

Persepsi atas Relevansi dan Prospek Karir Manajemen Dakwah: Studi Kasus Mahasiswa Magister Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Nurul Fadilah^{1*}, Baharudin Ardani²

^{1,2}Magister Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

*Corresponding Author

Nama Penulis: Nurul Fadilah

Alamat Email: fdlhnurul81@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRAK

Keywords:

Manajemen Dakwah, Persepsi;
Prospek Karir

Jurusan Manajemen Dakwah bertujuan untuk mencetak lulusan yang kompeten dalam pengelolaan lembaga dakwah serta sektor keagamaan lainnya. Namun, masih terdapat ketidakjelasan terkait relevansi pendidikan dengan prospek karir di dunia kerja. Kajian bertujuan untuk menggali lebih dalam bagaimana persepsi alumni terhadap jurusan Manajemen Dakwah, relevansinya dengan karir profesional, serta kesesuaiannya dengan kebutuhan dunia kerja saat ini. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap alumni dari berbagai angkatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian alumni merasa jurusan ini relevan dengan pekerjaan mereka, banyak yang mengalami kesulitan dalam menemukan peluang kerja yang sesuai. Beberapa tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan lapangan pekerjaan, kurangnya pemahaman masyarakat terhadap bidang ini, serta minimnya kurikulum yang berorientasi pada keterampilan digital. Studi ini merekomendasikan penguatan kerja sama antara perguruan tinggi dan industri, peningkatan kurikulum berbasis keterampilan praktis, serta sosialisasi yang lebih luas mengenai prospek kerja lulusan Manajemen Dakwah.



Keywords:
Da'wah Management, Perception,
Career Prospects.

ABSTRAK

The Department of Da'wah Management aims to produce graduates who are competent in managing da'wah institutions and other religious sectors. However, there is still uncertainty regarding the relevance of education to career prospects in the workplace. This study aims to explore in depth how alumni perceive the Department of Da'wah Management, its relevance to professional careers, and its suitability to the needs of today's workplace. Using a qualitative approach, data was collected through in-depth interviews with alumni from various graduating classes. The research findings indicate that while some alumni feel the program is relevant to their jobs, many face difficulties in finding suitable job opportunities. Some of the main challenges faced include limited job opportunities, a lack of public understanding of this field, and insufficient curriculum focused on digital skills. This study recommends strengthening collaboration between universities and industry, enhancing curriculum based on practical skills, and broader outreach regarding the career prospects of Management of Islamic Propaganda graduates.

Pendahuluan

Manajemen dakwah merupakan disiplin ilmu yang berfokus pada pengelolaan aktivitas dan lembaga dakwah untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih efektif dan efisien. Sejak menjadi salah satu program studi akademik pada tahun 90-an, jurusan ini bertujuan untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kapabilitas dalam bidang manajerial Islam, komunikasi, kepemimpinan, dan strategi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman (FDIKOM, 2023). Dengan demikian, Seiring dengan berkembangnya tantangan global di bidang keagamaan, sosial, dan ekonomi, lulusan

Manajemen Dakwah diharapkan memiliki keterampilan manajerial, kemampuan komunikasi dakwah, serta pemahaman keislaman yang kontekstual.

Namun, meskipun tujuan tersebut terkesan jelas, praktik di lapangan menunjukkan bahwa relevansi dan prospek karir jurusan ini belum sepenuhnya tercapai. Salah satu alasan utama adalah ketidakjelasan arah karir yang dapat ditempuh oleh lulusan manajemen dakwah. Beberapa kampus, seperti UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, menyediakan tiga konsentrasi dalam jurusan ini, sementara kampus lain bahkan tidak memiliki penjurusan sama sekali (Tim UIN Jakarta, 2019). Namun demikian, relevansi antara kompetensi yang dibekalkan selama masa studi dengan kebutuhan dunia kerja masih menjadi pertanyaan penting. Berbagai faktor seperti motivasi awal memilih jurusan ini, pengalaman belajar selama kuliah, pengembangan keterampilan, hingga tantangan yang dihadapi dalam mencari pekerjaan menjadi aspek krusial yang menentukan kesiapan dan daya saing lulusan di pasar kerja (Abrori, 2025).

Meskipun demikian, beberapa alumni sudah bekerja di sektor-sektor yang relevan dengan jurusan ini, seperti pengelolaan masjid, travel haji dan umrah, organisasi sosial Islam, lembaga keuangan syariah, serta media dakwah digital Islami (Antrasena & Bahrudin, 2023). Selain itu, persepsi alumni mengenai prospek karir dan keunggulan kompetitif lulusan Manajemen Dakwah di dunia profesional dan akademik juga memerlukan perhatian. Tidak jarang ditemukan bahwa sebagian alumni mengalami kesenjangan antara keahlian yang diperoleh di bangku kuliah dengan tuntutan dunia kerja, sehingga mendorong perlunya evaluasi kurikulum dan strategi pembelajaran agar lebih relevan dan adaptif (Kahfi & Fadilah, 2024).

Survei terhadap alumni Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah

Jakarta (2011-2015) menunjukkan bahwa 46 persen dari 66 alumni merasa bahwa jurusan yang mereka pilih relevan dengan pekerjaan yang mereka jalani, sementara 56 persen lainnya merasa bahwa pekerjaan mereka tidak sesuai dengan bidang studi yang mereka pelajari. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar alumni merasa adanya ketidaksesuaian antara jurusan dan prospek karir yang mereka peroleh (Nurlaily & Darajat, 2018). Sebaliknya, survei di UIN Ar-Raniry menunjukkan hasil yang lebih positif. Meskipun ada perbedaan dalam kurikulum yang diterapkan, 87 persen alumni di sana merasa bahwa jurusan mereka relevan dengan pekerjaan yang mereka jalani, dan hanya 13 persen yang merasa tidak ada kesesuaian. (Jailani & Fuadi, 2019)

Alumni sebagai produk perguruan tinggi dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana kurikulum yang mereka pelajari selama studi dapat diterapkan di dunia kerja (Febriyanti et al., 2024). Fenomena ini mencerminkan adanya ketidaksesuaian antara kompetensi lulusan dengan tuntutan pasar kerja, sehingga mendorong perlunya evaluasi terhadap kualitas dan relevansi kurikulum pada program studi Manajemen Dakwah. (FDIKOM, 2022)

Beberapa alumni jurusan manajemen dakwah bahkan telah melanjutkan pendidikan ke jenjang magister. Pada tahun 2024, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta meluluskan program studi magister manajemen dakwah pertama kalinya. Namun demikian, di sisi lain masih banyak alumni yang merasakan bahwa kompetensi yang diperoleh selama perkuliahan di tingkat sarjana belum sepenuhnya mampu menjawab tuntutan dan dinamika pasar kerja. Kesenjangan antara kemampuan yang dibekalkan oleh program studi dengan kebutuhan dunia kerja masih menjadi catatan penting (Abrori, 2025).

