



Dr. Fitri Wulandari, SE., MSi

ALUMNI GIVING BEHAVIOR: Bagaimana Alumni Berkontribusi Terhadap **Kemajuan Universitas?**



ALUMNI GIVING BEHAVIOR: BAGAIMANA ALUMNI
BERKONTRIBUSI TERHADAP KEMAJUAN
UNIVERSITAS?

Dr. Fitri Wulandari, Msi



Tahta Media Group

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**ALUMNI GIVING BEHAVIOR: BAGAIMANA ALUMNI BERKONTRIBUSI
TERHADAP KEMAJUAN UNIVERSITAS?**

Penulis:
Dr. Fitri Wulandari, Msi

Desain Cover:
Tahta Media

Editor:
Tahta Media

Proofreader:
Tahta Media

Ukuran:
vii, 92, Uk: 15,5 x 23 cm

ISBN : 978-623-147-776-7

Cetakan Pertama:
Maret 2025

Hak Cipta 2025, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2025 by Tahta Media Group
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP
(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesainya buku ini yang membahas tentang Dukungan Alumni terhadap Universitas: Strategi, Peluang, dan Tantangan. Buku ini hadir sebagai bagian dari upaya untuk memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam memperkuat hubungan antara alumni dengan almamater mereka. Dukungan alumni telah menjadi topik yang semakin relevan dalam pengelolaan universitas modern, khususnya dalam menghadapi tantangan globalisasi pendidikan tinggi yang kian kompetitif.

Buku ini disusun sebagai panduan bagi universitas, alumni, dan pihak terkait untuk memahami potensi serta dampak keterlibatan alumni dalam pengembangan institusi. Dalam buku ini dibahas bagaimana alumni dapat memberikan kontribusi yang nyata, baik dalam bentuk sumber daya finansial, jejaring profesional, keahlian, maupun reputasi. Alumni adalah representasi langsung dari keberhasilan universitas, dan melalui sinergi yang kuat, mereka dapat menjadi mitra strategis dalam berbagai program, termasuk pengembangan kurikulum, kajian kolaboratif, hingga pengabdian masyarakat.

Kami juga ingin mengapresiasi dukungan yang luar biasa dari berbagai pihak dalam proses penulisan buku ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada para alumni yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikiran mereka dalam mendukung almamater tercinta. Inspirasi dari kontribusi para alumni inilah yang menjadi landasan utama dalam penyusunan buku ini. Selain itu, penghargaan kami berikan kepada rekan-rekan akademisi yang telah memberikan kritik dan saran konstruktif untuk menyempurnakan isi buku ini.

Ucapan terima kasih kami tujukan pula kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan motivasi tanpa henti. Kepada suami dan anak-anak yang menjadi penyemangat utama dalam setiap langkah, saya haturkan rasa terima kasih yang tulus. Terakhir, kami sampaikan apresiasi kepada seluruh pihak dekanat, kolega, dan tim penerbit yang telah membantu merealisasikan terbitnya buku ini.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi kalangan akademisi, pengelola universitas, alumni, maupun pihak-pihak yang peduli terhadap keberlanjutan hubungan strategis antara alumni dan

universitas. Semoga upaya kecil ini dapat memberikan dampak besar bagi pengembangan institusi pendidikan tinggi di masa depan.

Sukoharjo, Agustus 2024
Fitri Wulandari

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Pengantar apa itu Alumni dan Peran Alumni	1
B. Pentingnya Dalam Membangun Dukungan Alumni Bagi Universitas	3
C. Manfaat Dukungan Alumni Terhadap Universitas	9
BAB II ALUMNI GIVING BEHAVIOR	12
A. Perilaku Dukungan Alumni Terhadap Organisasi	12
B. Kontribusi Finansial dan Non Finansial Alumni	13
C. Indikator Alumni Giving dari donasi keuangan.....	22
BAB III DAMPAK ALUMNI ENGAGEMENT TERHADAP UNIVERSITAS	25
A. Pengantar Alumni Engagement	25
B. Faktor-faktor yang mempengaruhi alumni engagement	27
C. Indikator Alumni Engagement	29
D. Data & Manajemen Alumni.....	33
E. Pengalaman & Kepuasan Alumni.....	34
F. Civic/Community Engagement (Keterlibatan Komunitas).....	36
BAB IV KEPUASAN ALUMNI TERHADAP ALMAMATER	37
A. Konsep Kepuasan Alumni	37
B. Factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan alumni.....	38
C. Indikator kepuasan Alumni.....	41
BAB V PENGARUH KETERLIBATAN ALUMNI TERHADAP UNIVERSITAS	43
A. Pengantar Keterlibatan Alumni	43
B. Riset-riset Keterlibatan Alumni	44
C. Filantropi dan Kontribusi alumni Terhadap Universitas	46
BAB VI LOGICAL CONNECTION ALUMNI	50
A. Ruang Lingkup Kajian.....	50
B. Uji <i>Logical Connection</i> Variabel Indikator	54
BAB VII ALUMNI DAN BRANDING UNIVERSITAS.....	73
A. Alumni dan Strategi Meningkatkan Brand Image	73

B.	Dampak Branding Terhadap Loyalitas kepada Universitas/Kampus	75
C.	Reputasi Universitas dan dampaknya	76
BAB VIII	OPTIMALISASI PLATFORM DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI ALUMNI.....	81
A.	Big Data dalam Konteks Keterlibatan Alumni	81
B.	Manfaat Platform Digital Alumni.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		87
TENTANG PENULIS.....		92

BAB 1

PENDAHULUAN

A. PENGANTAR APA ITU ALUMNI DAN PERAN ALUMNI

Perguruan Tinggi merupakan salah satu dari organisasi yang terus menyesuaikan perubahan, dimana perubahan yang dilakukan tidak hanya terkait dengan kurikulumnya, namun juga system pembelajaran, iklim akademiknya serta orang-orang dalam organisasi (dosen/tenaga pendidik). Perguruan tinggi harus mengikuti perubahan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika sosial, ekonomi, teknologi, dan akademik. Perubahan karakteristik generasi baru seperti generasi Z dan Alpha, serta kebutuhan pasar kerja yang terus berkembang, menuntut perguruan tinggi untuk menyesuaikan kurikulum agar menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan teknis dan soft skills yang relevan. Transformasi digital dan kemajuan teknologi seperti pembelajaran online dan kecerdasan buatan juga menjadi peluang bagi perguruan tinggi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi dalam kajian.

