

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian

Setelah dilakukan penelitian pada sumber data yang bersangkutan tentang Strategi Pemasaran Lulusan di STAI As-Sunnah, maka dapat diketahui data yang diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi Pemasaran Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Strategi pemasaran STAI As-Sunnah dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Strategi langsung yaitu dengan teknik promosi menggunakan media elektronik. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah, dalam wawancaranya mengatakan:

“Strategi pemasaran yang paling berpengaruh sekarang, yang kekinian yaitu media sosial, ini yang kita lihat tren yang belakangan ini. Untuk PMB sendiri, disitu bisa kita lihat pendaftar itu banyaknya dari media sosial seperti Facebook dan Instagram, dua media sosial inilah yang paling banyak pengaruhnya.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Meskipun demikian, strategi pemasaran tidak langsung juga kerap dilakukan dari dulu hingga sekarang, beliau melanjutkan:

“Akhirnya presentasinya kalau dulu itu dari alumni tapi sekarang mereka mengklaimnya itu dari media sosial. Walaupun informasi awalnya itu mereka dapatkan dari alumni sebetulnya. Alumni kita kan Alhamdulillah menyebar di mana-mana. Mereka memberitakan tentang STAI As-Sunnah, pendapatan dan lain sebagainya. Lalu mereka mencari berita lanjutannya di media sosial, dan mereka meleporkan di data analisa yang kita buat itu banyaknya dari media sosial, Facebook khususnya dan Instagram. Itu yang paling berpengaruh. Kenapa demikian? Karena memang anak-anak muda itu kan sekarang di situ. Salah satunya lagi TikTok, kita pakai pemasaran di TikTok juga melalui PMB dan itu sangat berpengaruh. Ada pun seperti Twitter, ada tapi sedikit, website juga sedikit.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Adapun strategi pemasaran yang paling efektif dan unik, serta salah satu strategi pemasaran yang jarang dimiliki oleh kampus-kampus lain

adalah program pengabdian, Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah, dalam wawancaranya mengatakan:

“Strategi yang lain yang ana lihat cukup efektif dan hampir tidak dimiliki oleh kampus-kampus lainnya, bahwa kita punya pengabdian. Pengabdian ini kalau kita kirimkan kemana-mana, mereka memberikan informasi yang cukup, karena kalau informasi yang didapat dari media sosial saja, kalau masyarakat umum misalnya yang selama ini belum pernah mengenal *manhaj salaf*, dia akan mudah goyah kalau kemudian mendapatkan informasi yang berbeda dari pihak yang lain. Tapi dari alumni yang kita sebarkan di mana-mana, lalu pengabdian secara khusus, itu menjadi bagian dari strategi sebetulnya. Sehingga pengabdian ini tidak mungkin kita hilangkan walaupun dia berbayar, karena dia punya pengaruh yang sangat positif untuk pemasaran STAI As-Sunnah, walaupun judulnya adalah pengabdian, tapi pengabdian (*taswiq*/pemasaran), Jadi dia ada *taswiq* berjalan, *taswiq* hidup, *taswiq* bernyawa lah istilahnya. Itu ana lihat yang tidak dimiliki dan itu menjadi difensiasi, pembeda dengan kampus lain, di kampus lain dia hanya ada alumni, dia tidak punya pengabdian. Kita kan punya kontrak dan itu wajib diselesaikan.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah juga melanjutkan mengenai strategi pemasaran lainnya yang dilakukan oleh STAI As-Sunnah:

“Ditambah lagi, kita punya program-program sosial. Jadi program-program sosial yang kita miliki, tidak dimiliki oleh kampus-kampus lain, dan itu unik. Kita ada sumur, kita ada mesjid, kita ada qurban, kita ada *ifthar jamai* (buka puasa bersama), belum tentu dimiliki oleh kampus yang lain. Nah disitu kita selalu menyelipkan agenda pemasaran kita, ramadhan kemarin misalnya ada *ifthar jamai* dimana-mana, kita bagi brosur. Itu merupakan salah satu strategi yang unik bahwa kita selalu menyelipkan agenda pemasaran kita di setiap program-program yayasan, termasuk Salam TV dan radio Ar-Risalah, itu kan mereka punya agenda *off air* dan *on air*. Nah setiap *on air* itu humas dan marketing selalu masuk di sana.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran STAI As-Sunnah ternyata sejalan dengan hasil observasi di lapangan. Setelah mengunjungi STAI As-Sunnah dan mengevaluasi situs webnya, ditemukan bahwa institusi ini mengimplementasikan strategi pemasaran langsung melalui media sosial dan platform digital. Mereka secara aktif menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan calon mahasiswa dan

komunitas, serta memanfaatkan platform digital untuk menyebarkan informasi mengenai program studi dan kegiatan kampus. Hal ini membuktikan bahwa STAI As-Sunnah telah memanfaatkan teknologi digital secara efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya.

Selain itu, observasi lapangan dan studi dokumentasi menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah juga menerapkan strategi pemasaran tidak langsung. Salah satu metode yang efektif adalah melalui jaringan alumni dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut. Alumni STAI As-Sunnah sering berbagi pengalaman positif mereka, yang membantu menarik minat calon mahasiswa baru. Selain itu, brosur-brosur yang informatif, serta program-program sosial seperti buka puasa bersama, kegiatan qurban, dan pembangunan sumur dan masjid, juga berperan penting dalam memperkuat hubungan dengan masyarakat dan meningkatkan citra positif institusi ini. Semua strategi ini menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah memiliki pendekatan pemasaran yang komprehensif dan beragam.

2. Analisis Lulusan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Di tengah keberagaman institusi pendidikan Islam di Indonesia, STAI As-Sunnah menonjol sebagai lembaga yang menghasilkan lulusan unggul. Dengan fondasi kuat dalam ajaran Islam yang sejalan dengan Ahlus Sunnah Wal Jamaah, institusi ini telah menanamkan nilai-nilai keislaman yang kokoh dalam diri setiap mahasiswa. Hal itu juga sejalan dengan yang disampaikan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengatakan:

“Jadi sebenarnya alhamdulillah ya citra dan nama baik As-Sunnah di lembaga-lembaga Islam alhamdulillah dari awalnya sudah baik gitu. Kemudian STAI As-Sunnah juga dikenal dengan lulusannya yang bisa berbahasa Arab gitu kan, cukup mumpuni di bahasa Arab dan bidang agama-agama lainnya. Dan tren positif ini berlanjut gitu dari angkatan awal sampai sekarang” (F, wawancara, 29 April 2024)

Lulusan STAI As-Sunnah tidak hanya diakui karena kecakapan akademis mereka, tetapi juga karena keutuhan spiritual dan moral. Berikut merupakan hasil wawancara Ketua STAI As-Sunnah:

“Alumni kita itu memiliki daya saing dengan alumni yang lain. Pertama daya saing di ilmu syar’i, terus yang kedua daya saing di bahasa Arab, terus juga daya saing di hafalan. Karena, sistem perkuliahan kita di STAI As-Sunnah jauh berbeda itu dengan sistem perkuliahan di luar, kalau di luar dia kan standar yang ditetapkan itu standar SN Dikti gitu ya, jadi capaian lulusan hanya mengacu kepada SN Dikti, standar yang ada di pemerintahan. Sedangkan kita ditambahi, mungkin di pemerintahan hanya satu juz saja juz 30, kalau kita alumninya harus menghafal memahami 7 juz waktu dia tamat. Terus mampu berbicara bahasa Arab di setiap prodi ya kan, bukan dikhususkan di prodi bahasa Arab aja, sedangkan di perguruan tinggi yang lain itu yang mampu berbicara bahasa arab itu hanya di jurusan bahasa Arab, sedangkan di prodi yang lain enggak diwajibkan. Jadi itu juga kompetensi yang ada tersebut membuat lembaga luar itu berminat untuk berkolaborasi dengan STAI As-Sunnah dalam penempatan pengabdian.” (D.C, wawancara, 1 Mei 2024)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Keunggulan utama yang dimiliki oleh lulusan mungkin dari programnya ya, kita di setiap program STAI As-Sunnah wajib bisa berbahasa Arab, baik lisan dan tulisan. Jadi bahasa sehari-hari ya berbahasa Arab, materi dan speaker kita juga bahasa Arab, bahasa pengantar kita bahasa Arab. Jadi kelebihanannya baik dari segi berbahasa ya, secara lisan kita bisa, secara tulisan memahami qawaid juga bisa gitu ya. Mungkin ini yang menjadi keunggulan, dan lulusan STAI As-Sunnah juga wajib hafal 7 juz al-qur'an. Jadi satu semester itu satu dan 7 juz itu diujikan dan itu menjadi syarat kelulusan.” (F, wawancara, 29 April 2024)

Hal ini juga diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengenai keunggulan lulusan STAI As-Sunnah di bidang bahasa Arab:

“Alumni As-Sunnah ini menguasai bahasa Arab, yang itu juga sangat membantu sekolah dalam banyak mata pelajaran terutama agama, mereka juga mendapatkan di bidang tahfidz quran dan itu juga sangat penting untuk dunia kerja, termasuk di dalamnya pesantren. Alumni-alumni dari universitas yang lain tidak mewajibkan mereka menghafal Al-Quran, sedangkan alumni kita diwajibkan menghafal Al-Quran, memang kualitasnya kembali

kepada masing-masing, tapi kewajiaan itu pernah dibebankan kepada mereka, dan mereka sudah biasa dengan itu. Mereka sudah terbiasa dengan tahfidz dan tau cara mengkoordinir sebuah halaqah sehingga menjadi halaqah yang baik, dan mereka terbiasa berkomunikasi dengan bahasa Arab apalagi mereka menulis skripsi dengan bahasa Arab.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Tidak hanya terampil dalam memahami dan menerapkan ilmu agama, Lulusan STAI As-Sunnah juga memiliki sikap rendah hati, kepedulian sosial, serta kemampuan berkomunikasi dan beradaptasi yang baik. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Mental, jadi mental mereka yang dibangun disini harus jujur, ya kita tidak melatih mereka tidak jujur gitu kan, tapi presentasinya testimoni yang diberikan oleh alumni kita, mereka sangat puas, dan mereka berharap dilanjut. Ada yang awalnya meminta satu alumni kita, kemudian meminta 3, 5, dan sekarang permintaan itu banyak. Sampai sekarang masih banyak sekolah-sekolah bahkan dari Batam beberapa hari yang lalu meminta alumni kita itu untuk ditempatkan disana, sementara kita sudah kehabisan stok. Tapi mereka tidak apa-apa, untuk tahun-tahun berikutnya. Untuk tahun ini saja sudah habis.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya juga melanjutkan:

“Kemudian juga persiapan mereka untuk dibina, karena mereka disini kan selalu dibina, kalau tidak bisa dibina, dibinasakan. Mereka patuh terhadap aturan-aturan, itu biasa testimoni yang kita dapatkan dari sekolah-sekolah. Alumni kita itu unggul dibandingkan pengabdian dari sekolah lain, ada dulu sebuah sekolah katakanlah di Aceh, ini dulu alumni sekolah di Jawa tengah dan alumni dari STAI As-Sunnah, kalau pun mereka sama tanggal dan tahun masuknya, tapi alumni kita selalu mendapatkan nilai plus dari mudirnya, kenapa? kedewasaannya, tidak gampang marah, dia kan umurnya sudah dewasa, sudah stabil, dan dia sudah terbiasa disini diatur dan mengatur dirinya sendiri.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Dari banyaknya keunggulan lulusan STAI As-Sunnah, sehingga sangat wajar jika banyak lembaga-lembaga yang meminta lulusan STAI As-Sunnah untuk ditempatkan di lembaganya, Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengungkapkan:

“Banyak juga sekolah-sekolah yang menawarkan ke STAI As-Sunnah, yayasan biasanya, ada tidak alumni STAI As-Sunnah

yang direkomendasikan bisa menjadi mudir sekolah, itu banyak dari dulu sampai sekarang. Itu artinya sampai sekarang ini citra alumni masih bagus, tinggal pr nya kembali lagi memperbaiki kualitasnya khususnya dalam dua bidang yang saling menjadi keunggulan kita yaitu bahasa Arab dan tahfidz Al-Quran.” (P.L, *wawancara*, 30 April 2024)

Lulusan STAI As-Sunnah tidak hanya mendapatkan manfaat dari kurikulum yang berkualitas, tetapi juga didukung oleh program *tracer study* yang dirancang untuk memantau perkembangan mereka setelah menyelesaikan pendidikan. Program ini memungkinkan STAI As-Sunnah untuk melacak karier dan kontribusi alumni dalam masyarakat, memastikan bahwa pendidikan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pasar kerja. Dengan adanya *tracer study*, STAI As-Sunnah dapat terus meningkatkan kurikulum dan layanan mereka, memastikan bahwa lulusan mereka siap menghadapi tantangan profesional dan dapat memberikan dampak positif di berbagai bidang. Ketua Biro Alumni dalam wawancaranya mengungkapkan:

“Memonitor perkembangan karir para alumninya dengan *tracer study/study* pelacakan 3 alumni terbaru, supaya kelihatan dimana domisilinya, di mana kerjanya, bagian apa, jadi alhamdulillah selama ini alumni kita pasti di semua lembaga ada jabatannya atau bekerja.” (F, *wawancara*, 29 April 2024)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ketua STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Untuk saat ini ya, kalau kita lihat *tracer study* itu, yang mana alumni STAI As-Sunnah sampai sekarang, lebih kurang dari angkatan pertama hingga angkatan delapan itu sekitar sembilan ratusan, itu semuanya mendapat pekerjaan, sebagian mereka jadi guru, sebagian mereka bekerja di lembaga sosial, dan juga sebagian mereka membuka lembaga pendidikan sendiri.” (D.C, *wawancara*, 1 Mei 2024)

Demikian pula hal yang diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Alhamdulillah alumni As-Sunnah itu tidak ada yang menganggur sampai sekarang, beberapa sekolah banyak yang meminta, bahkan teman-teman ana banyak yang meminta, walaupun bukan pengabdian, yang sudah berkeluarga pun tidak apa-apa, kami

ingin pokoknya lulusan STAI As-Sunnah.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Adapun hal yang menjadi tantangan dalam meningkatkan citra lulusan STAI As-Sunnah adalah kualitas lulusan tersebut, hal ini disampaikan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Sehingga kita tidak khawatir sebetulnya bahwa kita kekurangan pendaftar, yang kita khawatirkan itu kualitas kita menurun. Ini informasi yang kita sajikan melalui alumni sendiri dikantar dengan kenyataan bahwa kita tidak seperti dulu lagi kualitasnya, Itu yang menjadi soalnya. Jadi berkurangnya pendaftar kita belakang-belakang ini bukan karena kita kurang pemasaran tapi mulai berkurangnya kepercayaan dan ini menjadi evaluasi internal kita.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Testimoni mengenai Lulusan STAI As-Sunnah yang didapat melalui wawancara dengan Ketua STAI As-Sunnah, Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah, dan Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah juga sesuai dengan testimoni pengguna lulusan dalam laporan *tracer study* tahun 2023. Mayoritas pengguna lulusan menilai bahwa lulusan STAI As-Sunnah memiliki performa yang baik bahkan sangat baik pada aspek etika, keahlian pada bidang ilmu (kompetensi utama), kemampuan berbahasa Arab, penggunaan teknologi informasi, kemampuan berkomunikasi, kerjasama, dan pengembangan diri. Akan tetapi, masih ada sebagian pengguna lulusan yang menyatakan bahwa lulusan STAI As-Sunnah memiliki kemampuan berbahasa asing khususnya Bahasa Inggris yang cukup baik. (Lampiran 6)

Hasil *tracer study* juga menunjukkan bahwa lulusan STAI As-Sunnah memiliki kualitas unggul dan daya serap yang baik, dibuktikan dengan 72% lulusan mendapatkan pekerjaan dalam waktu kurang dari 6 bulan dan mayoritas lulusan (90%) bekerja pada bidang yang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang dimiliki. Selain itu, capaian lulusan STAI As-Sunnah juga sesuai dengan profil dan kompetensi lulusan yang telah ditetapkan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam ini. (Lampiran 7)

Hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai lulusan STAI As-Sunnah menunjukkan kesesuaian dengan hasil observasi di lapangan dan

data yang tersedia di beberapa sosial media STAI As-Sunnah. Observasi ini mengungkapkan berbagai prestasi mahasiswa STAI As-Sunnah di kancan nasional, yang mencerminkan kualitas pendidikan dan dedikasi institusi ini dalam membimbing mahasiswa mencapai keunggulan. Prestasi-prestasi ini tidak hanya menjadi bukti reputasi akademik STAI As-Sunnah tetapi juga meningkatkan daya tarik kampus dan juga lulusan STAI As-Sunnah.

Melalui studi dokumentasi, ditemukan bahwa STAI As-Sunnah secara rutin melakukan *tracer study* untuk memantau perkembangan lulusan mereka. *Tracer study* ini memberikan wawasan berharga tentang jalur karir alumni dan kepuasan pengguna lulusan, seperti lembaga yang mempekerjakan mereka. Testimoni dari pengguna lulusan menunjukkan bahwa mereka sangat puas dengan kualitas lulusan STAI As-Sunnah, menyoroti kompetensi, etika kerja, dan kemampuan beradaptasi yang dimiliki oleh para alumni. Hal ini membuktikan bahwa pendidikan yang diberikan tidak hanya teoritis tetapi juga aplikatif dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

Lulusan STAI As-Sunnah memiliki kualitas unggul dan daya serap yang baik di dunia kerja, terbukti dengan banyaknya lulusan yang berhasil mendapatkan pekerjaan dalam waktu kurang dari enam bulan setelah kelulusan. Mayoritas dari mereka bekerja di bidang yang sesuai dengan latar belakang pendidikan yang mereka miliki, menunjukkan bahwa kurikulum STAI As-Sunnah dirancang untuk mempersiapkan mahasiswa dengan keterampilan dan pengetahuan yang relevan.

3. Implementasi Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Dalam melaksanakan strategi pemasaran lulusan, Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah telah melakukan beberapa strategi pemasaran lulusan. Berikut akan dipaparkan beberapa strategi pemasaran lulusan yang kerap dilaksanakan oleh STAI As-Sunnah:

a. Rekrutmen dan Penempatan Kerja

Salah satu strategi pemasaran lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah adalah melalui program rekrutmen atau penempatan kerja. Strategi ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap lulusan STAI As-Sunnah tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis dan praktis selama masa studi, tetapi juga mendapatkan pengalaman langsung di lapangan setelah kelulusan.

Oleh karena itu, kebijakan yang diwajibkan oleh STAI As-Sunnah kepada para lulusannya adalah program wajib pengabdian. Hal ini sebagaimana termaktum pada Statuta STAI As-Sunnah pada pasal 114 no 2, “Setiap alumni STAI As-Sunnah wajib mengabdikan dirinya pada STAI As-Sunnah atau lembaga lain yang ditetapkan oleh STAI As-Sunnah sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun.” (<https://bit.ly/StatutaSTAIAs-Sunnah2020>). Program wajib pengabdian ini merupakan salah satu program untuk memperkenalkan lulusan STAI As-Sunnah ke dunia kerja, sebagaimana penyampaian dari Ketua Biro Hubungan Masyarakat dalam wawancaranya:

“Program khusus untuk memperkenalkan lulusan adalah pengabdian, karena mereka kan belum terikat kontrak kerja sebagai pegawai tetap, kontraknya adalah pengabdian. Tapi kita juga sebetulnya dalam rangka memperkenalkan alumni kita, boleh kasih masukan-masukan nanti, kalau cocok nanti lanjut kalau tidak cocok ya tidak apa-apa. Artinya program dari STAI As-Sunnah untuk mengirimkan alumni-alumni itu selain juga untuk pelatihan jangka pendek di dunia kerja, juga untuk promosi lulusan-lulusannya sehingga bekerja.” (P.L., wawancara, 30 April 2024)

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa setiap lulusan STAI As-Sunnah diharuskan mengikuti program wajib pengabdian selama satu tahun. Program ini tidak hanya membantu lulusan untuk mengaplikasikan ilmu yang telah mereka peroleh, tetapi juga memberikan mereka kesempatan untuk berkontribusi langsung kepada masyarakat dan lembaga yang membutuhkan.

Dari studi dokumentasi, diperoleh data berupa Surat Keputusan (SK) penempatan alumni yang harus diselesaikan dalam waktu satu tahun setelah kelulusan (<https://bit.ly/SKPenyaluranAlumni2023>). SK

ini menetapkan tempat dan periode pengabdian para lulusan, memastikan bahwa mereka mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dan bermakna. Program ini juga membantu memperluas jaringan profesional lulusan dan meningkatkan prospek kerja para lulusan di masa depan.

