Pengumplan data dengan teknik kuisisioner dilakukan secara langsung dan tidak langsung, seperti dengan (*sistem online*). Pengumpulan data dengan sistem *online* dilakukan dengan mengunjungi: bit.ly/PenelitianProdi. Selain melalui *online*, para lulusan juga dapat menjawab kuisisioner secara manual, yaitu dengan mengisi *hard copy* dari kuesioner tersebut. Data yang telah terkumpul kemudian di kelompokkan dan di olah secara kualitatif dengan teknik analisis *analisis presentasi relatif*, yaitu menafsirkan data dengan membuat presentasi dari setiap jawaban responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis kuisisioner dan wawancara yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan analisis terkait dengan profil lulusan dan persepsi lulusan terkait pelayanan Prodi Manajemen Dakwah. Untuk mengetahui lebih jauh terkait analisis aspek-aspek di atas, dapat dilihat dari uraian di bawah ini:

A. Profil Lulusan Prodi Manajemen Dakwah

Profil lulusan Prodi Manajemen Dakwah dapat digambarkan dari beberapa karakteristik, meliputi: jumlah lulusan menurut jenis kelamin, jumlah rata-rata IPK, lama

²²Metode survey eksploratif merupakan metode pengumpulan data dengan pendekatan induktif yang bertujuan untuk memperoleh data mengenai apa yang ingin diketahui tentang sebuah situasi dan kondisi yang tidak memuaskan. Lihat: Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997).

masa studi, lama masa menunggu untuk memperoleh pekerjaan, jenis pekerjaan lulusan, serta keterkaitan aktivitas pekerjaan dengan latar belakang pendidikan. Untuk lebih jelasnya, dapat diperhatikan dari penjelasan di bawah ini:

1. Jumlah Lulusan Menurut Jenis Kelamin

Sejak berdirinya pada tahun 1995 hingga sampai dengan sekarang (Semester Genap Tahun Akademik 2017-2018), jumlah lulusan Prodi Manajemen Dakwah sudah mencapai 496 orang lulusan.²³

Tabel 4.1
Jumlah Lulusan Prodi Manajemen Dakwah Menurut Jenis Kelamin

No	Tahun Lulus	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Tahun 2000	9	4	13
2	Tahun 2001	21	18	39
3	Tahun 2002	16	11	27
4	Tahun 2003	8	5	13
5	Tahun 2004	7	1	8
6	Tahun 2005	5	8	13
7	Tahun 2006	9	4	13
8	Tahun 2007	3	5	8
9	Tahun 2008	3	1	4
10	Tahun 2009	4	2	6
11	Tahun 2010	5	1	6
12	Tahun 2011	8	2	10
13	Tahun 2012	11	7	18
14	Tahun 2013	17	7	24
15	Tahun 2014	15	13	28
16	Tahun 2015	9	19	28
17	Tahun 2016	28	41	69
18	Tahun 2017	25	30	75
19	Tahun 2018	41	73	114
	Jumlah	244	252	496

Sumber Data: Dokumentasi Prodi Manajemen Dakwah Tahun 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa jumlah lulusan Prodi Manajemen Dakwah hingga sekarang ini sudah mencapai 496 orang lulusan, dengan rincian 244 orang lulusan berjenis kelamin laki-laki, dan 252 orang lulusan berjenis kelamin perempuan. Jumlah lulusan pada Prodi Manajemen Dakwah setiap tahunnya juga mengalami peningkatan. Adanya peningkatan ini tentunya menandakan bahwa Prodi Manajemen Dakwah telah mendapatkan perhatian sebagai salah satu alternatif prodi pilihan di lembaga pendidikan tinggi dan kehidupan masyarakat.

²³Dokumentasi Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Juli Tahun 2018.