Selain itu, Perguruan Tinggi harus memenuhi tuntutan keberlanjutan dengan berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dan berperan aktif dalam pembangunan sosial. Penyesuaian terhadap regulasi pemerintah, standar internasional, serta harapan alumni dan pemangku kepentingan juga penting untuk menjaga reputasi dan daya saing global. Organisasi yang ingin berhasil harus terus berubah menyesuaikan perubahan dan tuntutan pasar. Semakin banyak organisasi yang menghadapi lingkungan yang dinamis dan senantiasa berubah, semakin dituntut organisasi untuk terus berbenah menghadapi perubahan. Menurut Robbins & Judge, (2011) menjelaskan tentang pentingnya perubahan memaksa organisasi untuk terus berubah atau gagal dan mati karena tidak mampu menghadapi perubahan. Dengan mengikuti perubahan, perguruan tinggi dapat memastikan relevansi, memberikan dampak sosial yang lebih besar, dan mempersiapkan lulusannya untuk menghadapi tantangan masa depan.

Sebagai tempat untuk menyelenggarakan pendidikan maka perguruan tinggi memiliki tugas dan juga memiliki tanggungjawab meletakkan nilai dasar dan juga nilai moral, dan juga berfungsi untuk membentuk dan juga membangun “*charater building*” bagi mahasiswa. Hal ini berarti bahwa mendidik tidak semata-mata sebatas transfer ilmu, namun juga diharapkan pendidikan dapat mengubah dan bahkan membentuk karakter dan juga membentuk watak mahasiswa agar berubah lebih baik terutama dalam bersikap dan juga dalam berperilaku.

Karena salah satu indikator penting dalam penilaian akreditasi perguruan tinggi yang melibatkan peran alumni dalam komponen penilaiannya (Hilendria et al., 2019). Alumni perguruan tinggi adalah individu yang telah menyelesaikan program pendidikan di suatu institusi pendidikan tinggi dan menjadi bagian penting dari komunitas tersebut. Alumni tidak hanya membawa identitas dan pengalaman akademik dari almamater mereka, tetapi juga memainkan peran strategis dalam mendukung pengembangan institusi. Dukungan ini dapat berupa peningkatan reputasi melalui pencapaian profesional, promosi perguruan tinggi di masyarakat, kontribusi finansial, serta partisipasi dalam kegiatan akademik seperti mentoring atau pembicara tamu.

Hubungan yang erat antara alumni dan perguruan tinggi menciptakan simbiosis yang saling menguntungkan, di mana alumni dapat terus menjalin koneksi dengan komunitas akademik, sementara perguruan tinggi memperoleh manfaat dari kontribusi mereka untuk penguatan jaringan, penggalangan dana, dan pengembangan institusi secara berkelanjutan. Alumni sendiri mempunyai peran yang cukup strategis dalam membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Diantaranya terkait dengan peningkatan kualitas pendidikan dan kualitas pengembangan pada berbagai kegiatan di perguruan tinggi, alumni diharapkan berperan sebagai katalis atau pengungkit dengan berbagai masukan kritis yang membangun kepada lembaga almamater (Novela & Hasjtarja, 2014).

Salah satu faktor pendukung penting yang ditunggu kontribusinya untuk dapat membantu mengembangkan lembaga adalah alumni. Dalam beberapa tahun ini, diharapkan peranan alumni untuk memajukan kualitas suatu institusi pendidikan menjadi semakin diperhatikan (Stephenson & Yerger, 2014). Prestise universitas secara signifikan mempengaruhi pemberian donasi

alumni. Karakteristik pribadi seperti usia dan pendapatan berkorelasi dengan perilaku donasi (Hilendria et al., 2019). Alumni yang lebih tua cenderung menyumbang lebih banyak daripada alumni yang lebih muda. Penghasilan secara positif mempengaruhi niat untuk menyumbang dan total sumbangan. Kepuasan dengan institusi berkorelasi dengan tingkat donasi yang lebih tinggi.

B. PENTINGNYA DALAM MEMBANGUN DUKUNGAN ALUMNI BAGI UNIVERSITAS

Alumni memiliki peran strategis dan multidimensi yang sangat penting bagi kemajuan institusi pendidikan tinggi. Sebagai representasi institusi, alumni tidak hanya berperan sebagai duta institusi di masyarakat, tetapi juga menjadi cerminan kualitas lulusan dan pembawa nama baik almamater (Stephenson & Yerger, 2014). Dalam aspek pengembangan akademik, alumni berkontribusi dalam pengembangan kurikulum, memberikan masukan untuk peningkatan kualitas pembelajaran, dan menjadi penghubung antara dunia akademik dan industri. Kualitas layanan akademik menjadi faktor krusial yang mempengaruhi tingkat kepuasan alumni. Studi longitudinal tentang kualitas layanan akademik memungkinkan institusi untuk memahami pola dan tren kepuasan alumni secara lebih komprehensif (Drew-Branch, 2011; Stephenson & Yerger, 2014). Melalui pendekatan machine learning, institusi dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan alumni secara lebih akurat dan mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kualitas layanan akademik.

Kajian Radcliffe, (2011) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara keterlibatan alumni dengan kontribusi yang diberikan. Hubungan ini memberikan wawasan penting bagi kepemimpinan alumni untuk memperjuangkan sumber daya yang dibutuhkan serta memastikan alokasi anggaran yang optimal. Dalam menghadapi tuntutan donor di era modern yang mengutamakan akuntabilitas dan efisiensi, organisasi perlu merancang program pengembangan secara strategis. Langkah ini mencakup prioritas kegiatan yang berfokus pada pembangunan hubungan yang memiliki potensi besar untuk menghasilkan dampak positif. Penggalangan dana pada dasarnya merupakan aktivitas yang berpusat pada hubungan. Praktisi hubungan alumni secara tradisional mendasarkan pendekatan mereka pada asumsi ini. Seiring

dengan pertumbuhan jumlah konstituen, organisasi perlu mengarahkan perhatian pada strategi pembangunan hubungan yang lebih efektif dan berorientasi hasil.

