

**STUDY TRACER ON ALUMNI THE DEPARTMENT OF MANAGEMENT,  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, UNIVERSITY OF  
MUHAMMADIYAH MAGELANG.**

**TRACER STUDI ALUMNI JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

**Diesyana Ajeng Pramesti  
Marlina Kurnia  
Bayu Sindhu Rahardja**

diesyana.ajeng@ummgl.ac.id  
Universitas Muhammadiyah Magelang  
Jalan Tidar No 21 Magelang

**ABSTRACT**

This study aims to obtain feedback from alumni in the framework of improvement and development of quality and education system especially for the Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Magelang. This research uses Quantitative method that is survey with data collection technique using snowball sampling. In this study tracer want to know about the duration of study, the activities that have been followed during the student, the waiting time of students, the current type of work, the absorption of the work sector of the alumni, motivation to work, and salary received. The questionnaires distributed in this study were 250, but only 86 (34.4%) were processed. The results showed that the most time spent in the study for 5-6 years, the waiting time required for alumni to get a job is relatively very short 1 month, most of the alumni work according to their fields of service sector (banking), their motivation to work because salary earned amounted to between Rp1.000.000,00 sd \$ 200.00.

Keywords: study tracer, service marketing, CRM motivation

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh umpan balik balik dari alumni dalam rangka perbaikan dan pengembangan kualitas dan sistem pendidikan khususnya bagi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif yaitu survey dengan teknik pengumpulan data menggunakan *snowball sampling*. Dalam tracer studi ini ingin mengetahui tentang lama masa studi, kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa, waktu tunggu mahasiswa, jenis pekerjaan saat ini, daya serap sektor kerja para alumni, motivasi bekerja, dan gaji yang diterima. Kuisisioner yang disebar dalam penelitian ini sebanyak 250, tetapi yang dapat diolah hanya 86 (34,4%). Hasil yang didapat menunjukkan bahwa masa studi paling banyak ditempuh selama 5-6 tahun, waktu tunggu yang diperlukan para alumni untuk mendapatkan pekerjaan relatif sangat singkat yaitu 1 bulan, sebagian besar alumni bekerja sesuai bidangnya yaitu sektor jasa (perbankan), motivasi mereka untuk bekerja karena gaji yang didapat sebesar antara Rp1.000.000,00 s.d. Rp2.000.000,00.

**Kata Kunci :** tracer studi, pemasaran jasa, CRM, motivasi,

---

## PENDAHULUAN

---

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang merupakan salah satu jurusan yang cukup favorit, terbukti dari kenaikan animo lulusan SMA/SMK yang mendaftar dari tahun ke tahun. Besarnya animo tersebut disebabkan oleh daya tarik peluang kerja yang tersedia bagi lulusan Jurusan Manajemen untuk bekerja di bidang administrasi, marketing dan bidang lain termasuk menjadi seorang wirausahawan. Hal ini sesuai dengan susunan kurikulum Jurusan Manajemen yang dirancang untuk membekali lulusannya dengan kompetensi relevan dengan kebutuhan pasar kerja. Namun tidak semua lulusan dari jurusan ini segera mendapatkan pekerjaan, salah satu penyebabnya adalah masih rendahnya kemampuan daya saing dalam memperebutkan lapangan kerja yang tersedia.

Salah satu tahapan kegiatan yang dilakukan dalam rangka mengetahui relevansi antara kompetensi dengan kebutuhan pasar adalah tracer studi. Tracer Studi dapat mengukur dan melacak kinerja dan saran-saran lulusan maupun pengguna lulusan sehingga dapat diperoleh indikator yang jelas tentang jumlah, profil kerja masa mendatang, serta kompetensi yang diperlukan oleh dunia kerja. Dengan demikian Jurusan manajemen dapat mempersiapkan isi dan sistem pendidikannya agar lulusan yang dihasilkan dapat beradaptasi dengan dunia kerja. Hal ini mengindikasikan arti penting informasi dari alumni dan pengguna alumni, sebagai bahan pertimbangan untuk penyusunan standar kompetensi. Pada giliran berikutnya, standar kompetensi tersebut digunakan oleh jurusan sebagai bahan pertimbangan dalam program pengembangan, khususnya penyusunan kurikulum dan materi pembelajaran.

