

**ANALISIS PERSEPSI KEPUASAN PENGGUNA LULUSAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM SAHID BOGOR
PERIODE 2015-2021**

Syaefudin¹, Tubagus Rifqy Thantawi², Hafid Fadilah³.

^{1, 2, 3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

¹saefputra90@gmail.com, ²trifqythan@febi-inais.ac.id, ³hafid.fadilah@febi-inais.ac.id

ABSTRACT

This research is motivated by the influence of graduates of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sahid Islamic Institute of Islam on the company. The purpose of this study was to analyze the influence of graduates of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sahid Islamic Institute, Bogor. This research is qualitative and the method of data collection is by distributing questionnaires and by filling out questionnaires to colleagues from the graduates of the Faculty of Economics and Islamic Business, the Sahid Islamic Institute of Bogor, in their respective companies. The sample in this study were 40 people as respondents. There are several respondents who were included in the study, namely Gender, Place of Work, Position of Users of Graduates of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sahid Islamic Institute Bogor, Year of Starting Work and Employment Status. To explain some of the respondents in question. This research shows that the analysis consisting of knowledge of the Faculty of Economics and Islamic Business Sahid Islamic Institute Bogor, simultaneously affects users of graduates of the Faculty of Economics and Islamic Business, Sahid Islamic Institute Bogor.

Keywords: Users, Graduates of the Islamic Economics and Business Faculty of the Sahid Islamic Institute (IN AIS) Bogor for Companies.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya Analisis Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sahid Bogor. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sahid Bogor. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan teknik analisis data menggunakan Miles and Huberman yang dilalui berdasarkan tiga tahap yaitu reduksi data, *display data*, dan kesimpulan. Sempel pada penelitian ini adalah 40 orang sebagai responden. Terdapat beberapa responden yang dimasukkan dalam penelitian yaitu Jenis Kelamin, Tempat Bekerja, Posisi Pengguna Lulusan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor, Tahun Mulai Bekerja dan Status Pekerjaan. Untuk menjelaskan beberapa responden yang dimaksud. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis yang terdiri dari pengetahuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor, secara simultan berpengaruh terhadap pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

Kata-kata kunci: Pengguna, Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid (INAIS) Bogor.

I. PENDAHULUAN.

Perguruan tinggi adalah tahap pendidikan yang berada setelah pendidikan menengah dan mencakup berbagai program pendidikan seperti diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor. Program-program ini diselenggarakan oleh lembaga pendidikan tinggi. Perguruan tinggi yang ada di Indonesia dapat berbentuk politeknik, akademik, universitas, dan institut. (UU No.20 tahun 2003 pasal 19 ayat 1). pada setiap jenis perguruan tinggi tersebut biasanya memiliki sejumlah jurusan atau program studi yang ditawarkan.

Menurut Kemendikbud (2020) Program studi adalah suatu entitas pendidikan yang terdiri dari serangkaian kegiatan belajar mengajar yang memiliki kurikulum dan metode pembelajaran khusus. Program studi ini ditujukan untuk jenis pendidikan akademik, pendidikan profesi, dan pendidikan vokasional. Dalam program studi, peserta didik akan mengikuti mata kuliah dan kegiatan lain yang berkaitan dengan bidang studi yang dipilih. Pembelajaran adalah proses dimana mahasiswa berinteraksi dengan dosen dan sumber belajar di dalam suatu lingkungan belajar. Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan secara sistematis sesuai dengan prinsip dan metode ilmiah

untuk mendapatkan informasi, data, dan keterangan yang terkait dengan pemahaman dan pengujian dalam suatu cabang pengetahuan dan teknologi. Pengabdian kepada masyarakat adalah kegiatan yang dilakukan oleh komunitas akademik dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan tingkat kecerdasan dalam kehidupan masyarakat. Institut Agama Islam Sahid Bogor (INAIS) merupakan perguruan tinggi dengan bentuk institut. INAIS didirikan pada 21 Mei 2015 dengan akreditasi Baik dan memiliki 6 jumlah program studi, yaitu Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah dan Magister Ekonomi Syariah. INAIS memiliki jumlah sumber daya manusia sebanyak 953 dari total SDM dosen tetap yaitu 43 SDM dan seluruh mahasiswa aktif dari 6 program studi yaitu 953 SDM.

