

# **RISET INTERNAL 2022**

**Survei Ketertarikan Mahasiswa FEB UGM terhadap SEF dan  
Ekonomi Islam Dilihat dari Perspektif Keanggotaan SEF dan Non-SEF**

**Departemen Riset dan Pengembangan**



**UNIVERSITAS  
GADJAH MADA**



## TIM PENELITI RISET INTERNAL SEF UGM 2022

### **Penanggung jawab :**

Saddam Galih Aldermand                      Ketua SEF UGM

### **Editor :**

Muhammad Iqbal                                      Kepala Riset dan Pengembangan

Sigi Putri Davni                                      Wakil Kepala Riset dan Pengembangan

Novaditya Ramadhan                              Wakil Kepala Riset dan Pengembangan

Haris Nur Rahmawati                              Staff Ahli Riset dan Pengembangan

### **Kepala Peneliti :**

Haniyah Nur Hasanah                              Staff Riset dan Pengembangan

### **Anggota Peneliti :**

Fernanda Sayyidatina                              Staff Riset dan Pengembangan

### **Enumerator :**

Gavril Dhiren Irwanto                              Staff Riset dan Pengembangan

Putri Nafisah Intani                              Staff Riset dan Pengembangan

Rayka Anargya Muhammad                      Staff Riset dan Pengembangan

Dini Krisnanti                                      Staff Riset dan Pengembangan

Ainiyya Nindika Saputri                              Staff Riset dan Pengembangan

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur alhamdulillah atas segala limpahan karunia Allah SWT karena atas izin-Nya kami dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik. Sholawat dan salam tidak lupa kami kirimkan kepada baginda tercinta, Nabi Muhammad SAW yang syafa'at-nya kita nanti-nantikan di hari akhir.

Pelaksanaan Riset Internal (Risnal) ini bertujuan untuk memberikan laporan mengenai kinerja *Shariah Economics Forum* (SEF) selama periode 2022. Sebagai satu-satunya kelompok studi yang berada di FEB UGM sekaligus salah satu KSEI yang memiliki usia cukup matang di Indonesia, SEF UGM tentu masih membutuhkan banyak masukan untuk terus mengembangkan kegiatan dakwah ilmiah di bidang ekonomi Islam terutama di era pasca pandemi saat ini. Berangkat dari hal tersebut, Riset Internal 2022 hadir sebagai wujud evaluasi dan sarana menampung opini serta aspirasi tahunan atas program kerja yang telah SEF UGM lakukan selama satu periode.

Kami tentu menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, kami mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar kedepannya Riset Internal 2022 dapat menjadi lebih baik lagi. Kami memohon maaf atas kekurangan dan kesalahan dalam Riset Internal ini. Selain itu, Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa mereka, tentunya makalah ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Demikian, semoga hal ini dapat bermanfaat dan digunakan untuk pengembangan SEF UGM ke depannya.

*Siapa kita? SEF UGM. Ekonom rabbani? Bisa!*

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 22 Oktober 2022

Departemen Riset dan Pengembangan

## DAFTAR ISI

<b>Tim Peneliti Riset Internal SEF UGM 2022</b>	<b>1</b>
<b>Kata Pengantar</b>	<b>2</b>
<b>Daftar Isi</b>	<b>3</b>
<b>Pendahuluan</b>	<b>5</b>
<b>Metode dan Data</b>	<b>5</b>
<b>Statistik Karakteristik Responden</b>	<b>6</b>
1. Asal Angkatan	6
2. Sifat Keanggotaan	6
3. Asal HMJ/LK UGM	7
4. Asal Provinsi	7
5. Sumber Informasi SEF	8
6. Keorganisasian SEF UGM	8
7. Kemampuan SEF dalam Memberikan Kontribusi mengenai Ekonomi Islam terutama di FEB UGM	9
8. Ketertarikan mengikuti program-program kerja SEF UGM	9
9. Saran Inovasi untuk SEF UGM	10
10. Hal yang perlu ditingkatkan dari SEF UGM	10
<b>Hasil dan Pembahasan</b>	<b>11</b>
1. Ketertarikan mengenal dan mempelajari ekonomi Islam	11
1.1 Pengetahuan Pengertian Ekonomi Islam	11
1.2 Ketertarikan Menkenal dan Mempelajari Ekonomi Islam	11
1.3 Alasan Terbesar untuk Menkenal dan Mempelajari Ekonomi Islam	12
1.4 Ketertarikan Media sebagai sarana Pengetahuan Ekonomi Islam	12
1.5 Ketertarikan Mengikuti Program Kerja	13
1.6 Media sebagai Sarana Pengetahuan terhadap Ekonomi Islam	13
2. Ketertarikan Program Kerja dan Event SEF UGM secara Umum (Anggota SEF)	14
2.1. Keikutsertaan dalam Program Kerja SEF di Luar Program Kerja Biro/Departemen	14
2.2. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum	15
2.3. Hal yang Kurang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum	15
2.4. Tingkat Partisipasi dalam Mengikuti Program Kerja	16
2.5. Preferensi Keikutsertaan Program Kerja Secara Offline/Online	16
2.6. Saran agar Partisipan turut Aktif Berpartisipasi	17
3. Ketertarikan Program Kerja dan Event SEF UGM Secara Umum (Non-SEF selain angkatan 2022)	17
3.1. Program Kerja SEF yang Diketahui	17

