

KIPRAH LULUSAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM PADA DUNIA KERJA DI KALIMANTAN TIMUR

Muhammad Iwan Abdi
Ananiah, M.
STAIN Samarinda

Abstract

This research was to measure the level of satisfaction users of Management Education Islam alumnus at public and privat sectors. Furthermore, the research is to mapping the types of professions and distribution of alumnus in East Kalimantan. The aims of this research are to know key position and to measure level of satisfaction of the carrier institutions that use alumnus of Management Education Islam at East Kalimantan. This research is qualitative descriptive with study case approach. Writer used observation, questionnaire and documentation to collect data. Analysis of data using percentage formula and mean test. The conclusions are: (1) Alumnus of Management Education Islam has key position at carrier world with professions: Administration Staff at College, Bank Teller, Customer Service at Bank, Administration at Finance and at Telkomsel, Imam KUA, and Board on Religius Organizations; (2) Distribution of alumnus: Samarinda, Balikpapan, Nunukan, Tarakan, Bulungan and Paser; (3) 59% alumnus has key position appropriate with their academic background and 41% not appropriate; and (4) Level of measurement of the user of the alumnus at 2,318. It is at range 1,668-2,334 that means satisfy. So we can say that alumnus of Management Education Islam in order to do their job is good enough.

Key Words: job, Islamic educational management, alumni

A. Pendahuluan

Program studi Kependidikan Islam berdiri sejak tahun 1996. Sejak itu hingga sekarang, prodi ini terus melakukan rekrutmen mahasiswa baru hingga mendapatkan izin operasional tahun 2002. Untuk penerimaan tahun akademik 2007/2008, terdapat 18 mahasiswa yang mendaftar pada prodi KI, sedangkan tahun akademik 2008/2009, jumlah mahasiswa yang terdaftar sebanyak 23 mahasiswa. Data tersebut menunjukkan bahwa minat untuk memilih Program Studi ini semakin meningkat. Melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2010 yang merupakan perubahan atas Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan

Penyelenggaraan Pendidikan, maka nomenklatur Prodi Kependidikan Islam (KI) berubah menjadi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Secara substansial tidak ada perbedaan orientasi lulusan, yaitu output yang diinginkan dari program studi ini adalah mencetak tenaga profesional: Guru MI/SD, MTs/SLTP dan MA/SMU, Administrasi sekolah, Pemikir dan Pengamat Pendidikan, Penyuluh / Konselor Agama Islam.¹

Dalam sejarahnya, perjalanan Prodi MPI dalam menjalankan program yang sesuai dengan harapan masyarakat dan *stakeholders*² tidak sepenuhnya berjalan dengan lancar, karena masih ada beberapa faktor penghambatnya, seperti pengistilahan Prodi MPI yang tidak familiar dan kurang populer. Banyak masyarakat yang belum memahami maksud dan kompetensi Prodi ini, sehingga tidak banyak peminatnya. Hal itu juga disebabkan karena kurangnya sosialisasi profil, visi, dan misi Prodi kepada calon mahasiswa dan calon pengguna lulusan. Disamping itu belum terjalannya kerjasama dengan pihak luar yang relevan dengan Prodi MPI ini secara optimal, seperti kerjasama dengan lembaga pendidikan instansi terkait dan dengan lembaga pendidikan ketrampilan (LPK) serta Kementerian Agama dll. sehingga banyak peluang yang belum dapat dimanfaatkan oleh Prodi ini. Kelemahan Prodi MPI juga dapat dilihat dari kurangnya pelacakan alumni (*tracer study*), sehingga banyak alumni yang belum terkordinir oleh Prodi dan belum dapat dilibatkan dalam membesarkan Prodi.

Kalau memetakan peluang yang ada untuk pengembangan Prodi adalah (1) banyaknya lembaga-lembaga sosial dan hukum, baik pemerintah maupun swasta yang dapat dijalin kerjasama dengan Prodi ini untuk pengembangan ke depan yang selama ini belum digarap dengan baik (2) lapangan pekerjaan bagi lulusan yang sangat banyak, yakni guru agama, trainer dan konsultan pendidikan Islam, dll.³

Prodi belum memanfaatkan jaringan yang dimiliki, terutama yang lebih difokuskan pada peningkatan kualitas lulusan atau pengembangan Prodi. Demikian juga Prodi belum mengembangkan sayap jaringan dan kerjasama ke pihak-pihak luar yang relevan dengan pengembangan dan peningkatan kualitas Prodi. Di sinilah menurut penulis, perlunya pihak lembaga untuk membangun jaringan kerjasama (*stake-holders*). Hingga saat ini, para alumni telah tersebar

¹ Tim Penyusun, *Dokumen RENSTRA Prodi Kependidikan Islam*.

²Yang dimaksud dengan *stake-holder* adalah orang-orang atau pihak-pihak yang merasa berkepentingan dengan pendidikan. Atas dasar konsep tersebut maka yang termasuk ke dalam "stake-holder" pendidikan di daerah adalah orang tua murid, keluarga, guru, pimpinan sekolah, masyarakat, dunia kerja, organisasi politik, lembaga swadaya masyarakat, dan pemerintah daerah. Walaupun masing-masing unsur tersebut memiliki perbedaan dalam peran dan tanggung jawabnya, kesemua itu terikat oleh aspirasi hasil pendidikan yang diharapkan, yakni individu yang "*smart and good*" atau "cerdas dan baik" (Republik Indonesia:1945;1989; Brameld:1965; Likona: 1991), dalam arti cerdas rasional, emosional, dan spiritual; demokratis, taat hukum, religius, dan beradab (Winataputra:2001). Lihat <http://202.159.18.43/jp/31winataputra.htm>

³ Tim Penyusun, Program Kerja (PROKER) Program Studi Kependidikan Islam Tahun 2011-2015.

di beberapa daerah khususnya wilayah Kalimantan Timur dengan beragam profesi, beberapa di antaranya menjadi tenaga administrasi sekolah, tenaga wiraswasta, menjadi guru, dan beberapa profesi lainnya. *Stake-holders* akan merasa puas dengan kinerja yang dilakukan oleh para alumni MPI, ketika alumni tersebut telah dibekali dengan keilmuan dan akhlakul karimah yang menunjang kinerjanya.