Alumni yang memiliki kompetensi dan juga memiliki prestasi yang bagus, serta dapat memainkan peran dalam membangun opini publik sekaligus menjadi alat promosi bagi almamater. Alumni juga diharapkan dapat mengembangkan berbagai jejaring dan membangun pencitraan lembaga terutama dari pandangan Stakeholder. Salah satu peran alumni dalam mendukung organisasi adalah dalam bentuk donasi dari alumni, yang juga merupakan sumber alternatif selain dari PNBPN dan BOPTN bagi pembiayaan Perguruan Tinggi. Untuk itulah diperlukan informasi apa yang menjadi penentu alumni untuk terlibat dalam almamaternya menjadi sesuatu yang penting untuk diperhatikan oleh Perguruan Tinggi.

Pentingnya afiliasi terus menerus dengan almamater menjadi salah satu cara agar perguruan tinggi dapat melakukan hubungan yang lebih erat dengan alumninya. Merujuk pada konsep relation marketing, organisasi seharusnya mempunyai pandangan bahwa para pemangku atau stakeholders adalah mitra; Organisasi dengan segala proses dari dalam, berurusan dengan para stakeholder sebagai sebuah cara menciptakan nilai; yang berdampak kemitraan sebagai alat untuk meningkatkan kokohnya kemampuan untuk bersaing (Skarmeas et al., 2010).

Pandangan dari Skarmeas et al., (2010) menjelaskan bahwa alumni diharapkan dapat menyediakan dukungan dalam bentuk donasi keuangan dan non keuangan, membantu perekrutan dan juga karir lulusan baru, memberikan saran perbaikan, partisipasi dalam berbagai kegiatan alumni, dan menjadi relawan pendanaan dan acara organisasi. Namun berbagai survei menunjukkan bahwa kadang alumni kurang tergerak untuk terlibat dalam almamaternya atau bahkan bersikap apatis (Mael & Ashforth, 1992). Riset gap dalam kajian ini adalah hubungan dari keterlibatan alumni terhadap dukungan organisasi Allen et al dalam (Radcliffe, 2011). Namun demikian belum jelas tergambar bagaimana proses yang telah berlangsung mampu mendorong keterlibatan alumni dalam meningkatkan dukungan terhadap organisasi.

Dengan memperjelas konsep keterlibatan alumni sekaligus mengidentifikasi cara-cara untuk meningkatkan keterlibatan tersebut. Serta dengan sumber daya yang terbatas, diperlukan pendekatan yang efektif

berdasarkan kajian literatur mengenai keterlibatan alumni. Alumni mungkin tidak dapat memberikan kontribusi finansial, tetapi mereka dapat memanfaatkan berbagai acara yang relevan, seperti lokakarya dan konferensi yang membahas standar pengajaran yang responsif terhadap keragaman budaya. Bentuk dukungan pada Universitas dukungan dari alumni seringkali tidak berupa sumbangan finansial yang besar, tetapi lebih berupa kontribusi waktu: seperti berbagi pengalaman profesional, memberikan pelatihan, atau menjadi mentor. Promosi Universitas dengan membantu meningkatkan reputasi Universitas di komunitas lokal atau profesional. Dan juga donasi mikro dalam bentuk dukungan finansial dalam skala kecil yang, jika dikumpulkan secara kolektif, dapat memberikan dampak besar.

Universitas mengandalkan dukungan alumni dalam rangka menggerakkan atmosfir akademiknya. Dukungan tersebut bisa berupa dukungan donasi, dukungan untuk masukan-masukan yang membangun, dukungan dana-dana pengembangan, dukungan kajian dan pengabdian masyarakat serta dukungan beasiswa yang membantu mahasiswa kurang mampu. Namun untuk Perguruan Tinggi yang baru seperti IAIN Surakarta, partisipasi alumni dirasakan masih sangat kurang, pertama karena sebagai Perguruan Tinggi yang masih memiliki sedikit alumni yang berkiprah di berbagai ranah pembangunan, juga masih sedikit alumni yang memiliki nama besar dan pengaruh besar, seperti UGM memiliki Joko Widodo Presiden RI, Anies BW gubernur DKI dan Ganjar Pranowo Gubernur Jawa Tengah, UNS memiliki Perry Warjiyo Gubernur Bank Indonesia dan Wimboh Santoso Ketua OJK dan contoh lainnya.

Masalah dukungan alumni menjadi tantangan sekaligus peluang yang signifikan dalam era digital saat ini. Di satu sisi, perkembangan teknologi dan perubahan pola interaksi sosial menciptakan kompleksitas baru dalam pengelolaan hubungan alumni. Namun di sisi lain, era digital juga membuka berbagai kemungkinan inovatif untuk meningkatkan keterlibatan dan kontribusi alumni terhadap almamater mereka. Pemahaman mendalam tentang dinamika ini menjadi kunci penting bagi institusi pendidikan tinggi dalam mengoptimalkan potensi dukungan alumni di tengah transformasi digital yang terus berlangsung.

Dukungan alumni merupakan salah satu pilar penting dalam pengembangan dan keberlanjutan institusi pendidikan tinggi di era modern

ini. Sebagai stakeholder kunci, alumni memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam berbagai aspek pengembangan almamater, mulai dari dukungan finansial, pengembangan akademik, hingga peningkatan reputasi institusi. Namun demikian, mengoptimalkan potensi dukungan alumni bukanlah hal yang mudah dan membutuhkan pendekatan strategis yang komprehensif. Dalam konteks perguruan tinggi di Indonesia, khususnya institusi yang sedang berkembang, tantangan dalam membangun dan mempertahankan dukungan alumni semakin kompleks di era digital. Perubahan pola komunikasi dan interaksi sosial, perkembangan teknologi yang pesat, serta ekspektasi alumni yang semakin tinggi menuntut institusi untuk terus berinovasi dalam pengelolaan hubungan alumni. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat persaingan antar perguruan tinggi yang semakin ketat dalam memperebutkan sumber daya dan dukungan dari berbagai pihak.