Oleh karena itu, kajian ini menjadi relevan untuk menggali lebih dalam persepsi alumni terhadap Jurusan Manajemen Dakwah, terutama

terkait dengan motivasi memilih jurusan, pengalaman belajar, pengembangan keterampilan, serta tantangan yang dihadapi selama masa studi. Selain itu, penting pula untuk mengetahui sejauh mana alumni memandang relevansi jurusan ini dengan prospek karir profesional dan akademik di masa depan, serta bagaimana kesesuaian kompetensi yang diperoleh selama studi dengan kebutuhan dunia kerja. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan berharga dalam pengembangan kurikulum, penyempurnaan metode pengajaran, serta peningkatan program pengembangan karir bagi mahasiswa Manajemen Dakwah di masa yang akan datang.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif, dengan peran peneliti untuk menggali informasi mendalam tentang relabansi prospek kerja lulusan manajemen dakwah. Dalam buku (Sugiyono, 2015) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah pendekatan yang berdasarkan filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk mempelajari objek dalam kondisi alami, bukan eksperimen. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, dengan pengambilan sampel data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi (kombinasi berbagai metode), sedangkan analisis data bersifat induktif atau kualitatif. Hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada upaya generalisasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara dengan para informan, dengan informan yang ditetapkan yaitu 5 orang yang berasal dari alumni jurusan Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang sedang melanjutkan pendidikan atau studi di Program Studi Magister Manajemen Dakwah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan

susunan pertanyaan yang sudah disediakan oleh peneliti sendiri. Narasumber yang ada dipilih dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan informan yang bertujuan untuk merinci kekhususan konteks yang unik dan menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan teori (Sugiyono, 2020). Memilih 5 orang agar peneliti mendapatkan informasi yang lebih mendalam dan detail dari masing-masing informan. Karena kualitas data lebih penting daripada kuantitas, dan wawancara yang lebih sedikit dengan tingkat kedalaman yang tinggi dapat memberikan wawasan yang lebih berharga dibandingkan dengan wawancara yang lebih banyak namun tidak begitu mendalam. Kriteria informan yang dipilih oleh peneliti adalah mereka yang sedang melaksanakan kuliah sambil bekerja, serta memiliki pengalaman bekerja sebelum melanjutkan studi. Selain itu, informan yang dipilih juga harus yang langsung melanjutkan pendidikan dari jenjang sarjana ke magister. Pemilihan kriteria ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lebih lengkap, mengingat adanya perbedaan pengalaman antara mereka yang memiliki latar belakang pekerjaan dan yang tidak. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang dinamika kuliah sambil bekerja.

Kemudian kegiatan observasi yang dilakukan yaitu dengan mengamati langsung lulusan atau alumni manajemen dakwah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Selanjutnya, dokumentasi yang digunakan oleh peneliti dengan mengumpulkan dokumen terkait seperti pedoman akademik UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, website, jurnal dan publikasi yang menunjukkan relevansi prospek karir manajemen dakwah. Analisis Data yang akan digunakan yaitu secara kualitatif untuk menemukan tema-tema dan pola yang berkaitan dengan relevansi prospek karir manajemen dakwah (Musyirifin, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Manajemen Dakwah merupakan salah satu jurusan yang ada di berbagai perguruan tinggi terkhususnya di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Jurusan ini berfokus pada pengelola dalam bidang dakwah Islam. Dalam perguruan tinggi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sendiri memiliki 3 konsentrasi diantaranya: konsentrasi Manajemen Haji dan Umroh, konsentrasi ZISWAF (Zakat, Infaq, Sadaqah dan Wakaf) dan konsentrasi Lembaga Keuangan Syariah (Ulyana, 2021; Campus, 2023).

Jurusan manajemen dakwah di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta memiliki visi dan misi serta tujuan yang jelas. Adapun visi dari jurusan manajemen dakwah yaitu menjadi jurusan yang berwawasan kemanusiaan, ke-Islaman, ke-Indonesiaan dan unggul dalam kajian Manajemen Dakwah di Tingkat Internasionall pada 2045, sedangkan misinya adalah: 1) menyelenggarakan pendidikan strata 1 dalam rangka mewujudkan sarjana muslim yang memiliki keunggulan sebagai pengelola dalam bidang manajemen dakwah, administrasi, kepemimpinan dan organisasi yang mampu berkompetisi dengan lingkungan global; 2) menyelenggarakan penelitian dalam rangka mengembangkan keilmuan dakwah, kepemimpinan dakwah, kegiatan dakwah dan kelembagaan dakwah, 3) menyelenggarakan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait seperti lembaga pengelola zakat, lembaga pengelola keuangan Islam, dan lembaga pengelola travel haji dan umroh, 4) menyelenggarakan Pengabdian kepada masyarakat seperti Bakti Sosial dan Safari Dakwah; 5) menyelenggarakan kegiatan ilmiah: seminar Nasional dan workshop (FDIKOM, 2023).

Selain itu, Adapun tujuan dari jurusan manajemen dakwah antara lain: 1) mencetak lulusan manajemen dakwah yang profesional dan berdedikasi tinggi; 2) menghasilkan riset manajemen dakwah yang kontemporer dan

aplikatif, 3) mengembangkan serta menyebarkan dakwah islam sebagai solusi untuk berbagai masalah kemanusiaan dan keagamaan melalui pendekatan manajemen dakwah, 4) mempersiapkan peserta didik untuk menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik yang dapat diterapkan dalam kegiatan keagamaan (FDIKOM, 2023; Ghina, 2024).

Persepsi Alumni terhadap Jurusan Manajemen Dakwah

Persepsi dapat didefinisikan sebagai sebuah proses yang mengombinasikan dan mengorganisasikan data-data Indera (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga individu dapat menyadari di sekelilingnya, termasuk sadar akan dirinya sendiri (Jannah, 2020). Menurut Bimo Walgito, persepsi adalah proses di mana individu atau organisme mengatur dan menafsirkan rangsangan yang diterima sehingga menjadi sesuatu yang memiliki makna, juga merupakan aktivitas yang terintegrasi dalam diri individu, di mana segala hal yang ada dalam diri, seperti perasaan, pengalaman, kemampuan berpikir, dan kerangka acuan terhubung dan saling memengaruhi satu sama lain, membentuk cara individu memandang dan merespons dunia di sekitar mereka. Selain itu, berbagai aspek lain dalam diri individu, seperti indera, proses berpikir, perasaan, tindakan, sikap, perilaku, dan sebagainya, juga berperan dalam membentuk persepsi (Akbar, 2015).

Persepsi Alumni terhadap Jurusan Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dapat dinilai dari beberapa aspek yang mencerminkan pengalaman dan pandangan alumni terhadap program studi manajemen dakwah:

1. Motivasi memilih Jurusan Manajemen Dakwah

Motivasi dapat melalui tiga aspek utama: pertama, motivasi dapat *menggerakkan* individu dengan menimbulkan dorongan atau kekuatan untuk bertindak. Kedua, motivasi *mengarab* atau menyalurkan

tingkah laku dengan memberikan tujuan atau orientasi yang jelas. Ketiga, motivasi juga berfungsi untuk mempertahankan tingkah laku individu agar tetap konsisten dan berkelanjutan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Siregar, 2020). Secara keseluruhan, motivasi berfungsi sebagai pendorong, pengarah, dan penguat bagi individu dalam mencapai tujuan atau berperilaku sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Rahmi Nur Azizah mengungkapkan bahwa awalnya ia tertarik dengan manajemen yang terikat dengan agama, dan setelah mengetahui lebih jauh tentang Manajemen Dakwah, ia merasa jurusan ini sangat relevan dengan berbagai aktivitasnya. Ketertarikannya pada Manajemen Dakwah didorong oleh perpaduan antara prinsip-prinsip manajemen dan nilai-nilai Islam yang ditawarkan, serta prospek karier yang terbuka di berbagai bidang seperti Kementerian Agama, lembaga zakat, biro haji dan umrah, maupun sektor pendidikan. Selain itu, latar belakang keluarganya yang berasal dari lingkungan ulama turut memengaruhi pilihannya (Rahmi Nur Azizah, *Wawancara*, 30 Januari 2025).