Oleh karena itu, mutu lulusan (*out put*) harus terus ditingkatkan.⁴ Hal ini akan menjadi penilaian publik, khususnya bagi instansi pengguna jasa. Eksistensi lulusan ini menjadi representasi dari mutu pendidikan yang dipasarkan di dunia pendidikan perguruan tinggi.⁵ Menurut hemat penulis, selama ini sebaran alumni yang sudah berkiprah di berbagai bidang kerja belum terinventarisir dan belum terekam dengan baik prestasi kerjanya. Hal inilah yang menjadi kegelisahan akademik penulis bahwa selama ini tingkat kepuasan pengguna jasa belum terukur. Melalui penelitian ini, diharapkan lembaga STAIN Samarinda dapat memperoleh gambaran tentang kiprah alumni MPI dalam dunia kerja di Kalimantan Timur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengetahui kiprah serta tingkat kepuasan lembaga/intansi penggunaan lulusan Prodi MPI pada dunia kerja di Kaltim. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field work Research*)⁶ yang mengambil lokasi penelitian di wilayah Kalimantan Timur. Penelitian ini mencoba menggali tentang kiprah para alumni Prodi MPI pada dunia kerja dengan melihat eksistensinya serta mengukur tingkat kepuasan pelanggan pengguna jasa. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh alumni Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) dari alumni angkatan pertama hingga sekarang. Dalam melacak keberadaan para responden, penulis menggunakan teknik snow ball sampling, dengan mencari satu atau beberapa responden kunci untuk memulai penggalan data. Dalam mengolah data, penulis menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu: observasi, angket, dan dokumentasi. Selanjutnya hasil angket diolah dengan menggunakan rumus persentasi dan uji mean.

B. Kerangka Teori Penelitian

1. Kualitas dan Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kualitas

Dari berbagai literatur manajemen pelayanan dapat dicermati, sepertinya konsep kualitas dan kepuasan pelanggan berada pada satu dimensi dalam garis lurus. Sesuatu yang berkualitas akan memberikan kepuasan. Demikian pula halnya dalam konteks pelayanan publik. Jika suatu pelayanan berkualitas sudah dipastikan akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggannya. Benarkah demikian adanya? Dalam pembahasan ini

⁴ Nurdin. Peningkatan Sumber Daya Manusia melalui Pendidikan Islam. *Dinamika Ilmu*, Vol. 11 No. 1, 2011

⁵ Muhamad Eka Mahmud. Motif Penyelenggaraan Pendidikan Islam dan Implikasinya pada Pola Manajemen dan Kepemimpinan. *Dinamika Ilmu*, Vol 12 No 2, 2012

⁶ Soedjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Yogyakarta : UII Press, tt.), hal. 50.

penulis akan mencoba membedakan antara konsep kualitas dengan konsep kepuasan. Meskipun konsep pemikirannya tetap mengakui antara kualitas dan kepuasan masih berada satu dimensi garis lurus, namun dia berada pada bandul yang berbeda. Dengan konsep pemikiran yang demikian ini, akan menjawab pertanyaan benarkan pelayanan berkualitas, akan pasti memuaskan pelanggan.

Untuk memahami persoalan ini marilah kita lihat makna yang terkandung dalam kualitas, dari definisi kualitas yang diberikan oleh para cendekiawan seperti tersebut di bawah ini.

Wayhof dalam Lavelock mendefinisikan; *“quality is the degree of excellent intended, and control of variability in achieving that excellence, in meeting the customer’s requirements.”*⁷ Barry dalam Lavelock memberikan gambaran tentang kualitas dengan statement ; *Consumer perception of service quality result from comparing expectation prior to receive the service and actual experience with service.*

Elthaitammy sebagaimana dikutip oleh Tjiptono menyatakan *service excellence* atau pelayanan yang unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.⁸

Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa konsep kualitas mengandung makna adanya suatu keunggulan terhadap produk (barang dan jasa) yang dihasilkan oleh produsen dalam rangka memenuhi harapan pelanggan. Sehubungan dengan pelayanan, keunggulan tersebut adalah pelayanan yang dapat memberikan rasa kepuasan kepada yang dilayani. Keunggulan-keunggulan tersebut perlu terus dievaluasi dan ditingkatkan agar harapan pelanggan yang bersifat dinamis itu terus dapat terpenuhi. Pelanggan dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan, akan dipersepsikan berdasarkan perbandingan pengalaman yang pernah dirasakan dengan apa yang sedang mereka terima sebagai pelayanan pada saat itu. Kualitas pelayanan merupakan “suatu nilai” yang melebihi harapan pelanggan, dari pengalaman serupa yang pernah mereka rasakan sebelumnya. Dalam konsep di atas mengandung makna bahwa kualitas tersebut akan berdampak pada kepuasan. Bila kualitas terwujud maka kepuasan pelanggan akan tercapai.

b. Pengertian Kepuasan

Selanjutnya marilah kita lihat konsep kepuasan pelanggan dari beberapa pandangan cendekiawan, yang menyebutkan batasan kepuasan sebagai berikut:

Davis dan Newstrom menyatakan kepuasan adalah; “Seperangkat perasaan tentang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Kepuasan

⁷ Lavelock, Cristopler, *Managing Service: Marketing, Operation and Human Resources*, (London: Prantice Hall Inc, 1988).

⁸ Lavelock, Cristopler, *Managing Service....*

menunjukkan kesesuaian antara harapan seseorang yang timbul dan hasil yang diterima.”⁹

Supranto menyebutkan “tingkat kepuasan sangat tergantung pada mutu produk. Mutu ditentukan oleh kenyataan, apakah barang/jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengukuran mutu dalam perusahaan jasa mungkin lebih baik diukur dengan menggunakan persepsi pelanggan tentang jasa yang diterima (memuaskan atau mengecewakan)”.