Program Tracer Studi banyak dilakukan oleh setiap universitas untuk melakukan

perbaikan sistem dan pengelolaan pendidikan demi meningkatkan kualitas lulusannya. Sayangnya, masih banyak diantara kita (alumni) yang belum menyadari bahwa program Tracer Studi ini adalah program yang sangat penting bagi kampus. Ketidaktahuan para alumni dengan adanya tracer studi dikarenakan kurang informasi dan komunikasi dari fakultas dan para Alumni. Disamping itu masih banyaknya alumni yang enggan untuk memberikan informasi tentang pekerjaan mereka karena ada beberapa alasan yang memang masuk akal, salah satunya adalah mereka malu mengatakan dimana mereka bekerja karena menganggap bahwa tempat mereka bekerja bukan merupakan perusahaan yang besar.

Tracer studi dapat menyediakan informasi untuk kepentingan evaluasi hasil pendidikan tinggi dan selanjutnya dapat digunakan untuk penyempurnaan dan penjaminan kualitas lembaga pendidikan tinggi bersangkutan. Disamping itu juga menyediakan informasi berharga mengenai hubungan antara pendidikan tinggi dan dunia kerja profesional, menilai relevansi pendidikan tinggi, informasi bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*), dan kelengkapan persyaratan bagi akreditasi pendidikan tinggi.

Dalam penelitian ini Tracer Studi diperlukan Program Studi untuk : 1) Mengetahui waktu tunggu lulusan. Waktu tunggu adalah waktu yang diperlukan oleh seorang lulusan dari lulus hingga mendapatkan pekerjaan. 2) Melakukan evaluasi dan perbaikan kurikulum sehingga kurikulum yang dimiliki oleh setiap Program Studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. 3) Meningkatkan kerjasama dengan alumni untuk meningkatkan penyerapan dan membantu lulusan fresh graduate dalam mendapatkan pekerjaan. 3) Membuka link atau hubungan dengan perusahaan tempat alumni bekerja.

Untuk tujuan ini maka penulis mengkaji bagaimana profil dari para alumni yang bekerja, waktu tunggu untuk mendapatkan pekerjaan

standar gaji awal yang diterima, dan motivasi dalam menerima pekerjaan awal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada Jurusan Manajemen UMMgl untuk perbaikan kurikulum dimasa depan, dan juga untuk menjalin link dengan para alumni. Dan juga diharapkan dapat menjadikan mapping kebutuhan stake holder atas alumni FEB UMMgl.

Kegiatan jasa adalah semua jenis kegiatan yang berhubungan dengan jasa. Jasa atau services sendiri merupakan satu dari tiga kelompok produk yang diklasifikasikan berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk, yang didefinisikan sebagai aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus keterampilan, hotel, rumah sakit, dan sebagainya. (Fandy, 1996 : 6) Griffin (1996) (dalam Lupiyoadi, 2001 : 6) menyebutkan karakteristik jasa adalah sebagai berikut : Intangibility (tidak berwujud); Unstorability; dan Customization. Dari karakteristik tersebut dapat kita simpulkan bahwa jasa akan dapat dirasakan ketika kita telah membeli jasa tersebut, juga jasa tidak dapat disimpan baik oleh penyedia jasa maupun konsumen karena tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsi jasa. Jasa juga didesain sesuai dengan kebutuhan konsumen, dalam artian antara konsumen satu dengan konsumen lainnya bisa berbeda dalam hal pelayanannya, seperti jasa kesehatan, kebutuhan individu satu dan individu lainnya bisa berbeda untuk mendapatkan pelayanan kesehatan, sesuai dengan kebutuhannya untuk sehat.