Eksistensi seorang Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Instiut Agama Islam Sahid juga menjadi tombak utama sebagai representasi perguruan tinggi dimata instansi perusahaan. apabila Lulusan memberikan nilai negatif terhadap perusahaan maka akan

menurunkan kredibilitas terhadap perguruan tinggi. Namun sebaliknya saat Lulsan memberikan kontribusi yang baik atas ilmu yang didapatkan diperguruan tinggi maka akan menjadi nilai positif dan kepuasan bagi perusahaan atau penggunaannya.

Kepuasan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian menurut Kotler Day (dalam Tjiptono, 2004). Kepuasan menjadi salah satu penilaian bagi seorang alumni didalam sebuah lingkup perusahaan atau dunia kerja, dalam hal ini dapat diketahui seberapa puas pengguna terhadap alumni/lulusan dalam bidang keilmuannya maka dari itu penulis mengambil judul “Analisis Persepsi Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Sahid.

II. TINJAUAN PUSTAKA.

Philip Kotler memberikan definisi persepsi sebagai suatu proses di mana individu memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterima untuk membentuk suatu gambaran yang memiliki makna. Persepsi tidak hanya terkait dengan aspek fisik, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut. Selain itu, dalam proses memperoleh dan menerima informasi tersebut, objek lingkungan juga berperan sebagai sumber informasi yang mempengaruhi persepsi individu. Dengan demikian, persepsi merupakan hasil dari interaksi kompleks antara individu, informasi yang diterima, dan lingkungan sekitarnya.

Persepsi terhadap kualitas layanan adalah pandangan positif atau negatif konsumen terhadap layanan pemeriksaan. Indikator dari persepsi terhadap kualitas layanan meliputi: kehandalan (*reliability*) hasil pemeriksaan sesuai janji, memberikan kesan pertama yang positif, layanan tepat waktu, memberi informasi tentang alur layanan, jaminan (*assurance*) terhadap mutu hasil, bukti langsung (*tangibles*) kenyamanan ruang tunggu, parkir, empaty (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian serta mengerti keinginan konsumen dan daya tanggap (*responsiveness*) sikap siap membantu, tanggap dan respon terhadap kebutuhan konsumen (Zahra, 2012). Persepsi terhadap kualitas layanan mencakup penilaian dan evaluasi yang dibentuk oleh pengalaman, harapan, dan ekspektasi individu terhadap aspek-aspek seperti keandalan, responsifitas, kecepatan, keahlian, empati, dan elemen-elemen lain yang terkait dengan pengalaman penerimaan layanan. Persepsi terhadap kualitas layanan dapat berbeda antara individu yang berbeda dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti komunikasi, interaksi personal, keandalan layanan, persepsi harga, dan faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi pengalaman pengguna.

Pengguna lulusan merujuk pada pihak eksternal yang mengkonsumsi hasil dari sebuah institusi pendidikan. Pihak-pihak eksternal ini dapat berupa institusi pemerintah, lembaga swasta, atau individu-individu.

Pihak yang memanfaatkan lulusan, baik dalam bentuk individu maupun lembaga, akan mengevaluasi prestasi lulusan universitas sebagai anggota tim kerjanya. Pengertian kinerja adalah hasil dari prestasi kerja yang telah dicapai seorang karyawan sesuai dengan fungsi tugasnya pada periode tertentu (Bernadin

dan Russell, 1993). Sedangkan Maier (dikutip dari Peni, 2005) berpendapat bahwa kinerja karyawan merupakan keberhasilan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan (Ira Setyaningsih dan Muchammad Abrori, 2013).

Menurut Kotler secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan yang timbul dari seseorang yang sudah menikmati kinerja dan membandingkan kinerja tersebut dengan ekpektasi mereka yang dipersepsikan baik dalam perasaan senang atau kecewa. Jika perusahaan gagal memenuhi ekpektasi pelanggan terhadap kinerja maka pelanggan tidak akan puas. Namun, Jika perusahaan memberikan kinerjanya sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan puas. Kemudian Jika kinerja perusahaan melampaui ekpektasi, maka pelanggan akan merasa sangat puas dan merasa sangat bahagia .