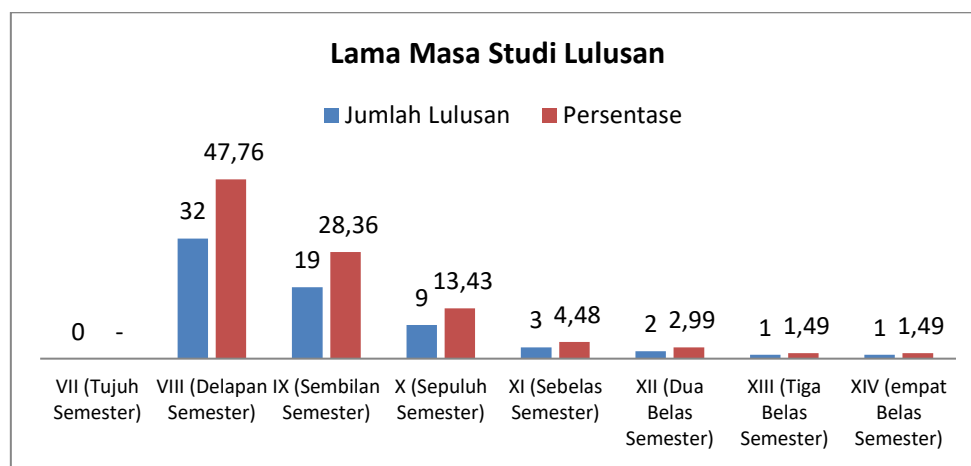
2. Jumlah Nilai Rata-Rata IPK Lulusan

Berdasarkan Data Dokumentasi Prodi Manajemen Dakwah Semester Genap Tahun Akademik 2017-2018 menunjukkan bahwa jumlah nilai rata-rata IPK lulusan berkisar pada 3.44.²⁴ Hal ini diketahui dari nilai IPK 47 orang lulusan yang di yudisium pada Semester Genap tahun 2017/2018. Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata IPK lulusan tergolong baik, karena di atas rata-rata 3.00. Lebih jauh, dilihat dari tinggi rendahnya nilai IPK lulusan, tentunya ini membawa pengaruh bagi lulusan dalam bersaing untuk memperoleh lapangan kerja. Apalagi di zaman sekarang ini, di mana setiap lulusan yang sedang dan ingin mencari kerja dan mengikuti ujian, biasanya nilai IPK ini menjadi pegangan dan salah satu prasyarat untuk bisa mengikuti ujian. Pada sisi lain, tinggi rendahnya nilai IPK lulusan tentunya berimplikasi pada kompetensi yang dimiliki lulusan. Semakin tinggi nilai IPKnya biasanya berbading lurus dengan kompetensi yang dimilikinya.

3. Lama Masa Studi

Berdasarkan data kuisisioner yang telah disebar dan di isi oleh 67 orang lulusan Prodi Manajemen Dakwah, dapat di analisis bahwa lama masa studi lulusan dominannya terletak pada posisi Semester VIII (Delapan) atau sebesar 44.78%. Untuk lebih jauh terkait analisis data ini dapat di lihat pada gambar di bawah:

Gambar A.1



Dari gambar A.1 di atas, juga dapat di analisis bahwa rata-rata lama studi lulusan Prodi Manajemen Dakwah berkisar pada nilai rata-rata 8.97. Ini menunjukkan bahwa rata-rata lama masa studi lulusan Prodi Manajemen Dakwah masih tergolong lama, yaitu jika dibulatkan terletak pada posisi Semester IX (Sembilan). Ini tentunya tidak mengembirakan

²⁴Dokumentasi Semester Genap Tahun Akademik 2017-2018 Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

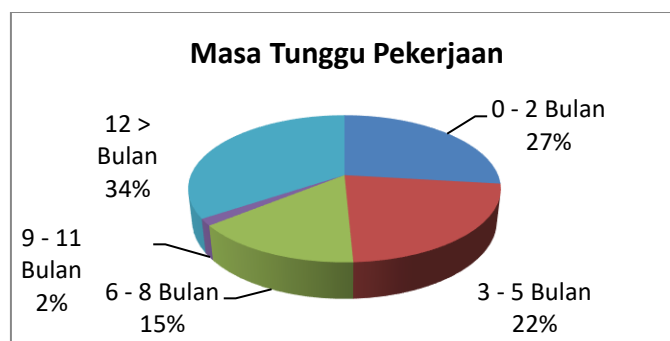
bagi keberlangsungan prodi yang semestinya dapat mengenyot dan memotivasi mahasiswanya agar dapat selesai tepat waktu.