Sedang (Nia Darmawati, 1 Februari 2025) menyampaikan bahwa motivasi Pilihan untuk menempuh studi di jurusan Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta didasarkan pada minatnya di bidang keuangan, khususnya pada konsentrasi Manajemen Lembaga Keuangan Syariah (MLKS). Saat itu, lulusan MLKS tengah banyak dibutuhkan oleh berbagai lembaga keuangan syariah. Secara umum, program studi Manajemen Dakwah menawarkan tiga konsentrasi, yaitu Manajemen Haji dan Umrah (MHU), Manajemen Lembaga Keuangan Syariah (MLKS), serta Zakat, Infak, Sedekah, dan Wakaf (ZISWAF).

Motivasi dari beberapa narasumber ini menunjukkan bahwa

meskipun mereka memiliki pengalaman awal yang berbeda dalam memilih jurusan Manajemen Dakwah, mereka akhirnya menemukan kesesuaian antara jurusan ini dengan minat dan kebutuhan zaman. Rahmi merasa terhubung dengan jurusan ini karena bisa menggabungkan manajemen dengan nilai-nilai Islam. Dan Nia yang melihat peluang dari konsentrasi MLKS yang ada di jurusan Manajemen Dakwah. Mereka merasa bahwa Manajemen Dakwah memberikan peluang besar baik dalam pengembangan pribadi maupun prospek karir.

Kemudian, mengingat dengan perkembangan zaman yang semakin maju bahwa kombinasi antara manajemen dengan dakwah sangat diperlukan. Karena, dalam sebuah organisasi dakwah, peranan manajemen sangat mempengaruhi seluruh proses aktivitas dakwah. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya bersama dalam bentuk kolaborasi sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang dimiliki oleh para pelaku dakwah, sehingga masing-masing dapat memberikan kontribusi secara maksimal dengan cara yang professional (Wastiyah, 2020).

2. Pengalaman Belajar

Nurmansyah mengungkapkan bahwa pengalaman merujuk pada segala peristiwa yang telah dialami dalam kehidupan. Selain itu, pengalaman juga dipahami sebagai suatu proses yang memungkinkan seseorang untuk mendapatkan pengetahuan, pemahaman, serta sikap dan keterampilan (Nurmansyah, 2020). Pengalaman belajar merupakan proses individu dalam memperoleh, memahami, dan mengaplikasikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap melalui interaksi dengan lingkungan, materi, serta berbagai situasi yang dialami dalam proses pendidikan.

Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa mahasiswa program studi Manajemen Dakwah mengalami pergeseran persepsi yang signifikan setelah menjalani perkuliahan. Salah satu informan mengungkapkan bahwa pada awalnya ia mengira jurusan ini serupa dengan manajemen umum di universitas non-keagamaan. Namun, setelah mendalami lebih jauh, ia menyadari adanya perbedaan yang signifikan, terutama dalam hal materi yang selalu dikaitkan dengan ajaran Islam serta penekanan pada prinsip-prinsip yang jauh dari teori kapitalis. Informan tersebut juga menemukan bahwa jurusan ini tidak hanya berfokus pada aspek masjid, melainkan lebih luas, mencakup hubungan manusia dengan sesama dan hubungan manusia dengan Tuhan (Rhois Kurniawan, *Wawancara*, 29 Januari 2025).

Sementara itu, informan lain menggambarkan pengalamannya di jurusan Manajemen Dakwah sebagai tantangan baru. Ia menyadari bahwa materi yang diterima sangat berbeda dengan yang dipelajari di bangku sekolah, sehingga merasa perlu untuk belajar lebih dalam di luar perkuliahan agar dapat memahami materi dengan lebih baik. Pengalaman belajar kedua informan ini menunjukkan bahwa program studi Manajemen Dakwah menawarkan pengalaman yang unik dan transformatif bagi setiap individu. Informan pertama mengalami kejutan positif dengan kedalaman materi yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam, sementara informan kedua melihat program ini sebagai tantangan yang memerlukan usaha ekstra untuk memahami pembelajaran di luar perkuliahan formal (Al Kahfi, *Wawancara*, 29 Januari 2025).

Temuan ini mengindikasikan bahwa program studi Manajemen Dakwah berhasil menciptakan diferensiasi yang jelas dari program

manajemen konvensional. Integrasi nilai-nilai Islam dalam kurikulum tidak hanya memberikan perspektif yang berbeda, tetapi juga membentuk pemahaman holistik tentang manajemen yang mencakup dimensi spiritual dan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi program studi tidak hanya terletak pada aspek teknis manajerial, tetapi juga pada pembentukan karakter dan *worldview* yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Tantangan yang dirasakan mahasiswa dalam memahami materi justru dapat dipandang sebagai indikator positif bahwa program ini memberikan wawasan baru yang mendalam dan komprehensif.

3. Pengembangan Keterampilan

Keterampilan adalah kemampuan untuk memanfaatkan pikiran, ide, dan kreativitas dalam menyelesaikan, mengubah, atau menciptakan sesuatu agar lebih bermakna dan menghasilkan nilai dari hasil pekerjaan tersebut. Beberapa pihak juga mendefinisikan keterampilan (*skill*) sebagai kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan dalam praktik sehingga dapat mencapai hasil kerja yang diinginkan (Welikin, 2021).

Hasil wawancara menunjukkan Mahasiswa merasakan manfaat signifikan dari pembelajaran di program studi Manajemen Dakwah dalam pengembangan keterampilan praktis. Salah satu informan menekankan pentingnya manajemen organisasi yang baik serta relevansi mata kuliah yang diajarkan dalam kehidupan sehari-hari. Informan tersebut merasa bahwa keahlian dalam mengelola organisasi dan mengolah dakwah secara sistematis sangat berguna, terutama dalam mengaplikasikannya di masyarakat dan dalam konteks kewirausahaan (Al Kahfi, *Wawancara*, 29 Januari 2025). Sementara itu, informan lain menyebutkan peningkatan keterampilan retorika dakwah,

kemampuan berbicara di depan umum (public speaking), serta pemahaman agama yang lebih mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa program studi ini tidak hanya memberikan pengetahuan manajerial, tetapi juga keterampilan komunikasi yang sangat penting dalam aktivitas dakwah (Yoga Agus Yulianto, *Wawancara*, 2 Februari 2025).