Salah satu aspek fundamental yang perlu diperhatikan dalam mengoptimalkan dukungan alumni adalah pemahaman mendalam tentang karakteristik dan kebutuhan alumni dari berbagai generasi. Setiap generasi alumni memiliki preferensi, nilai, dan ekspektasi yang berbeda dalam berinteraksi dengan almamater. Generasi alumni yang lebih senior mungkin lebih menghargai pendekatan tradisional dan pertemuan tatap muka, sementara generasi yang lebih muda cenderung lebih responsif terhadap engagement digital dan program-program yang inovatif.

Tantangan berikutnya terletak pada kemampuan institusi dalam membangun dan memelihara sistem pengelolaan alumni yang efektif dan berkelanjutan. Hal ini mencakup pengembangan database alumni yang komprehensif, implementasi platform digital yang user-friendly, serta pengembangan program-program engagement yang relevan dan bermakna bagi alumni. Keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial maupun kapasitas SDM, seringkali menjadi hambatan utama dalam mewujudkan sistem pengelolaan alumni yang ideal.

Di sisi lain, era digital juga membuka berbagai peluang baru dalam pengelolaan hubungan alumni. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan institusi untuk menjangkau dan melibatkan alumni secara lebih efektif dan efisien. Platform media sosial, aplikasi mobile, dan berbagai tools digital lainnya dapat dimanfaatkan untuk membangun komunitas alumni yang lebih solid dan interaktif. Selain itu, teknologi juga

memungkinkan institusi untuk mengumpulkan dan menganalisis data alumni secara lebih sistematis, sehingga dapat mengembangkan program-program yang lebih targeted dan impactful.

Menghadapi berbagai tantangan dan peluang tersebut, institusi pendidikan tinggi perlu mengembangkan strategi pengelolaan alumni yang adaptif dan berorientasi masa depan. Pendekatan yang holistik, melibatkan berbagai stakeholder internal dan eksternal, serta didukung oleh komitmen kuat dari pimpinan institusi menjadi kunci keberhasilan dalam membangun dan mempertahankan dukungan alumni yang berkelanjutan. Lebih dari itu, institusi juga perlu memastikan bahwa setiap inisiatif Alumni engagement sejalan dengan visi, misi, dan nilai-nilai institusi, serta memberikan manfaat nyata bagi kedua belah pihak.

Dukungan alumni merupakan aspek vital dalam pengembangan sebuah institusi pendidikan tinggi. Namun, realitas menunjukkan bahwa banyak perguruan tinggi masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan potensi dukungan alumni mereka. Hal ini terutama dialami oleh institusi-institusi yang masih dalam tahap perkembangan. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan sistem pengelolaan alumni yang efektif. Banyak perguruan tinggi belum memiliki database alumni yang terstruktur dan terupdate, sehingga menyulitkan proses komunikasi dan engagement dengan para alumninya.

Di sisi lain, minimnya program-program yang melibatkan alumni juga menjadi kendala tersendiri. Beberapa institusi masih fokus pada kegiatan-kegiatan ceremonial semata, tanpa membangun program berkelanjutan yang dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para alumni. Tantangan berikutnya adalah terkait dengan kepercayaan alumni terhadap institusi. Beberapa alumni mungkin masih meragukan kemampuan almamater dalam mengelola kontribusi yang mereka berikan, sehingga menimbulkan keengganan untuk terlibat lebih jauh.

Keterbatasan sumber daya, baik finansial maupun SDM, juga seringkali menghambat pengembangan program-program alumni yang berkualitas. Hal ini berdampak pada kurangnya inisiatif dan inovasi dalam membangun engagement dengan alumni. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang nilai strategis dukungan alumni juga menjadi tantangan tersendiri. Beberapa institusi masih memandang alumni sebatas sebagai lulusan yang telah

menyelesaikan studi, tanpa melihat potensi mereka sebagai mitra strategis dalam pengembangan institusi. Padahal, alumni dapat berperan sebagai duta institusi, mentor bagi mahasiswa, hingga kontributor dalam pengembangan kurikulum dan program akademik. Keterbatasan perspektif ini seringkali menyebabkan institusi tidak mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk pengembangan program alumni.

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah kesenjangan generasi dalam populasi alumni. Setiap generasi alumni memiliki karakteristik, preferensi, dan ekspektasi yang berbeda dalam berinteraksi dengan almamater. Hal ini menuntut institusi untuk mengembangkan pendekatan yang lebih personalisasi dan adaptif dalam membangun engagement dengan berbagai kelompok alumni. Namun, keterbatasan kapasitas dan sumber daya seringkali membuat institusi kesulitan dalam mengakomodasi kebutuhan yang beragam ini.

Masalah koordinasi internal juga sering menjadi hambatan dalam optimalisasi dukungan alumni. Tidak jarang terjadi tumpang tindih program atau bahkan kompetisi antar unit dalam institusi untuk mendapatkan dukungan alumni. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan alumni dan mengurangi efektivitas program-program yang dijalankan. Diperlukan sistem koordinasi yang lebih baik dan pendekatan yang terintegrasi dalam pengelolaan hubungan alumni.

Meski demikian, era digital membuka peluang baru dalam pengelolaan hubungan dengan alumni. Pemanfaatan teknologi dan media sosial dapat menjadi solusi cost-effective untuk meningkatkan komunikasi dan engagement dengan alumni, sekaligus membangun komunitas alumni yang solid dan berkelanjutan. Universitas yang belum mapan seringkali kurang memiliki strategi yang terstruktur untuk melibatkan alumni. Keterbatasan sumber daya dapat menyebabkan minimnya komunikasi dan program yang dirancang untuk alumni. Namun, universitas ini dapat memanfaatkan pendekatan berbasis komunitas atau platform digital untuk menjangkau alumni dan meningkatkan partisipasi. Beberapa tantangan yang dapat menghambat dukungan alumni pada universitas yang belum mapan antara lain: 1). Kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan universitas dalam mengelola sumber daya. 2) Minimnya visibilitas program atau inisiatif universitas di kalangan alumni. 3). Tidak adanya insentif atau penghargaan

bagi alumni yang berkontribusi. Untuk Universitas yang belum mapan, dukungan alumni sangat mungkin terjadi, tetapi membutuhkan pendekatan yang strategis dan personal. Universitas perlu membangun hubungan jangka panjang dengan alumni, menciptakan rasa memiliki, dan menunjukkan bahwa dukungan mereka akan memberikan dampak nyata.