3.2. Keikutsertaan pada Program Kerja SEF	18
3.3. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum (Non-SEF selain Angkatan 2022)	18
3.4. Hal yang Kurang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum	19
3.5. Saran agar Program Kerja SEF lebih Menarik untuk Diikuti oleh Pihak Eksternal	19
4. Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF ( Anggota SEF )	20
4.1. Alasan Bergabung di SEF	20
4.2. Media yang Membuat Tertarik Bergabung dengan SEF	20
4.3. Hal yang Diharapkan saat Bergabung Menjadi Anggota SEF	21
4.4. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Pengetahuan tentang Ekonomi Islam	21
4.5. Tingkat ketercapaian Harapan Mendapat Peningkatan Soft Skill Organisasional	22
4.6. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Tambahan Relasi	22
4.7. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Implementasi Ekonomi Islam dalam Kehidupan Sehari-hari	23
5. Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF ( Non-SEF )	23
5.1. Pengetahuan tentang SEF	23
5.2. Impresi pertama mengenai SEF	24
5.3. Hal yang Diharapkan jika Bergabung dengan SEF	24
5.4. Media atau Konten Paling Menarik untuk Mengajak Bergabung dengan SEF	25
5.5. Hal yang kurang menarik dari SEF	25
5.6. Saran agar Orang Tertarik dan Bergabung dengan SEF	26
6. Komparasi Ketertarikan terhadap Program Kerja SEF UGM (SEF dan Non-SEF)	26
6.1. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum	26
6.2. Hal yang Tidak Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum	26
7. Komparasi Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF (SEF dan Non-SEF)	26
7.1. Hal yang Paling Diharapkan saat Bergabung menjadi Anggota SEF	26
7.2. Media yang Paling Menarik untuk Bergabung menjadi Anggota SEF	27
<b>Kesimpulan dan Saran</b>	<b>27</b>
Kesimpulan	27
Saran	27

## PENDAHULUAN

Departemen Riset dan Pengembangan (Risbang) SEF UGM merupakan salah satu bagian dari bidang keilmuan di dalam kepengurusan SEF UGM. Departemen ini berperan dalam mengembangkan pola pikir ilmiah, budaya meneliti, dan studi empiris dengan menanggapi isu-isu aktual yang sedang berkembang melalui *framework* ekonomi Islam. Salah satu program kerja tahunan departemen Riset dan Pengembangan adalah Riset Internal (Risnal). Riset Internal merupakan wadah untuk mengenalkan dasar-dasar riset melalui praktik langsung bagi para anggota Risbang yang hasilnya dapat digunakan oleh SEF UGM sebagai dasar pertimbangan kepengurusan selanjutnya.

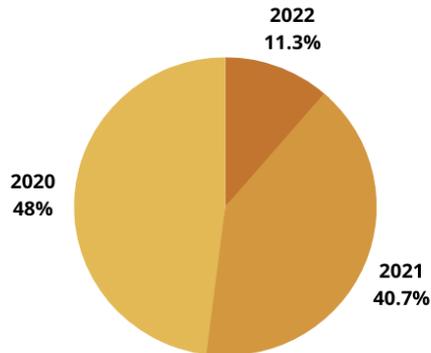
Riset Internal secara umum bertujuan untuk mengevaluasi kinerja SEF UGM setiap tahunnya. Pada tahun ini, Riset Internal mengangkat topik “Ketertarikan Mahasiswa FEB terhadap SEF dan Ekonomi Islam Dilihat dari Sisi Keanggotaan SEF dan Non-SEF ” yang membahas mengenai pendapat dan pandangan mahasiswa FEB UGM, baik anggota SEF maupun non-SEF mengenai eksistensi SEF dan saran serta inovasi terhadap SEF UGM. Fokus Riset Internal tahun ini adalah kepada mahasiswa aktif FEB UGM, baik anggota SEF maupun non-SEF. Kemudian, dengan dilaksanakannya Riset Internal 2022 ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan SEF UGM kedepannya untuk menciptakan inovasi-inovasi atau ide-ide baru serta meningkatkan baik itu kualitas maupun kuantitas program kerja yang sudah ada dari opini dan saran mahasiswa FEB UGM.

## METODE DAN DATA

Metode pengambilan data yang dilakukan ialah kuesioner daring melalui Google Form yang disebar sejak 10 Agustus sampai 9 September 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kemudian, metode analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif. Pengolahan data yang dilakukan dalam riset internal ini dilakukan dengan menggunakan Spreadsheet. Responden yang ingin dituju adalah mahasiswa aktif FEB UGM, baik anggota SEF maupun non-SEF. Dalam penelitian ini, kami memperoleh 150 responden, dengan 45 responden merupakan anggota SEF dan 105 responden lainnya berasal dari non-SEF.

## STATISTIK KARAKTERISTIK RESPONDEN

### 1. Asal Angkatan



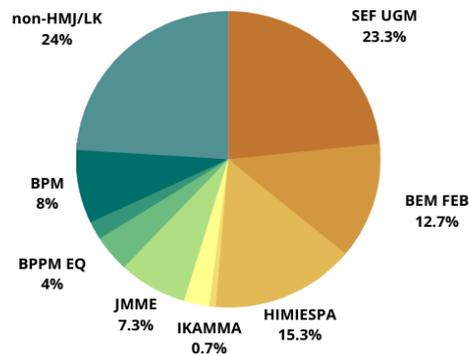
Riset Internal 2022 yang dilakukan oleh SEF UGM melibatkan total 150 responden acak yang berasal dari 3 angkatan yaitu angkatan 2020, 2021, dan 2022. Dari ke 3 angkatan tersebut **jumlah responden terbesar berasal dari angkatan 2020 yaitu sebesar 48% (72 responden)**, diikuti dengan angkatan 2021 sebesar 40,7% (61 responden) dan angkatan 2022 sebesar 11,3% (17 responden).

### 2. Sifat Keanggotaan



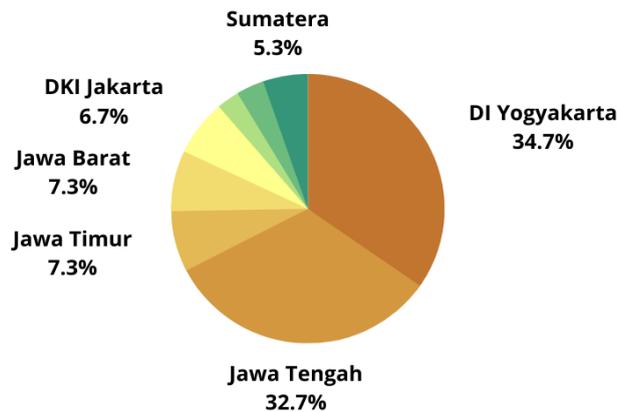
Berdasarkan grafik tersebut, dari 150 responden yang berpartisipasi dalam riset internal ini 58,70% (88 responden) merupakan non anggota SEF, 30% (45 responden) merupakan anggota SEF, dan 11,30% (17 responden) merupakan angkatan 2022 yang bukan anggota SEF. Dari data ini diperoleh **jumlah responden terbesar berasal dari nonanggota SEF yaitu sebesar 58,70% (88 responden)**.