Kepuasan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pelaku bisnis. Dimana tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan atau institusi haruslah sesuai. Para pelaku bisnis harus ingin memenangkan persaingan. Kepuasan menurut Philip Kotler (2012) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pendapat ini sama halnya dikemukakan oleh Tse dan Wilton (2003) yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya. Sehingga dapat dikatakan jika kinerja karyawan dibawah harapan, maka *stakeholder* akan merasa tidak puas. Jika kinerja sama dengan harapan, maka *stakeholder* akan merasa puas, dan jika kinerja melampaui

harapan, *stakeholder* akan sangat puas atau bahagia. *Stakeholder* yang merasa puas, akan selalu lebih memperhatikan karyawannya dengan memberikan bonus, hadiah atau promosi jabatan ke yang lebih tinggi. (Suhartini, Awaluddin, & S, 2015).

Tinjauan umum daya serap merupakan kemampuan suatu lembaga/instansi untuk menampung tenaga kerja atau karyawan untuk dipekerjakan sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki, berdasarkan kualifikasi dan tingkat pendidikan, sedangkan alumni adalah lulusan sekolah atau perguruan tinggi baik swasta maupun negeri. Berdasarkan pemahaman istilah tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya serap alumni merupakan kemampuan suatu lembaga/instansi untuk menampung lulusan sekolah atau perguruan tinggi baik swasta maupun negeri, sebagai tenaga kerja atau karyawan untuk dipekerjakan sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki, berdasarkan kualifikasi dan tingkat pendidikan (Suhartini et al., 2015).

Seluruh kegiatan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan kepada konsumen mengenai kepuasan yang akan dirasakan. Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor konsumen. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para konsumen sangatlah perlu. Banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas jasa. (Kurnia & Iskandar, n.d.)

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, pengertian kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap evaluasi pengalaman mengkonsumsi produk, toko, atau jasa.

Perguruan tinggi merupakan institusi akademik yang memiliki tanggung jawab menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran setelah tingkat pendidikan menengah, dengan fokus pada pendidikan dan pengajaran yang didasarkan pada kebudayaan, kebangsaan Indonesia, dan menggunakan pendekatan ilmiah.

Dalam perguruan tinggi Institut Agama Islam Sahid terdapat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dimana lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah melahirkan alumni-alumni yang berkompeten. Lulusan selalu berusaha mengembangkan ilmu kewirausahaan agar tercipta ekonomi masyarakat yang baik. Perguruan Tinggi merupakan unit pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tingkat lanjutan dan dapat berupa akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas. Perguruan Tinggi memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan pendidikan, melakukan penelitian, serta memberikan kontribusi kepada masyarakat. Perguruan Tinggi dapat menawarkan berbagai program studi dalam bidang akademik, profesi, maupun vokasi. Penggunaan gelar akademik, profesi, atau vokasi hanya terbatas pada individu yang telah lulus dari perguruan tinggi yang berwenang untuk memberikan gelar-gelar tersebut. Perguruan Tinggi ialah tahap akhir opsional pada pendidikan formal.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam (INAI) Bogor menawarkan program studi Manajemen Bisnis Syari'ah yang mengarahkan mahasiswa untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Lulusan program ini diharapkan dapat memainkan peran penting dalam berbagai bidang, termasuk dunia usaha, dunia kerja, dan industri. Mereka dapat menjadi praktisi bisnis, manajer, peneliti di bidang

manajemen bisnis syari'ah, serta menjadi konsultan bagi para praktisi bisnis.