Pada sisi lain, hasil observasi juga menunjukkan bahwa lamanya masa studi lulusan Prodi Manajemen Dakwah dalam menyelesaikan pendidikan juga dipengaruhi oleh kurikulum yang diterapkan. Di dalam hal ini kurikulum yang diterapkan kelihatannya tidak memungkinkan mahasiswa untuk dapat selesai dan lulus pada Semester VII (Tujuh). Hal ini dikarenakan pada semester delapan mahasiswa masih dituntut untuk mengambil matakuliah KPM (Kuliah Pengabdian Masyarakat dan Penyelesaian Skripsi. Oleh karena itu, peninjauan kurikulum Prodi Manajemen Dakwah kelihatannya perlu ditinjau kembali guna dapat memotivasi mahasiswa agar dapat selesai lebih cepat. Lihat dan bandingkan saja dengan kurikulum prodi pada beberapa perguruan tinggi yang serupa, di mana sangat memungkinkan mereka bisa selesai pada Semester VII (Tujuh), karena memang pada semester VIII (Delapan) mahasiswa tidak dibebankan lagi untuk mengambil mata kuliah, kecuali memang belum diambil atau matakuliah perbaikan.

4. Masa Tunggu (Masa Transisi) Lulusan Memperoleh Pekerjaan

Peluang dan tantangan pertama lulusan Prodi Manajemen Dakwah setelah selesai pendidikan adalah memasuki pasar kerja. Berbagai alternatif jenis profesi yang dapat ditekuni lulusan Prodi Manajemen Dakwah adalah sebagai pegawai/karyawan, wiraswasta, tenaga pendidikan, pedagang, dan sebagainya. Untuk mengetahui lama masa tunggu lulusan dalam memperoleh pekerjaan dapat diperhatikan pada Gambar A.2 di bawah ini:

Gambar A.2



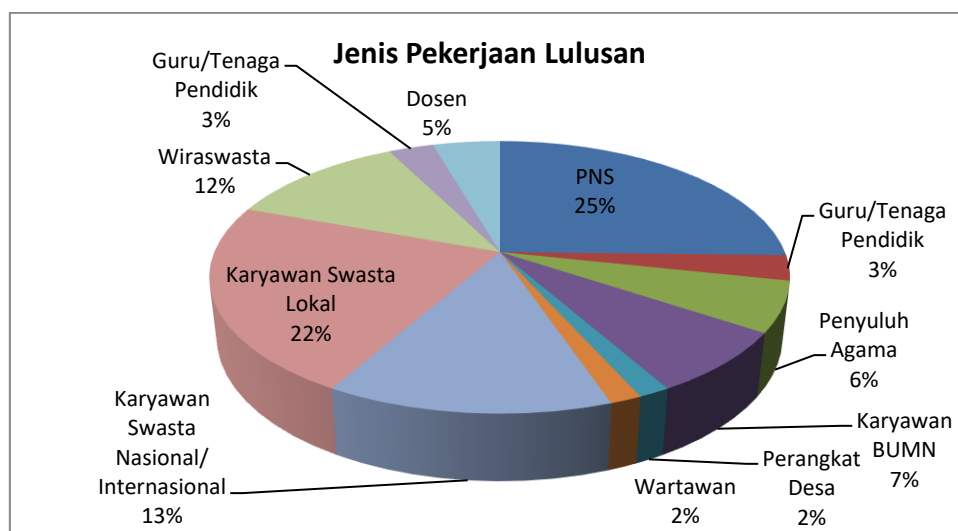
Dari Gambar A.2 di atas dapat diketahui bahwa masa tunggu lulusan dalam memperoleh pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan pada Prodi Manajemen Dakwah adalah sebagian besarnya di atas 12 Bulan (34%), jawaban 0-2 Bulan (27%), 3-5 Bulan (22%), 6-8 Bulan (15%), dan sedikit sekali dari responden yang menyatakan jawaban jawaban 9-11 Bulan (2%). Dengan demikian, rata-rata masa tunggu lulusan Prodi Manajemen Dakwah dalam memperoleh pekerjaan terletak pada posisi di atas 12 Bulan.