Dengan adanya program wajib pengabdian ini, STAI As-Sunnah tidak hanya membekali lulusannya dengan ilmu pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga memastikan bahwa mereka siap terjun ke dunia kerja dan memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat. Strategi ini sekaligus menjadi nilai tambah bagi STAI As-Sunnah dalam memasarkan lulusannya kepada calon mahasiswa dan dunia kerja, memperlihatkan komitmen institusi terhadap kualitas dan kesiapan kerja para lulusannya.

b. Kurikulum Perguruan Tinggi

Salah satu strategi pemasaran lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah adalah melalui penerapan kurikulum perguruan tinggi yang unggul dan terintegrasi. Dari hasil wawancara dengan Ketua STAI As-Sunnah, terungkap bahwa kurikulum yang diterapkan di kampus ini tidak hanya memenuhi standar nasional yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (SN Dikti), tetapi juga memiliki tambahan keunggulan yang spesifik. Berikut merupakan hasil wawancara Ketua STAI As-Sunnah:

“Alumni kita itu memiliki daya saing dengan alumni yang lain. Pertama daya saing di ilmu syar’i, terus yang kedua daya saing di bahasa Arab, terus juga daya saing di hafalan. Karena, sistem perkuliahan kita di STAI As-Sunnah jauh berbeda itu dengan sistem perkuliahan di luar, kalau di luar dia kan standar yang ditetapkan itu standar SN Dikti gitu ya, jadi capaian lulusan hanya mengacu kepada SN Dikti, standar yang ada di pemerintahan. Sedangkan kita ditambahi, mungkin di pemerintahan hanya satu juz saja juz 30, kalau kita alumninya harus menghafal memahami 7 juz waktu dia tamat. Terus mampu berbicara bahasa Arab di setiap prodi ya kan, bukan dikhususkan di prodi bahasa Arab aja, sedangkan di perguruan tinggi yang lain itu yang mampu berbicara bahasa arab itu hanya di jurusan bahasa Arab, sedangkan di prodi yang lain enggak

diwajibkan. Jadi itu juga kompetensi yang ada tersebut membuat lembaga luar itu berminat untuk berkolaborasi dengan STAI As-Sunnah dalam penempatan pengabdian.” (D.C, wawancara, 1 Mei 2024)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Keunggulan utama yang dimiliki oleh lulusan mungkin dari programnya ya, kita di setiap program STAI As-Sunnah wajib bisa berbahasa Arab, baik lisan dan tulisan. Jadi bahasa sehari-hari ya berbahasa Arab, materi dan speaker kita juga bahasa Arab, bahasa pengantar kita bahasa Arab. Jadi kelebihanannya baik dari segi berbahasa ya, secara lisan kita bisa, secara tulisan memahami qawaid juga bisa gitu ya. Mungkin ini yang menjadi keunggulan, dan lulusan STAI As-Sunnah juga wajib hafal 7 juz al-qur'an. Jadi satu semester itu satu dan 7 juz itu diujikan dan itu menjadi syarat kelulusan.” (F, wawancara, 29 April 2024)

Hal ini juga diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengenai keunggulan lulusan STAI As-Sunnah di bidang bahasa Arab:

“Alumni As-Sunnah ini menguasai bahasa Arab, yang itu juga sangat membantu sekolah dalam banyak mata pelajaran terutama agama, mereka juga mendapatkan di bidang tahfidz quran dan itu juga sangat penting untuk dunia kerja, termasuk di dalamnya pesantren. Alumni-alumni dari universitas yang lain tidak mewajibkan mereka menghafal Al-Quran, sedangkan alumni kita diwajibkan menghafal Al-Quran, memang kualitasnya kembali kepada masing-masing, tapi kewajiban itu pernah dibebankan kepada mereka, dan mereka sudah biasa dengan itu. Mereka sudah terbiasa dengan tahfidz dan tau cara mengkoordinir sebuah halaqah sehingga menjadi halaqah yang baik, dan mereka terbiasa berkomunikasi dengan bahasa Arab apalagi mereka menulis skripsi dengan bahasa Arab.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Keunggulan ini menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah tidak hanya membekali mahasiswanya dengan kompetensi akademis yang sesuai dengan standar pemerintah, tetapi juga menambahkan nilai-nilai keislaman yang mendalam dan kemampuan berbahasa Arab yang komprehensif. Mahasiswa dari semua program studi diharuskan mampu berbicara dan memahami bahasa Arab dengan baik, sebuah keunggulan

yang membedakan mereka dari lulusan perguruan tinggi lainnya yang biasanya hanya fokus pada kemampuan bahasa Arab di jurusan khusus bahasa Arab saja.

Dengan kurikulum yang komprehensif ini, STAI As-Sunnah berhasil mencetak lulusan yang tidak hanya siap bersaing di dunia kerja tetapi juga memiliki bekal keagamaan yang kuat dan kemampuan bahasa yang mumpuni. Hal ini menjadikan lulusan STAI As-Sunnah lebih unggul dan kompetitif, serta siap berkontribusi secara signifikan di berbagai bidang pekerjaan. Strategi ini juga memperkuat daya tarik STAI As-Sunnah bagi calon mahasiswa yang mencari pendidikan tinggi berkualitas dengan tambahan nilai-nilai keislaman yang mendalam. Kompetensi lulusan yang unggul ini juga menarik minat berbagai lembaga luar untuk berkolaborasi dengan STAI As-Sunnah dalam penempatan pengabdian serta memperkuat jaringan dan reputasi STAI As-Sunnah di tingkat nasional maupun internasional.

c. Kemitraan dengan Lembaga Terkait

Salah satu strategi pemasaran lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah adalah kemitraan dengan berbagai lembaga terkait. Strategi ini dirancang untuk memperkuat jaringan dan membuka peluang bagi lulusan dalam dunia kerja. Dalam wawancara dengan para pengelola dan dosen STAI As-Sunnah, terungkap bahwa kampus ini telah menjalin *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan beberapa lembaga. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ketua STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Strategi yang ada sekarang, kita bekerja sama dengan lembaga-lembaga, baik itu lembaga yang sifatnya lembaga pendidikan atau lembaga sosial (yayasan). Di mana untuk kebutuhan yang ada sekarang atau kebutuhan lapangan, itu melebihi dari jumlah mahasiswa atau mahasiswi yang tamat, karena kebutuhan di lapangan itu lebih banyak. Jadi untuk strategi pemasaran yang ada kita enggak banyak membuat strategi tapi kebanyakan kita hubungan pribadi lewat melalui telepon gitu ya enggak diumumkan karena juga mereka mempunyai kebutuhan yang sama sih sebetulnya mereka mencari alumni yang berkompeten baik itu dalam bidang

pendidikan agama islam atau dalam bahasa Arab, jadi sama sama mencari sebetulnya.” (D.C, *wawancara*, 1 Mei 2024)

Kerja sama yang dilakukan oleh STAI As-Sunnah dengan lembaga-lembaga lain umumnya untuk penempatan lulusan STAI As-Sunnah. Namun, salah satu syarat dari kerja sama tersebut, lembaga terkait juga berusaha untuk mengutus lulusannya agar menjadi calon mahasiswa/mahasiswi STAI As-Sunnah. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Jadi setiap lembaga pemanfaat alumni itu dia ada MoU dengan STAI As-Sunnah, terus juga sekarang ini kita buat mereka ngambil alumni mereka diwajibkan ngirim mahasiswa baru, nanti setelah empat tahun atau lima tahun nanti murid yang mereka utus tersebut kembali ke lembaga mereka, jadi ada feedback, mereka tidak menerima manfaat aja tapi mereka juga membantu STAI As-Sunnah dalam merekrut mahasiswa mahasiswi baru. jadi ketergantungan itu ada, karena alumni kita sedikit, maka kita bilang ke lembaga lembaga tersebut, kalau mereka enggak ngirim alumni enggak ngirim mahasiswa baru atau mahasiswi, maka mohon maaf kita juga mungkin tidak mengirim alumni ke mereka, walaupun mereka mengajukan permohonan.” (D.C, *wawancara*, 1 Mei 2024)

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Pertama kita bekerja sama dengan bagian Humas dalam melakukan MoU dengan lembaga-lembaga luar. Jadi salah satu poin MoU yaitu kita menyebarkan alumni ke lembaga tersebut tentunya dengan syarat-syarat yang dipenuhi oleh lembaga tersebut.” (F, *wawancara*, 29 April 2024)

Hal ini juga disampaikan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Karena rata-rata alumni pengabdian yang kemudian lanjut disana, itu kan melalui Biro Alumni. Tetapi ini sinergi sebetulnya antar humas dan bagian alumni, Biro Alumni tidak akan memberikan pengabdian ke suatu lembaga, ke kampus atau sekolah-sekolah kalau tidak mendapatkan rekomendasi dari Humas. Jadi Humas harus membuat MoU dengan mereka atau mereka mengajukan MoU dulu, setelah MoU selesai baru nanti diajukan namanya di penempatan alumni. Tapi syarat utamanya dia harus ada kerjasama dulu dengan STAI As-Sunnah, kalau tidak maka dia tidak masuk dalam skala prioritas, kalau pun

dapat itu melalui jalur pribadi.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Keberadaan *Memorandum of Understanding* (MoU) ini juga didukung oleh hasil observasi dari berita yang dibagikan di website dan media sosial STAI As-Sunnah. Dalam berbagai publikasi tersebut, seringkali ditampilkan kerjasama yang telah terjalin dengan berbagai lembaga, baik nasional maupun internasional (Lampiran 11). Kerjasama ini mencakup berbagai bidang, termasuk pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat, yang semuanya memberikan manfaat langsung bagi lulusan STAI As-Sunnah.

Selain itu, dari studi dokumentasi, ditemukan bahwa ada banyak dokumentasi resmi mengenai MoU yang telah disepakati dengan berbagai lembaga. Dokumen-dokumen ini mencatat rincian kerjasama dan komitmen kedua belah pihak untuk saling mendukung dan berkolaborasi dalam berbagai program.

Keberhasilan dalam menjalin kemitraan dengan berbagai lembaga ini menunjukkan komitmen STAI As-Sunnah dalam menyediakan peluang kerja yang luas bagi lulusannya. Melalui kemitraan ini, lulusan tidak hanya memperoleh pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas, tetapi juga mendapatkan akses langsung ke berbagai peluang kerja dan pengembangan karir.

Dengan adanya kerjasama ini, lulusan STAI As-Sunnah menjadi lebih siap dan kompetitif dalam menghadapi tantangan di dunia kerja. Kemitraan ini juga membantu memperluas jaringan profesional lulusan, memperkuat keterampilan mereka, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja.

d. Promosi melalui Media Sosial

Strategi lain yang dilaksanakan oleh STAI As-Sunnah dalam memasarkan lulusan adalah dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

STAI As-Sunnah memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan website resmi untuk mempromosikan keunggulan lulusannya. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Tentunya kita bangun jaringan alumni yang lebih kuat, yaitu antara alumni dan alumni kita aktifkan lagi kolaborasi kita dan memaksimalkan platform yang ada, karena sejauh ini dari situlah alumni-alumni kita diketahui oleh lembaga luar. Ada konten-konten yang relevan dengan suksesnya alumni, jadi menginspirasi bagi pelamar kerja dari alumni itu sendiri dan juga bagi calon mahasiswa.” (P.L, *wawancara*, 30 April 2024)

Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya juga menjelaskan tentang media sosial yang sangat berpengaruh terhadap strategi pemasaran lulusan STAI As-Sunnah.