Dengan demikian, meskipun terdapat keterbatasan, alumni dapat menjadi salah satu pilar penting dalam pertumbuhan universitas tersebut. Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut pengembangan model keterlibatan alumni melalui pencitraan institusional dan juga pengaruhnya terhadap dukungan almamater dalam persepektif dukungan organisasi sangat lah mendesak. Namun yang paling penting, temuan riset ini akan menjadi hal baru dalam mendorong peran alumni dalam mendukung pencitraan organisasi dan daya saing institusional. Bahkan dalam jangka panjang akan memberikan benefit dalam membangun pencitraan dan juga meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam studi dan Alumni engagement terhadap lembaga.

C. MANFAAT DUKUNGAN ALUMNI TERHADAP UNIVERSITAS

Dukungan alumni terhadap universitas memiliki beberapa tujuan strategis yang penting bagi pengembangan institusi pendidikan tinggi. Tujuan ini mencakup aspek peningkatan kualitas akademik, pengembangan infrastruktur, penguatan jaringan profesional, serta keberlanjutan finansial lembaga. Melalui berbagai bentuk dukungan alumni, universitas dapat memperkuat posisinya sebagai institusi pendidikan yang berkualitas dan berdaya saing. Berikut adalah beberapa tujuan utama dari dukungan alumni terhadap universitas:

- a) Secara khususnya untuk mengkaji dan menganalisis esensi serta peran baik langsung maupun tidak langsung dari keterlibatan alumni terhadap organisasi kampus, Alumni engagement dan kepuasan selama studi dalam meningkatkan dukungan terhadap almamater.
- b) Tujuan utama adalah mengembangkan sebuah model kajian empirik studi tentang alumni terutama di universitas dalam mendukung organisasi atau kelembagaan, sekaligus melihat potensi dukungan alumni sebagai salah satu alternative untuk meningkatkan pengembangan kelembagaan kedepan.

Manfaat dukungan alumni terhadap universitas adalah berkontribusi pada diantaranya terkait dengan peningkatan kualitas pendidikan serta cara pengembangan pendidikan melalui peran alumni dalam berbagai kegiatan seperti kajian, pengabdian pada masyarakat dan juga kontribusi sebagai pembicara pada berbagai kegiatan dilakukan Perguruan Tinggi. Alumni diharapkan juga memberikan kontribusi pemikiran bagi pemangku kebijakan Perguruan Tinggi agar dapat bersinergi dengan alumni melalui dukungan-dukungan yang selaras dengan visi dan misi lembaga. Alumni memberikan masukan dan kontribusi dengan pemikiran bagi praktek-praktek manajerial bagaimana universitas dapat pengembangan keterlibatan alumni, meningkatkan mahasiswa kepuasan selama studi, dan juga mendorong Alumni engagement dalam mendukung pengembangan almamater.

Dukungan alumni terhadap universitas memiliki dampak signifikan dalam peningkatan kualitas akademik institusi. Para alumni yang telah sukses dalam karir profesional dapat berkontribusi sebagai dosen tamu atau pembicara dalam kuliah umum, memberikan perspektif praktis yang memperkaya pengalaman pembelajaran mahasiswa. Keterlibatan alumni dalam pengembangan dan review kurikulum juga memastikan bahwa program pendidikan tetap relevan dengan kebutuhan industri terkini. Kolaborasi riset antara alumni praktisi dengan dosen dapat meningkatkan jumlah dan kualitas publikasi ilmiah, yang merupakan salah satu indikator penting dalam penilaian akreditasi.

Kontribusi alumni dalam aspek networking dan reputasi memberikan nilai strategis bagi universitas. Jejaring profesional yang dimiliki alumni di berbagai sektor industri membuka peluang kerjasama institusional yang bermanfaat bagi pengembangan universitas. Testimoni dan pencapaian alumni yang sukses menjadi bukti nyata kualitas lulusan, sekaligus meningkatkan daya tarik universitas di mata calon mahasiswa dan mitra potensial. Hal ini secara langsung berdampak pada penilaian akreditasi terkait outcome pembelajaran dan reputasi institusi di masyarakat.

Dukungan finansial dan infrastruktur dari alumni menjadi sumber daya penting bagi kemajuan universitas. Melalui program donasi alumni, universitas dapat mengembangkan fasilitas kampus, menyediakan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi, dan mendanai berbagai program penelitian dan pengembangan. Ketersediaan infrastruktur yang memadai, termasuk

laboratorium dan peralatan pembelajaran modern, menjadi poin penting dalam penilaian akreditasi terkait sarana dan prasarana pendidikan.

Keterlibatan alumni dalam sistem tracer study dan monitoring lulusan memberikan data konkrit yang sangat bernilai bagi proses akreditasi. Tingkat employability dan kesuksesan karir alumni menjadi indikator efektivitas program pendidikan yang dijalankan universitas. Data pelacakan alumni yang komprehensif membantu universitas memenuhi standar akreditasi terkait lulusan dan memberikan masukan berharga untuk perbaikan berkelanjutan program akademik.

Program pengembangan kemahasiswaan mendapatkan dukungan substansial dari keterlibatan alumni. Melalui program mentoring, alumni dapat membimbing mahasiswa dalam pengembangan karir dan soft skills. Sharing pengalaman dan motivasi dari alumni sukses menginspirasi mahasiswa untuk berprestasi. Alumni juga berperan penting dalam membuka kesempatan magang dan jalur rekrutmen bagi mahasiswa dan fresh graduate, yang berkontribusi pada tingkat keterserapan lulusan di dunia kerja.