Pada sisi lain, daya serap lulusan Prodi Manajemen Dakwah menunjukkan kondisi yang masih rendah jika dilihat dari masa tunggu untuk bekerja. Data masa tunggu lulusan sebagian besarnya menunjukkan di atas 1 (satu) tahun. Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa daya serap lulusan untuk memperoleh pekerjaan tergolong rendah disebabkan oleh lapangan kerja yang semakin sempit.²⁵

5. Karakteristik Lulusan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Gambar A.3 di bawah ini menampilkan jenis pekerjaan lulusan setelah menyelesaikan pendidikannya pada Program Studi Manajemen Dakwah.

Gambar A.3



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa lulusan Program Studi Manajemen Dakwah telah bekerja di beberapa instansi, baik sebagai PNS, Karyawan BUMN, Dosen, Karyawan Nasional/Internasional, dan lainnya. Data di atas juga menunjukkan bahwa sebagian besar lulusan yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebagian besarnya adalah PNS (25.37%), karyawan swasta lokal (22.39%), karyawan swasta tingkat nasional/internasional (13.43%), Wiraswasta (11.94%), dan sedikit sekali yang memilih alternatif jawaban guru, dosen, wartawan dan perangkat desa. Dengan demikian, profil lulusan Prodi Manajemen Dakwah secara umum menunjukkan kondisi yang beragam.

6. Besaran Penghasilan Lulusan

Besaran penghasilan lulusan berdasarkan jenis pekerjaan menurut hasil pilihan responden adalah pada kisaran di atas Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 atau 28%, lebih besar dari Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 atau 24%, lebih besar dari Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000 atau 18%, lebih kecil dari Rp. 1.000.000 atau 18%, dan hanya sedikit sekali dari

²⁵Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah di Kabupaten Singkel Pada Tanggal 7 September 2018.

responden yang menyatakan di atas Rp. 5.000.000. Ini menunjukkan bahwa rata-rata penghasilan lulusan yang telah bekerja sekarang ini telah memenuhi standar upah minimum, walaupun masih ditemukan lulusan yang berada di bawahnya.

7. Keterkaitan Aktivitas Pekerjaan Lulusan dengan Kurikulum

Kesesuaian bidang pekerjaan dengan latar belakang pendidikan lulusan dapat dilihat dari relevansi kurikulum Prodi Manajemen Dakwah dengan aktivitas pekerjaan lulusan saat ini. Dari hasil sebaran kuisisioner yang telah dilakukan, dapat di analisis bahwa terdapat keterkaitan aktivitas pekerjaan lulusan dengan latar belakang pendidikan yang telah dilalui pada Prodi Manajemen Dakwah. Hal ini dapat dibuktikan dari sebagian besar jawaban responden (87%) yang menyatakan bahwa terdapat keterkaitan yang erat antara aktivitas pekerjaan dengan kurikulum Prodi Manajemen Dakwah. Hanya sedikit sekali dari responden (13%) yang menyatakan tidak ada kesesuaian.

Di dalam sebuah hasil wawancara dengan salah seorang lulusan juga menunjukkan, bahwa kurikulum Prodi Manajemen Dakwah sebagaimana terlihat dalam sebaran matakuliah sangat bermanfaat dalam segala aktivitas pekerjaan mereka. Hal ini karena di dalam setiap aktivitas pekerjaan dibutuhkan ilmu manajemen. Di dalam teori-teori manajemen juga diajarkan tentang fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi, dan ini sangat berkaitan dengan visi, misi dan tujuan Prodi Manajemen Dakwah – yang bertujuan mencetak kader-kader lulusan yang mampu menguasai dan mempraktik teori-teori manajemen dalam setiap aktivitas kehidupannya.²⁶ Dengan demikian, terdapat kesesuaian yang erat antara aktivitas pekerjaan lulusan dengan latar belakang pendidikan pada Prodi Manajemen Dakwah.

B. Persepsi Lulusan Terhadap Pelayanan Pada Prodi Manajemen Dakwah

Persepsi berarti pandangan dan pengamatan pribadi seseorang terhadap suatu kondisi, kejadian ataupun peristiwa. Persepsi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah tanggapan, pandangan atau penilaian lulusan terkait pelayanan akademik Prodi Manajemen Dakwah. Tanggapan dan penilaian lulusan ini di analisis berdasarkan hasil jawaban kuisisioner terhadap 67 orang lulusan, khususnya para lulusan Prodi Manajemen Dakwah yang telah bekerja.