Temuan dari kedua wawancara ini mengindikasikan bahwa program studi Manajemen Dakwah berhasil mengembangkan keterampilan praktis yang sangat relevan untuk kehidupan sehari-hari, baik dalam mengelola organisasi dakwah maupun dalam meningkatkan kemampuan komunikasi dan pemahaman agama. Kedua informan merasa bahwa pendidikan di program studi ini memperkaya keterampilan yang berguna untuk berkontribusi dalam masyarakat.

Relevansi program studi ini semakin diperkuat oleh spektrum karir yang luas yang dapat diakses oleh lulusannya. Program studi Manajemen Dakwah tidak hanya membekali mahasiswa dengan keterampilan berdakwah, tetapi lebih komprehensif dari itu. Program ini memiliki kesamaan dengan program manajemen pada umumnya, namun dengan perspektif dan nilai-nilai Islam yang terintegrasi. Lulusan dipersiapkan untuk memasuki berbagai sektor, mulai dari lembaga keagamaan pemerintah hingga instansi non-kedinasan lainnya, termasuk lembaga amil zakat, biro haji dan umrah, lembaga keuangan syariah, dunia usaha, serta sektor pariwisata. Oleh karena itu, program studi ini membekali mahasiswa dengan keterampilan-keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan pasar kerja yang beragam. (Campus, 2023).

4. Tantangan dan Kelemahan Jurusan Manajemen Dakwah

Setiap program studi dalam perjalanannya menghadapi berbagai

tantangan dan kelemahan yang perlu diidentifikasi dan diatasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saingnya. Tantangan adalah segala hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menguji kemampuan seseorang atau suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tantangan sering kali memerlukan upaya ekstra, kreativitas, dan pemecahan masalah untuk diatasi. Sementara itu, kelemahan merujuk pada kekurangan atau keterbatasan yang dimiliki seseorang atau organisasi, yang dapat mengurangi efektivitas atau efisiensi dalam mencapai tujuan. Kelemahan ini bisa berupa kekurangan sumber daya, keterampilan, atau aspek lain yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar dapat bersaing secara optimal (Zulhija Yanti Nasution, 2022). Dalam konteks program studi Manajemen Dakwah, identifikasi tantangan dan kelemahan ini menjadi penting untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang kondisi aktual program studi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, terungkap bahwa salah satu informan mengidentifikasi tantangan besar program studi ini adalah persaingan dengan jurusan lain yang lebih profesional dalam keilmuan, serta persepsi masyarakat yang menganggap program studi ini hanya untuk menjadi penceramah. Hal ini menyebabkan program studi Manajemen Dakwah terkadang dipandang kurang populer di dunia kerja meskipun target pekerjaan yang diinginkan sama dengan program manajemen umum (Rahmi Nur Azizah, *Wawancara*, 30 Januari 2025). Senada dengan itu, informan lain menyatakan bahwa program studi Manajemen Dakwah masih dianggap sebatas untuk menjadi pendakwah atau ustaz-ustazah, padahal program studi ini menawarkan berbagai kualitas alumni di berbagai bidang sebagaimana telah

disebutkan sebelumnya (Nia Darmawati, *Wawancara*, 1 Februari 2025).

Informan ketiga menambahkan bahwa tantangan lainnya adalah munculnya program studi lain, seperti Mazawa dan MHU, yang memiliki kurikulum yang serupa dengan Manajemen Dakwah. Oleh karena itu, informan tersebut menilai penting bagi program studi Manajemen Dakwah untuk meningkatkan kerja sama dengan industri agar lulusan lebih mudah diterima di dunia kerja. Sementara itu, informan keempat mengungkapkan bahwa kelemahan program studi ini terletak pada banyaknya irisan keilmuan dengan program studi lain, yang dapat menyebabkan kurangnya kejelasan konsentrasi dalam ilmu yang diajarkan di Manajemen Dakwah.

Tantangan yang dihadapi program studi Manajemen Dakwah mencerminkan permasalahan klasik program studi baru yang masih dalam tahap pencarian identitas dan pengakuan di masyarakat. Persepsi masyarakat yang sempit terhadap prospek karir lulusan menunjukkan perlunya strategi komunikasi dan promosi yang lebih efektif dari pihak institusi. Irisan keilmuan yang luas, meskipun dapat dipandang sebagai kelemahan, sebenarnya dapat menjadi kekuatan jika dikelola dengan baik melalui spesialisasi yang jelas dan terarah (Muafiah et al., 2024). Selain itu, menurut hasil observasi peneliti tentang keterbatasan akses ke posisi PNS mengindikasikan perlunya advokasi yang lebih kuat dari pihak perguruan tinggi dan asosiasi profesi untuk memperjuangkan pengakuan kompetensi lulusan Manajemen Dakwah di berbagai sektor pemerintahan. Hal ini menjadi tantangan strategis yang memerlukan kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan karir lulusan program studi ini (Gilang Prasetyo, 2024).

Persepsi Alumni Terhadap Relevansi Dan Prospek Karir

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) bahwa relevansi berarti “hubungan; keterkaitan; kesesuaian; berguna secara langsung dengan apa yang dibutuhkan” (Departemen Pendidikan Nasional, 2007). Relevansi berasal dari kata relavan, yang bermakna bersangkut paut, selaras dengan, yang ada hubungan. Dalam kaitan dengan “relevansi pendidikan yaitu tingkat keterkaitan tujuan maupun hasil keluaran program ditinjau dari ukuran ideal secara normatif yang didukung oleh ketepatan unsur masukan, proses dan keluaran” (Muhson et al., 2012). Relevansi pendidikan dapat dikaitkan dengan tingkat kesesuaian pendidikan dengan studi lanjutan (S2) khususnya jurusan Manajemen Dakwah.

Suatu lembaga pendidikan tinggi dikatakan relavan karena pendidikan sebelumnya dengan pendidikan yang sekarang (S2 Manajemen Dakwah) itu sejalan; searah dan setujuan. Dalam hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Rhois Kurniawan tentang relavan dengan jenjang studi lanjutan sekarang, ia menyampaikan bahwa ia merasa sangat relavan karena temuat mata kuliah yang sesuai dengan jurusan dan materi perkuliahanya cukup menarik untuk memperdalam ilmu manajemen dan dakwah.

1. Persepsi dalam memandang prospek karir

Persepsi mahasiswa dan alumni terhadap prospek karir merupakan indikator penting dalam menilai relevansi dan daya tarik suatu program studi. Persepsi ini tidak hanya mencerminkan pemahaman individu tentang peluang yang tersedia, tetapi juga menggambarkan tingkat kepercayaan diri dan optimisme terhadap masa depan profesional mereka. Prospek karir merujuk pada gambaran atau kemungkinan perkembangan dan peluang yang dapat dicapai seseorang dalam jalur karir atau profesinya di masa depan. Hal ini mencakup berbagai faktor

seperti peluang promosi, peningkatan keterampilan, pengembangan profesional, gaji, serta stabilitas pekerjaan dalam jangka panjang. Prospek karir yang baik biasanya menunjukkan bahwa seseorang memiliki potensi untuk tumbuh, berkembang, dan sukses dalam bidang pekerjaannya (Amalia, 2021). Jika dilihat dari profil Manajemen Dakwah itu sendiri, lulusan program studi ini memiliki kemampuan multitalenta dalam berbagai bidang seperti keuangan, administrasi, operator, dan menjadi tim riset. Hal ini dapat sangat menguntungkan karena dunia kerja saat ini sangat membutuhkan pekerja yang multitalenta dan handal serta dapat menyelesaikan berbagai tuntutan pekerjaan (Wahyudi, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara, salah satu informan menilai bahwa ekspektasi karirnya sesuai dengan prediksi sebelum lulus, yaitu bekerja di lembaga keagamaan dan melanjutkan studi S2. Meskipun mengalami kegagalan dalam tes CPNS, informan tersebut tetap melanjutkan studi S2 dan beralih bekerja di lembaga zakat Muhammadiyah, kemudian berkembang menjadi asisten kepala bagian kesejahteraan rakyat di pemerintah daerah. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dalam merespons perubahan situasi dan kemampuan untuk tetap mengembangkan karir meskipun menghadapi hambatan.