Dalam aspek keberlanjutan institusi, masukan dan keterlibatan alumni dalam governance universitas melalui dewan penyantun memberikan perspektif yang bernilai untuk pengembangan strategis kampus. Alumni yang duduk dalam struktur organisasi universitas dapat memberikan pertimbangan objektif berdasarkan pengalaman dan pemahaman mereka terhadap kebutuhan industri. Peran ini sangat penting dalam memastikan arah pengembangan universitas sejalan dengan tuntutan zaman dan kebutuhan stakeholder.

Kontribusi alumni dalam promosi dan branding institusi membantu meningkatkan visibilitas dan reputasi universitas di tingkat nasional maupun internasional. Alumni yang tersebar di berbagai sektor dan wilayah menjadi duta tidak resmi yang memperkenalkan dan mengangkat nama universitas melalui prestasi dan pencapaian mereka. Jaringan alumni yang kuat dan aktif juga mencerminkan kualitas pembinaan hubungan alumni yang baik, yang merupakan salah satu aspek penting dalam penilaian akreditasi institusi pendidikan tinggi.

BAB II

ALUMNI GIVING BEHAVIOR

A. PERILAKU DUKUNGAN ALUMNI TERHADAP ORGANISASI

Persepsi terhadap dukungan organisasi mempunyai implikasi penting bagi berbagai aspek dalam perilaku organisasional seperti kepuasan kerja dan komitmen organisasional. Perilaku mendukung berhubungan dengan suatu kondisi di mana individu merasa bahwa organisasi yang mempekerjakan mereka ingin memberikan kompensasi secara adil terhadap usaha atau kinerja, membantunya memenuhi kebutuhan, memberi pekerjaan menarik dan dapat memotivasi, dan memberikan kepadanya kondisi kerja yang memenuhi (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Teori dukungan organisasi mengatakan bahwa individu akan mewujudkan tujuan organisasi, jika organisasi menghargai kontribusi dan peduli tentang kesejahteraan, dan membalas dukungan yang dirasakan seperti dengan peningkatan komitmen, loyalitas, dan kinerja. Atas dasar asumsi ini, teori dukungan organisasi memberikan pendekatan umum untuk peran norma timbal balik dalam hubungan karyawan dan supervisor atau dengan manajemen. Sebagian besar studi persepsi dukungan organisasi telah diteliti baik dari anteseden maupun untuk mencari konsekuensinya. Tinjauan dari Rhoades and Eisenberger, (2002) terhadap lebih dari 70 studi menunjukkan bahwa anteseden persepsi dukungan organisasi mencakup prosedur organisasi yang adil, dukungan atasan, dan imbalan menguntungkan dan kondisi kerja dan bahwa konsekuensi berupa peningkatan komitmen afektif terhadap organisasi, peningkatan kinerja, dan mengurangi perilaku turnover.

Menurut Allen, Shore and Griffeth, (2003) teori dukungan organisasi, tindakan diskresi tersebut memberikan kontribusi besar untuk penilaian terhadap organisasi dengan orientasi yang mendukung atau tidak mendukung karyawan. Dari ketiga faktor penentu utama persepsi dukungan organisasi, imbalan dan kondisi kerja yang menguntungkan diharapkan memiliki pengaruh yang paling lemah. Banyak penghargaan dan kondisi kerja yang

menguntungkan oleh karyawan sering dikaitkan dengan tekanan eksternal pada organisasi daripada pilihan diskresioner. Contohnya termasuk kewajiban kontraktual mengenai gaji dan peraturan kerja, peraturan kesehatan dan keselamatan, dan norma pada masyarakat yang melanggar akan membawa pemberitaan buruk pada perusahaan.

Dukungan organisasi membawa beberapa hasil positif bagi kita seperti mutualitas, loyalitas terhadap organisasi dan beberapa hasil positif lainnya (Hanaysha, 2016). Teori perubahan sosial menunjukkan bahwa ada hubungan yang kuat antara dukungan organisasi dan loyalitas emosional (Allen et al., 2003). Menurut teori ini, seseorang yang didukung oleh organisasi menampilkan loyalitas emosional pada tingkat tinggi sebagai imbalan atas dukungan ini dan meningkatkan usaha mereka mewujudkan tujuan organisasi (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Kajian Radcliff (2011) menjelaskan bahwa alumni yang ketika mahasiswa memiliki keterikatan dengan almamater cenderung lebih peduli dengan almamaternya melalui perilaku *alumni Giving*, kesediaan alumni untuk peduli dan membantu lembaga dengan kerelaan yang tinggi. Keterikatan tersebut berbentuk partisipasi alumni dalam kelompok sosial, keinginan untuk mengunjungi kampus, bersedia menghadiri berbagai acara kampus. Peneliti sepakat bahwa alumni yang terikat dengan lembaga lebih bersedia untuk berkontribusi dengan lembaga (Radcliffe, 2011)

B. KONTRIBUSI FINANSIAL DAN NON FINANSIAL ALUMNI

1. Kontribusi Non Keuangan

Kontribusi non-keuangan alumni terhadap universitas mengandung beberapa nilai strategis jangka panjang yang sangat fundamental bagi pengembangan institusi. Melalui keterlibatan alumni dalam pengembangan kurikulum dan pengajaran, universitas dapat terus meningkatkan kualitas pendidikan yang relevan dengan kebutuhan industri terkini. Jaringan kerjasama yang terbangun dengan berbagai sektor industri dan institusi melalui peran alumni juga memberikan manfaat berkelanjutan bagi universitas. Keberhasilan para alumni di berbagai bidang secara konsisten memperkuat reputasi dan brand universitas di mata masyarakat. Kolaborasi riset dan inovasi antara