Sariatmodjo, dkk menyatakan : “dalam konteks pelayanan, kepuasan pelanggan adalah hasil yang dicapai pada saat keistimewaan produk merespon kebutuhan pelanggan. Keistimewaan produk adalah sifat yang dimiliki oleh suatu produk yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari pelanggan sehingga bisa memberi kepuasan kepada pelanggan”.¹⁰

Dari ketiga pemikiran cendekiawan di atas, dapat dipahami bahwa yang dimaksudkan dengan kepuasan pelanggan adalah persepsi menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dinyatakan oleh pelanggan terhadap kualitas produk yang mereka terima. Sampai pada uraian ini sedikit sudah mulai tampak letak bandul perbedaan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan Perspektif TQM

Definisi yang lebih simple dikemukakan oleh Sallis bahwa *TQM* adalah menciptakan budaya mutu dimana tujuan setiap anggota ingin menyenangkan pelanggannya, dan dimana struktur organisasinya mengizinkan untuk mereka berbuat seperti itu.¹¹ Sementara Dale mendefinisikan *TQM* adalah kerja sama yang saling menguntungkan dari semua orang dalam organisasi dan dikaitkan dengan proses bisnis untuk menghasilkan nilai produk dan pelayanan yang melampaui kebutuhan dan harapan konsumen.¹² Jika digambarkan secara detail dengan merujuk pada pengertian di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Total: *TQM* merupakan strategi organisasional menyeluruh yang melibatkan semua jenjang dan jajaran manajemen dan karyawan, bukan hanya pengguna akhir dan pembeli eksternal saja, tetapi juga pelanggan internal, pemasok, bahkan personalia pendukung.
- b. Kualitas: *TQM* lebih menekankan pelayanan kualitas, bukan sekedar produk bebas cacat. Kualitas didefinisikan oleh pelanggan, ekspektasi pelanggan bersifat individual, tergantung pada latar belakang sosial ekonomis dan karakteristik demografis.

⁹ Davis, Keith dan John W Newstrom, 1996, *Perilaku Dalam Organisasi*, (alih bahasa oleh Agus Dharma), Jilid 1, Cetakan Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.

¹⁰ Sariatmodjo, H. Soewando, Sudarsono Soedadi, H.M. Arif Mulyadi, dkk., 1999, *Pelayanan Prima* (Bahan Diklat Administrasi Umum), Pendidikan Latihan Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur.

¹¹ Husaini Usman, *Manajemen, Teori Praktik & Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008, Edisi II), hal. 530.

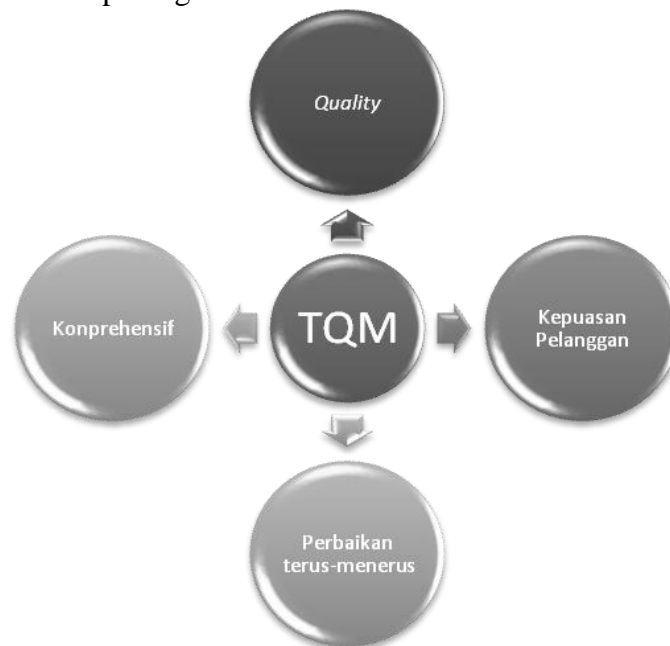
¹² B.G. Dale, *Managing Quality*, (New York: Printice Hall, 1993), hal. 26.

- c. Manajemen: *TQM* merupakan pendekatan manajemen, bukan pendekatan teknis pengendalian kualitas yang sempit.

Berdasarkan beberapa pengertian *TQM* di atas, paling tidak terdapat empat konsep dalam *TQM*, antara lain:

- a. *Quality*
- b. kepuasan pelanggan
- c. perbaikan terus menerus
- d. menyeluruh di semua komponen organisasi

Berikut dalam tampilan grafik:



Skema 1. Konsep TQM

a. *Quality*

Sesungguhnya konsep “*quality*” merupakan konsep yang sangat “*slippery*”, artinya mempunyai makna yang berbeda bagi tiap orang. *Quality* merupakan konsep yang dinamik. Ada dua macam konsep “*quality*”. Pertama “*quality*” sebagai konsep yang absolut dan kedua “*quality*” sebagai konsep yang relatif.¹³ Yang biasa kita pakai dalam percakapan sehari-hari pada dasarnya adalah konsep “*quality*” yang absolute. Misalnya mengatakan sesuatu sebagai hal yang mahal. Luks, baik, bagus, indah, benar, bernilai atau berharga, bergensi unik dan sebagainya. Hampir semua orang memuja kualitas, banyak orang menginginkannya, jarang orang mendapatkannya dan

¹³Marvin W Peterson, *Organization and Governance in Higher Education*, (Massachusetts: Ginn Press, 1991).

sebagainya. “*Quality*” sebagai konsep relatif maksudnya bahwa kualitas itu tidak merupakan atribut atau karakteristik suatu produk atau layanan (*service*), tetapi suatu yang dirujuk. Misalnya kualitas dikatakan tercapai apabila suatu produk atau layanan memenuhi spesifikasi tertentu yang telah ditentukan terlebih dahulu. Kualitas dalam konsep relatif ini tidak harus mahal, tidak harus selalu eksklusif dan tidak harus luks bahkan mungkin belum menjadi tujuan akhir. Yang penting adalah “*fit for the purpose*”.