### 3. Asal HMJ/LK UGM



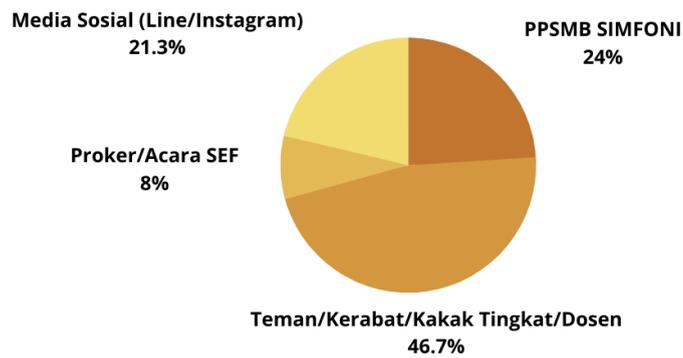
Berdasarkan grafik tersebut, mayoritas responden merupakan nonanggota HMJ/LK yaitu sebesar 24% (36 responden), diikuti 23,30% (35 responden) berasal dari SEF UGM, lalu 15,30% (23 responden) berasal dari HIMIESPA dan sebagian lainnya berasal dari HMJ/LK lainnya. Dengan demikian, **mayoritas responden berasal dari non-anggota HMJ/LK yaitu sebesar 24 % (36 responden).**

### 4. Asal Provinsi



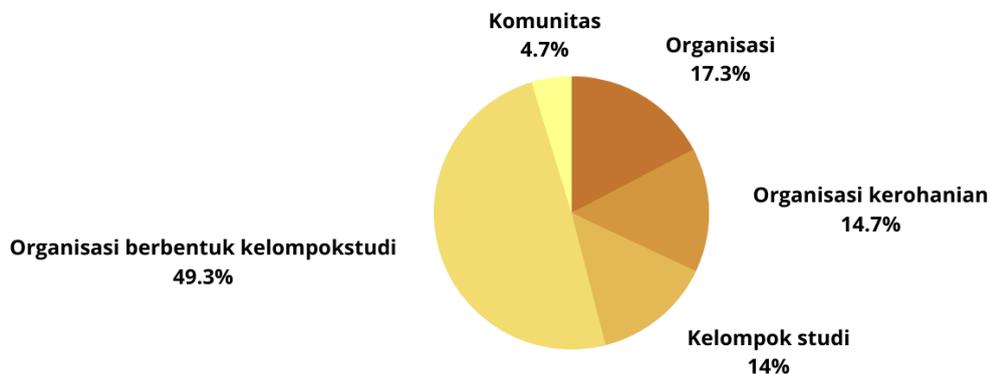
Berdasarkan grafik tersebut, responden terbesar berasal dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu sebesar 34,70% (52 responden), diikuti Provinsi Jawa Tengah sebesar 32,70% (49 responden), kemudian Provinsi Jawa Timur dan Jawa Barat sebesar 7,30% (11 responden), dan beberapa daerah lainnya. Dengan demikian, **mayoritas responden berasal dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.**

## 5. Sumber Informasi SEF



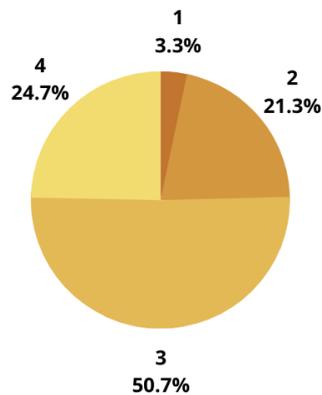
Berdasarkan grafik tersebut, sebanyak 70 responden (46,70%) mengetahui SEF dari Teman/ Kerabat/ Kakak Tingkat/ Dosen, 36 responden (24%) mengetahui SEF dari PPSMB SIMFONI, 32 responden (21,30%) mengetahui SEF dari Media Sosial (Line/Instagram), dan sebanyak 12 responden (8%) mengetahui SEF dari Proker/ Acara SEF. **Dengan demikian, mayoritas responden mengetahui SEF dari teman/ kerabat/ kakak tingkat/ dosen.**

## 6. Keorganisasian SEF UGM



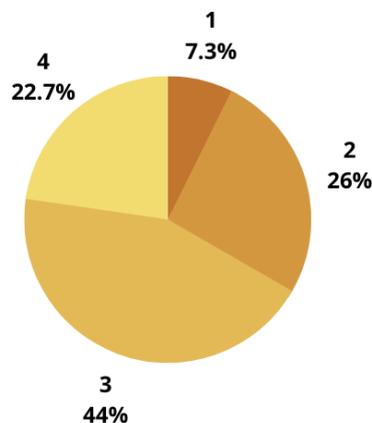
Berdasarkan grafik tersebut, sebanyak 74 responden (49,3%) mengetahui SEF sebagai organisasi berbentuk kelompok studi, diikuti sebanyak 26 responden (17,3%) mengetahui SEF sebagai organisasi, lalu sebanyak 22 responden (14,7%) mengetahui SEF sebagai Organisasi Kerohanian dan diikuti oleh opsi opsi lainnya. Dengan demikian, **mayoritas responden mengetahui SEF sebagai organisasi berbentuk kelompok studi.**