Menurut Lovelock & Wright (2007), pemasaran jasa adalah bagian dari sistem jasa keseluruhan dimana perusahaan tersebut memiliki sebuah bentuk kontak dengan pelanggannya, mulai dari pengiklanan hingga penagihan, hal itu mencakup kontak yang dilakukan pada saat penyerahan jasa. Dalam pemasaran jasa, karena produsen dan konsumen berinteraksi langsung pada saat terjadi pemberian jasa dan adanya proses

produksi dan konsumsi diwaktu yang sama, maka pemasaran lebih berfungsi sebagai fasilitator atau media yang mempermudah transaksi, sehingga komunikasi dengan konsumen sangat penting untuk dibangun. (Arief, 2005)

Boom dan Bitner dalam Kotler (2003) menjelaskan bahwa pendekatan tradisional “4P” sering bekerja efektif dalam pemasaran barang, namun perlu tambahan “3P” lagi untuk pemasaran jasa, yaitu *people* (orang), *physical evidence* (tampilan fisik), dan *process* (proses). Sehingga dalam pemasaran jasa ini, bukan hanya *product*, *price*, *promotion*, dan *place* yang perlu diperhatikan, tetapi *people*, *physical Evidence*, dan *Process* perlu untuk diterapkan agar pemasaran jasa dapat efektif. *Product* (produk) yaitu jasa seperti apa yang ingin ditawarkan, *price* (harga) bagaimana strategi penetapan harga yang akan diterapkan, *promotion* (promosi) bagaimana promosi yang akan dilakukan untuk jasa tersebut, *place* (tempat) bagaimana lokasi pelayanan untuk jasa akan disetting, *people* (orang – orang) bagaimana kualitas penyaji atau pelayan yang akan berhubungan langsung dengan konsumen, *process* (proses) bagaimana proses penyajian dalam pelayanan jasa akan disampaikan, juga *physical evidence* (tampilan fisik) bagaimana desain jasa yang akan disajikan kepada pelanggan, dengan demikian dalam pemasaran jasa ini *customer service* (pelayanan pelanggan) akan sangat berkaitan erat dengan kesuksesan pemasaran jasa.

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (Fandy : 1996).

Konsumen adalah penikmat atau pemakai dari suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Sumarwan (2002) membagi istilah konsumen

menjadi dua jenis, yaitu konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, sedangkan konsumen organisasi yang meliputi organisasi bisnis yayasan, lembaga sosial, kantor pemerintah, dan lembaga lainnya, yang membeli produk untuk dapat menjalankan seluruh kegiatan dalam organisasinya. Baik konsumen individu maupun konsumen organisasi keduanya sangat penting bagi perusahaan yang memproduksi jasa, karena tanpa konsumen jasa tersebut tidak akan dapat dirasakan kualitasnya.

Alumni identik dengan lulusan sebuah sekolah, baik sekolah formal maupun non formal. Wikipedia Indonesia (Senin, 16 Januari 2017 : 15.53) mendefinisikan Seorang **alumnus** (jamak: **alumni**) adalah lulusan sebuah sekolah, perguruan tinggi, atau universitas. Seorang alumnus bisa pula merupakan mantan anggota, karyawan, kontributor, atau tahanan, selain mantan siswa. Sedangkan menurut kbbi online, <http://kbbi.web.id/alumnikata> alumni bermakna orang-orang yang telah mengikuti atau tamat dari suatu sekolah atau perguruan tinggi.

Menurut Tjiptono (2004), CRM merupakan proses holistik dalam mengidentifikasi, menarik, mendiferensiasikan, dan mempertahankan pelanggan dengan jalan mengintegrasikan rantai pasokan perusahaan guna menciptakan customer value (nilai pelanggan) pada setiap langkah dalam proses penciptaan nilai. Penerapan CRM menjanjikan sejumlah manfaat utama, seperti efektivitas biaya, kepuasan dan loyalitas pelanggan, profitabilitas, komunikasi word of mouse (beruntung), dan sinergi kemitraan bisnis.

Menurut Sumarwan (2002), motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan itu mendorong seseorang melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Motivasi terbentuk diawali oleh sebuah stimulus (rangsangan), misalnya rasa lapar yang akan menyebabkan seseorang atau konsumen butuh akan makanan untuk dimakan. Rangsangan tersebut bisa muncul dari dalam diri seseorang (fisiologis), dan juga karena terjadi kesenjangan atau ketidaksamaan antara apa yang dirasakan dengan apa yang seharusnya dirasakan. Kesenjangan inilah yang menyebabkan adanya rasa lapar dan haus (misalnya) sehingga konsumen merasa butuh akan makanan dan minuman.