“Pasti, kita menggunakan media sosial, website kita diberdayakan kemudian juga instagram, twitter, facebook, semuanya itu walaupun tidak khusus untuk mempromosikan lulusan STAI, tapi masuk didalamnya untuk mempromosikan lulusan STAI. Misalnya, capaian yang didapat oleh mahasiswa, kita sebisa mungkin aktif disebar di media sosial, itu juga dalam upaya untuk meningkatkan citra lulusan kita. Selain meningkatkan citra STAI sebagai lembaga kita, juga menaikkan citra alumni kita, jika citra STAI bagus maka bagus juga citra lulusannya.” (P.L, *wawancara*, 30 April 2024)

Platform digital dan media sosial yang dilakukan untuk pemasaran lulusan STAI As-Sunnah menjadi faktor yang sangat berpengaruh, hal ini diungkapkan oleh Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Sangat sangat baik, tapi memang masih ada kurangnya, sering kita tidak *update* perkembangan As-Sunnah, apalagi kita tidak mempunyai penanggungjawab khusus untuk website ini. Kalau untuk STAI As-Sunnah sendiri sangat bagus karena informasi-informasi lebih cepat diserap orang lain ketimbang kita mengandalkan tatap muka dan ceramah. Cukup dengan melihat itu dan kita sebar terkait lulusan kita, program-program kita, itu lebih cepat diserap masyarakat. Humas sendiri juga ada mempublikasikan setiap kegiatan yang dilakukan, seperti kunjungan, MoU, tamu, dan itu semua kita publikasikan melalui media, di instagram dan website. Kita kolaborasi, jadi

kita yang memberikan informasi dan berita acaranya, dokumentasinya, nanti sekretaris yang akan memasukkannya ke website atau diekspos, dan semua itu bisa dilihat di website.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Hasil observasi menunjukkan bahwa akun-akun media sosial STAI As-Sunnah sangat aktif dalam membagikan berbagai informasi terkait kegiatan akademik, prestasi mahasiswa, program pengabdian, serta kerjasama dengan berbagai lembaga. Misalnya, di Instagram dan Facebook, STAI As-Sunnah rutin mengunggah konten berupa foto dan video yang menampilkan aktivitas kampus, testimoni lulusan, dan informasi acara yang relevan. Twitter digunakan untuk berbagi berita terbaru dan diskusi singkat, sementara website resmi menyediakan informasi lengkap mengenai program studi, fasilitas, dan berita terbaru. (Lampiran 15)

Konten yang dibagikan melalui media sosial ini tidak hanya memberikan informasi tetapi juga membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap kualitas pendidikan di STAI As-Sunnah. Dengan menampilkan cerita sukses lulusan, pencapaian akademik, dan berbagai kegiatan mahasiswa, STAI As-Sunnah menunjukkan kepada calon mahasiswa dan dunia kerja bahwa lulusannya siap bersaing dan berkontribusi secara signifikan.

Aktivitas media sosial yang konsisten ini juga memungkinkan STAI As-Sunnah untuk menjalin komunikasi yang lebih erat dengan alumni, mahasiswa, serta calon mahasiswa. Interaksi melalui komentar, pesan langsung, dan fitur live streaming memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih personal dan responsif. Hal ini tidak hanya meningkatkan *engagement* tetapi juga memberikan platform bagi para lulusan untuk berbagi pengalaman dan membangun jaringan profesional.

Dengan strategi promosi yang efektif melalui media sosial, STAI As-Sunnah berhasil memperluas jangkauan informasi mengenai keunggulan lulusannya. Ini menjadi salah satu faktor penting yang membuat STAI As-Sunnah semakin dikenal dan diminati oleh calon

mahasiswa yang mencari pendidikan tinggi berkualitas dengan peluang kerja yang menjanjikan. Media sosial telah menjadi jembatan yang menghubungkan STAI As-Sunnah dengan masyarakat luas, memperkuat reputasi institusi, dan meningkatkan daya tariknya di dunia pendidikan tinggi.

e. Dukungan Alumni dan Perguruan Tinggi

Salah satu strategi pemasaran lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah adalah melalui dukungan alumni dan perguruan tinggi. Strategi ini berfokus pada pemanfaatan jaringan alumni dan pembentukan Biro Alumni yang bertugas khusus untuk mendukung penyaluran dan perkembangan karir lulusan STAI As-Sunnah, Ketua Biro Alumni dalam wawancara mengungkapkan:

“Peran dan tanggung jawab Biro Alumni, yang pertama kita dengan alumni itu kita jaga hubungan baik kita ya, interaksi kita dengan alumni kita bangun, salah satu caranya dengan kita buat *whatsapp group*. Kemudian Biro Alumni juga kalau ada acara alumni kita mengorganisir dan berandil disitu. Kemudian juga Biro Alumni juga ketika ada pengalangan dana atau kegiatan sosial disitu juga kita ambil peran. Kemudian juga kita sebagai Biro Alumni sebagai pengelola basis data, baik itu *tracer study*, data karir, informasi kontak dan lainnya yang berkaitan dengan alumni. Kemudian juga Biro Alumni sebagai hiring ya, menyediakan informasi sumber daya alumni yang ingin bekerja kita bantu hiring, kita bantu cari lowongan kerjanya. Kemudian kita juga menjaga hubungan dengan lembaga alumni yang terkemuka, yang sudah menjadi tokoh di masyarakatnya, yang punya mansip dan juga lembaga-lembaga yang mungkin memiliki nama gitu selain tugas humas juga Biro Alumni juga berperan gitu walaupun tidak banyak.” (F, wawancara, 29 April 2024)

Strategi pemasaran lulusan juga kerap dilakukan melalui para lulusan sendiri. Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengungkapkan:

“Jadi memang promosi kegiatan sendiri terhadap alumni itu tidak ada gitu, tidak ada promosi khusus, lebih ke mulut ke mulut, dari alumni ke alumni, memang alumni banyak berandil dan berperan ya di promosi alumni itu sendiri. Jadi alumni kita sampai saat ini tidak ada yang tidak bekerja gitu. Dalam artian

memang langsung kerja, selalu tiap tahunnya itu *over* ya permintaannya, permohonan alumni itu lebih tinggi daripada jumlah alumni itu sendiri gitu kan. Jadi alhamdulillah tamat kuliah langsung kerja gitu.” (F, *wawancara*, 29 April 2024)

Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah juga melanjutkan mengenai strategi pemasaran lulusan melalui para alumni STAI As-Sunnah sendiri:

“Jadi seperti yang sudah kita katakan tadi sebelumnya, peran alumni sangatlah sentral dan penting, karena memang kebanyakan mahasiswa yang akan tamat itu lebih dominan rekomendasi dari alumni-alumni yang awal gitu ya, abang-abang kelas dan abang-abang angkatannya gitu. Alumni kita kenapa kita bilang berperan? karena kebanyakan besar mereka memiliki jabatan yang penting di lembaga pendidikannya, di sekolah atau pesantren. Jadi alumni kita langsung yang merekomendasikan lulusan kita untuk bekerja di pesantren tersebut, jadi seperti itu jalurnya, rekomendasi langsung dari alumni yang sudah tamat, karena memiliki mungkin memiliki jabatan, menjadi mudir gitu kan dan lain sebagainya” (F, *wawancara*, 29 April 2024)

Hal lain yang juga mendukung strategi pemasaran lulusan STAI As-Sunnah adalah dikarenakan eratnya ikatan antara para lulusan STAI As-Sunnah, sehingga para lulusan tersebut dapat memberikan informasi terkait dunia kerja satu sama lain. Sebagaimana wawancara yang dilakukan dengan Ketua Hubungan Masyarakat:

“Ana lihat juga alumni STAI as-Sunnah untuk begitu itu sangat kuat. Beberapa orang yang misalnya berasal dengan lembaga-lembaga mereka, kita tolong, kita berikan solusi-solusi, kalau mau Alhamdulillah, kalau tidak kita tawarka ke yang lain.” (P.L, *wawancara*, 30 April 2024)

Ikatan antara para lulusan STAI As-Sunnah juga didukung karena adanya pertemuan para alumni yang berfungsi untuk memantau perkembangan karir lulusan STAI As-Sunnah serta membagikan informasi mengenai dunia kerja, sebagaimana yang disampaikan oleh Ketua Hubungan Masyarakat dalam wawancaranya:

“Kalau programnya terjadwal itu tidak ada, tetapi dahulu beberapa kali kita membuat daurah dan *multaqa khirrijin*, itu sebenarnya untuk menyusun kembali kekuatan, kita adakan *multaqa khirrijin* itu kalau tidak salah dua sampai tiga kali.

Seluruhnya diundang, ada yang pernah kita fasilitasi akomodasi dan transport, ada juga hanya akomodasi saja. Itu juga untuk memantau perkembangan alumni dan sharing dunia kerja, saling bertukar pikiran tentang karirnya masing-masing.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Adanya pertemuan rutin biasanya tahunan antara alumni di berbagai daerah, biasanya yang sering dilakukan pertemuan tahunan di Labura, Batam, Jawa, Jakarta, dan Bogor. Ada juga pertemuan non rutin biasanya jamuan antar alumni, misalnya alumni A mengunjungi alumni B di ma’had alumni B, karena alumni B ini punya ma’had atau jabatan, atau untuk mengisi *muhadharah*.” (F, wawancara, 29 April 2024)

Hasil observasi yang dilakukan juga menunjukkan bahwa para lulusan STAI As-Sunnah secara aktif membagikan informasi mengenai almamater mereka melalui media sosial masing-masing. Lulusan STAI As-Sunnah sering kali memposting tentang pengalaman mereka selama di STAI As-Sunnah, pencapaian akademis, serta berbagai kegiatan kampus yang mereka ikuti. Testimoni dan cerita sukses ini tidak hanya mempromosikan STAI As-Sunnah kepada calon mahasiswa tetapi juga memperkuat citra positif institusi ini di mata publik.

Selain itu, STAI As-Sunnah juga secara khusus membentuk Biro Alumni yang bertujuan untuk memfasilitasi penyaluran kerja bagi lulusan dan memonitor perkembangan karir mereka. Biro Alumni ini berfungsi sebagai jembatan antara lulusan dan dunia kerja, membantu alumni dalam mencari peluang kerja yang sesuai dengan kompetensi mereka. Biro ini juga berperan dalam menjaga hubungan baik antara alumni dan institusi, memastikan bahwa lulusan tetap terhubung dengan komunitas STAI As-Sunnah.

Dukungan dari alumni dan perguruan tinggi ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam strategi pemasaran lulusan STAI As-Sunnah. Dengan jaringan alumni yang solid dan aktif, informasi mengenai kualitas pendidikan dan berbagai keunggulan STAI As-Sunnah tersebar luas, menarik minat calon mahasiswa baru. Selain itu,

biro alumni juga memastikan bahwa lulusan mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan untuk sukses di dunia kerja, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi dan daya tarik STAI As-Sunnah sebagai institusi pendidikan tinggi yang mampu mencetak lulusan berkualitas.