Sejalan dengan itu, informan kedua memiliki pandangan yang lebih luas dan positif terhadap prospek karir di bidang dakwah. Informan tersebut melihat banyak peluang di dunia kerja, terutama dalam pengelolaan dakwah, pendidikan agama, serta karir sebagai guru agama Islam atau pendidik di berbagai jenjang. Optimisme serupa juga diungkapkan oleh informan ketiga yang menyatakan bahwa prospek karir di program studi Manajemen Dakwah sudah sesuai dengan ekspektasinya, meskipun ada beberapa hal yang belum sepenuhnya

tercapai. Namun, informan tersebut tetap optimis karena melihat banyaknya peluang kerja yang tersedia di bidang ini.

Ketiga informan menunjukkan bahwa lulusan program studi Manajemen Dakwah memandang karir mereka dengan harapan yang realistis dan penuh optimisme, meskipun ada beberapa rintangan yang harus dihadapi. Mereka juga menunjukkan kemampuan untuk beradaptasi dengan situasi dan terus mencari peluang di bidang keagamaan, pendidikan, dan sektor lainnya yang relevan dengan kompetensi yang dimiliki.

Persepsi positif yang ditunjukkan oleh para informan mencerminkan resiliensi dan adaptabilitas yang tinggi dari lulusan program studi Manajemen Dakwah. Kemampuan untuk tetap optimis dan fleksibel dalam menghadapi tantangan karir menunjukkan bahwa program studi ini tidak hanya membekali mahasiswa dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga membentuk mental dan sikap yang tepat untuk menghadapi dinamika dunia kerja. Diversifikasi jalur karir yang ditempuh oleh para lulusan, mulai dari lembaga keagamaan hingga pemerintahan daerah, membuktikan bahwa kompetensi yang diperoleh dari program studi ini memiliki aplikabilitas yang luas. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun menghadapi tantangan persepsi masyarakat dan keterbatasan akses ke beberapa sektor, lulusan Manajemen Dakwah mampu menemukan dan menciptakan peluang karir yang sesuai dengan kompetensi mereka. Optimisme yang konsisten dari para informan juga menunjukkan bahwa program studi ini berhasil membangun kepercayaan diri dan visi jangka panjang yang realistis pada mahasiswanya.

2. Persepsi prospek karir yang jelas dan kompetitif di dunia professional

Kompetitif merupakan kata yang sering digunakan untuk menggambarkan individu yang selalu ingin unggul dibandingkan individu lain dalam banyak hal. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kompetitif berhubungan dengan "kompetisi atau persaingan serta bersifat kompetisi atau persaingan" (Departemen Pendidikan Nasional, 2007). Dalam konteks dunia kerja, sifat kompetitif menjadi salah satu indikator penting untuk mengukur seberapa siap lulusan suatu jurusan menghadapi tantangan profesional.

Beberapa narasumber yang memiliki latar belakang pendidikan Manajemen Dakwah, diperoleh gambaran yang cukup optimis mengenai prospek karir lulusan jurusan tersebut. Salah satu narasumber yang telah menempuh pendidikan hingga jenjang S2 menyatakan keyakinannya bahwa lapangan pekerjaan untuk lulusan Manajemen Dakwah sangat layak dipertimbangkan. Menurutnya, keunggulan utama dari jurusan ini terletak pada pendekatan pembelajaran yang holistik, di mana mahasiswa mendapatkan ilmu umum dan agama sekaligus tanpa ada pemisahan di antara keduanya. Selain itu, kurikulum yang mencakup ilmu manajerial memberikan bekal yang relevan dengan pengelolaan organisasi keagamaan, sehingga lulusan memiliki keunggulan dalam memahami kedua aspek ini secara menyeluruh.

Pandangan serupa juga dikemukakan oleh narasumber lain yang menekankan bahwa pencapaian karir profesional di bidang Manajemen Dakwah sangat tergantung pada individu itu sendiri. Ia berpendapat bahwa jika seseorang fokus dan serius dalam mengembangkan dirinya melalui jurusan Manajemen Dakwah, maka karir yang profesional dan kompeten dapat tercapai. Hal ini menunjukkan bahwa dengan dedikasi yang tepat, lulusan jurusan ini dapat mencapai tingkat profesionalisme

yang tinggi di bidang mereka.

Dari perspektif penulis, optimisme yang ditunjukkan oleh para narasumber memang memiliki dasar yang kuat. Di era digital dan globalisasi saat ini, kebutuhan akan tenaga profesional yang memahami nilai-nilai keagamaan sekaligus memiliki kemampuan manajerial semakin meningkat. Organisasi-organisasi keagamaan, lembaga pendidikan Islam, hingga perusahaan yang menerapkan prinsip syariah membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi ganda tersebut. Penulis berpandangan bahwa lulusan Manajemen Dakwah perlu lebih proaktif dalam memperluas jaringan dan mengembangkan skill tambahan yang relevan dengan perkembangan zaman. Penguasaan teknologi digital, kemampuan komunikasi yang baik, dan pemahaman tentang dinamika sosial-ekonomi kontemporer menjadi nilai tambah yang tidak dapat diabaikan. Selain itu, mindset kewirausahaan juga perlu dikembangkan mengingat peluang menciptakan lapangan kerja sendiri di sektor dakwah dan pendidikan Islam cukup terbuka lebar. Sehingga, ketika prospek karir lulusan Manajemen Dakwah terlihat menjanjikan, kesuksesan tetap akan ditentukan oleh kualitas individu, kemauan untuk terus berkembang, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan zaman.

3. Persepsi terhadap lulusan Jurusan Manajemen Dakwah di Dunia Akademik

Dalam dunia pendidikan tinggi, khususnya di lingkungan perguruan tinggi Islam, Jurusan Manajemen Dakwah (MD) menjadi salah satu program studi yang unik karena menggabungkan elemen keislaman dengan manajemen modern. Lulusan jurusan ini diharapkan mampu menjadi pengelola kegiatan dakwah secara profesional, baik di lembaga keagamaan, lembaga sosial, maupun di dunia industri yang

berbasis syariah. Namun demikian, muncul pertanyaan menarik: sejauh mana kesiapan lulusan MD untuk bersaing di dunia kerja, dan apakah melanjutkan studi menjadi sebuah keharusan dalam meniti karir akademik dan profesional?