---

## METODE PENELITIAN

---

### Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Responden dalam penelitian ini adalah alumni jurusan Manajemen Tahun 2012-2016. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan penyebaran kuisioner. Dalam kuisioner tersebut ada beberapa pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik snowball sampling, yaitu dari satu alumni menjadi ke banyak alumni.

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

---

Hasil dari kuisioner yang dikirim kepada para alumni sebanyak 250 exemplar. Penyebarannya adalah dengan menggunakan purposive sampling.

Dan berdasarkan jumlah kuisioner yang masuk sebanyak 86 kuisioner menunjukkan respon rate sebesar 34,4%, ini menunjukkan nilai yang tinggi melebihi respon rate penelitian sebelumnya (Marlina, 2008) yang hanya menunjukkan sebesar 24%. Dari kuisioner yang masuk dari jenis kelamin adalah merata dengan komposisi 40 (47%) untuk alumni laki-laki dan untuk alumni perempuan sebanyak 46 (53%). Ini menunjukkan bahwa sample diambil secara seimbang, disamping itu hal ini sejalan dengan

kondisi dengan jenis kelamin jumlah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang seimbang antara mahasiswa laki laki dan perempuan.

**Tabel 1.**  
**Peta Responden**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Jenis Kelamin:</b>		
1. Laki laki	40	47%
2. Perempuan	46	53%
	86	100%
<b>Usia:</b>		
1. 20-25	37	43%
2. 26-30	27	31%
3. >30	22	25%
	86	100%

Dan dalam tabel 1 juga nampak usia alumni yang mengisi kuisioner dapat dikatakan mayoritas adalah para fresh graduate 43%. Hal ini menunjukkan bahwa bagaimana daya serap lulusan yang sangat cepat dan laku di dipasar tenaga kerja. Hasil ini menunjukkan Usia responden ini paling banyak berusia kurang dari 20 tahun yaitu sebanyak 37 orang, responden usia 25 tahun-30 tahun sebanyak 27 orang dan paling sedikit adalah usia > 30 tahun sebanyak 22 orang.

**Kegiatan Responden pada saat Kuliah**

Kegitan mahasiswa selama mengikuti proses kuliah di FEB universitas Muhammadiyah magelang menunjukkan bahwa responde yang kuliah tepat waktu hanya sebanya 42% (36 orang). Sedangkan mahasiswa yang telat hanya 3% (3 orang alumni). Yang kuliah terlambat yaitu lebih dari masa waktu 4 tahun (1-2 tahun) mendominasi yang melakukan pengisian kuisioner untuk diolah.

Masa studi mahasiswa dapat dilihat dalam tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Profil Studi Responden**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Lama Studi:</b>		
1. 3-4 tahun	36	42%
2. 5-6 tahun	47	55%
3. > 6 tahun	3	3%
	86	100%

Keterlambatan ini diakibatkan karena:

a. Keterlibatan mahasiswa dalam organisasi intra maupun extra

Adanya keinginan para responde (alumni) untuk mengikuti kegiatan extra inilah yang menjadi faktor utama yang mempengaruhi keterlambatan mahasiswa dalam menyelesaikan kuliah. Nilai deskriptif yang ada sebanyak 75% dari mereka yang menyelesaikan melebihi dari batas normal menyelesaikan kuliah di FEB UMMgl. Sebanyak 25 mahasiswa dari 39 mahasiswa yang terlambat, menyatakan bahwa ada sesuatu “pelajaran hidup dalam organsisasi” yang menarik yang mengakibatkan mereka lupa untuk menyelesaikan studi.

b. Mahasiswa yang bekerja baik paruh waktu maupun penuh waktu

Responden yang sudah bekerja baik paruh maupun penuh waktu menunjukkan jumlah jumlah 14 responden yang terlambat menyelesaikan kuliah. Mereka beralasan bahwa karena mereka harus mencukupi kebutuhan hidup selama masa studi yang mengharuskan untuk bekerja, dan juga karena seringnya kiriman uang dari orang tua yang sering terlambat yang menyebabkan mereka harus banting tulang untuk itu.