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, D. G., Shore, L. M., & Griffeth, R. W. (2003). The role of perceived organizational support and supportive human resource practices in the turnover process. *Journal of Management*, 29(1), 99–118.
- Annan, J., Azutiga, E. E., Awurama, M., & Annan, O. (2024). The Strategic Imperative of Alumni Services in Higher Education. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 7(6), 504–510.
- Ariani, D. W. (2013). The relationship between employee engagement, organizational citizenship behavior, and counterproductive work behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46.
- Baddoo, A. M. F. (2023). *Staying Connected: Non-Profit Alumni Engagement*.
- Baruch, Y., & Sang, K. J. C. (2012). Predicting MBA graduates' donation behaviour to their alma mater. *Journal of Management Development*, 31(8), 808–825.
- Castro Benavides, L. M., Tamayo Arias, J. A., Arango Serna, M. D., Branch Bedoya, J. W., & Burgos, D. (2020). Digital Transformation in Higher Education Institutions: A Systematic Literature Review. *Sensors (Basel, Switzerland)*, 20(11). <https://doi.org/10.3390/s20113291>
- Chai, C., Amran, A., & Ooi, S. K. (2023). If You Can't Pay Back, Pay It Forward: Proposing an Alumni Donor Behavioural Intention Model. *Global Business & Management ...*, 15(3), 353–367. <http://www.gbmjournal.com/pdf/v15n3s/V15N3s-23.pdf>
- Clotfelter, C. T. (2003). Alumni giving to elite private colleges and universities. *Economics of Education Review*, 22(2), 109–120. [https://doi.org/10.1016/S0272-7757\(02\)00028-6](https://doi.org/10.1016/S0272-7757(02)00028-6)
- Drew-Branch, V. (2011). *Student engagement, alumni satisfaction, and alumni donations at a public four year institution an analysis of how the undergraduate experience influences alumni donations*. Morgantown, West Virginia.
- Duque, L. C. (2014). A framework for analysing higher education performance: students' satisfaction, perceived learning outcomes, and dropout intentions. *Total Quality Management and Business Excellence*,

- 25(1–2), 1–21. <https://doi.org/10.1080/14783363.2013.807677>
- Figueiredo, V., & Franco, M. (2018). Factors influencing cooperator satisfaction: A study applied to wine cooperatives in Portugal. *Journal of Cleaner Production*, 191, 15–25. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.177>
- Forbus, P., Newbold, J. J., & Mehta, S. S. (2011). A study of non-traditional and traditional students in terms of their time management behaviors, stress factors, and coping strategies. *Academy of Educational Leadership Journal*, 15, 109.
- Gaier, S. (2005). Alumni Satisfaction with Their Undergraduate Academic Experience and the Impact on Alumni Giving and Participation. *International Journal of Educational Advancement*, 5(4), 279–288. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ijea.2140220>
- Halim, S., A.Y. Aysia, D., Lestari, J., & Shu San, G. (2024). Smartphone Donation for Education: A Technopreneurship’s Approach in Indonesian Case Study. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 3(6), 229–235. <https://doi.org/10.17977/um068v3i62023p229-235>
- Hanaysha, J. (2016). Testing the Effects of Employee Engagement, Work Environment, and Organizational Learning on Organizational Commitment. *Procedia -Social and Behavioral Sciences*, 229, 289–297. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.139>
- Hilendria, H., Junaedi, J., Effendi, E., & Astuti, A. (2019). Eksistensi Dan Peran Alumni Dalam Menjaga Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram. *Jurnal Riset Akuntansi Aksiom*, 18(2), 53–54.
- Hsu, S. H., Wang, Y. C., Cheng, C. J., & Chen, Y. F. (2016). Developing a decomposed alumni satisfaction model for higher education institutions. *Total Quality Management and Business Excellence*, 27(9–10), 979–996. <https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1054102>
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724.
- Kundzina, L., & Rivza, B. (2020). Fundraising for universities by alumni efforts: a literature review. *21st International Scientific Conference “Economic Science for Rural Development 2020”*. *Home Economics, Marketing and Sustainable Consumption, Integrated and Sustainable*

- Regional Development, New Dimensions in the Development of Society.*, 54(54), 241–248. <https://doi.org/10.22616/esrd.2020.54.029>
- Leary, T. G., Green, R., Denson, K., Schoenfeld, G., Henley, T., & Langford, H. (2013). The relationship among dysfunctional leadership dispositions, employee engagement, job satisfaction, and burnout. *The Psychologist-Manager Journal*, 16(2), 112.
- Mael, F., & Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103–123.
- Mubarok, M. Z. (2024). *Efektivitas Branding dalam Meningkatkan Reputasi Lembaga Pendidikan Islam*. 3, 25–35. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>
- Nanda, H., Putri, S., Putri, D., Ermayda, R., & Palil, M. (2021). Study of Alumni Engagement and its Relationship to University Curriculum Reforming. *ICE-BEES 2020, July 22-23, Semarang, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2020.2307898>
- Novela, I., & Hasjtarja, D. (2014). *Perilaku Mendukung Pada Almamater Melalui Teori Identifikasi Organisasi (Studi Pada alumni Universitas Sebelas Maret Surakarta)*.
- Nurulloh, A. (2024). Evaluation, Control and Improving the Quality of Institutions in Higher Education. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 674–679.
- Pedro, I. H., & Andraz, J. M. (2021). Alumni Commitment in Higher Education Institutions: Determinants and Empirical Evidence. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 33(1), 29–64. <https://doi.org/10.1080/10495142.2019.1656138>
- Petratos, S., & Calitz, A. P. (2019). Evaluating Alumni Satisfaction in the School of ICT. *Conference: SACLA 2019At: Drakensberg South Africa, July*, 1–4.
- Pike, G. R. (1994). The relationship between alumni satisfaction and work experiences. *Research in Higher Education*, 35(1), 105–123. <https://doi.org/10.1007/BF02496664>
- Radcliffe, S. (2011). *A study of alumni engagement and its relationship to giving behaviors*. Bucknell University Bucknell Digital Commons.