Terdapat pandangan bahwa lulusan Jurusan Manajemen Dakwah sejatinya memiliki potensi yang baik untuk terjun ke dunia akademik maupun dunia kerja. Namun demikian, sangat dianjurkan agar mereka mempertimbangkan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh adanya beberapa aspek pengetahuan inti yang masih perlu diperdalam secara serius, seperti pengorganisasian, fiqh muamalah, pengelolaan ibadah haji dan umrah, zakat, serta manajemen sumber daya manusia. Walaupun demikian, bukan berarti lulusan MD tidak memiliki peluang untuk langsung bekerja. Banyak dari mereka yang mampu beradaptasi dan mengisi berbagai posisi di lapangan. Untuk mencapai tingkat profesionalisme yang lebih tinggi, dibutuhkan kemampuan konseptual serta kepemimpinan yang lebih matang, yang hanya dapat diperoleh melalui proses pendidikan lanjutan. Melanjutkan studi ke jenjang berikutnya juga dinilai penting karena dapat membuka wawasan baru, memperluas jejaring profesional, serta memberi peluang untuk mengembangkan karir ke arah yang lebih menjanjikan, baik dari segi jabatan maupun prospek pekerjaan.

Dalam pandangan penulis, anjuran untuk melanjutkan studi ini sangat relevan dan bijaksana. Di tengah persaingan dunia kerja yang kian ketat, lulusan Manajemen Dakwah memang sebaiknya tidak hanya mengandalkan ijazah sarjana semata, tetapi juga memperkaya diri dengan keahlian khusus dan sertifikasi tambahan yang relevan. Selain itu, dengan melanjutkan studi, mereka dapat menyiapkan diri untuk peran strategis

di lembaga-lembaga besar, baik nasional maupun internasional, di mana kebutuhan akan manajer dakwah profesional yang memahami dinamika global semakin meningkat. Pilihan untuk langsung bekerja juga tetap terbuka, asalkan disertai dengan kesadaran untuk terus belajar secara mandiri dan mengembangkan diri di luar bangku kuliah.

Jurusan manajemen dakwah sangat berperan di dunia akademik, ini di buktikan dengan adanya jurusan Magister Manajemen Dakwah atau dapat disingkat Magister MD di UIN Syarif Hidayatullah, tepat berdiri pada tahun 2021. Bulan November 2024 mulai adanya lulusan Magister MD dan lulusannya pun sebagian besar masuk pada dunia Akademik dan menjadi Dosen. Selain itu, jurusan Magister MD juga pernah mengadakan *workshop* untuk Angkatan pertama dengan tema “Lulusan Banyak ditunggu Pasar! Prodi Magister Manajemen Dakwah UIN Jakarta Gelar Workshop Percepatan Kelulusan Angkatan Pertama”. *Workshop* ini di adakan dengan tujuan untuk mempercepat kelulusan karena lulusannya banyak di tunggu oleh PTIN maupun PTIS (FDIKOM, 2024).

4. Keunggulan jurusan Manajemen Dakwah

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) keunggulan berarti keadaan unggul; keutamaan; kepandaian (kecakapan, kebaikan, kekuatan, dsb) yang lebih dari pada yang lain (Departemen Pendidikan Nasional, 2007).

Lulusan Jurusan Manajemen Dakwah memiliki keunggulan dalam hal penerapan ilmu manajemen yang berlandaskan ajaran Islam. Dengan bekal ini, mereka mampu mengaitkan berbagai persoalan praktis dalam manajemen dengan nilai-nilai keagamaan, sehingga keputusan dan tindakan yang diambil tetap berada dalam koridor etika Islam. Selain itu,

dasar-dasar ilmu manajemen yang dipelajari selama di bangku kuliah memberikan pondasi yang kuat bagi lulusan untuk melanjutkan studi ke bidang lain yang lebih kompleks, tanpa kehilangan identitas keagamaannya. Keunggulan lain dari jurusan ini adalah adanya kombinasi antara ilmu dunia dan ukhrawi; para lulusan tidak hanya dipersiapkan untuk menghadapi tantangan kehidupan duniawi melalui penguasaan manajemen, tetapi juga dibekali dengan pemahaman dakwah yang menjadi bekal untuk kehidupan akhirat. Dengan keseimbangan ini, lulusan MD diharapkan mampu memberikan kontribusi di berbagai sektor, baik di ranah keagamaan, sosial, maupun profesional.

Keunggulan yang dimiliki oleh lulusan Jurusan Manajemen Dakwah ini merupakan suatu kekuatan yang sangat berharga di tengah arus globalisasi dan sekularisasi yang begitu deras. Ketika sebagian besar institusi pendidikan hanya menekankan pada pencapaian materi dan karier duniawi, MD justru menghadirkan perspektif holistik yang memadukan dunia dan akhirat. Hal ini bukan saja menjadi pembeda, tetapi juga menjadi modal penting untuk mencetak generasi profesional Muslim yang berkarakter, beretika, dan visioner. Jurusan Manajemen Dakwah layak untuk terus dikembangkan, baik dari sisi kurikulum maupun peluang pengembangan studi lanjut bagi lulusannya.

Persepsi Alumni Terhadap Relevansi Jurusan dan Pekerjaan

Mengenai relevansi jurusan dengan dunia kerja, Nia Darmawawti yang kini bekerja sebagai Penyuluh Agama di Kantor Urusan Agama Setia Budi Jakarta Selatan, mengungkapkan bahwa ilmu yang ia peroleh selama kuliah di Jurusan Manajemen Dakwah sangat relevan dengan pekerjaannya saat ini. Dalam pekerjaannya, ia tidak hanya menggunakan ilmu dakwah yang diperoleh, tetapi juga keterampilan manajemen yang ia pelajari selama kuliah.

Nia merasa bahwa proses pembelajaran yang berfokus pada cara merencanakan, melaksanakan, mengelola, dan mengevaluasi kegiatan sangat membantunya dalam merencanakan dan melaksanakan penyuluhan kepada masyarakat. (Maqbul et al., 2019) Keterampilan manajerial ini, menurutnya, sangat penting dalam pengorganisasian berbagai kegiatan penyuluhan yang ia lakukan dalam tugasnya sehari-hari.

Namun, hal ini berbeda dengan pengalaman Yoga Agus Yulianto, yang kini bekerja sebagai staf Leadership Training di DPP Hidayatullah Jakarta Timur. Yoga mengungkapkan bahwa meskipun ia pernah menempuh Jurusan Manajemen Dakwah, ia merasa bahwa jurusan tersebut tidak relevan dengan pekerjaannya sekarang. Namun demikian, Yoga mengakui bahwa beberapa mata kuliah yang ia pelajari, seperti yang berkaitan dengan kepemimpinan dan manajemen organisasi, tetap dapat diterapkan dalam pekerjaannya. Meskipun demikian, ia merasa ada jurusan lain yang lebih fokus dan relevan dengan bidang pekerjaannya saat ini, terutama yang berfokus pada leadership atau pengembangan organisasi.