Persepsi lulusan terkait pelayanan pada Prodi Manajemen Dakwah UIN Ar-Raniry dapat di nilai dari beberapa aspek dan indikator. Di antaranya aspek tersebut adalah

²⁶ Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah pada tanggal 7 September 2018.

reability (realibilitas), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Lebih jauh, aspek-aspek tersebut dapat dijabarkan dari beberapa indikator, di antaranya pada kualitas layanan administrasi, proses belajar mengajar, fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki, serta pengalaman belajar lulusan. Untuk mengetahui penilaian lulusan terkait beberapa indikator tersebut dapat diperhatikan pada penampilan data di bawah ini:

1. Layanan Administrasi

Penilaian lulusan terhadap penyelenggaraan mutu layanan administrasi ini merupakan penilaian lulusan tentang sistem layanan yang ada pada Prodi Manajemen Dakwah. Berdasarkan analisis data diketahui bahwa penilaian lulusan terkait layanan administrasi Prodi Manajemen Dakwah tergolong sangat baik. Hal ini dapat diketahui dari jawaban responden yang sebagian besarnya menyata sangat baik (51%), baik (42%), dan kurang baik sebesar (6%), dan cukup (1%). Dengan demikian, secara umum persepsi lulusan terkait layanan administrasi di Prodi Manajemen Dakwah menunjukkan penilaian yang positif dalam arti sangat baik. Penilaian ini menunjukkan bahwa pada aspek *realibility* atau kemampuan untuk memberikan pelayanan yang prima telah terpenuhi di Prodi Manajemen Dakwah.

Sebagaimana diketahui, bahwa pelayanan administrasi pada Prodi Manajemen Dakwah telah berkembang seiring dengan diterapkannya sistem informasi akademik berbasis teknologi (SIKAD) di UIN Ar-Raniry. Semua hal terkait pelayanan administrasi akademik telah berbasis *online*. Setiap dosen, mahasiswa dan lulusan dapat kapan saja mengakses segala informasi terkait proses belajar mengajar, matakuliah yang sedang dan akan berjalan, mengakses KHR, KRS, dan segala hal terkait kegiatan perguruan tinggi, termasuk di dalamnya yang dilakukan prodi. Sistem pelayanan akademik berbasis *online* ini sangat membantu proses jalannya perkuliahan, tidak terkecuali bagi mereka yang berada jauh dari kampus. Terkait perkembangan ini, salah seorang lulusan mengungkapkan: “Pelayanan yang saya rasakan selama perkuliahan di Prodi Manajemen Dakwah ini sudah sangat baik karena telah berbasis IT sehingga memudahkan mahasiswa dalam mengakses setiap informasi perkuliahan. Namun demikian, ia juga menunjukkan penilaian, bahwa mutu layanan masih membutuhkan peningkatan dari segi SDM dan fasilitas sarana dan prasarana sehingga nantinya dapat bersaing dengan universitas lain dan lulusan juga dapat bersaing di dunia pasar kerja.”²⁷

²⁷ Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah pada tanggal 14 September 2018.

2. Kecepatan Penyelesaian Berkas

Persepsi mahasiswa terkait kecepatan penyelesaian berkas menurut sebagian besar responden sudah baik (45%), sangat baik (40%), dan sedikit sekali dari responden yang menyatakan cukup (9%) dan kurang baik (6%). Dengan demikian, persepsi lulusan terkait pengalaman mereka dalam penyelesaian berkas tidak menemukan kendala yang berarti. Mayoritas dari lulusan mengatakan sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa pada aspek *responsiveness* (daya tanggap) atau respon dan kesiapan pegawai akademik dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap telah terpenuhi dengan baik.

Terkait penilaian ini, salah seorang dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry mengungkapkan: “Sistem Informasi UIN Ar-Raniry sekarang ini telah mengakomodir Sistem Informasi Akademik melalui layanan berbasis IT dan dapat diakses secara *online* di mana saja. Hal ini tentunya telah memberikan kemudahan bagi setiap orang berkemungkinan, khususnya mahasiswa untuk dapat mengakses setiap informasi yang terdapat di dalamnya. Begipula dalam hal pengusulan dan penyelesaian berkas administrasi yang hampir semuanya telah berbasis *online*. Mahasiswa sekarang ini tinggal mengajukan permohonan dan mengisi data secara *online* terkait apa yang diinginkannya, seperti permohonan ujian komprehensif, pengajuan proposal, mengisi KRS, melihat jadwal perkuliahan, dan sebagainya. Semua itu kemudiannya akan ditindaklanjuti oleh pegawai layanan administrasi yang memang sudah ditugaskan untuk segera menyelesaikan pengajuan berkas tersebut tanpa mesti bertatap muka.”²⁸