## 7. Kemampuan SEF dalam Memberikan Kontribusi mengenai Ekonomi Islam terutama di FEB UGM



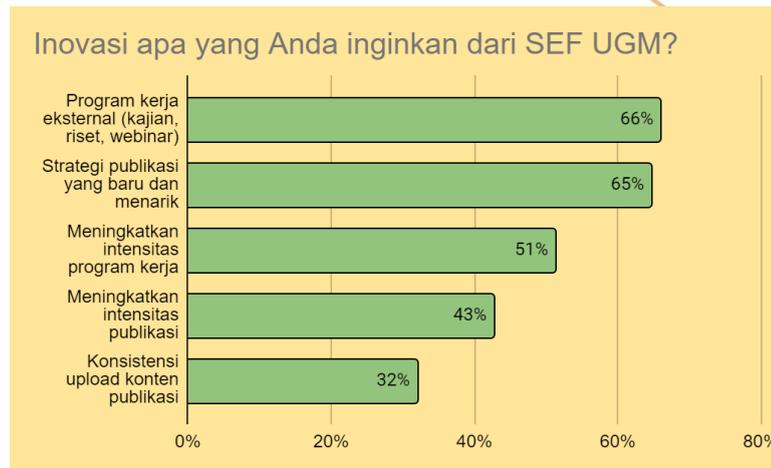
Berdasarkan grafik tersebut, dari 150 responden (yang menjawab pertanyaan skala linear), sebanyak 50,7% (76 responden) menganggap SEF sudah memberikan kontribusi terhadap pemahaman ekonomi islam terutama di FEB UGM, 24,7% (37 responden) menganggap SEF sudah sangat memberikan kontribusi terhadap pemahaman ekonomi islam terutama di FEB UGM dan diikuti oleh opsi lainnya. Dengan demikian **mayoritas responden menganggap SEF sudah memberikan kontribusi terhadap pemahaman ekonomi islam.**

## 8. Ketertarikan mengikuti program-program kerja SEF UGM



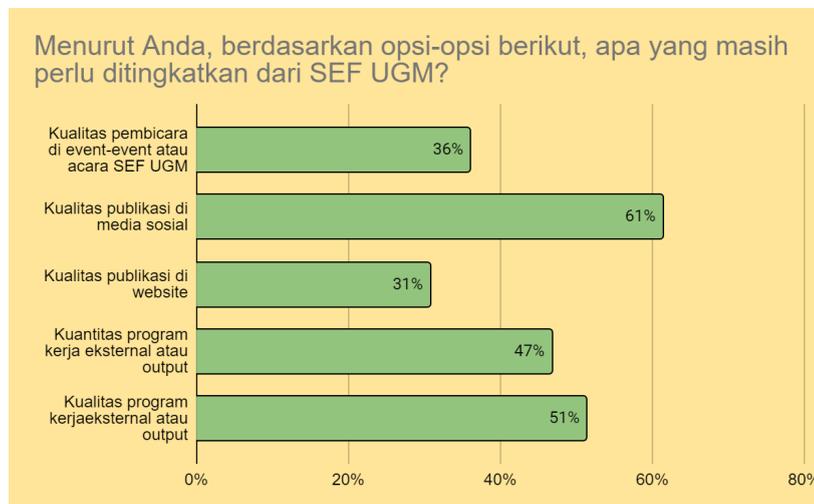
Berdasarkan grafik tersebut, dari 150 responden (yang menjawab pertanyaan skala linear), sebanyak 44% (66 responden) merasa tertarik untuk mengikuti program program kerja SEF UGM, 26% (39 responden) merasa kurang tertarik untuk mengikuti program kerja SEF UGM, dan sebagian memilih opsi lainnya. Dengan demikian **mayoritas responden merasa tertarik untuk mengikuti program kerja SEF UGM.**

## 9. Saran Inovasi untuk SEF UGM



Berdasarkan grafik tersebut, sebanyak 99 responden (66%) menginginkan program kerja eksternal (kajian, riset, webinar), 97 responden (64,7%) menginginkan strategi publikasi yang baru dan menarik, 77 responden (51,3 %) menginginkan peningkatan intensitas program kerja eksternal (kajian, webinar, riset) dan diikuti oleh opsi lainnya. Dengan demikian **mayoritas responden menginginkan program kerja eksternal (kajian, riset, webinar) baru yang menarik.**

## 10. Hal yang perlu ditingkatkan dari SEF UGM

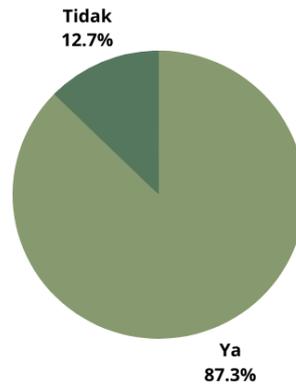


Berdasarkan grafik hal hal yang perlu ditingkatkan dari SEF UGM, sebanyak 92 responden (61,3%) menyarankan untuk meningkatkan kualitas publikasi di sosial media, 77 responden (51,3%) menyarankan untuk meningkatkan kualitas program kerja eksternal atau output, 70 responden (46,7%) menyarankan untuk menambah kuantitas program kerja eksternal atau output dan diikuti oleh saran lainnya. Dengan demikian, **mayoritas responden menyarankan untuk meningkatkan kualitas publikasi SEF di media sosial.**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

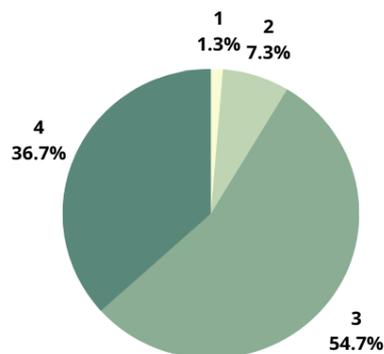
### 1. Ketertarikan mengenal dan mempelajari ekonomi Islam

#### 1.1 Pengetahuan Pengertian Ekonomi Islam



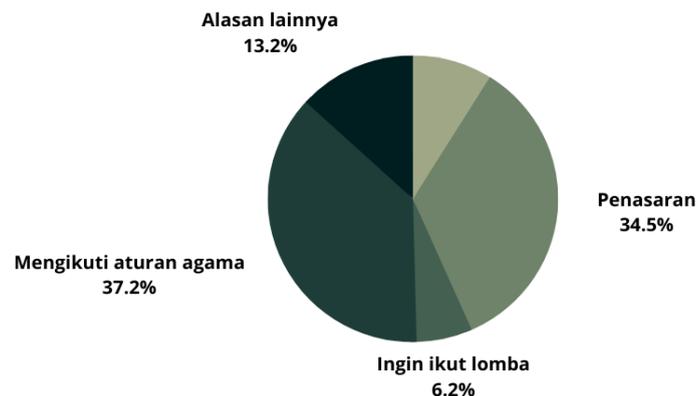
Berdasarkan grafik tersebut, dari 150 responden, sebanyak 131 responden (87.30%) mengetahui pengertian ekonomi Islam dan sebanyak 19 responden (12.70%) tidak mengetahui pengertian ekonomi Islam. Beberapa jawaban singkat yang menjelaskan pengertian ekonomi Islam bagi responden yang mengetahui pengertian ekonomi Islam diantaranya, **“Ekonomi yang berlandaskan pada syariah Islam,”** **“Ekonomi Islam adalah ekonomi berlandaskan al-Quran dan hadist dan memiliki tujuan utama mensejahterakan masyarakat secara menyeluruh,”** **“Ekonomi yang berdasarkan pada maqashid syariah atau kemaslahatan bersama”**. Dengan demikian, mayoritas responden mengetahui pengertian dari ekonomi Islam.