1. Kompetensi yang Kurang Ditekankan di Dunia Kerja

Setelah lulus kebanyakan alumni akan terjun di dunia kerja sehingga mereka harus menyiapkan diri sedini mungkin. Persiapan itu dapat dimulai dengan praktek yang dilakukan ketika kuliah. Hal ini, karena praktek dalam perkuliahan memiliki pengaruh besar dalam pekerjaan setelah lulus. (Nurmalitasari & Hakim, 2024). Dalam dunia pendidikan tinggi, kurikulum suatu program studi seharusnya tidak hanya membekali mahasiswa dengan pengetahuan teoritis, tetapi juga kompetensi praktis yang relevan dengan kebutuhan zaman. Terlebih di era globalisasi dan digitalisasi seperti sekarang ini, lulusan dari jurusan apa pun dituntut untuk adaptif terhadap perubahan, mampu

berkomunikasi secara efektif dengan berbagai kalangan, serta menguasai teknologi informasi guna menunjang profesionalisme di dunia kerja.

Adanya catatan penting terkait kekurangan dalam proses pembelajaran di Jurusan Manajemen Dakwah. Salah satu aspek yang dinilai masih kurang ditekankan adalah pengembangan kompetensi komunikasi praktis. Meskipun beberapa elemen praktek telah dihadirkan dalam perkuliahan, pengalaman langsung yang diberikan masih dianggap belum cukup untuk membentuk kepercayaan diri mahasiswa dalam menghadapi beragam audiens di dunia kerja. Padahal kemampuan ini sangat krusial, terutama ketika lulusan MD diharapkan mampu berdakwah, bernegosiasi, atau memimpin program keagamaan yang melibatkan berbagai lapisan masyarakat. Perhatian terhadap aspek penguasaan teknologi juga dinilai masih terbatas. Di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat, dakwah maupun pengelolaan lembaga keagamaan pun kini menuntut penguasaan platform digital, media sosial, aplikasi manajemen, serta perangkat komunikasi virtual lainnya. Kurikulum Jurusan Manajemen Dakwah dipandang perlu memasukkan unsur digitalisasi sebagai bagian integral dalam pembelajaran. Hal ini akan memberikan nilai tambah besar bagi lulusan agar mereka tidak hanya mampu menyampaikan pesan dakwah secara konvensional, tetapi juga dapat memanfaatkan teknologi modern untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Kedua aspek ini memang layak mendapat perhatian lebih serius dari pihak pengelola program studi. Kemampuan komunikasi praktis dan penguasaan teknologi digital adalah dua pilar utama yang harus dimiliki oleh lulusan Jurusan Manajemen Dakwah agar mampu bersaing di dunia kerja modern. Tanpa penguatan pada dua aspek ini, lulusan mungkin

akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan karirnya secara optimal, baik di lembaga keagamaan, organisasi sosial, maupun sektor industri berbasis syariah. Revisi kurikulum yang mengakomodasi kebutuhan ini menjadi langkah strategis yang sangat penting untuk dilakukan (Ridwan, 2022).

2. Saran untuk Meningkatkan Relevansi Kurikulum

Terdapat beberapa saran konstruktif terkait pengembangan kurikulum Jurusan Manajemen Dakwah agar lebih relevan dengan kebutuhan pasar kerja. Salah satu usulan utama adalah perlunya peningkatan porsi praktik langsung di lapangan yang disesuaikan dengan dunia kerja aktual. Selain itu, penting pula untuk memperluas jaringan dan membangun kerja sama dengan berbagai instansi seperti biro perjalanan haji, lembaga pengelola zakat, dan institusi keagamaan lainnya (Debora et al., 2023). Upaya ini bertujuan untuk membuka akses bagi mahasiswa dan lulusan dalam mendapatkan pengalaman serta peluang kerja yang sesuai dengan bidang studi mereka. Di samping itu, kebutuhan akan integrasi materi digitalisasi dalam kurikulum juga menjadi sorotan. Dengan perkembangan pesat di sektor keuangan syariah dan manajemen lembaga berbasis teknologi, penguasaan digitalisasi menjadi keharusan agar lulusan MD tidak tertinggal dan mampu bersaing di era industri 4.0.

Integrasi antara praktik lapangan, perluasan jejaring institusional, serta penguatan kompetensi digital akan memberikan bekal penting bagi lulusan untuk berkiprah secara profesional. Tanpa langkah-langkah tersebut, lulusan MD berisiko terjebak dalam kesenjangan antara teori dan praktik, sehingga sulit memenuhi kebutuhan riil dunia kerja yang terus berkembang. Transformasi kurikulum berbasis kebutuhan pasar menjadi keharusan yang tidak bisa ditunda lagi (Purba et al., 2024).

3. Tantangan Pasca Lulus

Terdapat beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh lulusan Jurusan Manajemen Dakwah dalam memasuki dunia kerja. Salah satu kendala yang diungkapkan adalah masih terbatasnya lapangan pekerjaan yang secara spesifik membuka peluang bagi lulusan jurusan ini. Kebanyakan lowongan tersedia di lembaga-lembaga tertentu seperti lembaga zakat, keuangan syariah, atau lembaga dakwah formal, sementara kesempatan di sektor lain masih sangat terbatas. Kondisi ini menimbulkan keprihatinan karena sebetulnya lulusan Manajemen Dakwah memiliki potensi untuk berkiperah di berbagai sektor, asalkan ada perluasan pengakuan dan penerimaan dari berbagai institusi.

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan penguasaan teknologi digital dan soft skills di kalangan lulusan. Kebutuhan akan kemampuan digital seperti pengelolaan media sosial, aplikasi manajemen organisasi, hingga pemasaran digital menjadi sangat mendesak di era saat ini. Selain itu, soft skills seperti komunikasi efektif, kepemimpinan, dan manajemen waktu juga dinilai belum sepenuhnya terasah selama proses perkuliahan. Padahal, kompetensi-kompetensi tersebut sangat dibutuhkan untuk bersaing di dunia kerja modern yang menuntut keunggulan tidak hanya di bidang substansi, tetapi juga dalam keterampilan personal dan sosial.

Kedua tantangan ini harus menjadi bahan evaluasi penting bagi pengelola program studi. Penyempurnaan kurikulum untuk memasukkan unsur pelatihan teknologi dan pengembangan soft skills mutlak diperlukan. Selain itu, perlu adanya kerja sama lebih intensif antara kampus dengan dunia industri serta lembaga-lembaga keagamaan untuk menciptakan lebih banyak peluang kerja yang relevan bagi lulusan.

Dengan demikian, potensi besar lulusan Manajemen Dakwah dapat tersalurkan secara optimal, baik di sektor formal maupun di ruang-ruang dakwah non-tradisional yang tengah berkembang.