**Waktu tunggu Bekerja**

Dilihat dalam tabel 3. Menunjukkan bahwa waktu tunggu alumni untuk mendapatkan pekerjaan di dominasi hanya 1 bulan yaitu sebesar 58 alumni (67%) dari jumlah responden yang

ada. Hal ini menunjukkan bahwa daya serap atas lulusan FEB UMMgl sangat cepat, mungkin ini disebabkan karena:

a. Mereka pernah bekerja

Mereka yang pernah bekerja baik penuh dan paruh waktu inilah yang menyebabkan mereka langsung mendapatkan pekerjaan yang pasti. Mereka bekerja penuh dan paruh waktu selama kuliah yang motivasi awal adalah untuk membantu orang tua dalam mencukupi kebutuhan mereka selama kuliah. Namun karena mereka cocok dengan lingkungan dan gaji mereka selama mereka bekerja maka begitu dia lulus dan mendapatkan pekerjaan mereka langsung diangkat untuk menjadi pekerja penuh waktu bahkan menjadi karyawan tetap dalam perusahaannya.

b. Konektivitas FEB UMMgl dengan para stake holder

Sebagai sebuah lembaga institusi yang hampir berdiri selama 55 tahun menunjukkan eksistensi FEB UMMgl. Hal ini mengakibatkan banyaknya stake holder dan para alumni yang sudah bekerja tersebar di seluruh Indonesia, khususnya di wilayah Magelang dan sekitarnya. Untuk itu maka tidak aneh banyak perusahaan di wilayah Magelang yang selalu membutuhkan fresh graduate FEB UMMgl Magelang. Ini terlihat dengan daya serap yang tinggi untuk fresh graduatanya.

**Tabel 3.**

**Masa Tunggu Responden untuk bekerja**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Waktu Tunggu:</b>		
1. 1 bulan	58	67%
2. 2 bulan	6	7%
3. 3 bulan	2	2%
4. 4 Bulan	3	4%
5. 5 Bulan	5	6%
6. 6 bulan	2	2%
7. 7 bulan	1	1%
8. 8 bulan	9	10%

**Ruang lingkup/Daya Serap sektor kerja para Alumni**

Kecocokan sektor kerja para alumni dengan bidang yang dia pelajari adalah bisnis dan ekonomi. Lingkup bisnis dan ekonomi adalah paling sesuai dengan bidang jasa, seperti perbankan dan lain sebagainya. Ini menunjukkan bahwa responden yang bekerja di sektor jasa sebanyak 48 orang (56%) dan paling mendominasi dibandingkan dengan sektor lain. Sedangkan sektor lain adalah mereka bekerja di bidang manufaktur baik sebagai administrasi maupun bagian lain, hal ini dapat dilihat dalam tabel 4 berikut ini

**Tabel 4.**  
**Bidang Pekerjaan**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Jenis Pekerjaan:</b>		
1. Sektor Jasa	48	56%
2. Sektor Manufaktur	8	
3. Sektor Wirausaha	18	
4. Lain-lain	12	
		9%
		21%
		14%
	86	100%

Sedangkan mereka yang berwirausaha termasuk angka yang tinggi sebesar 21% (18 orang responden), sesuai dengan salah satu tujuan dari FEB UMMgl adalah membentuk wirausaha baru di wilayah Magelang. Dari hasil ini menunjukkan adanya keberhasilan menyiapkan wirausaha baru di Magelang. Tidak hanya para lulusan begitu lulus langsung mencari kerja, namun mereka langsung mandiri malah membuka lapangan tenaga kerja baru di Magelang

**Motivasi dalam Bekerja**

Motivasi merupakan dorongan seseorang untuk menerima dan menolak akan suatu pekerjaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para alumni memiliki berbagai macam

motivasi dalam menerima tawaran untuk bekerja. Dari rentang 22%- 36% adalah masalah menerima pekerjaan sesuai dengan bidang yang dia pelajari, gaji dan bakat atau hobi yang dia miliki. Hasil penelitian masalah motivasi bekerja dapat dilihat dalam tabel 5.