Pendekatan pembelajaran yang diterapkan dalam program studi Manajemen Bisnis Syari'ah (MBS) memberikan pengalaman produktif kepada mahasiswa. Mereka terlibat langsung dalam kegiatan lapangan dan praktik bisnis, seperti merancang rencana bisnis dan mengimplementasikan hasil perencanaan tersebut. Selain itu, mahasiswa diberi kesempatan untuk belajar dari pelaku usaha di berbagai sektor yang menjalin kerjasama dengan kampus. Pembelajaran MBS didukung oleh dosen-dosen yang kompeten dalam bidang ekonomi serta memiliki pengalaman sebagai praktisi bisnis. Ketersediaan sarana dan prasarana kampus juga turut mendukung proses pembelajaran ekonomi dan bisnis, sehingga mencapai tujuan akademik secara optimal. Materi yang diajarkan dalam program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tidak hanya terbatas pada aspek manajemen bisnis secara umum, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai inti yang berlandaskan pada konsep Islam. MBS di INAI memiliki fokus untuk membentuk mahasiswa menjadi pelaku usaha yang berbasis Syari'ah, sesuai dengan visi INAI dalam menciptakan wirausahawan Syari'ah yang unggul.

Fakultas ekonomi dan bisnis memiliki prospek yang cerah di masa depan dengan berbagai peluang kerja yang luas dan dibutuhkan di berbagai industri. Terlebih dengan adanya perkembangan dunia digital, lapangan pekerjaan semakin terbuka. Kemunculan startup juga memberikan pilihan karir yang menarik bagi mahasiswa dalam bidang ekonomi dan bisnis. Besaran gaji yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan tanggung jawab dan dampak yang dapat diberikan oleh individu pada perusahaan tersebut.

Berikut merupakan beberapa contoh pekerjaan yang sekarang sedang banyak dicari dari kedua bidang ini:

1. Digital Marketer.
2. Product Manager.
3. Account Manager.
4. Financial Specialist.
5. Business Development.
6. Customer Relationship.
7. Manager.
8. Growth Associate.
9. Brand Marketing.
10. Business Operation.
11. Product Marketing.
12. People Development.
13. Sales in Tech.
14. Data Analyst.
15. Research.
16. Development.

Untuk menganalisis kepuasan pengguna lulusan/alumni Institut Agama Islam Sahid. Dalam hal ini dilakukan Teknik wawancara kepada Atasan/Rekan kerja dalam perusahaan guna mengetahui kepuasan pengguna lulusan Institut Agama Islam Sahid. Kemudian data yang didapatkan akan diolah dan dianalisis untuk kemudian diambil kesimpulan guna menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

III. METODE PENELITIAN.

Penelitian ini pada dasarnya merupakan kualitatif dengan teknik analisis data menggunakan Miles and Huberman yang dilalui berdasarkan tiga tahap yaitu reduksi data, *display data*, dan kesimpulan.

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.

Miles dan Huberman (1984) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/ Verification* (Sugiyono, 2016).

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dalam hal ini Miles dan Huberman (1984) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Dalam mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan

bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap-tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersipat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Simpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Dalam proses peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah. Disebut juga sebagai metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. Penelitian dilakukan pada obyek alamiah. Obyek yang alamiah adalah obyek yang berkembang apa adanya tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada obyek

tersebut. Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna.

Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian di konstruksikan menjadi hipotesis atau teori. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai di balik data yang tampak..

Sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data dapat diperoleh apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti baik pertanyaan tertulis maupun lisan.

Data Primer dan data sekunder juga merupakan sumber-sumber data informasi yang dikumpulkan untuk menjadi dasar kesimpulan dari sebuah penelitian. Meskipun pada hakekatnya pengertian keduanya sama-sama merupakan sumber data namun berbeda cara memperolehnya. Untuk itu metode pengumpulan data harus sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan Apakah menggunakan data primer atau sekunder.

Menurut Sugiyono (2017;193) yang dimaksud data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa

wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengajuan (benda). Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara menjawab pertanyaan riset (metode survei) atau penelitian benda (metode observasi).

Kelebihan dari data primer adalah data lebih mencerminkan kebenaran berdasarkan dengan apa yang dilihat dan didengar langsung oleh peneliti sehingga unsur-unsur kebohongan dari sumber yang fenomenal dapat dihindari. Sedangkan kekurangan dari data primer adalah membutuhkan waktu yang relatif lama serta biaya yang dikeluarkan relatif cukup besar.