Kesimpulan

Persepsi alumni terhadap Jurusan Manajemen Dakwah menunjukkan bahwa meskipun ada tantangan dan persepsi yang kurang tepat tentang jurusan ini, secara keseluruhan, alumni merasa bahwa jurusan ini memberikan peluang yang signifikan untuk pengembangan pribadi dan karier. Jurusan ini menggabungkan nilai-nilai Islam dengan manajemen modern, yang mempersiapkan lulusannya untuk berkontribusi dalam berbagai sektor keagamaan dan non-keagamaan, serta memberikan keterampilan yang aplikatif dalam kehidupan profesional dan sosial. Kemudian, lulusan jurusan Manajemen Dakwah memiliki prospek karir yang sangat relevan dan fleksibel, dengan peluang yang luas di berbagai sektor, mulai dari lembaga keagamaan, zakat, haji, umrah, hingga sektor swasta. Mereka dinilai memiliki keterampilan manajerial yang kuat dan mampu menggabungkan nilai-nilai Islam dalam pengelolaan organisasi, yang memberi mereka keunggulan di dunia profesional. Keunggulan jurusan ini terletak pada keseimbangan antara ilmu manajemen duniawi dan ajaran Islam, yang memberi lulusan kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai situasi. Dengan dedikasi yang tepat, mereka dapat mencapai tingkat profesionalisme yang tinggi dan memberikan kontribusi lebih besar di dunia kerja maupun akademik. Selanjutnya relevansi jurusan Manajemen Dakwah dengan dunia kerja bervariasi, dengan beberapa alumni merasa ilmu yang dipelajari sangat berguna, sementara lainnya merasa kurang relevan meskipun beberapa mata kuliah bermanfaat. Kompetensi yang kurang ditekankan, seperti komunikasi efektif dan pemahaman

teknologi, menjadi perhatian. Alumni menyarankan agar kurikulum lebih fokus pada praktek langsung dan digitalisasi. Tantangan yang dihadapi setelah lulus meliputi terbatasnya lapangan pekerjaan dan kurangnya keterampilan teknologi, sehingga perlu pembaruan kurikulum agar lulusan siap menghadapi tantangan dunia kerja.

Daftar Pustaka

- Abrori, S. (2025). Relevansi dan Daya Saing Prodi Manajemen Dakwah dengan Kebutuhan Profesi Masyarakat. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 8(1), 2225.
- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia : Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189–210. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>
- Amalia, A. (2021). *Penerapan Layanan Bimbingan Kelompok Untuk Membantu Kesiapan Karir Siswa Kelas IX SMP Muhammadiyah 1 Medan Tahun Ajaran 2020/2021* [Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara]. http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/15710/Revisi_Sidang_Adek_Amalia_1702080034_FIX.pdf;jsessionid=289F4BAA58A7154FEC67619E1CA133AA?sequence=1
- Antrasena, L., & Bahrudin. (2023). Peran Editor Video Lepas Dalam Produktifitas Industri Media Digital. *ANNABA: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 8(3), 307–328.
- Campus, Q. (2023). *Jurusan Manajemen Dakwah, Prospek Kerja*. <https://campus.quipper.com/majors/id-manajemen-dakwah>
- Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Ketiga*. Balai Pustaka.
- FDIKOM. (2022). *S2 Manajemen Dakwah UIN Syarif Hidayatullah*.
- FDIKOM. (2023). *S-1 Manajemen Dakwah, FDIKOM, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://www.fdikom.uinjkt.ac.id/id/s1-manajemen-dakwah>
- FDIKOM. (2024). *Lulusan Banyak ditunggu Pasar! Prodi Magister Manajemen Dakwah UIN Jakarta Gelar Workshop Percepatan Kelulusan Angkatan Pertama*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <http://search.app/7eNha71FPSVdvSqMA>
- Febriyanti, T., Setiana, W., & Rahman, E. T. (2024). Optimalisasi Bimbingan Karir dalam Menemukan Minat dan Bakat Bagi Siswa. *Iryad: Jurnal*

- Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam*, 12(1), 41–62.
<https://doi.org/10.15575/irsyad.v12i1.33425>
- Ghina. (2024). *Prospek Kerja Manajemen Dakwah 4 Karir Anti-mainstream*. Cerebrum. <https://cerebrum.id/prospek-kerja-manajemen-dakwah/>
- Gilang Prasetyo. (2024). *Prospek Kerja Jurusan Manajemen Dakwah: Membangun Karir dalam Menyebarkan Nilai-Nilai Agama*. Prospek Kerja PendidikanMaju.Com. <https://pendidikanmaju.com/prospek-kerja-jurusan-managemen-dakwah/>
- Jailani, & Fuadi, M. (2019). PERSEPSI LULUSAN TERHADAP PELAYANAN PRODI MANAJEMEN DAKWAH UIN AR-RANIRY. *AL-IDARAH: JURNALMANAJEMEN DAN ADMINISTRASI ISLAM*, 3(1), 129–148.
- Jannah, S. (2020). *Persepsi Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya Terhadap Program Dakwah Di TV9 Dan JTV*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Kahfi, A., & Fadilah, N. (2024). Peran Prodi Manajemen Dakwah untuk Memperkuat Profesi Pengelola Zakat : Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat. *Idarotuna*, 6(2), 144.
<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v4i1.Peran>
- Muafiah, E., Mayasari, L. D., Imtihanah, A. H., & Yuliani, B. (2024). Gendered Pesantren In Contemporary Indonesia: Female Agency, Institution, and Everyday Lives. *Qudus International Journal of Islamic Studies (QIJS)*, 12(1), 39.
- Muhson, A., Wahyuni, D., & Mulyani, E. (2012). *ANALISIS RELEVANSI LULUSAN PERGURUAN TINGGI DENGAN DUNIA KERJA*. 8(April).
- Musyirifin, Z. (2020). Aktualisasi Dakwah Berbasis Integrasi-Interkoneksi Keilmuan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga. *Madaniyah*, 10, 305–322.
<https://www.journal.stitpemalang.ac.id/index.php/madaniyah/article/view/140>
- Nurlaily, M., & Darajat, D. M. (2018). *Tracer Study Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2011-2015*. 22(1), 68–84.
- Nurmansyah. (2020). *Pengaruh Pelatihan dan Pengalaman Mengajar Terhadap Peningkatan Profesionalitas Guri di MTs Ummul Quro Allislami Bogor*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Siregar, L. Y. S. (2020). Motivasi Sebagai Pengubahan Perilaku. *Forum Paedagogik*, 11(2), 81–97.
<https://doi.org/10.24952/paedagogik.v12i2.3156>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Re&D*. Alfabeta.
- Tim UIN Jakarta. (2019). *Pedoman Akademik Program Strata 1 UIN Syarif Hidayatullah*.
- Ulyana, A. R. (2021). *Prospek Kerja Prodi Manajemen Dakwah*. IAIN KUDUS. <https://iainkudus.ac.id/berita-57868-prospek-kerja-prodi-manajemen-dakwah.html>
- Wahyudi, D. (2022). *Peluang dan Tantangan kerja Alumni Manajemen Dakwah dalam Implementasi Profesi di Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i1.10904>
- Welikin, K. P. (2021). Strategi Mengembangkan Keterampilan Dan Kemampuan Sumber DayaManusia Di UD. Bina Bersama Banjarmasin Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Unsika*, 3, 3. http://eprints.uniska-bjm.ac.id/7535/1/JURNAL_ARTIKEL_KRISTINA-dikonversi-dikonversi-dikonversi.pdf
- Zulhija Yanti Nasution. (2022). Kelemahan Manusia Menurut Al-Qur'an. *Al-Kaumiyah*, 2(2), 85–98. <https://doi.org/10.56874/alkauniyah.v2i2.711>