Namun demikian, keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki oleh Prodi Manajemen Dakwah terlihat masih sangat terbatas, sehingga di dalam penyelesaian beberapa berkas terkadang menemui kendala dan tidak selesai sebagaimana diharapkan. Oleh karena itu, masalah ini perlu mendapatkan perhatian serius bagi pengambil kebijakan pada tingkat rektorat untuk segera memenuhi kekurangan SDM ini.

3. Kemampuan Berkomunikasi Pegawai Administrasi

Penilaian lulusan terkait kemampuan komunikasi pegawai administrasi di Prodi Manajemen Dakwah menunjukkan penilaian yang baik. Hal ini dapat dibuktikan oleh sebagian jawaban responden yang menyatakan baik (49%), sangat baik (43%), cukup (6%), dan sedikit sekali yang menjawab kurang baik (2%).

Komunikasi efektif merupakan unsur terpenting dalam setiap interaksi antar mahasiswa, dosen, dan pegawai administrasi. Terjalannya komunikasi yang efektif antara

²⁸ Hasil wawancara dengan salah seorang Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry pada tanggal 20 September 2018.

mahasiswa, dosen, dan pegawai berimplikasi positif dalam setiap proses administrasi. Selama ini kemampuan komunikasi pegawai menunjukkan hal yang positif. Namun demikian, masih ditemukan pegawai yang kurang disiplin sehingga mengganggu jalannya komunikasi dan berimplikasi pada pelayanan yang diberikan tidak optimal dan jauh dari harapan lulusan. Adanya ketidak disiplin ini ditunjukkan oleh tanggapan seorang lulusan terkait ini, di mana ia menyatakan: “bahwa tidak semua pegawai administrasi hadir tepat waktu, terkadang mereka sulit ditemukan sehingga menjadi hambatan dalam proses komunikasi”.²⁹

4. Keramahan dan Sopan Santun Petugas Administrasi

Penilaian lulusan terkait keramahan dan sopan satu pegawai administrasi pada Prodi Manajemen Dakwah menunjukkan hal yang positif dalam arti baik. Ini terbukti dari mayoritas responden yang memilih jawaban sangat baik (55%), baik (39%), dan sedikit sekali dari responden yang menyatakan cukup (4%) dan kurang baik (2%). Data ini jika di analisis lebih jauh juga menunjukkan, bahwa pada aspek *assurance* (jaminan) yang meliputi kemampuan pegawai terkait pengetahuannya terhadap jasa yang diberikan, keramah-tamahan, perhatian dan sopan satu dalam memberikan pelayanan, memberikan keamanan di dalam bekerja menunjukkan hal positif, sehingga pada gilirannya berimplikasi pada tumbuhnya kepercayaan dikalangan mahasiswa.

Sehubungan dengan ini juga, sebagai lembaga pendidikan tinggi, unit prodi telah berkomitmen untuk terus meningkat pelayanannya kepada mahasiswa. Di antara bentuk komitmen ini terlihat dari adanya arahan pimpinan kepada para tenaga pendidikan yang diarahkan untuk lebih sopan, ramah, memperlakukan dengan adil dan setara, serta merakyat dalam melayani setiap mahasiswa.

5. Proses Belajar Mengajar

Penilaian lulusan terkait proses belajar mengajar telah berjalan baik. Hal ini dibuktikan dari sebagian jawaban responden yang memilih baik (52%), sangat baik (39%), dan sedikit sekali dari responden yang menyatakan cukup (6%), dan kurang baik (3%). Adanya persepsi yang baik ini tentunya tidak dapat dipisahkan dari beberapa indikator lainnya, seperti kompetensi dosen dan pelayanan tenaga pendidikan dalam melayani mahasiswa ketika proses belajar mengajar berlangsung. Namun demikian, masih terdapat beberapa kekurangan dan prioritas perbaikan yang harus segera dituntaskan, seperti pada indikator terbatasnya sumber daya manusia yang dimiliki, serta sarana dan prasarana yang

²⁹Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah pada tanggal 14 September 2018.

masih terbatas dan perlu pembenahan dan perawatan secara terus menerus sebagaimana akan dijelaskan di bawah ini.