#### 1.2 Ketertarikan Mengenal dan Mempelajari Ekonomi Islam



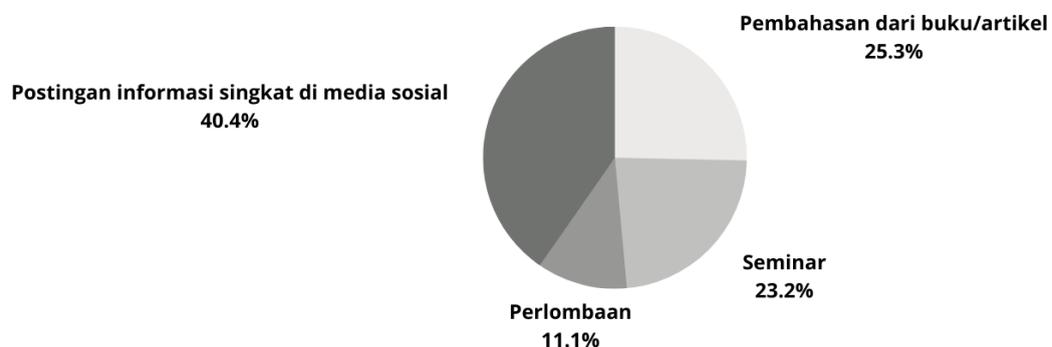
Dari 150 responden (yang menjawab pertanyaan skala linear), sebanyak 2 responden (1.30%) kurang tertarik untuk mengenal dan mempelajari Ekonomi Islam, 11 responden (7.30%) cukup tertarik, 82 responden (54.70%) tertarik dan 55 responden (36.70%) sangat tertarik. Dengan demikian, **ketertarikan para responden untuk mengenal dan mempelajari Ekonomi Islam tinggi.**

### 1.3 Alasan Terbesar untuk Mengetahui dan Mempelajari Ekonomi Islam



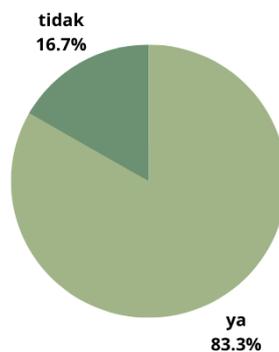
Berdasarkan grafik, dari 150 responden, sebanyak 89 responden (59.30%) menjawab dengan alasan penasaran serta 96 responden (64%) beralasan mengikuti aturan agama. Dengan demikian, **sikap ingin mengikuti aturan agama menjadi alasan terbesar sebagian besar responden untuk mengenal dan mempelajari Ekonomi Islam.**

### 1.4 Ketertarikan Media sebagai sarana Pengetahuan Ekonomi Islam



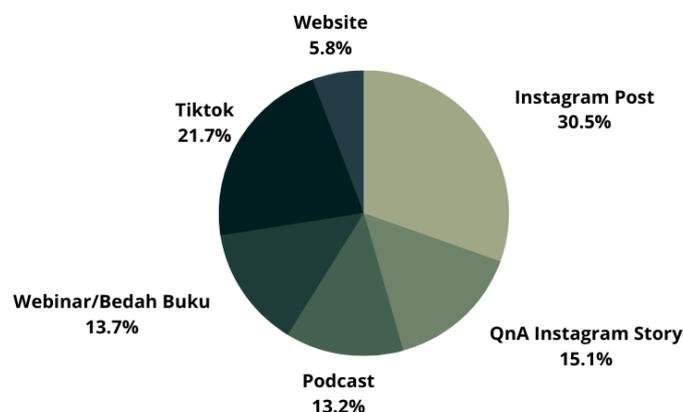
Dari 150 responden, sebagai sarana pengetahuan ekonomi islam sebanyak 31 responden (20.7%) memilih perlombaan, 65 responden (43.3%) memilih seminar, 71 responden (47.3%) memilih pembahasan buku atau artikel, dan 113 responden (75.3%) memilih unggahan berupa informasi singkat di media sosial. Dengan demikian, **sebagian besar responden tertarik pada unggahan singkat di media sosial sebagai sarana pengetahuan terhadap ekonomi islam.**

### 1.5 Ketertarikan Mengikuti Program Kerja



Dari 150 responden, sebanyak 25 responden (16.70%) tidak tertarik untuk mengikuti program kerja yang bertujuan mengenal dan mempelajari Ekonomi Islam. Sedangkan sisanya, 125 responden (83.30%) tertarik untuk mengikuti. Dengan demikian, **mayoritas responden memiliki ketertarikan untuk mengikuti program kerja dengan tujuan mengenal dan mempelajari Ekonomi Islam.**

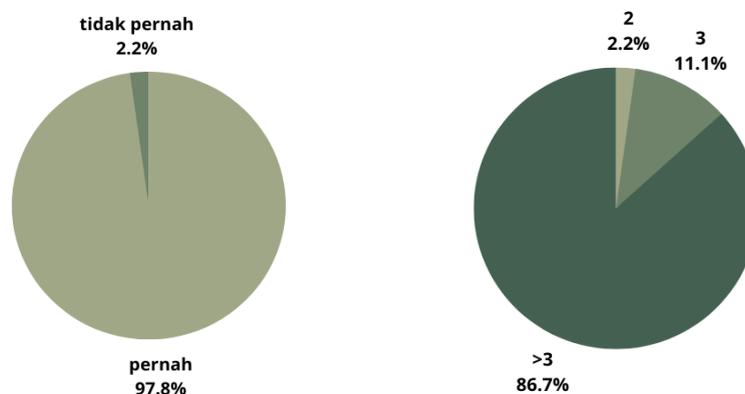
### 1.6 Media sebagai Sarana Pengetahuan terhadap Ekonomi Islam