Uraian di atas menunjukkan ada perbedaan konsep tentang kualitas dalam konsep absolute dan kualitas dalam konsep relatif. Ada yang menarik tentang kualitas sebagai konsep relatif, pertama kualitas diukur dari spesifikasi yang telah ditentukan terlebih dahulu. Spesifikasi atau estándar ini ditentukan oleh lembaga, organisasi atau perusahaan. Ini disebut juga “*quality in facts*”, kedua, kualitas diukur dari terpenuhi atau tidaknya selera atau persyaratan yang diminta pelanggan (*customers*) yang selalu berubah. Oleh karena sebenarnya siapa yang menjadi rujukan kualitas, penghasil atau pemakai? Rujukan kedua pihak ini tidak selalu sama. Akan tetapi dalam konsep *TQM*, customer-lah yang menentukan. “*quality is which best satisfies and exceeds customer needs and wants*”. Ini disebut juga sebagai “*quality in perception*”. Yang perlu diingat ialah bahwa “*customers*” akan selalu rela dan bersedia membayar lebih mahal atas kualitas yang lebih baik, tanpa memandang apa produk dan layanan tersebut. IBM mendefinisikan bahwa “*Quality equals customer satisfaction*”. Alex Trotman, Vice President of the Ford Motor Company, mengatakan: “*We know these days----these tough times, that we have to satisfy our customers completely. Quality makes difference, success and failure*”.¹⁴

b. Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Isu utama yang mendasari *TQM* ialah bahwa “*customer*” beserta kesukaan-kesukaannya harus menjadi perhatian pertama, dan ini menuntut komitmen yang sangat tinggi dari semua pihak dalam organisasi. Dan seperti yang dikuliahkan Deming dan Juran di Jepang pada tahun 1950 bahwa yang sesungguhnya diinginkan oleh “*customers*” adalah kualitas (*quality*), sebagaimana yang dijelaskan di atas.

Dengan demikian jelas sekali bahwa dalam *TQM* pelanggan menjadi perhatian utama, baik dalam organisasi yang menghasilkan produk maupun yang menghasilkan layanan. Pelanggan adalah orang-orang yang memanfaatkan produk yang dihasil, yakni terbagi dua ada pelanggan internal dan ada juga pelanggan eksternal.

Kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam segala aspek, termasuk harga, keamanan dan ketepatan waktu. Oleh karena itu, aktivitasnya harus dikoordinasikan untuk memuaskan para pelanggan,

¹⁴ Edwar Sallis, *Total Quality Management in Education*, (London: Kogan Page Educational Managing Series, 1997).

kualitas yang dihasilkan suatu perusahaan sama dengan nilai yang diberikan dalam rangka peningkatan kualitas hidup pelanggan, semakin tinggi nilai yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

c. Perbaikan Terus Menerus

Perbaikan yang terus menerus juga menjadi salah satu prinsip dalam *TQM*, artinya sebuah proses sistematis dalam melaksanakan perbaikan berkesinambungan. Konsep yang berlaku adalah siklus *planning, doing, checking* dan *actuating* (*PDCA*), yakni perencanaan, melaksanakan rencana, memeriksa hasil pelaksanaan rencana dan melakukan tindakan korektif terhadap hasil yang diperoleh.¹⁵

d. Menyeluruh di semua komponen organisasi

Melibatkan semua komponen dalam pelaksanaan *TQM* merupakan hal yang penting. Di dalamnya terdapat manfaat dan keuntungan bagi organisasi, manfaat tersebut antara lain:

- 1) Dapat menghasilkan keputusan yang baik dan perbaikan yang lebih efektif karena mencakup pandangan dan pemikiran dari pihak yang langsung berhubungan dengan situasi kerja.
- 2) Meningkatkan “rasa memiliki” dan tanggung jawab atas keputusan dengan melibatkan orang yang harus melaksanakan.¹⁶

Menurut penulis, keputusan yang baik dapat memberikan gambaran tentang kesalahan-kesalahan pada masa lalu yang dapat dijadikan sebagai dasar perbaikan ke depan, sehingga target dan cita-cita yang telah ditetapkan bersama dapat dicapai. Selain itu rama memiliki dan juga mencintai bidang kerja yang diemban harus ditumbuhkan. Rasa memiliki tentu akan memberikan nuansa kerja yang lebih rileks dan lebih bertanggungjawab yang tentunya akan berimplikasi pada kualitas kerja yang semakin meningkat dan kepuasan pada pelanggan.

Prinsip-prinsip *TQM* adalah filosofi yang menekankan pada tiga prinsip; Kepuasan konsumen, keterlibatan karyawan dan perbaikan berkelanjutan atas kualitas. *TQM* juga melibatkan benchmarking, desain produk barang dan jasa, desain proses, pembelian, hal-hal yang berkaitan dengan pemecahan masalah (*problem solving*).

Ahli mutu W. Edward Deming sebagaimana dikutip Sallis menggunakan 14 langkah untuk menerapkan perbaikan mutu yang dikenal dengan ‘*Deming’s Fourteen Points*’. Empat belas poin yang dimaksud antara lain:

- 1) Ciptakan sebuah usaha peningkatan *produksi dan jasa*.
- 2) Adopsi *falsafah baru*.
- 3) Hindari ketergantungan pada *inspeksi massa* untuk mencapai mutu.

¹⁵Husaini Utsman, *Manajemen....*, hal. 536.

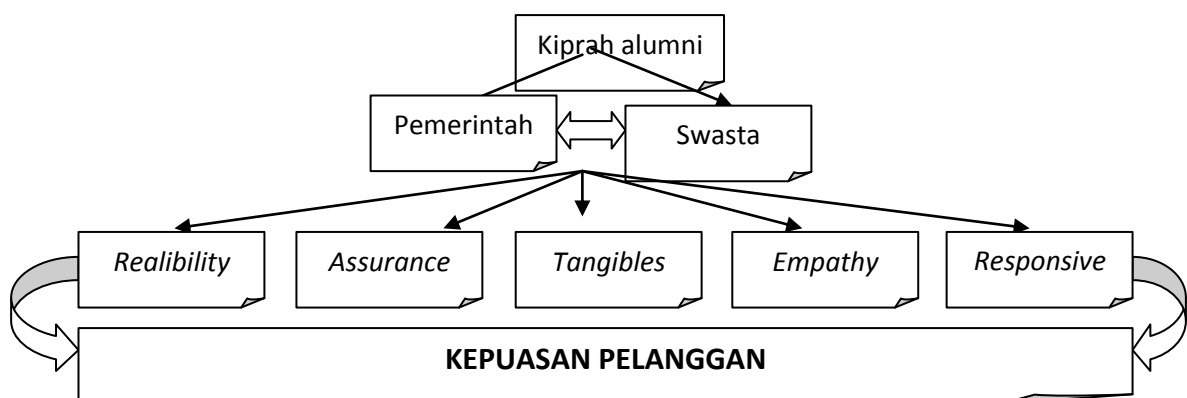
¹⁶<http://achiel-fargholie.blogspot.com/2012/03/konsep-tqm-dan-implementasinya-dalam.html>, diakses pada tanggal 28 Agustus 2013.