Dengan kombinasi promosi aktif oleh alumni dan dukungan struktural dari biro alumni, STAI As-Sunnah berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan karir lulusan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan prospek kerja bagi lulusan tetapi juga memperkuat hubungan antara lulusan dan institusi, menciptakan siklus positif yang terus menerus memperkuat reputasi STAI As-Sunnah di dunia pendidikan tinggi.

Adapun dalam pemasaran lulusan STAI As-Sunnah, terdapat beberapa tantangan yang telah dilalui. Berikut paparan yang disampaikan oleh Ketua Biro Alumni STAI As-Sunnah dalam wawancaranya:

“Tantangannya adalah dari lembaga-lembaga yang tidak disebarkan alumni disitu, mereka meminta dan memohon karena mereka memang butuh, dan kita tidak bisa berbuat apa-apa, karena memang ada lembaga-lembaga yang prioritas, kemudian lembaga-lembaga yang MoU, diantara lembaga yang MoU ada lagi yang lebih prioritas.” (F, *wawancara*, 29 April 2024)

Tantangan lain yang dihadapi oleh STAI As-Sunnah adalah pandangan beberapa pihak terhadap pemahaman Sekolah Tinggi ini. Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya mengatakan:

“Kita ingin membangun relasi sebenarnya dengan banyak lini, termasuk lini pemerintahan. Namun, cap wahabi ini tidak bisa dihilangkan seterbuca apapun kita. Tentunya ini bagi sebagian kalangan, ada juga sebagian kalangan yang memang tidak *salafy*, mereka tidak pernah mendengar tapi mereka sangat terbuka dengan siapa saja. Adapun mahasiswa yang masuk kesini kan tergantung *basicnya*, tidak semua menjadi *salafy wahabi tulen*, ada yang kembali ke *basicnya*. Nah itu satu tantangan, tetapi itu bukan untuk kita hilangkan dengan membuat citra kampus ini menjadi abu-abu, tidak. Kita tetap pada pendirian kita, tetapi mungkin lebih menjalin hubungan lagi, lebih sering bertemu, lebih banyak komunikasi dengan pihak-pihak lain yang akhirnya akan membuat citra itu baik sendiri.” (P.L, *wawancara*, 30 April 2024)

Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah dalam wawancaranya juga melanjutkan mengenai tantangan yang dihadapi dalam memasarkan lulusan STAI As-Sunnah,

“Kemudian tantangan Humas itu yang lain, tapi ini ibarat pisau bermata dua, asrama itu bagi sebagian besar orang menjadi masalah khusus bagi laki-laki. Memang sebagian kecil yang lain itu menjadi *rahmah*, sehingga menjadi peluang untuk orang-orang jauh dari Makassar, Lombok, NTB, mereka tidak perlu menyewa kos lagi. Tapi kalau kita mengatakan kita *boarding school*, tidak boleh menggunakan hp, ini menjadi masalah bagi sebagian orang. Artinya program-program yang kita anggap baik disini ketika kita sosialisasikan di luar, itu dilihat sebagai suatu masalah, dan itu biasa. Empat hari yang lalu kita ke sebuah universitas di Sumatera Utara, kita sharing dan MoU dengan mereka, kita sampaikan terkait dengan Sekolah Tinggi kita yang sistemnya *boarding school*. Awalnya mereka puji-puji, tapi ketika kita sampaikan kita tidak boleh pakai hp, bukan mutlak, tapi secara umum tidak boleh. Jadi mereka menganggap itu sebagai masalah, harusnya mahasiswa itu ya memang dihadapkan dan dibiasakan menggunakan media sosial dengan cara yang baik dan terkontrol, bukan justru dihilangkan sama sekali, karena sekarang zamannya memang seperti itu, kita kan tidak boleh melawan arus, dan ini harus kita pertimbangan. Artinya paradigma-paradigma yang kita anggap baik itu, di luar dianggap sebagai kemunduran. Harusnya yang kita promosikan kan yang baik-baik, ini capaian kami, perkembangan kami, bukan kemunduran. Kalau kemunduran pasti kan tidak akan disambut oleh pasar. Itu tantangan dan itu harus dibenahi dan dilihat bagaimana tentang hp dan asrama ini.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Tantangan yang dihadapi oleh STAI As-Sunnah dalam memasarkan lulusan STAI As-Sunnah tentu perlu dicarikan solusinya, berikut adalah paparan Ketua Hubungan Masyarakat STAI As-Sunnah untuk mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi tersebut,

“Membangun relasi yang lebih baik dengan alumni, karena alumni ini sangat besar peranannya. Di samping mereka bisa memberikan informasi awal, mereka juga bisa memberikan lebih detail. Bayangkan jika dia mengajar di satu sekolah 5 kelas, dia punya 2 sekolah misalnya, jadi 10 kelas. Katakanlah tiap kelas punya 25 orang, jadi 250. Lihat bagaimana besarnya peranan alumni, mereka adalah informasi STAI As-Sunnah yang berjalan. Kemudian kita mencoba membangun dengan lembaga pendidikan khususnya setingkat SMA, karena bisa timbal balik. Kita bisa memberikan *output* kita dan mereka kita harapkan memberi *input* kepada kita, yaitu calon mahasiswa atau kader yang akan kita bina. Kolaborasi dengan perguruan tinggi dan institusi pendidikan lain,

bekerja sama, buat seminar, mentoring, pertukaran mahasiswa, supaya reputasi STAI As-Sunnah terlihat. Selain itu juga kolaborasi dengan komunitas yang relevan dengan program studi yang ada di STAI As-Sunnah. Kemudian kita perbaiki citra kita di masyarakat dengan KKN, dalam rangka memperkenalkan STAI-As-Sunnah, selain dia bagian dari tridarma perguruan tinggi. Tapi disisi lain mereka dapat memperbaiki citra STAI As-Sunnah. Kita juga harus lebih masif lagi di media sosial, lebih *up to date* tentang informasi. Media yang kita miliki sebisa mungkin juga selalu menyelipkan nama STAI As-Sunnah, misalnya Salam TV, alhamdulillah sekarang TV itu juga dijalankan oleh alumni-alumni kita.” (P.L, wawancara, 30 April 2024)

Tantangan dalam pemasaran lulusan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah menghadirkan berbagai kompleksitas yang memerlukan strategi khusus untuk diatasi. Saat ini, jumlah lulusan STAI As-Sunnah masih belum sebanding dengan tingginya permintaan dari pasar kerja. Banyak institusi dan perusahaan yang mencari lulusan dengan kompetensi yang dihasilkan oleh STAI As-Sunnah, namun jumlah lulusan yang tersedia masih terbatas.

Selain itu, masyarakat umum dan beberapa institusi kerja masih memiliki pandangan negatif terhadap pemahaman *Salafy* yang dianut oleh STAI As-Sunnah. Stereotip dan kesalahpahaman ini dapat mempengaruhi penilaian terhadap lulusan, sehingga mengurangi peluang kerja mereka di beberapa sektor.

Dengan mengidentifikasi dan menghadapi tantangan-tantangan ini secara proaktif, STAI As-Sunnah dapat meningkatkan daya saing dan daya tarik lulusannya, serta memastikan bahwa mereka siap bersaing di dunia kerja yang semakin kompetitif. Strategi ini tidak hanya akan memperkuat posisi STAI As-Sunnah sebagai institusi pendidikan yang berkualitas, tetapi juga membangun reputasi positif yang lebih luas di masyarakat.

B. Pembahasan Penelitian

Setelah menguraikan hasil temuan dari wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, peneliti akan membahas temuan yang ada secara mendalam dan

menyusunnya menjadi pemaparan yang terstruktur sebagai hasil penelitian. Pemaparan ini mencakup analisis dari setiap temuan, serta menyoroti implikasi praktis dan teoritis yang dapat menjadi acuan bagi pengembangan strategi pemasaran lulusan. Pembahasan akan diuraikan beruntun mengenai: 1) Penerapan Strategi Pemasaran STAI As-Sunnah Deli Serdang, 2) Analisis Lulusan STAI As-Sunnah Deli Serdang, 3) Implementasi Strategi Pemasaran Lulusan di STAI As-Sunnah Deli Serdang.

1. Penerapan Strategi Pemasaran Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Pemasaran pendidikan merupakan kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam memasarkan dan mempromosikan hal-hal yang ada di dalam lembaga tersebut (Mundir, 2015). Berdasarkan hasil wawancara, observasi lapangan, dan studi dokumentasi yang dilakukan, ditemukan bahwa STAI As-Sunnah telah menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya. Strategi-strategi ini mencakup pendekatan langsung melalui media sosial dan platform digital, serta pendekatan tidak langsung melalui jaringan alumni dan program-program sosial.

Dari wawancara terungkap bahwa media sosial memainkan peran yang sangat signifikan dalam strategi pemasaran institusi ini. Facebook dan Instagram, merupakan platform yang paling berpengaruh dalam menarik pendaftar baru. Penggunaan media sosial memungkinkan STAI As-Sunnah untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang merupakan target utama untuk penerimaan mahasiswa baru (PMB). Tujuan dari promosi ini meliputi, usaha untuk menginformasikan (*informing*), membujuk pelanggan (*persuading*), dan mengingatkan (*reminding*) (Alma & Hurriyati, 2008).

Aktivitas di media sosial meliputi pembagian konten informatif dan inspiratif mengenai program studi, kegiatan kampus, testimoni mahasiswa, serta pencapaian akademis dan non-akademis. Selain Facebook dan Instagram, STAI As-Sunnah juga mulai memanfaatkan TikTok, meskipun penggunaan platform seperti Twitter dan website masih relatif rendah. Hal

ini menunjukkan adaptasi institusi terhadap tren digital yang sedang berkembang, serta upaya untuk terus meningkatkan keterlibatan dan interaksi dengan calon mahasiswa.

Selain media sosial, STAI As-Sunnah juga memanfaatkan kekuatan jaringan alumni dan program pengabdian sebagai strategi pemasaran tidak langsung. Alumni STAI As-Sunnah, yang telah tersebar di berbagai wilayah, memainkan peran penting dalam menyebarkan informasi mengenai almamater mereka. Melalui pengalaman dan kesuksesan mereka, alumni ini memberikan testimoni positif yang membantu menarik minat calon mahasiswa baru.

STAI As-Sunnah memiliki program pengabdian yang unik dan jarang dimiliki oleh kampus-kampus lain. Program ini melibatkan pengiriman lulusan ke berbagai daerah untuk melakukan pengabdian, yang tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Lulusan yang berpartisipasi dalam program pengabdian ini berperan sebagai “taswiq berjalan” atau pemasaran hidup, yang membawa nama baik STAI As-Sunnah ke berbagai penjuru.

Program-program sosial yang diadakan oleh STAI As-Sunnah juga menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan seperti pembangunan sumur, pembangunan masjid, qurban, dan buka puasa bersama tidak hanya memberikan manfaat nyata bagi masyarakat tetapi juga memperkuat hubungan antara kampus dan komunitas sekitar. Dalam setiap kegiatan sosial tersebut, STAI As-Sunnah selalu menyelipkan agenda pemasaran, seperti pembagian brosur dan informasi mengenai program studi.