Berdasarkan grafik, dari 150 responden yang memilih media atau konten paling menarik sebagai sarana mempelajari dan mengenal Ekonomi Islam, sebanyak 55 responden (36.70%) memilih QnA Instagram *Story*, 79 responden (52.70%) memilih Tiktok, dan 111 responden (74%) memilih Instagram *Post*. Dengan demikian, **Instagram *Post* menjadi media atau konten yang paling diminati responden sebagai sarana pengetahuan terhadap Ekonomi Islam.**

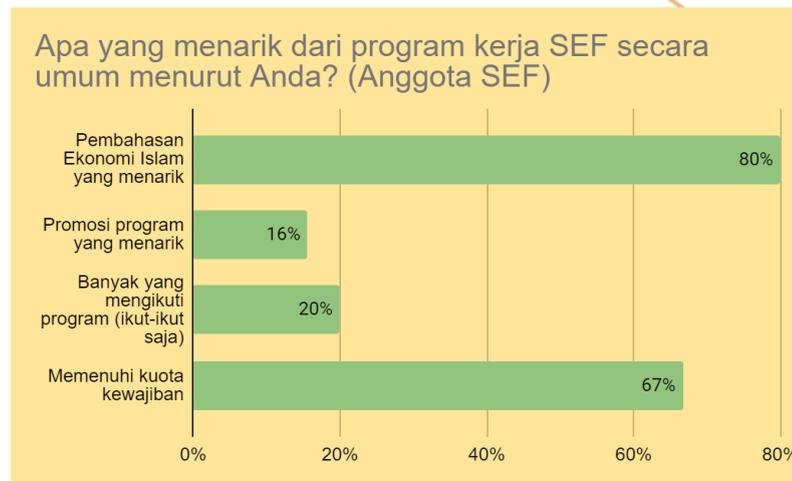
## 2. Ketertarikan Program Kerja dan *Event* SEF UGM secara Umum (Anggota SEF)

### 2.1. Keikutsertaan dalam Program Kerja SEF di Luar Program Kerja Biro/Departemen



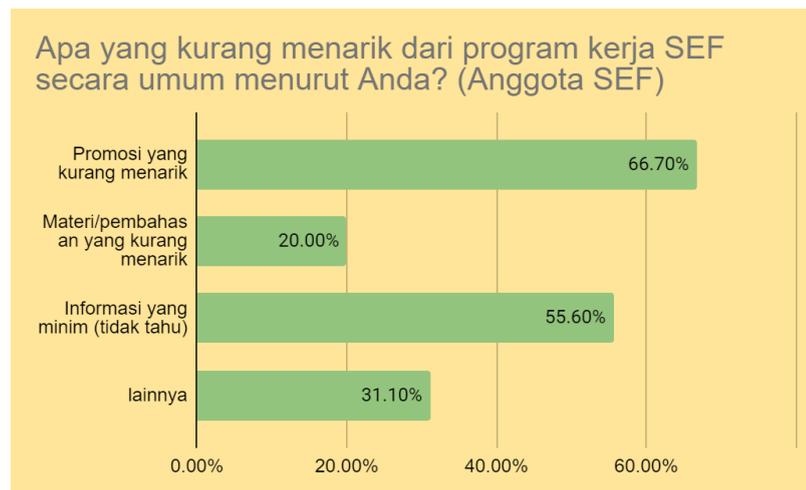
Berdasarkan grafik , dari 45 responden, sebanyak 44 responden (97.80%) pernah mengikuti acara/program SEF di luar proker biro/departemennya dengan rincian sebanyak 1 responden (2.20%) mengikuti 1 program kerja, 5 responden mengikuti 3 program kerja, dan 39 responden (86.70%) mengikuti lebih dari 3 program kerja. Kemudian 1 responden lainnya (2.20%) tidak pernah mengikuti program SEF di luar program kerja biro/departemennya. Dengan demikian, **mayoritas responden memiliki ketertarikan untuk mengikuti program kerja biro/departemen lain dengan jumlah program kerja yang diikuti di luar biro/departemennya lebih dari 3.**

## 2.2. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 36 responden (80%) merasa adanya pembahasan ekonomi Islam yang menarik, 7 responden (15.6%) merasa adanya promosi program yang menarik, sebanyak 9 responden (20%) merasa bahwa banyak yang mengikuti program (ikut-ikut saja), dan sebanyak 30 responden (66.70%) merasa hanya memenuhi kuota kewajiban. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa bahwa program kerja SEF menarik karena adanya pembahasan ekonomi Islam yang menarik.**

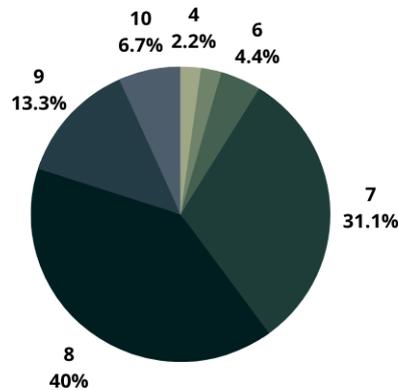
## 2.3. Hal yang Kurang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum



Dari 45 responden, sebanyak 30 responden (66.70%) merasa adanya promosi yang kurang menarik, 9 responden (20%) merasa adanya materi/pembahasan yang kurang menarik, 25 responden (55.6%) merasa bahwa informasi yang ada minim (tidak tahu), dan 14 responden (31.10%) menjawab lainnya. Dengan demikian,

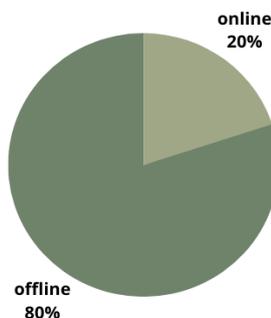
mayoritas responden merasa bahwa program kerja SEF kurang menarik karena promosi atau publikasinya yang kurang menarik.