- 4) Akhiri praktek menghargai bisnis dengan *harga*.
- 5) Tingkatkan secara konstan *sistem produksi dan jasa*.
- 6) Lembagakan *pelatihan kerja*.
- 7) Lembagakan *kepemimpinan*.
- 8) Hilangkan *rasa takut*.
- 9) Uraikan *kendala-kendala antar departemen*.
- 10) Hapuskan *slogan, desakan, dan target*, serta tingkatkan *produktifitas* tanpa menambah beban kerja.
- 11) Hapuskan *standar kerja* yang menggunakan *quota numerik*.
- 12) Hilangkan kendala-kendala yang merampas *kebanggaan karyawan* atas keahliannya.
- 13) Lembagakan aneka *program pendidikan* yang meningkatkan *semangat dan peningkatan kualitas kerja*.
- 14) Tempatkan setiap orang dalam *tim kerja* agar dapat melakukan *transformasi*.¹⁷

Langkah-langkah tersebut di atas dikembangkan menjadi lima konsep program *TQM* yang efektif yaitu: perbaikan berkelanjutan, pemberdayaan karyawan, perbandingan kinerja (benchmarking), penyediaan kebutuhan tepat pada waktunya, dan pengetahuan tentang piranti *TQM*.¹⁸

3. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran penelitian yang disusun mencoba menggali teori-teori yang relevan dengan topik penelitian yang diangkat. Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengangkat teori Vincent Gosperst yang memberikan standar pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dilihat dari kualitas kinerja dari pemberi layanan pada sebuah instansi atau lembaga. Teori ini mencakup 5 hal, yaitu: *reability, assurance, tangibles, empathy, dan responsive*.



Skema 2: Kerangka Pemikiran Penelitian

¹⁷ Sallis E, *Total Quality Management in Education*, (Yogyakarta:IRCiSoD, 2008).

¹⁸ Sallis E, *Total Quality...*

Penjabaran dari dimensi kualitas pelayanan dikemukakan oleh Vincent Gosperst sebagai berikut:

- a. *Realibility*, yaitu berkaitan dengan kemampuan daripada penyedia pelayanan memberikan secara akurat tentang apa yang telah dijanjikan;
- b. *Assurance*, yaitu berkaitan dengan jaminan yang dapat menimbulkan kepercayaan pengguna pelayanan atas pelayanan yang disediakan oleh penyedia pelayanan;
- c. *Tangibles*, berkaitan dengan tampilan fisik yang ditunjukkan oleh penyedia pelayanan yang dapat memberikan kenyamanan;
- d. *Empathy*, yaitu berkaitan dengan perhatian dan kepedulian petugas pemberi pelayanan terhadap kepentingan pengguna pelayanan; dan
- e. *Responsiveness*, yaitu berberkaitan dengan sikap tanggap petugas pemberi pelayanan terhadap kesulitan dan keperluan pengguna pelayanan.¹⁹

Dimensi-dimensi pelayanan yang dikemukakan oleh Vincent ini menggambarkan sosok pegawai yang memiliki kompetensi yang benar-benar dibutuhkan dalam memberikan pelayanan. Pada dimensi *realibility* seorang pegawai (baca: lulusan MPI) dituntut memiliki kemampuan dalam memahami Tupoksi (Tugas Pokok dan Fungsi) bidang kerjanya sehingga dapat memberikan layanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Jika layanan tersebut dapat dilakukan sesuai dengan standarnya, maka akurasi pelayanan (target maksimal) dapat tercapai

Pada dimensi *assurence* lulusan MPI dalam memberikan layanan harus dapat memberikan jaminan kepuasan, misalkan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pelayanannya. Hal ini dapat didukung, misalkan dengan menggunakan prinsip layanan, “Cepat, Tepad, dan Akurat”. Ketepatan, serta kecepatan layanan menjadi standar umum dan sangat diimpikan oleh konsumen yang umumnya memiliki pola pikir praktis. Hal ini tentunya akan memberikan nilai plus bagi instansi ataupun perusahaan dan akan menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

Pada dimensi *tangibles*, lulusan Prodi MPI dalam memberikan layanan harus memperhatikan penanfilan fisik. Daya tarik ini meliputi kerapian dan kebersihan yang senantiasa dijaga dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan ketika melakukan pelayanan. Selain itu daya tarik lainnya yang tidak kalah pentingnya dalam memberikan layanan adalah sikap dan tutur kata yang digunakan ketika berkomunikasi dan berinteraksi.

Pada dimensi *emphaty*, berkaitan dengan perhatian dan kepedulian petugas pemberi pelayanan terhadap kepentingan pengguna pelayanan. Lulusan MPI harus senantiasa respek dalam memenuhi keinginan dari konsumen. Sikap respek ini juga akan memberikan *entery point* bagi instansi tempat bekerjanya.

Sedangkan pada dimensi *Responsiveness*, yaitu berberkaitan dengan sikap tanggap petugas pemberi pelayanan terhadap kesulitan dan keperluan

¹⁹ Gosperst, Vincent, *Manajemen Kualitas, Terj.*, (PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1977).

pengguna pelayanan, lulusan MPI dapat memahami keinginan dari pelanggan termasuk kesulitan yang dihadapi. Salah satu contoh kelemahan dari pelanggan dalam berkomunikasi ataupun ketidakpahaman terhadap apa yang dibutuhkan. Selain itu lulusan MPI juga dituntut dapat memberikan solusi alternatif terhadap kesulitan yang dihadapi pelanggan.