Selain itu, STAI As-Sunnah juga memanfaatkan platform media seperti Salam TV dan radio Ar-Risalah untuk mempromosikan program-program kampus. Dalam setiap siaran, baik off air maupun on air, humas dan tim marketing selalu menyisipkan informasi pemasaran, yang membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Hal ini menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah memiliki pendekatan pemasaran yang komprehensif dan inovatif, dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk menjangkau calon mahasiswa dan masyarakat umum. Penggunaan media sosial sebagai strategi pemasaran langsung menunjukkan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi dan tren digital, sementara strategi pemasaran tidak langsung melalui jaringan alumni dan program pengabdian mencerminkan keunikan dan kekuatan institusi dalam membangun hubungan yang erat dengan komunitas.

Implementasi program sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran juga menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah tidak hanya fokus pada aspek akademis tetapi juga pada kontribusi nyata bagi masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan citra positif institusi tetapi juga memperkuat posisi STAI As-Sunnah sebagai lembaga pendidikan yang berintegritas.

Dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital dan globalisasi ini, STAI As-Sunnah perlu terus mengembangkan dan menyesuaikan strategi pemasaran yang ada. Penggunaan media sosial harus terus dioptimalkan dengan konten yang kreatif dan relevan, sementara program pengabdian dan kegiatan sosial harus terus dipertahankan dan ditingkatkan kualitasnya. Selain itu, perlu ada evaluasi berkala untuk memastikan bahwa semua strategi yang diterapkan tetap efektif dan sesuai dengan kebutuhan serta tren yang berkembang di masyarakat.

2. Analisis Lulusan Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Salah satu indikator keberhasilan sebuah institusi pendidikan adalah melalui kemampuan lulusannya dalam mengintegrasikan ilmu yang diperoleh di dunia kerja. Keberhasilan ini akan menarik minat berbagai lembaga untuk merekrut lulusan yang dimiliki oleh perguruan tinggi tersebut (De Chernatony, L., & Riley, 1998). Lulusan juga diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja, serta memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang beragam (Cai, 2013).

Adapun keunggulan akademik lulusan STAI As-Sunnah terlihat dari kemampuannya dalam bidang kajian Islam dan bahasa Arab. Standar akademik yang diterapkan di STAI As-Sunnah juga melebihi standar nasional (SN Dikti), dengan target tambahan hafalan Al-Quran bagi setiap mahasiswa sebanyak tujuh juz. Hal ini menunjukkan bahwa kurikulum STAI As-Sunnah dirancang sedemikian rupa agar lulusannya tidak hanya memahami ilmu agama secara utuh, namun juga menghafal Al-Quran dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Kemampuan berbahasa Arab yang baik juga menjadi salah satu ciri lulusan STAI As-Sunnah. Bahasa Arab tidak hanya diajarkan sebagai mata pelajaran saja, namun juga digunakan sebagai bahasa pengantar dalam kegiatan sehari-hari di kampus. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk memperoleh keterampilan bahasa Arab secara alami dan praktis serta berkomunikasi dengan lancar dalam bahasa Arab. Keterampilan ini memberikan nilai tambah yang besar dalam dunia kerja, khususnya pada lembaga pendidikan dan keagamaan yang memerlukan penguasaan bahasa Arab. Lulusan STAI As-Sunnah juga dikenal memiliki daya saing yang tinggi dalam berbagai bidang, khususnya dalam ilmu syar'i, bahasa Arab dan hafalan Al-Quran.

Kemampuan tersebut membuat mereka banyak dicari oleh berbagai lembaga pendidikan dan keagamaan baik dalam negeri maupun internasional. Dalam laporan *tracer study*, pengguna lulusan mengungkapkan bahwa lulusan STAI As-Sunnah memiliki kinerja yang baik dalam bidang aspek etika, keahlian pada bidang ilmu (kompetensi utama), kemampuan berbahasa Arab, penggunaan teknologi informasi, kemampuan berkomunikasi, kerjasama, dan pengembangan diri.

Lulusan juga diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja, serta memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang beragam (Cai, 2013). Selain itu, beberapa aspek penting yang memengaruhi kesiapan kerja lulusan perguruan tinggi adalah kemampuan dalam memecahkan masalah, kemampuan bekerja dalam tim, kemampuan berkomunikasi verbal,

kepemimpinan, dan etika kerja diidentifikasi sebagai keterampilan yang berkontribusi pada kesiapan kerja (Kurniawan, 2020).

Oleh karena itu, salah satu aspek yang sangat dipentingkan STAI As-Sunnah adalah pembentukan karakter dan etika pada diri mahasiswanya. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek kognitif saja, namun juga pengembangan mental dan spiritual. Mahasiswa diajarkan untuk jujur, mengikuti aturan, dan menjadi dewasa secara emosional. Hal ini tercermin dari testimoni pengguna lulusan yang menilai tinggi etos kerja dan kedewasaan lulusan STAI As-Sunnah.

Meskipun STAI As-Sunnah telah meraih banyak keberhasilan, namun masih terdapat tantangan yang harus dihadapi terutama dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas lulusan. Beberapa pengguna lulusan mengatakan bahwa perlunya meningkatkan kemampuan bahasa asing untuk lulusan STAI As-Sunnah, khususnya bahasa Inggris. Selain itu, terdapat kekhawatiran jika kualitas lulusan di masa depan akan menurun, sehingga berdampak pada kepercayaan masyarakat dan jumlah pendaftar. Oleh karena itu, evaluasi internal yang berkesinambungan dan upaya penyempurnaan kurikulum dan metode pengajaran sangatlah penting.

Keunggulan yang dimiliki lulusan STAI As-Sunnah ini memberikan banyak peluang bagi STAI As-Sunnah untuk berkembang dan berinovasi. Namun, untuk menjamin keberlanjutan dan peningkatan kualitas, STAI As-Sunnah harus terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan dunia kerja. Fokusnya harus pada pemanfaatan teknologi informasi dalam pembelajaran, peningkatan kemampuan bahasa asing dan pengembangan program inovatif yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat.

3. Implementasi Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah Deli Serdang

Berkaitan dengan strategi pemasaran lulusan yang diterapkan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah, akan dijelaskan secara

rinci langkah-langkah yang dilakukan oleh institusi ini dalam memasarkan lulusannya. Strategi yang dilakukan oleh STAI As-Sunnah meliputi:

a. Rekrutmen dan Penempatan Kerja

Rekrutmen adalah proses mencari dan menarik calon tenaga kerja yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan yang dibutuhkan lembaga untuk mencapai tujuan. Rekrutmen tidak hanya menarik simpati atau minat seseorang untuk bekerja pada perusahaan tersebut, melainkan juga memperbesar kemungkinan untuk mempertahankan mereka setelah bekerja (C. Wijaya et al., 2019). Rekrutmen merupakan strategi pemasaran yang sangat efektif, karena institusi berusaha semaksimal mungkin untuk bekerjasama dengan banyak mitra kerja yang nantinya bisa melakukan perekrutan lulusan lebih banyak (Safitri et al., 2021).

Strategi ini melibatkan usaha untuk membantu lulusan menemukan pekerjaan yang sesuai dengan pendidikan mereka. Perguruan Tinggi dapat bekerja sama dengan perusahaan atau mengadakan acara rekrutmen untuk mempertemukan lulusan dengan peluang pekerjaan. Tujuannya adalah membantu lulusan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kualifikasi mereka (Sulistiyani & Rosidah, 2009).

Hal ini pula yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah. Salah satu strategi yang diterapkan adalah program wajib pengabdian, yang telah diatur dalam Statuta STAI As-Sunnah. Melalui analisis temuan penelitian, dapat dilihat bahwa program ini memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing dan kesiapan kerja lulusan, serta memperkuat citra institusi di mata calon mahasiswa dan dunia kerja.

Program wajib pengabdian di STAI As-Sunnah dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara pendidikan akademis dan pengalaman praktis di dunia kerja. Melalui kebijakan yang mewajibkan setiap lulusan untuk mengabdikan diri selama satu tahun di lembaga yang ditetapkan, STAI As-Sunnah memastikan bahwa lulusannya tidak

hanya memiliki pengetahuan teoretis yang kuat tetapi juga keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam dunia kerja.

Pelaksanaan pemasaran lulusan dengan melakukan rekrutmen kerja, menjadi hal yang penting, sehingga lulusan banyak yang terserap ke dunia kerja karena sebelum mereka lulus sudah memperoleh pekerjaan (Safitri et al., 2021). Integrasi ini sangat penting dalam konteks pendidikan tinggi, di mana lulusan sering kali dihadapkan pada tantangan dalam menerapkan pengetahuan teoretis yang mereka peroleh di bangku kuliah ke situasi nyata di tempat kerja. Penelitian yang dilakukan oleh Gault menunjukkan bahwa penempatan kerja bagi lulusan memiliki peran penting dalam meningkatkan pemasaran lulusan (Gault, J, Leach, E, & Duey, 2010)

Dengan menjalani program pengabdian, lulusan STAI As-Sunnah dapat mengembangkan keterampilan praktis seperti manajemen waktu, komunikasi, kerjasama tim, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja yang dinamis. Hal ini meningkatkan daya saing mereka di dunia kerja dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan profesional dengan lebih baik. Program wajib pengabdian juga berfungsi sebagai platform untuk memperluas jaringan profesional lulusan. Melalui penempatan di berbagai lembaga, lulusan memiliki kesempatan untuk membangun hubungan dengan profesional di bidang mereka, yang dapat membuka peluang kerja di masa depan. Jaringan ini sangat berharga dalam dunia kerja yang kompetitif, di mana koneksi dan referensi sering kali memainkan peran penting dalam mendapatkan pekerjaan.

Selain itu, program ini memberikan lulusan kesempatan untuk membuktikan kompetensi dan etika kerja mereka kepada calon pemberi kerja. Dengan memberikan kontribusi nyata selama masa pengabdian, lulusan dapat menunjukkan bahwa mereka memiliki keterampilan dan integritas yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pemberi kerja terhadap lulusan STAI As-

Sunnah dan mendorong mereka untuk merekrut lebih banyak lulusan dari institusi ini di masa depan.

Program wajib pengabdian juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif bagi STAI As-Sunnah. Dengan mengirimkan lulusan ke berbagai lembaga untuk melakukan pengabdian, institusi ini dapat memperkenalkan kualitas dan kompetensi lulusannya kepada dunia kerja. Hal ini tidak hanya meningkatkan peluang kerja bagi lulusan tetapi juga memperkuat citra STAI As-Sunnah sebagai institusi yang menghasilkan lulusan berkualitas tinggi yang siap bekerja dan berkontribusi kepada masyarakat.