- Rahman, K. (2021). Menyoal Peran alumni (Analisis Manajemen Pemberdayaan Alumni UIN KHAS Jember). *Fenomena*, 20(2), 189–208. <https://doi.org/10.35719/fenomena.v20i2.59>
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). *Perceived organizational support: a review of the literature*. American Psychological Association.
- Rizky Anggraini, R., & Hastjarja Kustijana, D. (2015). The Relationship between Organizational Factors, Organization Identification, Alumni Characteristics, and Alumni Support on Almamater. *Fokus Manajerial*, 13(1), 73–90.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2011). *Organizational Behavior* (15th ed.). Person.
- Rohaeni, A., & Wijiharta. (2020). Review Penelitian tentang Alumni dan Perguruan Tinggi Almamater. *Youth & Islamic Economic Journal*, 1(1), 12–19.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., González-Romá, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71–92.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (6 edition). Wiley.
- Shen, H., & Sha, B. L. (2020). Conceptualizing and operationalizing alumni engagement: When conversational voice matters more than openness and assurances of legitimacy. *Public Relations Review*, 46(5), 101974. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101974>
- Skarmeas, D., Shabbir, H., Hultman, M., & Baltas, G. (2010). Determinants and Consequences of Alumni Identification. *Academy Publies Of Administration Publish*.
- Smith, C., Rondi, E., De Massis, A., & Nordqvist, M. (2024). Rising Every Time We Fall: Organizational Fortitude and Response to Adversities. *Journal of Management*, 50(5), 1865–1910. <https://doi.org/10.1177/01492063231164969>
- Sonntag, S. (2002). Performance Concepts and Performance Theory. *Psychological Management of Individual Performance.*, 23(1), 3–25.
- Stephenson, A. L., & Yerger, D. B. (2014). Optimizing engagement: Brand identification and alumni donation behaviors. *International Journal of*

- Educational Management*, 28(6), 765–778.
<https://doi.org/10.1108/IJEM-04-2013-0057>
- Sun, X., Hoffman, S. C., & Grady, M. L. (2007). A Multivariate Causal Model of Alumni Giving: Implications for Alumni Fundraisers. *International Journal of Educational Advancement*, 7(4), 307–332.
<https://doi.org/10.1057/palgrave.ijea.2150073>
- Tang, H., Zhijun, J. A. D. D. L., Shen, J., & Xing, Q. (2022). The engaged lives of encouraged students: Academic encouragement, grit and academic engagement in Chinese first year undergraduate students. *Current Psychology*, 42, 19526–19536.
- Volkwein, J. F. (2010). Assessing alumni outcomes. *New Directions for Institutional Research*, 51, 125–139. <https://doi.org/10.1002/ir.335>
- Weerts, D. J., & Ronca, J. M. (2009). Using classification trees to predict alumni giving for higher education. *Education Economics*, 17(1), 95–122. <https://doi.org/10.1080/09645290801976985>
- Wiranto, R., & Slameto, S. (2021). Alumni satisfaction in terms of classroom infrastructure, lecturer professionalism, and curriculum. *Heliyon*, 7(6), e06679. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06679>
- Wulandari, F. (2019). the Role of Citizenship Behavior of Alumni Towards Their Almamater: a Driver of Financial and Social Giving Behaviour. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 12(2), 191–206.
<https://doi.org/10.25105/jmpj.v12i2.3760>
- Yin, H., & Wang, W. (2016). Undergraduate students' motivation and engagement in China: an exploratory study. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 41(4), 601–621.
<https://doi.org/10.1080/02602938.2015.1037240>

TENTANG PENULIS

Fitri Wulandari lahir di Kauman, Polanharjo, Klaten pada tahun 1972. Sejak tahun 1999 merupakan Dosen UIN Raden Mas Said Surakarta. Menyelesaikan pendidikan di SD Kauman 1 Polanharjo, dan SMP N 1 Polanharjo, tahun 1991/1992 lulus SMAN Polanharjo dan melanjutkan kuliah di S1 Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta dan lulus pada tahun 1997. Melanjutkan S2 tahun 2003 di Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang dan lulus pada tahun 2006. Menempuh S3 Pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro (PDIE UNDIP) Semarang - Jawa Tengah, konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia dan lulus pada tanggal 26 Januari 2018. Sebagai penulis produktif, penulis telah menghasilkan berbagai tulisan seperti buku referensi dan berbagai artikel yang diterbitkan di jurnal nasional maupun di jurnal internasional bereputasi dengan Scopus ID: 57200049167. Pengalaman Bekerja penulis adalah sebagai berikut;

- 1 Maret 1999-Sekarang : Dosen Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta
- 2008-2011 : Ketua Program Studi S2 Manajemen Keuangan dan Perbankan Syariah (S2 MKPS)
- 2011-2014 : Wakil Dekan 2 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
- 2014-2015 : Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 2015-2019 : Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 2019-sekarang : Kaprodi S2 Manajemen Bisnis Syariah



Buku ini mengkaji secara mendalam tentang peran strategis alumni dalam mendukung pengembangan universitas. Kajian yang dilakukan menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa selama masa studi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tiga aspek penting: kepuasan selama studi, engagement alumni, dan dukungan terhadap organisasi. Temuan ini menegaskan pentingnya mendorong partisipasi aktif mahasiswa dalam berbagai kegiatan kampus dan organisasi ekstrakurikuler sebagai fondasi untuk membangun hubungan yang berkelanjutan dengan alumni di masa depan.

Buku ini juga mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi dukungan alumni, termasuk keterlibatan dalam kegiatan kampus, keaktifan dalam perkuliahan, kepuasan terhadap reputasi lembaga, dan kemudahan mendapatkan pekerjaan setelah lulus. Berdasarkan temuan tersebut, dirumuskan beberapa rekomendasi strategis seperti penguatan program keterlibatan mahasiswa, peningkatan networking dengan stakeholder, dan penyelerasan nilai-nilai organisasi dengan ekspektasi alumni. Kendala-kendala dalam pengelolaan alumni juga dibahas, termasuk lambatnya respons administratif, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya evaluasi program.

Sebagai penutup, buku ini menekankan bahwa hubungan dengan alumni perlu dikelola sebagai aset strategis jangka panjang. Universitas perlu mengembangkan pendekatan yang lebih sistematis dan terukur dalam membangun engagement alumni, tidak hanya fokus pada aspek penggalangan dana, tetapi juga pada pengembangan jejaring profesional dan peningkatan reputasi institusi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika hubungan alumni-universitas, institusi pendidikan tinggi dapat mengoptimalkan potensi



IKAPI
INDONESIAN ASSOCIATION OF PUBLIC RELATIONS

CV. Tahta Media Group
Surakarta, Jawa Tengah
Web : www.tahtamedia.com
Ig : tahtamedigroup
Telp/WA : +62 896-5427-3996