Kristiadi memberikan kriteria tentang pelayanan berkualitas meliputi;

1. Kesederhanaan prosedur;
2. Kemudahan pencapaian (aksesabilitas);
3. Keamanan;
4. Ketertiban;
5. Kenyamanan; Kecepatan; dan
6. Ketepatan.²⁰

Sariatmodjo, dkk., mengemukakan ciri-ciri kualitas dalam pelayanan antara lain; 1) ketepatan waktu pelayanan, 2) akurasi pelayanan, 3) kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, 4) kemudahan mendapatkan pelayanan, dan 5) kenyamanan dalam memperoleh pelayanan. Moenir mengatakan agar layanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang yang dilayani, maka petugas yang memberi pelayanan harus dapat menunjukkan perilaku antara lain; 1) bertingkah laku yang sopan, 2) cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, 3) waktu menyampaikan yang tepat dan 4) keramah-tamahan.²¹ Nurdjaman dan kawan-kawan (2004), menyebutkan pelayanan berkualitas adalah pelaksanaan pelayanan yang bersifat: 1) sederhana, 2) terbuka, 3) lancar, 4) tepat, 5) lengkap, 6) wajar dan 7) terjangkau.²²

C. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis Data

1. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggali dua macam data yakni kiprah alumni Prodi MPI pada dunia kerja di Kalimantan Timur dan tingkat kepuasan pengguna jasa alumni Program Studi Kependidikan Islam (KI/MPI).

1. Kiprah Alumni Prodi MPI pada Dunia Kerja di Kaltim

Penelitian ini menggali data yang bertalian dengan sebarang para alumni Prodi MPI di dunia kerja Kalimantan Timur. Penelusuran data tentang jumlah alumni Prodi MPI, mengalami kesulitan dari aspek kuantitasnya. Data yang diperoleh dari Bagian Akademik dan Kemahasiswaan hanya menginventarisir terhitung sejak tahun 2001 s/d 2012. Alasan penulis hanya membatasi hingga tahun 2012, para laumni telah memiliki peluang untuk mendaftarkan diri pada dunia kerja di

²⁰ Kristiadi, J.B, 1998, *Strategi Pembangunan Administrasi Dalam Memperkuat Pembangunan Nasional*, Majalah Manajemen Pembangunan, Nomor 23/VI/1998.

²¹ Moenir, H.A.S., 2001, *Pelayanan Umum di Indonesia*, Cetakan Kelima, PT. Bumi Aksara, Jakarta.

²² Nurdjaman, Progo, Susilo, Hartono, dkk ,2004, Modul Pelayanan Prima Lembaga Pelayanan Satu Atap, Departemen Dalam Negeri, Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum, Jakarta.

Kalimantan Timur. Adapun jumlah keseluruhan alumni Prodi MPI STAIN Samarinda dari 2001 s/d 2012 adalah 206.

TABEL I
DATA JUMLAH ALUMNI PRODI MPI TAHUN 2001-2012

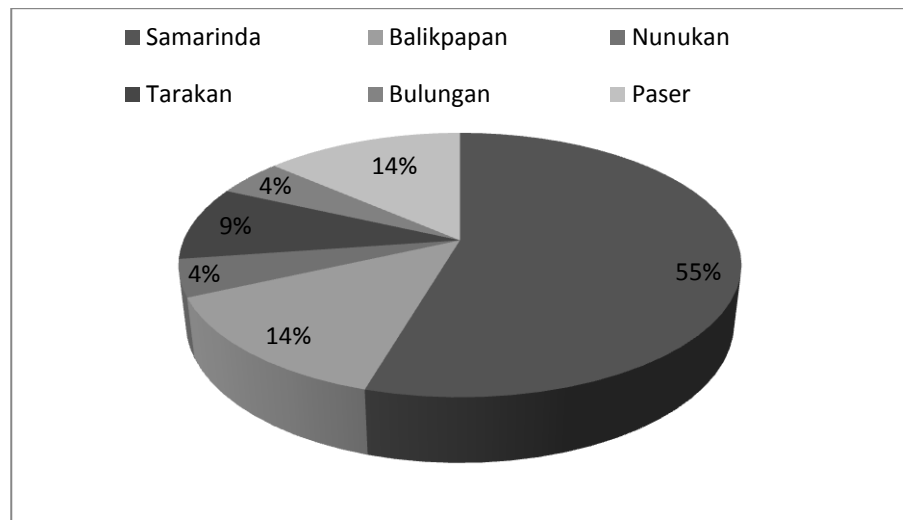
NO	TAHUN AKADEMIK	JURUSAN											
		TARBIYAH											
		PAI			KI			PBI			PBA		
		LK	PR	JL	LK	PR	JL	LK	PR	JL	LK	PR	JL
1	2000/2001	49	56	105			0	0	0	0	10	24	34
2	2001/2002	26	59	85	3	2	5	111	182	293	14	23	37
3	2002/2003	36	39	75	6	6	12	166	276	442	18	39	57
4	2003/2004	31	62	93	8	6	14	0	0	0	18	53	71
5	2004/2005	7	19	26	14	4	18	0	0	0	10	30	40
6	2005/2006	55	83	138	18	26	44	7	17	24	6	3	9
7	2006/2007	43	59	102	8	14	22	24	17	41	9	6	15
8	2007/2008	38	31	69	3	18	21	10	27	37	5	5	10
9	2008/2009	58	92	150	7	10	17	1	7	8	7	8	15
10	2009/2010	66	134	200	6	10	16	11	21	32	1	5	6
11	2010/2011	105	194	299	9	7	16	7	22	29	3	3	6
12	2011/2012	79	134	213	11	10	21	10	18	28	4	9	13
13	2012/2013												
		593	962		93	113		347	587		105	208	
				1555			206			934			313

Sumber: Dokumentasi Bagian Akademik dan Kemahasiswaan STAIN Samarinda

Data yang berhasil penulis kumpulkan dengan menggunakan teknik *snow ball*, para alumni telah tersebar di beberapa daerah, dan sebagian besar daerah tersebut merupakan kampung halaman para alumni. Sebaran alumni pada dunia kerja, antara lain:

- Kota Samarinda sebanyak 12 orang (54.54%);
- Kota Balikpapan sebanyak 3 orang (13.63%);
- Kabupaten Nunukan sebanyak 1 orang (4.54%);
- Kota Tarakan sebanyak 2 orang (9.09%);
- Kabupaten Bulungan sebanyak 1 orang (4.54%);
- Kabupaten Paser sebanyak 3 orang (13.63%).