Sedangkan yang dimaksud data sekunder menurut Sugiyono (2017:193) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Artinya sumber data penelitian diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dengan kata lain, peneliti membutuhkan pengumpulan data dengan cara berkunjung ke Perpustakaan Pusat Kajian, pusat arsip atau membaca banyak buku yang berhubungan dengan penelitiannya. Kelebihan dari data sekunder adalah waktu dan biaya yang dibutuhkan untuk penelitian untuk mengklasifikasi permasalahan dan mengevaluasi data, relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pengumpulan data primer titik sedangkan kekurangan dari data sekunder adalah jika terjadi Sumber data kesalahan, kadaluarsa atau sudah tidak relevan dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Menurut Sugiyono (2009:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam

penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, diantaranya:

1. Observasi.

Menurut Riyanto (2010:96) observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi atau pengamatan tentang kepuasan pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

2. Wawancara.

Menurut Sugiyono (2009:72) wawancara merupakan Pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara melalui tanya jawab antara peneliti dengan pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *indepth interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara di minta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti apa yang disampaikan serta mencatat apa yang dikemukakan oleh responden.

Secara garis besar ada dua macam pedoman wawancara, pedoman wawancara tidak terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang hanya memuat garis besar yang akan dinyatakan, bahkan hasil wawancara dengan jenis pedoman ini lebih banyak tergantung pewawancara lah yang sebagai pengemudi jawaban responden. Jenis wawancara ini cocok untuk penelitian kasus.

Pedoman wawancara terstruktur, yaitu pedoman wawancara yang disusun secara terperinci sehingga menyerupai *check-list*. Pewawancara tinggal memberi tanda v (*check*) pada nomor yang sesuai. Dalam penelitian ini penulis melakukan suatu proses wawancara dengan pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Hal ini juga dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan sebagai landasan perbandingan antara teori dengan prakteknya di lapangan. Data sekunder melalui metode ini diperoleh dengan browsing di internet, membaca berbagai literatur, hasil kajian dari peneliti terdahulu, catatan perkuliahan, serta sumber-sumber lain yang berhubungan dengan pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

Dalam output dalam penelitian adanya kesimpulan dan saran yang dihasilkan dalam penelitian ini, untuk hasil yang didapatkan bahwa kepuasan pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor merupakan fokus perhatian semua lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam karena lebih banyak menilai sangat

baik artinya kepuasan pengguna lulusan sangat puas terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.

Menurut Goetsch dan Davis (dalam Tjiptono, 2005), kualitas didefinisikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya alam manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas dapat juga didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler, 2007). Lovelock (dalam Laksana, 2008) mendefinisikan kualitas sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Jadi kualitas lulusan dalam hal ini adalah kualitas kinerja lulusan sebagai tingkatan mutu yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Ira Setyaningsih dan Muchammad Abrori, 2013).

Penelitian mengenai keputusan untuk melanjutkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor. Sampel pada penelitian ini adalah 40 orang sebagai responden.

Terdapat beberapa responden yang dimasukan dalam penelitian yaitu Jenis Kelamin, Tempat Bekerja, Posisi Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor, Tahun Mulai Bekerja dan Status Pekerjaan.

Tabel IV.1. Tabel Data Responden Berdasarkan Tahun Lulusan

Tahun	Jumlah	Persentase %
2015	7	17
2016	2	5
2017	4	10
2018	7	17
2019	4	10
2020	5	13
2021	11	28
Total	40	100

Tabel IV.2.
 Tabel Posisi Pekerjaan Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor

No.	Posisi Pengguna Pekerjaan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Periode 2015-2021	Frekuensi
1.	Staff	9
2.	Admin	13
3.	Manager	2
4.	Marketing	2
5.	Supervisor	2
6.	Waiter	2
7.	Projek Kontrol	1
8.	Sales	5
9.	Tenaga Fasilitator	1
10.	Tenaga Pendidik/Guru	3
	Total	40

Tabel IV.3. Tabel Kepuasan Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor

No.	Hasil Kepuasan Pengguna Lulusan	Jumlah
1.	Sangat Baik	20
2.	Baik	17
3.	Cukup	2
4.	Kurang	1

Pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor lebih banyak menilai sangat baik artinya kepuasan pengguna lulusan sangat puas terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