Meskipun program wajib pengabdian ini memiliki banyak keunggulan, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutannya. Salah satu tantangan utama adalah memastikan bahwa kualitas pengalaman pengabdian tetap tinggi dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. STAI As-Sunnah perlu terus bekerja sama dengan lembaga-lembaga yang menerima lulusan untuk memastikan bahwa mereka memberikan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan profesional dan pribadi lulusan.

Selain itu, evaluasi dan umpan balik dari lulusan dan lembaga penerima perlu diintegrasikan ke dalam proses perbaikan program. Dengan memahami pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh lulusan selama masa pengabdian, STAI As-Sunnah dapat terus meningkatkan program ini dan memastikan bahwa lulusan mendapatkan manfaat maksimal. Hal ini juga akan membantu dalam memperkuat hubungan antara STAI As-Sunnah dan lembaga-lembaga mitra, serta memastikan bahwa program pengabdian tetap relevan dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

Sehingga program wajib pengabdian di STAI As-Sunnah adalah strategi pemasaran yang efektif yang mengintegrasikan pendidikan akademis dengan pengalaman praktis di dunia kerja. Program ini tidak hanya membantu lulusan untuk mengembangkan keterampilan praktis dan memperluas jaringan profesional, tetapi juga memperkuat citra

institusi sebagai penyedia pendidikan tinggi yang berkualitas. Meskipun ada tantangan yang perlu diatasi, potensi dampak positif dari program ini sangat besar dan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi lulusan, institusi, dan masyarakat.

b. Kurikulum Perguruan Tinggi

Pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan menjadi kunci dalam mempersiapkan lulusan yang siap terjun ke dunia kerja. Kurikulum harus dirancang untuk mencakup keterampilan, pengetahuan, dan kompetensi yang sesuai dengan tuntutan saat ini dan masa depan (Cai, 2013). Hal ini melibatkan evaluasi terus-menerus terhadap kurikulum, integrasi teknologi dan inovasi dalam pembelajaran.

Adapun kurikulum di STAI As-Sunnah, secara konsisten memenuhi dan melampaui standar nasional yang ditetapkan oleh SN Dikti. Hal ini terlihat dari pendekatan integratif yang menggabungkan teori dan praktek dalam pembelajaran. Mahasiswa diberikan dasar-dasar ilmu syar'i yang kuat, termasuk dalam bidang tafsir, hadis, dan hukum Islam. Kompetensi ini memungkinkan lulusan untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang ajaran Islam dan mampu menerapkannya.

Salah satu keunggulan utama dari kurikulum STAI As-Sunnah adalah penekanan pada kemampuan berbahasa Arab. Semua mahasiswa, terlepas dari program studi mereka, diwajibkan untuk bisa berbicara dan menulis dalam bahasa Arab. Pendekatan ini sangat penting karena bahasa Arab adalah bahasa utama dalam literatur Islam dan juga bahasa pengantar dalam banyak mata pelajaran di STAI As-Sunnah. Penguasaan bahasa Arab memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi lulusan STAI As-Sunnah. Mereka tidak hanya siap untuk berkomunikasi dalam konteks akademis dan profesional, tetapi juga memiliki kemampuan untuk berinteraksi secara efektif dalam

lingkungan yang menggunakan bahasa Arab, seperti di pesantren, lembaga pendidikan Islam, dan berbagai organisasi internasional.

Keunggulan kurikulum STAI As-Sunnah juga tercermin dalam program hafalan Al-Quran. Lulusan diwajibkan untuk menghafal minimal tujuh juz Al-Quran, yang diuji sebagai syarat kelulusan. Program hafalan Al-Quran ini memberikan lulusan keunggulan tambahan di dunia kerja, terutama dalam bidang keagamaan dan pendidikan. Kemampuan menghafal Al-Quran menunjukkan disiplin, dedikasi, dan komitmen yang tinggi, yang sangat dihargai dalam berbagai profesi. Lulusan yang menguasai hafalan Al-Quran juga lebih siap untuk mengambil peran sebagai pengajar, imam, atau pemimpin komunitas yang dapat membimbing orang lain dalam memahami dan mengamalkan ajaran Islam.

Salah satu indikator keberhasilan sebuah institusi pendidikan adalah melalui kemampuan lulusannya dalam mengintegrasikan ilmu yang diperoleh di dunia kerja. Keberhasilan ini akan menarik minat berbagai lembaga untuk merekrut lulusan yang dimiliki oleh perguruan tinggi tersebut (De Chernatony, L., & Riley, 1998). Selain kurikulum formal yang kuat, STAI As-Sunnah juga mewajibkan beberapa kegiatan ekstrakurikuler yang dirancang untuk memperkuat kompetensi mahasiswa. Kegiatan ini mencakup pidato rutin dalam bahasa Arab, percakapan bahasa Arab, dan berbagai aktivitas lain yang mendukung penguasaan bahasa dan keterampilan komunikasi. Melalui pidato rutin, mahasiswa dilatih untuk menyampaikan pendapat mereka secara efektif dalam bahasa Arab, yang tidak hanya meningkatkan kemampuan berbahasa tetapi juga membangun kepercayaan diri dan keterampilan berbicara di depan umum.

Kegiatan percakapan bahasa Arab juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempraktikkan bahasa dalam situasi sehari-hari serta memastikan bahwa mereka tidak hanya memahami bahasa Arab secara teoritis tetapi juga mampu menggunakannya dalam percakapan nyata. Aktivitas ekstrakurikuler ini merupakan bagian

integral dari pendidikan di STAI As-Sunnah, memastikan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan berbahasa yang solid dan siap untuk menggunakannya dalam konteks profesional dan sosial.

Penelitian oleh Cahyaningrum dan Martono juga menunjukkan bahwa penguasaan *soft skill* dan kompetensi kejuruan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan kerja lulusan perguruan tinggi. Hal ini menekankan pentingnya pengembangan *soft skill* sebagai bagian integral dari kurikulum perguruan tinggi. (Cahyaningrum & Martono, 2019). Oleh karena itu, salah satu aspek yang sangat dipentingkan STAI As-Sunnah adalah pembentukan karakter dan etika pada diri mahasiswanya. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek kognitif saja, namun juga pengembangan mental dan spiritual. Mahasiswa diajarkan untuk jujur, mengikuti aturan, dan menjadi dewasa secara emosional.

Keunggulan kurikulum perguruan tinggi di STAI As-Sunnah terletak pada kombinasi unik antara kompetensi akademis yang tinggi, kemampuan bahasa Arab yang mumpuni, program hafalan Al-Quran, dan integrasi nilai-nilai keislaman. Kurikulum yang komprehensif ini, ditambah dengan kegiatan ekstrakurikuler wajib seperti pidato bahasa Arab rutin dan percakapan bahasa Arab, memastikan bahwa lulusan STAI As-Sunnah tidak hanya siap bersaing di dunia kerja tetapi juga memiliki bekal spiritual dan moral yang kuat. Hal ini menjadikan mereka lebih unggul dan kompetitif, serta siap berkontribusi secara signifikan di berbagai bidang pekerjaan.

c. Kemitraan dengan Lembaga Terkait

Strategi ini fokus untuk membangun hubungan baik dengan lembaga-lembaga di sekitar perguruan tinggi, seperti lembaga pendidikan atau instansi pemerintah setempat. Kerja sama ini dapat membuka peluang kerja dan magang untuk lulusan, sehingga dapat memperluas jaringan lulusan dan menciptakan kesempatan karir yang lebih baik (Bridgstock, R, & Jackson, 2019). Dalam melakukan

pemasaran lulusan juga diperlukan promosi dan menjalin hubungan yang baik dengan mitra kerja (Safitri et al., 2021).

Kemitraan dengan berbagai lembaga terkait merupakan strategi pemasaran yang efektif bagi lulusan STAI As-Sunnah. Melalui MoU dan MoA, STAI As-Sunnah dapat memastikan bahwa lulusannya memiliki akses langsung ke berbagai peluang kerja yang relevan. Kemitraan ini mencakup lembaga pendidikan, sosial, dan yayasan yang membutuhkan lulusan dengan kompetensi di bidang pendidikan agama Islam dan bahasa Arab. Dengan demikian, STAI As-Sunnah dapat menempatkan lulusannya di posisi yang sesuai dengan keahlian mereka, meningkatkan peluang kerja dan karir mereka secara signifikan.

Kerjasama ini juga memberikan keuntungan bagi lembaga mitra yang mendapatkan sumber daya manusia yang berkompeten dan siap bekerja. Lembaga mitra mendapatkan keuntungan dari lulusan STAI As-Sunnah yang memiliki keunggulan dalam ilmu syar'i, kemampuan bahasa Arab, dan hafalan Al-Quran. Sinergi ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara STAI As-Sunnah dan lembaga mitra, memperkuat jaringan profesional dan menciptakan peluang baru bagi Keberadaan MoU antara STAI As-Sunnah dan berbagai lembaga terkait. Hal ini pula yang menjasi strateg pemasaran lulusan, dimana tingkat kepuasan pelanggan menjadi indikator untuk mengukur seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, semakin baik strategi pemasaran dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2006).

Dalam berbagai publikasi yang dibagikan di website dan media sosial STAI As-Sunnah, seringkali ditampilkan kerjasama yang telah terjalin dengan berbagai lembaga, baik nasional maupun internasional. Hal ini menunjukkan bahwa STAI As-Sunnah aktif dalam membangun kemitraan yang strategis dan berkelanjutan. Salah satu aspek menarik dari kemitraan ini adalah adanya feedback yang saling menguntungkan antara STAI As-Sunnah dan lembaga mitra. Lembaga mitra tidak hanya

menerima manfaat dari penempatan lulusan, tetapi juga diharuskan untuk mengutus calon mahasiswa baru ke STAI As-Sunnah. Hal ini memastikan bahwa STAI As-Sunnah terus menerima input dari lembaga mitra, yang membantu dalam merekrut mahasiswa-mahasiswa baru yang potensial. Feedback ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan memperkuat ketergantungan antara STAI As-Sunnah dan lembaga mitra.

Dengan mengharuskan lembaga mitra untuk mengirim calon mahasiswa baru, STAI As-Sunnah memastikan bahwa proses rekrutmen tidak hanya bersifat satu arah. Lembaga mitra juga terlibat aktif dalam mendukung keberlanjutan institusi ini. Strategi ini memastikan bahwa STAI As-Sunnah terus mendapatkan mahasiswa yang berkomitmen dan memiliki potensi tinggi, sementara lembaga mitra mendapatkan sumber daya manusia yang terlatih dan siap bekerja di masa depan.