Jika didistribusikan dalam bentuk grafik maka dapat dilihat persentasinya sebagai berikut.

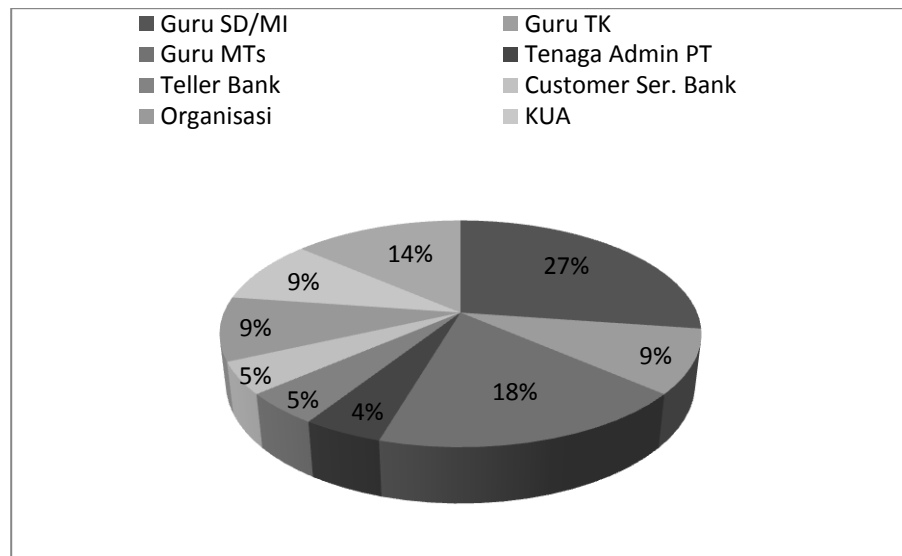


Grafik 1: Distribusi penyebaran alumni Prodi MPI di Wilayah Kaltim

Selanjutnya penulis juga memperoleh data yang mengidentifikasi jenis pekerjaan yang dilakukan oleh para alumni Prodi MPI. Alumni Prodi MPI tersebar di beberapa instansi/lembaga di wilayah Kaltim, sebagai berikut:

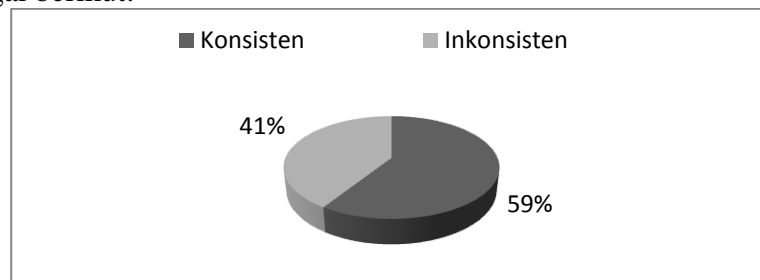
- a. Guru SD/MI sebanyak 6 orang (27.27%);
- b. Guru TK sebanyak 2 orang (9.09%);
- c. Guru MTs sebanyak 4 orang (18.18%);
- d. Tenaga Administrasi Perguruan Tinggi sebanyak 1 orang (4.54%);
- e. Teller Bank sebanyak 1 orang (4.54%);
- f. Customer Service Bank sebanyak 1 orang (4.54%);
- g. Pengurus pada organisasi keagamaan sebanyak 2 orang (9.09%);
- h. Imam KUA sebanyak 2 orang (9.09%);
- i. Tenaga Administrasi perusahaan swasta sebanyak 3 orang (13.63%).

Jika didistribusikan dalam bentuk grafik, maka akan diperoleh gambaran persentasi sebagai berikut:



Grafik 2: Lembaga/Instansi Kerja Alumni Prod MPI

Jika dilihat dari paparan data di atas, maka dapat pula penulis analisis pada aspek konsistensi keilmuan dengan bidang kerja digeluti yang menunjukkan jumlah alumni yang konsisten sebanyak 13 orang (59.09%), sedangkan yang inkonsisten sebanyak 9 orang (40.91%). Jika dipersentasikan dalam bentuk grafik, maka akan terlihat perbandingan sebagai berikut:



Grafik 3: Konsistensi Keilmuan dengan bidang kerja

2. Analisis Data

Berkaitan dengan wilayah sebaran alumni pada dunia kerja, sebagian besar alumni bekerja pada instansi/lembaga yang berada di wilayah kampung halamanannya. Menurut penulis, hal ini menunjukkan bahwa wujud pengabdian para alumni terhadap kampung halamannya dapat dikatakan cukup tinggi. Kondisi ini memungkinkan peningkatan sumber daya manusia daerah akan bertambah. Terlebih, wilayah-wilayah yang dimaksud merupakan wilayah yang secara geografis terletak jauh dari ibukota provinsi. Selama ini, salah satu faktor yang menjadi tantangan percepatan pembangunan daerah perbatasan adalah keengganan SDM berkualitas untuk ditempatkan di wilayah-wilayah terpencil, termasuk di wilayah Kalimantan Timur. Secara kuantitas, memang jumlah alumni yang

tersebar di beberapa wilayah terpencil, seperti wilayah Kaltara memang relatif sedikit. Oleh karena itu, STAIN Samarinda melalui Prodi MPI harus mampu memediasi para alumni agar memperoleh peluang kerja di wilayahnya masing-masing. Misalkan, membangun kerja sama dengan pemerintah daerah agar memberikan prioritas bagi alumni Prodi MPI untuk dapat berkiprah pada dunia kerja di daerahnya. Selama ini penulis juga mengamati, bahwa peran lembaga STAIN Samarinda dalam membangun kerjasama dengan pemerintah daerah dan swasta masih terbilang lemah. Idealnya adalah kerjasama harus dapat terbangun tidak hanya pada pemberian peluang kerja bagi alumni Prodi MPI, tetapi juga dari tahap yang paling mendasar, STAIN Samarinda dapat mensosialisasikan Prodi MPI ke sekolah-sekolah setingkat MA atau yang sederajat dengan pola rekrutmen yang dibangun melalui kemitraan dengan pemerintah daerah. Karena, hampir seluruh wilayah Kabupaten/Kota di Kalimantan Timur, telah mengalokasikan anggaran pada sektor pendidikan.