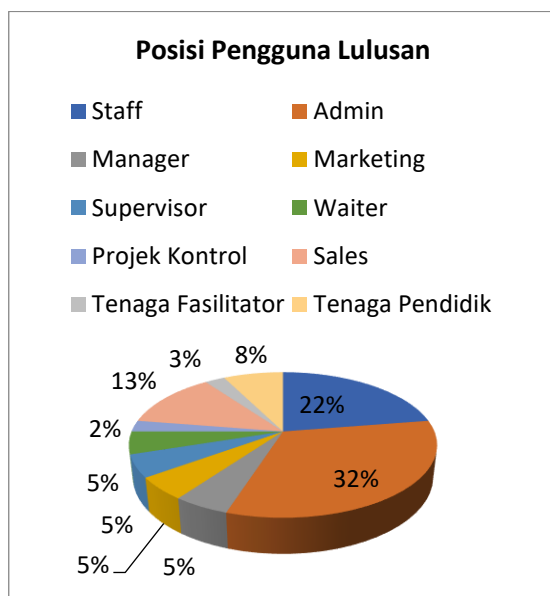
Hasil Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor yang berjumlah responden 40 orang yaitu kategori sangat baik berjumlah 20 atau 50%, baik berjumlah 17 atau 42%, cukup berjumlah 2 atau 5% dan kurang berjumlah 1 atau 3% artinya hasil kepuasan penggunaan lulusan fakultas ekonomi dan bisnis islam di dominasi sangat baik.

Gambaran tingkat kepuasan dari pengguna lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor tidak terlepas dari karakteristik responden. Karakteristik responden yang diikut sertakan dalam penelitian ini adalah Jenis Kelamin, Posisi Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor, Tahun Mulai Bekerja dan Status Pekerjaan.



Gambar IV.1.

Secara keseluruhan deskripsi dari karakteristik responden pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor dapat dilihat dari berjenis kelamin dari laki-laki sebesar 25 orang atau 62% sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebesar 15 orang atau 38%.

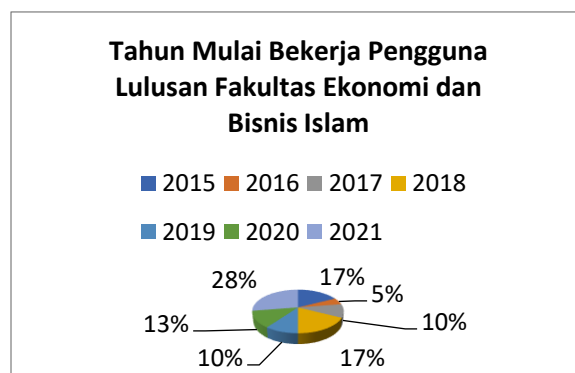


Gambar IV.2.

Gambaran karakteristik sudah sesuai sampel yang direncanakan dari aspek Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama

Islam Sahid Bogor. Masih banyak alumni yang memiliki pekerjaan yang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang didapatkan. Yang dimaksud dengan relevan disini adalah alumni yang bekerja sebagai staff, admin, manager, marketing, supervisor, waiter, projek kontrol, sales, tenaga fasilitator, tenaga pendidik.

Posisi pengguna lulusan di antaranya ada staff 9 orang atau 22%, admin 13 orang atau 32%, manager 2 oraang atau 5%, marketing 2 orang atau 5%, supervisor 2 orag atau 55, waiter 2 orang atau 5%, projek kontrol 1 orang atau 2%, sales 5 orang 13%, tenaga fasilitator 1 orang atau 3% dan tenaga pendidik 23 orang atau 8%



Gambar IV.3.

Para Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor tahun mulai bekerja sesuai dengan lulusannya alumni bekerja, tingkat kepuasan lulusan Alumni Institut Agama Islam Sahid Bogor sangat baik. Tahun mulai bekerja Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor terdiri dari angkatan 2015-2021 dan angkatan 2015 7 orang atau 17%, angkatan 2016 2 orang atau 5%, angkatan 2017 4 orang atau 10%, angkatan 2018 7 orang atau 17%, angkatan 2019 4 orang atau 10%,