**Tabel 5.**  
**Motivasi Bekerja**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Motivasi :</b>		
1. Sesuai bidang	21	24%
2. Gaji	31	36%
3. Bakat.hobi	14	16%
4. Karir	1	1%
5. Lain-lain	19	22%
	86	100%

Salah satu aspek yang dilupakan oleh para alumni adalah masalah karir mereka. Mereka bekerja hanya untuk segera dapat pekerjaan saja, tidak memperhitungkan karir mereka dimasa yang akan datang. Ini disebabkan kemungkinan mereka ingin mendapatkan gaji untuk mencukupi kebutuhan mereka, dan ingin segera mendapatkan uang atau eksistensi dia di tengah masyarakat.

Kecilnya masalah karir dalam motivasi dia bekerja kemungkinan di akibatkan mereka bekerja hanya untuk mencari pengalaman. Setelah pengalaman mereka dapatkan dalam bekerja para alumni baru memikirkan masalah masa depan mereka dengan kepastian/karir mereka dengan tetap dipekerjaan tersebut atau pindah ke perusahaan lain yang lebih menjanjikan di masa yang akandatang.

Dari wawancara dengan responden yang menjawab kuisisioner ini menunjukkan bahwa memang mereka bekerja untuk dapat uang secara cepat setelah dia lulus kuliah. Masalah karir dan kepastian kerja di masa depan akan dipikirkan setelah mereka stay di perusahaan tersebut. Kepastian ini dijawab setelah mereka bekerja di perusahaan pertama, apakah dia merasa betah

dan puas atas reward dan kompensasi yang dia terima setelah dia bekerja selama waktu tertentu.

Namun paling dominan dari hasil penelitian ini adalah mereka bekerja karena dorongan gaji yaitu sebesar 36%. Hasil penelitian ini (tabel 6) menunjukkan sebaran gaji yang mereka terima di pertama kali dia bekerja. Hasilnya menunjukkan paling tinggi adalah mereka yang bekerja seperti bekerja serabutan dengan gaji yang hanya sebesar UMR di daerah setempat. Paling banyak mereka bekerja dengan gaji antara Rp1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,- sebanyak 40 orang (47%). Ini menunjukkan bahwa sebaran para alumni yang bekerja tidak hanya sebatas mereka bekerja sebagai tenaga yang dibayar seperti UMR namun lebih dari 50% para alumni laku di pasar kerja dengan gaji yang lumayan tinggi. Hal ini dapat dilihat dalam tabel 6 berikut ini.

**Tabel 6.**  
**Gaji Pertama para Alumni**

Keterangan	Jumlah	Prosentase
<b>Gaji Awal:</b>		
1. < Rp1.000.000,-	3	3%
2. Rp1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	40	47%
3. Rp2.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	19	22%
4. > Rp3.000.000,-	24	28%
	86	100%

Dari hasil penelitian tracer studi ini dapat dibahas outcome dari diskriptif data yang ada. Secara umum (tabel 7) menunjukkan bahwa para lulusan FEB UMMgl adalah para wanita, mereka langsung bekerja dengan masa tunggu hanya satu bulan setelah mereka lulus dari kuliah. Mereka bekerja di sektor jasa dengan gaji sebesar UMR.

Para alumni bekerja dengan motivasi ingin cepat menerima gaji dan diterima eksistensi mereka dimasyarakat bahwa mereka tidak butuh waktu lama menganggur untuk mendapatkan pekerjaan. Namun mereka tidak memikirkan karir mereka pada saat mereka menerima pekerjaan tersebut. Karir akan dipikirkan setelah mereka bekerja, merasakan suka duka bekerja

dengan gaji sebesar UMR tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka hasil wawancara kami menunjukkan banyaknya masukan untuk FEB UMMgl. Masukan tersebut tidak lepas untuk perbaikan pendidikan yang lebih profesional dalam menyiapkan para mahasiswa setelah mereka lulus menyelesaikan studi mereka di kampus.