Berdasarkan hasil perhitungan penulis dengan menggunakan rumus uji mean, untuk mencari tingkat kepuasan pengguna jasa alumni Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka diperoleh nilai akhir sebesar 2.318. nilai tersebut berada di antara rentang 1,668 - 2,334 yang masuk dalam kategori cukup memuaskan. Jadi dapat disimpulkan, bahwa kiprah alumni Prodi MPI dalam menjalankan tugasnya pada dunia kerja di Kalimantan Timur **cukup memuaskan**.

Adapun kiprah alumni Prodi MPI pada dunia kerja di Kalimantan Timur antara lain:

- a. Guru SD/MI
- b. Guru TK
- c. Guru MTs
- d. Tenaga Administrasi Perguruan Tinggi
- e. Teller Bank
- f. Customer Service Bank
- g. Pengurus pada organisasi keagamaan
- h. Imam KUA
- i. Tenaga Administrasi Finance
- j. Tenaga administrasi Telkomsel

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis data yang sudah penulis paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Alumni Prodi MPI telah berkiprah pada dunia kerja dengan jenis profesi antara lain: Guru SD/MI; Guru TK; Guru MTs; Tenaga Administrasi Perguruan Tinggi; Teller Bank; Customer Service Bank; Pengurus pada organisasi keagamaan; Imam KUA; Tenaga Administrasi Finance; dan Tenaga administrasi Telkomsel. Kiprah alumni Prodi MPI tersebar di beberapa daerah antara lain, Samarinda, Balikpapan, Nunukan, Tarakan, Bulungan, dan Paser. Sebesar 59% alumni konsisten dalam berkiprah di dunia kerja yaitu bidang kerja yang digeluti sesuai dengan latar belakang akademiknya, dan sebesar

41% inkonsisten yang berarti alumni Prodi MPI berkiprah di dunia kerja yang tidak sesuai dengan latar belakang akademiknya.

Dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna jasa alumni Prodi PBI, berdasarkan hasil perhitungan penulis dengan menggunakan rumus uji mean, untuk mencari tingkat kepuasan pengguna jasa alumni Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka diperoleh nilai akhir sebesar 2.318. nilai tersebut berada di antara rentang 1,668 - 2,334 yang masuk dalam kategori cukup memuaskan. Jadi dapat disimpulkan, bahwa kiprah alumni Prodi MPI dalam menjalankan tugasnya pada dunia kerja di Kalimantan Timur **cukup memuaskan**.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, M I. Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Pembelajaran PAI. *Dinamika Ilmu*. Vol. 11 No 1, 2011
- Abdi, M I. Model-Model Partisipasi Dalam Dunia Pendidikan Di Kota Samarinda. *FENOMENA*. Vol 4 No. 2, 2012
- Davis, Keith dan John W Newstrom, *Perilaku Dalam Organisasi*, (alih bahasa oleh Agus Dharma), Jilid 1, Cetakan Ketujuh, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996.
<http://202.159.18.43/jp/31winataputra.htm>
http://stain-samarinda.ac.id/?page_id=146.
- Hamzah, Syeh Hawib. Aspek Pengembangan Peserta Didik: Kognitif, Afektif, Psikomotorik. *Dinamika Ilmu*, Vol. 12 No. 1, 2012
- Hidajah, Siti Hidjatul. Problema Pengembangan Moral Remaja dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Dinamika Ilmu*, Vol. 12 No. 2, 2012
- Ilyasin, Mukhamad. Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan dan Urgensinya dalam Implementasi otonomi Sekolah. *Dinamika Ilmu*, Vol. 6 No. 1, 2006
- Ismatulloh, A. M. Nilai-nilai Pendidikan dalam Kisah Yusuf : Penafsiran H.M. Quraish Shihab atas Surah Yusuf. *Dinamika Ilmu*, Vol. 12 No. 1, 2012
- Kristiadi, J.B, *Strategi Pembangunan Administrasi Dalam Memperkuat Pembangunan Nasional*, Majalah Manajemen Pembangunan, Nomor 23/VI/1998.
- Lavelock, Cristopler, *Managing Service: Marketing, Operation and Human Resources*, Prantice Hall Inc, London, 1988
- Lihat http://stain-samarinda.ac.id/?page_id=146.
- Mahmud, ME. Mewujudkan Sekolah atau Kampus Digital. *Dinamika Ilmu*. Vol. 11 No 1, 2011
- Mahmud, ME. Motif Penyelenggaraan Pendidikan Islam dan Implikasinya pada Pola Manajemen dan Kepemimpinan. *Dinamika Ilmu*, Vol. 12 No. 2, 2012
- Moenir, H.A.S., *Pelayanan Umum di Indonesia*, Cetakan Kelima, PT. Bumi Aksara Jakarta, 2001.
- Nurbayani, ETTY, Kiat Sukses Belajar di Perguruan Tinggi. *Dinamika Ilmu*. Vol. 10 No 2, 2010
- Nurdin, Peningkatan Sumber Daya Manusia melalui Pendidikan Islam. *Dinamika Ilmu*, Vol. 11 No. 1, 2011
- Nurdjaman, Progo, Susilo, Hartono, dkk, Modul Pelayanan Prima Lembaga Pelayanan Satu Atap, Departemen Dalam Negeri, Direktorat Jenderal Pemerintahan Umum, Jakarta, 2004.
- Republik Indonesia:1945;1989; Brameld:1965; Likona: 1991.
- Sariatmodjo, H. Soewando, Sudarsono Soedadi, H.M. Arif Mulyadi, dkk., *Pelayanan Prima* (Bahan Diklat Administrasi Umum), Pendidikan Latihan Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur, 1999.
- Soedjono Soekamto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Yogyakarta : UII Press, tt.
- Tim Penyusun, *Dokumen RENSTRA Prodi Kependidikan Islam*.
- Tim Penyusun, Program Kerja (PROKER) Program Studi Kependidikan Islam Tahun 2011-2015.

Walsh, Keiron, *Quality and Public Service*, Public Administration, Volume 69, 1991.

Zauhar, Soesilo, 1994, *Kualitas Pelayanan Publik Suatu Paparan Teoritik*, Majalah Administrator, Edisi 2 XX 1994.