6. Interaksi Dosen dan Mahasiswa

Penilaian lulusan terhadap interaksi dosen dan mahasiswa sangat positif dalam arti sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari alternatif jawaban yang diberikan oleh lulusan sebesar 52% yang menjawab sangat baik, 40% responden memberikan penilaian baik. Hanya sedikit responden yang menyatakan kurang baik (5%), dan cukup sebesar (3%). Dengan demikian, penilaian lulusan terkait interaksi dosen dan mahasiswa menunjukkan hal yang positif.

Bentuk-bentuk interaksi dosen dan mahasiswa pada Prodi Manajemen Dakwah dapat ditemukan dalam interaksi perkuliahan, proses bimbingan skripsi, konsultasi perkuliahan dan sebagainya. Namun demikian, selain menunjukkan persepsi yang positif dari lulusan – di dalam suatu wawancara ditemukan bahwa masih terdapat sebagian kecil dosen yang kurang disiplin, susah ditemui, dan sebagainya. Hal ini tentunya menjadi preseden buruk dalam membangun interaksi positif. Begitu juga sebaliknya, masih banyak ditemukan para mahasiswa yang tidak disiplin dan malas dalam perkuliahan sehingga berimplikasi pada terjadinya kesulitan beradaptasi dan berinteraksi dalam dunia akademik.³⁰

7. Sarana dan Prasarana

Demi terwujudnya visi dan misi sebagaimana telah ditetapkan sebelumnya, fasilitas sarana dan prasarana merupakan hal terpenting dalam pengembangan Prodi Manajemen Dakwah. Persepsi lulusan terkait sarana dan prasarana dapat dikatakan sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar jawaban responden yang menilai bahwa sarana dan prasarana sudah baik (45%), cukup (30%) dan sangat baik (19%). Sedikit sekali dari responden yang menyatakan kurang baik (4%) dan tidak baik (2%). “Responden menilai bahwa fasilitas sarana dan prasarana di Prodi Manajemen Dakwah sudah terpenuhi sesuai dengan keinginan mereka, apakah itu dalam proses perkuliahan, seperti papan tulis, spidol, infocus, wireless, Ac, kipas angin, komputer, dan sebagainya. Sehingga tidak terdapat hambatan dalam proses belajar mengajar. Begitu juga dengan sarana dan fasilitas lainnya, seperti pustaka, ruang seminar, aula, ruang komputer berbasis *online* telah menunjukkan

³⁰Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah pada tanggal 14 September 2018.

bahwa sarana dan prasarana di Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sudah tergolong baik”³¹.

Sarana dan prasarana di Prodi Manajemen Dakwah memang sudah tergolong memadai dari segi kelengkapan. Namun demikian masih ditemukan beberapa fasilitas yang telah *aus* dan tidak memadai dan kurang perawatan karena telah lama terpakai sehingga memerlukan perhatian serius untuk segera memperbaiki atau merawatnya kembali sehingga dapat dipakai kembali guna menunjang proses belajar mengajar yang lebih efektif dan efisien. Pada sisi lain, fasilitas pustaka yang masih sangat terbatas terkait bahan bacaan mahasiswa juga penting diperhatikan oleh pengambil kebijakan. Hal ini penting untuk diperhatikan karena akan berimplikasi pada kualitas lulusan yang dilahirkan.

8. Pengalaman Belajar

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap beberapa indikator pelayanan telah menunjukkan bahwa penilaian lulusan terkait layanan Prodi Manajemen Dakwah menunjukkan hal yang positif dalam arti baik. Hal ini terbukti dari sebagian besar jawaban responden yang menjawab sangat baik (55%) dan baik (34%). Sedikit sekali dari responden yang menyatakan cukup (8%) dan kurang baik (3%). Ini tentunya menunjukkan bahwa lulusan merasa nyaman dan kerasan selama menempuh pendidikan di Prodi Manajemen Dakwah. Sebagian dari mereka menganggap bahwa kampus merupakan rumah kedua dan merupakan wadah untuk bersosialisasi dan mengembangkan diri. Pengalaman belajar yang baik dikalangan lulusan juga telah membuat mereka bangga dan menumbuhkan rasa cinta (*sense of belonging*) terhadap almamaternya. Lulusan kerap memberikan pendapatnya dan masukan yang positif terhadap setiap pengembangan kampus, baik dalam forum ikatan alumni, maupun ketika berbagai pertemuan alumni dalam rangka silaturahmi guna mengikat persaudaraan sesama almamater.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dan saran sebagai berikut:

Profil lulusan Prodi Manajemen Dakwah dapat digambarkan melalui beberapa karakteristik, meliputi: jumlah lulusan menurut jenis kelamin, jumlah rata-rata IPK, lama masa studi, lama masa menunggu untuk memperoleh pekerjaan, jenis pekerjaan lulusan, serta keterkaitan aktivitas pekerjaan dengan latar belakang pendidik.

³¹Hasil wawancara dengan salah seorang lulusan Prodi Manajemen Dakwah di Kota Banda Aceh pada tanggal 16 September 2018.

Hasil analisis menunjukkan bahwa jumlah lulusan Prodi Manajemen Dakwah sudah mencapai 496 orang lulusan, dengan rincian 244 orang lulusan berjenis kelamin laki-laki, dan 252 orang lulusan berjenis kelamin perempuan dengan nilai rata-rata IPK lulusan berkisar pada 3.44. Rata-rata lama masa studi lulusan berkisar pada angka 8.97 sehingga masih tergolong lama karena terletak pada posisi Semester IX (Sembilan). Masa tunggu lulusan dalam memperoleh pekerjaan setelah menyelesaikan pendidikan adalah di atas 12 Bulan (34%). Sekarang ini lulusan telah bekerja di beberapa instansi, baik sebagai PNS, Karyawan BUMN, Dosen, Karyawan Nasional/International, dan lainnya dengan besaran penghasilan pada kisaran di atas Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 atau 28%. Hasil analisis juga menunjukkan terdapat keterkaitan yang erat antara aktivitas pekerjaan lulusan dengan latar belakang pendidikan. Keterkaitan ini dapat diketahui dari setiap aktivitas pekerjaan dibutuhkan fungsi manajemen, seperti unsur perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi, atau dalam bahasa lain dibutuhkan ilmu manajemen, dan ini sangat berkaitan dengan visi, misi dan tujuan Prodi Manajemen Dakwah.

Secara umum persepsi alumni terkait pelayanan di Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry sudah baik. Adanya persepsi positif ini dapat di nilai dari beberapa aspek, seperti pada aspek *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Aspek-aspek tersebut kemudiannya dikerucutkan menjadi beberapa indikator, seperti pada kualitas layanan administrasi, proses belajar mengajar, fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki, serta pengalaman belajar alumni. Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat beberapa kelemahan terkait pelayanan ini, seperti mutu layanan yang masih membutuhkan peningkatan kualitas dan kuantitas SDM, kedisiplinan dosen dan pegawai tenaga pendidikan, serta fasilitas sarana dan prasarana yang perlu pembenahan dan perawatan, termasuk pengayaan sumber bacaan khususnya pada perpustakaan prodi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004.
- Bimo Walgito, *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*, .Yogyakarta: Andi Offset, 2003.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Dokumentasi Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Juli Tahun 2018.
- Dokumentasi Semester Genap Tahun Akademik 2017-2018 Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Jailani dan Maimun Fuadi: Persepsi Lulusan terhadap...

- Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi, Ed. I, Cet, III, 2004.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media, 2006.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi, 2002.
- Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005.
- Ketut Sukardi, *Mengembangkan Bakat dan Kreativitas Anak Sekolah*, Jakarta: Gramedia, 1985.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Ngalim Purwanto, *Pendidikan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Rajawali, 1989.
- Panduan Akademik Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Tahun Akademik 2016/2017.
- Poerwadarminta, W.J.S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Saparinah Sadli, *Persepsi Sosial Mengenai Perilaku Menyimpang*, Jakarta: Bulan Bintang, 1976.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan Di Dalam Media Massa*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Sumber Data: Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry, 2017.
- Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Wasti Sumanto, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Gramedia, 1984.