#### 2.4. Tingkat Partisipasi dalam Mengikuti Program Kerja



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 14 responden (31.10%) merasa cukup berpartisipasi dan 18 responden (40%) merasa adanya sudah berpartisipasi. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa sudah berpartisipasi untuk mengikuti program kerja.**

#### 2.5. Preferensi Keikutsertaan Program Kerja Secara *Offline/Online*



Berdasarkan grafik , dari 45 responden, sebanyak 9 responden (20%) memilih program kerja secara *online* dan sebanyak 36 responden (80%) memilih program kerja secara *offline*. Dengan demikian, **kami menyarankan agar SEF melaksanakan program kerja secara *offline*.**

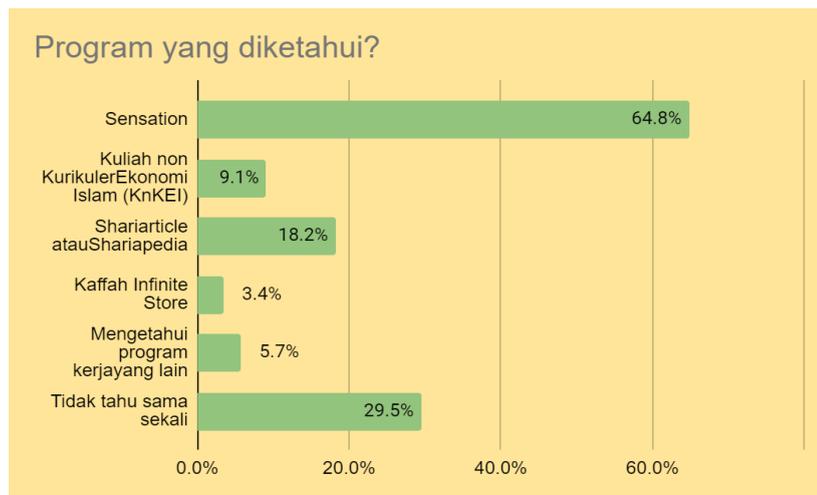
#### 2.6. Saran agar Partisipan turut Aktif Berpartisipasi

Beberapa saran yang diberikan agar partisipan turut aktif berpartisipasi pada program kerja atau *event* SEF adalah “**Lebih banyak melakukan publikasi tentang**

program kerja dengan mengedepankan kualitas program dibandingkan kuantitas”, “Pengadaan pembicara dan materi program yang menarik, dapat diaplikasikan, serta berdampak (terdapat *added value*)”, dan “Program kerja yang lebih terstruktur dan tepat waktu”.

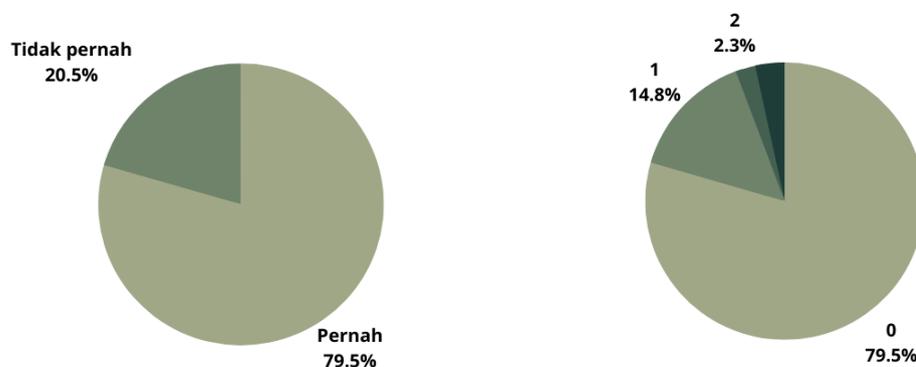
### 3. Ketertarikan Program Kerja dan *Event* SEF UGM Secara Umum (Non-SEF selain angkatan 2022)

#### 3.1. Program Kerja SEF yang Diketahui



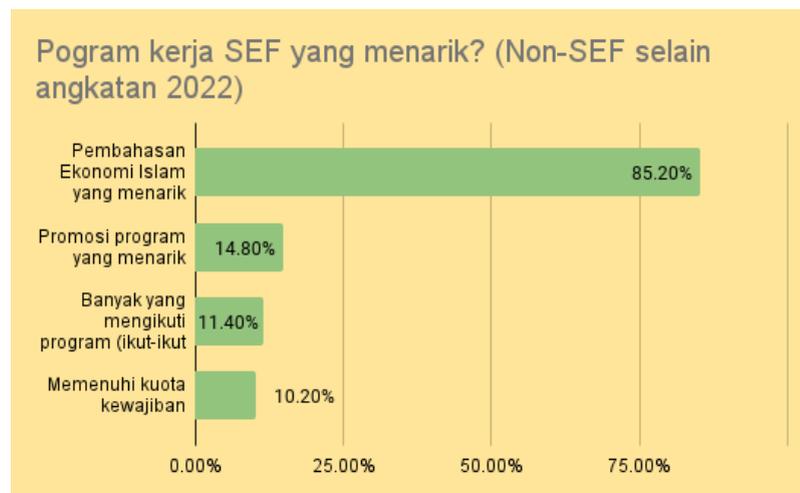
Berdasarkan grafik, dari 88 responden, sebanyak 57 responden (64.80%) mengetahui program kerja SENSATION, 16 responden (18.20%) mengetahui program kerja Shariarticle atau Shariapedia, dan 26 responden (29.50%) tidak mengetahui program kerja SEF. Dengan demikian, **SENSATION menjadi program kerja yang diketahui oleh mayoritas responden.**