Keberhasilan dalam menjalin kemitraan ini menunjukkan komitmen STAI As-Sunnah dalam menyediakan pendidikan tinggi yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Dengan terus memperkuat kemitraan ini, STAI As-Sunnah dapat terus meningkatkan daya saing lulusannya dan memperkuat reputasinya sebagai institusi pendidikan yang unggul. Kemitraan ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi lulusan tetapi juga mendukung pengembangan karir mereka dan memperluas jaringan profesional yang penting untuk kesuksesan di masa depan.

d. Promosi melalui Media Sosial

Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi, dan mengingatkan pasar sasaran atau perusahaan agar bersedia menerima, membeli, dan menggunakan produk yang ditawarkan (Alma & Hurriyati, 2008). Perkembangan teknologi tentu mempengaruhi cara perguruan tinggi mempromosikan lulusan. Pemanfaatan media sosial, platform daring,

dan inovasi teknologi lainnya menjadi kunci dalam strategi pemasaran yang efektif (Gault, J., Leach, E., & Duey, 2010).

Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) As-Sunnah memanfaatkan platform digital ini untuk mempromosikan keunggulan lulusannya. Media sosial berfungsi sebagai jembatan antara STAI As-Sunnah dan audiens yang lebih luas dan beragam. Platform seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan website resmi digunakan untuk menampilkan berbagai kegiatan akademik, prestasi mahasiswa, program pengabdian, serta kerjasama dengan lembaga lain. Penggunaan media sosial memungkinkan STAI As-Sunnah untuk berbagi informasi secara cepat dan efisien, yang sulit dicapai melalui metode promosi tradisional seperti tatap muka dan ceramah.

Platform media sosial digunakan untuk menampilkan konten visual yang menarik, seperti foto dan video aktivitas kampus, testimoni lulusan, dan informasi acara (Song et al., n.d.). Konten-konten ini tidak hanya memberikan informasi tetapi juga membangun citra positif dan kepercayaan publik terhadap kualitas pendidikan di STAI As-Sunnah. Misalnya, foto dan video yang menampilkan prestasi mahasiswa dan cerita sukses lulusan dapat menginspirasi calon mahasiswa dan meyakinkan mereka tentang kualitas pendidikan yang ditawarkan.

Selain itu, penggunaan media sosial memungkinkan STAI As-Sunnah untuk menanggapi umpan balik dari audiens secara real-time, yang membantu dalam membangun hubungan yang lebih personal dan responsif dengan mahasiswa, alumni, dan calon mahasiswa. Interaksi ini meningkatkan engagement dan memberikan platform bagi para lulusan untuk berbagi pengalaman serta membangun jaringan profesional. Penggunaan media sosial tidak hanya bermanfaat dalam mempromosikan lulusan tetapi juga dalam memperkuat jaringan alumni. STAI As-Sunnah aktif dalam membangun dan memperkuat hubungan antara alumni melalui platform digital. Ini memungkinkan alumni untuk tetap terhubung dengan kampus, berbagi pengalaman, dan

membangun jaringan profesional yang dapat bermanfaat dalam karir mereka.

Meskipun penggunaan media sosial memberikan banyak manfaat, STAI As-Sunnah juga menghadapi beberapa tantangan, seperti kebutuhan untuk menjaga konten tetap up-to-date dan menarik. Kurangnya penanggungjawab khusus untuk website dan media sosial dapat menjadi kendala dalam menjaga konsistensi dan kualitas konten. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya kolaboratif antara berbagai departemen di kampus serta penunjukan staf yang khusus bertanggung jawab atas manajemen media sosial.

e. Dukungan Alumni dan Perguruan Tinggi

Dalam upaya memasarkan lulusan, STAI As-Sunnah tidak hanya mengandalkan metode konvensional, tetapi juga memanfaatkan jaringan alumni yang kuat dan peran perguruan tinggi secara aktif. Dukungan ini menjadi salah satu pilar utama dalam strategi pemasaran lulusan STAI As-Sunnah. Keterlibatan alumni dapat mendukung strategi pemasaran dengan menciptakan jaringan yang kuat, memberikan testimonial positif, dan berkontribusi pada penempatan kerja lulusan (Gault, J., Leach, E., & Duey, 2010).

Salah satunya adalah keberadaan Biro Alumni, Biro Alumni di STAI As-Sunnah memiliki tanggung jawab yang luas dalam mendukung perkembangan karir lulusan. Fungsi utama Biro Alumni mencakup pengelolaan basis data alumni, penyelenggaraan acara, serta fasilitasi penyaluran kerja. Pengelolaan basis data ini penting untuk melakukan *tracer study*, yang membantu melacak kemajuan karir alumni dan memahami dinamika dunia kerja. Penelusuran lulusan merupakan kegiatan menelusuri atau mencari tahu keberadaan alumninya mengenai apakah alumni tersebut sudah memperoleh pekerjaan atau masih menganggur. (Safitri et al., 2021)

Selain itu, Biro Alumni juga aktif dalam menyediakan informasi lowongan pekerjaan dan membantu proses hiring. Ini dilakukan dengan

menjaga hubungan baik dengan lembaga-lembaga yang membutuhkan tenaga kerja berkualitas. Penyebaran lowongan pekerjaan sangat dibutuhkan karena informasi dari dunia kerja yang berhubungan dengan ketenagakerjaan yang berasal dari sumber baik cetak maupun elektronik akan dapat mempengaruhi evaluasi dari keterserapan alumni dalam suatu sekolah (Safitri et al., 2021). Biro Alumni berfungsi sebagai jembatan antara lulusan dan dunia kerja, memastikan bahwa informasi mengenai peluang kerja dapat diakses dengan mudah oleh para alumni.

Selain itu, alumni STAI As-Sunnah memainkan peran sentral dalam strategi pemasaran lulusan. Alumni yang telah berhasil dalam karir mereka sering kali menjadi duta informal bagi institusi ini. Mereka tidak hanya memberikan testimoni positif tetapi juga aktif merekomendasikan lulusan baru kepada lembaga tempat mereka bekerja. Hal ini terbukti sangat efektif, terutama karena banyak alumni yang telah mencapai posisi penting di berbagai lembaga pendidikan dan perusahaan. Di era sekarang, alumni dan institusi dipermudah dengan adanya teknologi. Institusi dapat menyebarkan informasi lowongan pekerjaan menggunakan media WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Mereka juga memiliki grup per jurusan dan per angkatan yang akan mempermudah untuk menginformasikan lowongan pekerjaan (Safitri et al., 2021)

Pertemuan rutin alumni, baik formal maupun informal, juga memperkuat ikatan antara para lulusan. Kegiatan seperti daurah, *multaqa khirrijin*, dan pertemuan tahunan memungkinkan para alumni untuk berbagi pengalaman, memperbarui informasi mengenai dunia kerja, serta membangun jaringan profesional yang lebih luas. Hal ini tidak hanya bermanfaat bagi lulusan baru tetapi juga memperkuat komunitas alumni secara keseluruhan.

Meskipun memiliki strategi yang kuat, STAI As-Sunnah juga menghadapi beberapa tantangan dalam memasarkan lulusannya. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan antara jumlah lulusan yang tersedia

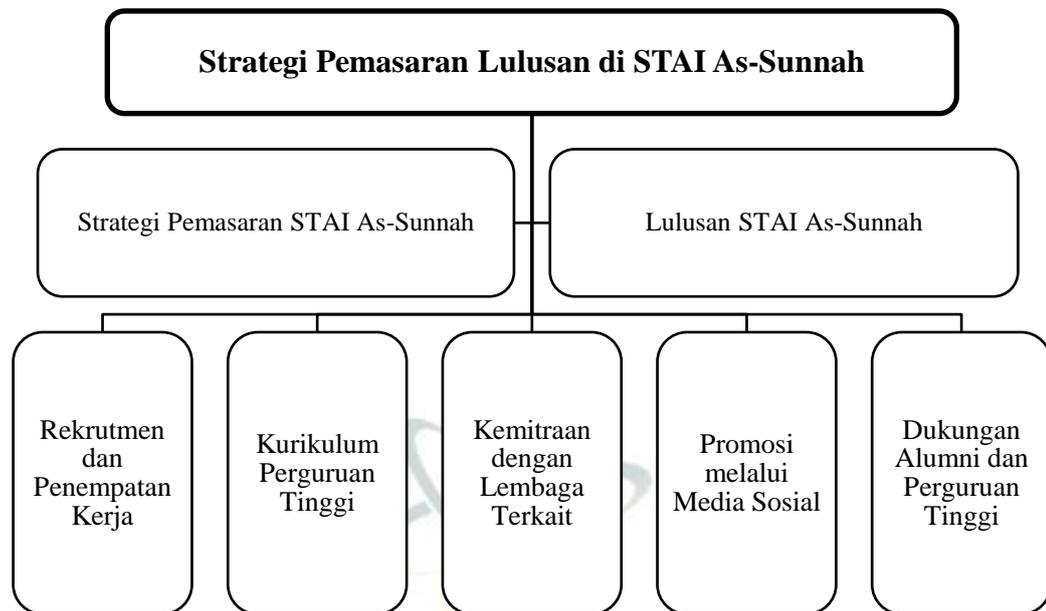
dan tingginya permintaan dari pasar kerja. Banyak institusi dan perusahaan yang mencari lulusan dengan kompetensi yang dihasilkan oleh STAI As-Sunnah, namun jumlah lulusan yang tersedia masih terbatas.

Selain itu, pandangan negatif dari beberapa pihak terhadap pemahaman Salafy yang dianut oleh STAI As-Sunnah juga menjadi kendala. Stereotip dan kesalahpahaman ini dapat mempengaruhi penilaian terhadap lulusan, sehingga mengurangi peluang kerja mereka di beberapa sektor. Tantangan ini memerlukan upaya proaktif untuk membangun relasi yang lebih baik dengan berbagai pihak dan memperbaiki citra institusi di mata publik.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, STAI As-Sunnah perlu menerapkan beberapa strategi. Pertama, membangun relasi yang lebih baik dengan alumni dan memanfaatkan peran mereka sebagai duta informal. Alumni yang berhasil dalam karir mereka dapat memberikan testimoni yang kuat dan merekomendasikan lulusan baru kepada lembaga tempat mereka bekerja.

Kedua, STAI As-Sunnah perlu meningkatkan upaya kolaborasi dengan berbagai lembaga pendidikan dan institusi lainnya. Kolaborasi ini dapat mencakup seminar, mentoring, pertukaran mahasiswa, serta program kerjasama lainnya yang dapat meningkatkan reputasi STAI As-Sunnah di mata publik. Dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan berbagai pihak, STAI As-Sunnah dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing lulusannya di dunia kerja.

Ketiga, memanfaatkan media sosial secara lebih efektif. STAI As-Sunnah perlu lebih aktif dalam mengupdate informasi dan mempublikasikan pencapaian serta kegiatan kampus. Media sosial dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai kualitas pendidikan dan berbagai keunggulan STAI As-Sunnah, serta memperbaiki citra institusi di mata publik. Dengan strategi media sosial yang lebih terarah dan konsisten, STAI As-Sunnah dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik lulusannya.



Gambar 4. 1 Peta Konsep Strategi Pemasaran Lulusan di Sekolah Tinggi Agama Islam As-Sunnah Deli Serdang