angkatan 2020 5 orang atau 13%,
angkatan 2021 11 orang atau 28%

V. SIMPULAN.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian yang berjudul “Analisis Persepsi Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor” maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sahid Bogor terdapat beberapa yang dimasukkan dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, tempat bekerja, posisi pengguna lulusan, fakultas ekonomi dan bisnis islam sahid, tahun mulai bekerja dan status pekerjaan. Data responden berdasarkan tahun lulusan 2015 berjumlah 7 orang dengan persentase 17%, 2016 berjumlah 2 orang dengan persentase 5%, 2017 berjumlah 4 orang dengan persentase 10%, 2018 berjumlah 7 orang dengan persentase 17%, 2019 berjumlah 4 orang dengan persentase 10%, 2020 berjumlah 5 orang dengan persentase 13%, 2021 berjumlah 11 orang dengan persentase 28%. Jumlah keseluruhan responden berjumlah 40 orang dengan persentase 100%.

Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor terdiri dari 7 periode. Dari periode 2015-2021, adapun profil pengguna lulusan menunjukkan kualitas dari latar belakang pendidikannya dan relevan pendidikan dengan pekerjaan alumni yang masih banyak alumni yang memiliki pekerjaan yang sesuai latar belakang pendidikan yang didapatkan.

Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor merupakan fokus perhatian semua alumni Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam karena lebih banyak menilai sangat baik artinya kepuasan pengguna lulusan sangat puas terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Analisis Kepuasan Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor terdiri dari karakteristik responden yang diikuti sertakan dalam penelitian ini termasuk jenis kelamin laki-laki 25 orang dan perempuan 15 orang. Pengguna lulusan masih banyak yang memiliki pekerjaan sesuai dengan latar belakang pendidikan yang didapatkan.

Berdasarkan kesimpulan di atas dalam penelitian ini, maka penulis menyarankan untuk Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam harus bekerja sesuai dengan latar belakangnya.

Pengguna Lulusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor harus mampu bekerja keras, cerdas sesuai bidangnya di perusahaan masing-masing dan harus mampu menjaga integritas di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA.

- Arifin, J., & Arifin, J. (n.d.). *Tracer Study Alumni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Walisongo Semarang*. VI, 91–130.
- H. Musahadi, M. A. (2014). *Survey Kepuasan Mahasiswa*.
- Hanum, Z. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Lulusan Terhadap Lulusan Pendidikan Vokasi (Studi Kasus Lulusan Politeknik Lp3I Medan). *Jurnal Ilmu Keuangan Dan Perbankan (JIKA)*, 9(1), 27–39.
<https://doi.org/10.34010/jika.v9i1.23>

- 29
- Hanum, Z., Sunggal, B., Medan, K., Utara, P. S., Date, R., Date, R., & Date, A. (2020). *Terhadap Lulusan Pendidikan Vokasi (Studi Kasus Lulusan Politeknik LP3I Medan)*. 9(1), 26–39.
- Ira Setyaningsih dan Muchammad Abrori. (2013). Analisis Kualitas Lulusan Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna Lulusan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri (JITI)*, 12(01), 73–82.
- Kisworo, B., Utsman, U., Ilyas, I., & Yudi, S. (2018). Kepuasan Mahasiswa dan Pengguna Lulusan Program Studi Pendidikan Luar Sekolah Universitas Negeri Semarang. *Journal Of Nonformal Education and Community Empowerment*, 2(2), 150–156. Retrieved from https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kepuasan+Mahasiswa+dan+Pengguna+Lulusan+Program+Studi+Pendidikan+Luar+Sekolah+Universitas+Negeri+Semarang&btnG
- Kurnia, R., & Iskandar, D. (n.d.). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pln Rayon Baaleendah the Impact of Quality Service on Customer Satisfaction At Pt . Pln (Persero) Rayon Baleendah , Majalaya - Bandung*.
- Kurniawan, R. A. (2014). Analisis Kepuasan Instansi Pengguna Lulusan Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi FITK IAIN Mataram. *Society*, 5(2). Retrieved from <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/society/article/download/1456/736>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartini, E., Awaluddin, M., & S, M. I. A. (2015). Analisis Kesesuaian Kompetensi Alumni UIN Alauddin Terhadap Kepuasan Stakeholder. *Minds*, 27–58.
- Zahra, S. (2012). Persepsi terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 122–129. <https://doi.org/10.30996/persona.v1i2.37>