**Tabel 7**

**Aspek Outcome dengan responden**

No	Aspek	Dominan	Jumlah
1	Jenis kelamin	Wanita	53%
2.	Usia	<25 tahun	43%
3	Lama Studi	5-6 tahun	55%
4	Jenis Pekerjaan	Sektor Jasa	56%
5	Waktu tunggu	1 bulan	67%
6	Motivasi	Gaji	36%
7	Gaji Awal	Rp1.000.000,- s/d Rp 2.000.000,-	47%

Masukkan-masukan yang ada setidaknya merupakan bahan evaluasi untuk kajian pengembangan fakultas. Masukan ini sebetulnya tidak hanya dari para alumni, namun juga para stake holder dan pemberi kerja bagi para lulusan yang merupakan fresh graduate dari FEB UMMgl. Berdasarkan hasil survei dilakukan beberapa kebijakan yang telah dilaksanakan sebagai tindak lanjut hasil survei tracer study Hasil studi pelacakan lulusantelah digunakan oleh institusi dan program studi terutama dalam perbaikan: (1) kurikulum, (2) proses pembelajaran, (3) informasi pekerjaan pasar kerja, dan (4) membangun jejaring.

Hasil studi pelacakan lulusan telah dijadikan dasar dalam mengembangkan kurikulum yang cocok untuk kondisi di wilayah magelang dan sekiarnya. Hal ini dilakukan dengan mengembangkankurikulum berdasarkan hasil angket yang telah kembali dari lulusan. Disamping itu dalam mengembangkan kurikulum harus melibatkan alumni pengguna lulusandan stakeholder untuk mendapatkan informasi

tentang masukan yang akan dijadi kandasar dalam mengembangkan kurikulum.

Basis pengembangan kurikulum di FEB UMMgl adalah visi dan misi dengan mempertimbangkan perkembangan ilmu pengetahuan teknologi yang melibatkan para pengguna lulusan dan stakeholder. Hal inidimaksudkan agar kurikulum yang ada sudah sesuai dengan kebutuhan stakeholderdan tuntutan masyarakat serta kebutuhan dunia kerja.

Terdapat satu usulan yang paling penting adalah perbaikan kurikulum disesuaikan dengan kurikulum sekolahdalam hal ini kurikulum 2013 dan hal ini telah dilakukan terutama dalam mengembangkan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang akan diberlakukan FEB UMMgl. Perubahan kurikulum tiap program studi harus disesuaikan dengan kebutuhan kurikulum 2013, terutama pada perangkat pembelajaran meliputi; Silabus, RPP, dan standar penilaian dan metode yang paling efektif dalam menyiapkan anak didik dalam menghadapi persaingan global.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui profil para alumni setelah mereka menyelesaikan kuliah. Profil ini meliputi waktu tunggu lulusandalam mendapatkan pekerjaan, gaji pertama, motivasi mereka dalam mendapatkan pekerjaan. Disamping itu juga untuk mendapatkan masukan dalam pengembangan kurikulum dan sistem pendidikan di FEB UMMgl, sehingga nantinya akan dapat memperbaiki kualitas pembelajaran untuk menghasilkan kualitas lulusan yang memiliki daya saing global yang disesuaikan dengan kompetensi yang dibutuhkan.

### **Saran**

Untuk mewujudkan ini, berbagai pendekatan pembelajaran dilakukan. Hasil tracer

studi ini diharapkan untuk dijadikan bahan evaluasi dan perbaikan kurikulum sehingga kurikulum dan pengembangan kerjasama dengan alumni untuk meningkatkan penyerapan dan membantu lulusan fresh graduate FEB UMMgl dalam mendapatkan pekerjaan.

---

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Arif, Muhtosim. 2006. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- No name. 2014. Konsumen. <https://id.wikipedia.org/wiki/Konsumen>. Diakses pada 16 Januari 2017.
- No name. 2016. Alumnus. <https://id.wikipedia.org/wiki/Alumnus>. Diakses pada 16 Januari 2017.
- Ramdan, Asep M. 2008. Sistem Pemasaran Jasa. [http://asep-m-ramdan.blogspot.co.id/2008/10/sistem-pemasaran-jasa\\_17.html](http://asep-m-ramdan.blogspot.co.id/2008/10/sistem-pemasaran-jasa_17.html). Diakses tanggal 18 Januari 2017.
- Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.