#### 3.2. Keikutsertaan pada Program Kerja SEF



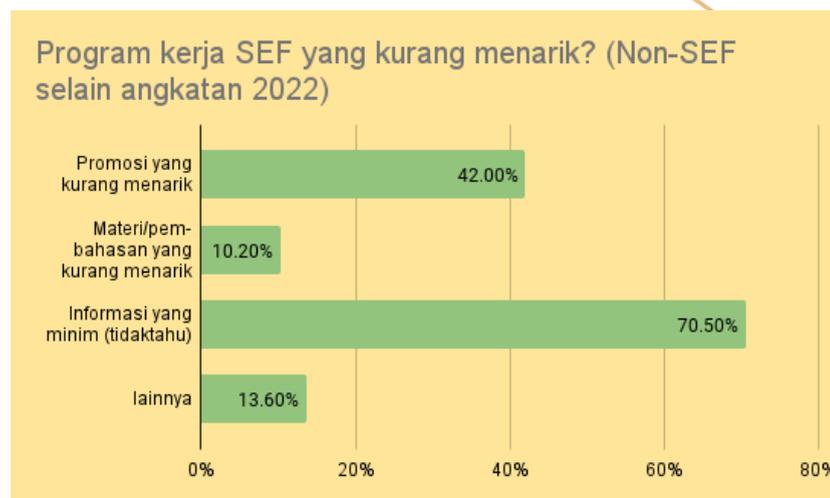
Berdasarkan grafik , dari 88 responden, sebanyak 70 responden (79.50%) tidak pernah mengikuti program kerja SEF dan 18 responden (20.50%) pernah mengikuti program kerja SEF dengan rincian 13 responden (14.80%) mengikuti 1 program kerja, 2 responden (2.30%) mengikuti 2 program kerja, dan 3 responden (3.40%) mengikuti lebih dari 3 program kerja SEF. Dengan demikian, **mayoritas responden belum pernah mengikuti program kerja SEF.**

### 3.3. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum (Non-SEF selain Angkatan 2022)



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 75 responden (82.5%) merasa adanya pembahasan ekonomi islam yang menarik, 13 responden (14.8%) merasa adanya promosi program yang menarik, sebanyak 10 responden (11.4%) merasa bahwa banyak yang mengikuti program (ikut-ikut saja), dan sebanyak 9 responden (10.2%) merasa hanya memenuhi kuota kewajiban. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa bahwa program kerja SEF menarik karena adanya pembahasan ekonomi islam yang menarik.**

### 3.4. Hal yang Kurang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum



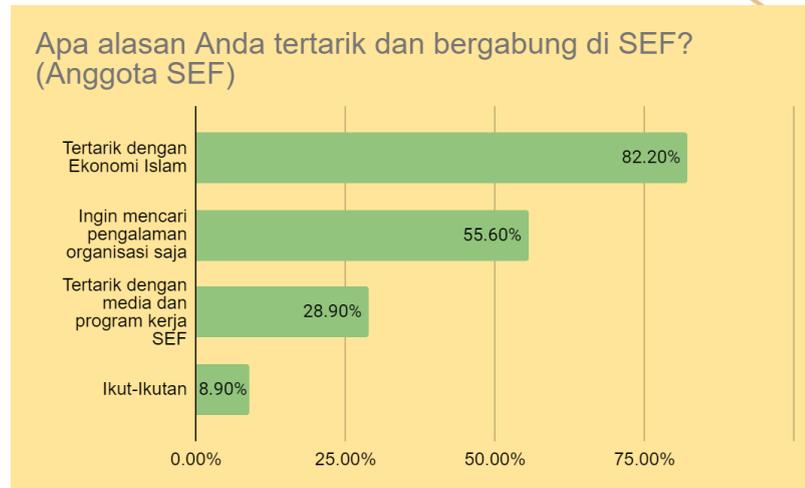
Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 30 responden (66.70%) merasa adanya promosi yang kurang menarik, 9 responden (20%) merasa adanya materi/pembahasan yang kurang menarik, 25 responden (55.6%) merasa bahwa informasi yang ada minim (tidak tahu), dan 14 responden (31.10%) menjawab lainnya. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa bahwa program kerja SEF kurang menarik karena informasi yang minim.**

### 3.5. Saran agar Program Kerja SEF lebih Menarik untuk Diikuti oleh Pihak Eksternal

Beberapa saran yang diberikan agar program kerja SEF lebih menarik untuk diikuti oleh pihak eksternal adalah **“Memaksimalkan publikasi yang ada dengan sosial media serta medium antar angkatan agar informasi tersebar dengan konsisten”**, **“Lebih kreatif dan inovatif dalam pengadaan program, seperti tambahan media partner, program *volunteer*, dan tambahan divisi marketing”**, serta **“Memperluas jangkauan *engagement*”**.

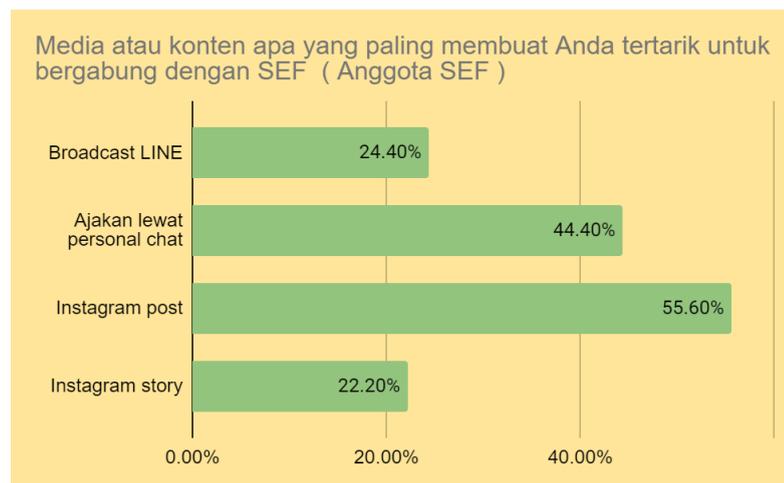
#### 4. Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF ( Anggota SEF )

##### 4.1. Alasan Bergabung di SEF



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 37 responden (82.20%) merasa tertarik dengan ekonomi islam, 25 responden (55.60%) merasa ingin mencari pengalaman organisasi saja, 13 responden (28.90%) merasa tertarik dengan media dan program kerja SEF, dan 4 responden (8.90%) merasa hanya ikut-ikutan. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa bahwa ketertarikan dengan ekonomi islam menjadi alasan bergabung di SEF.**

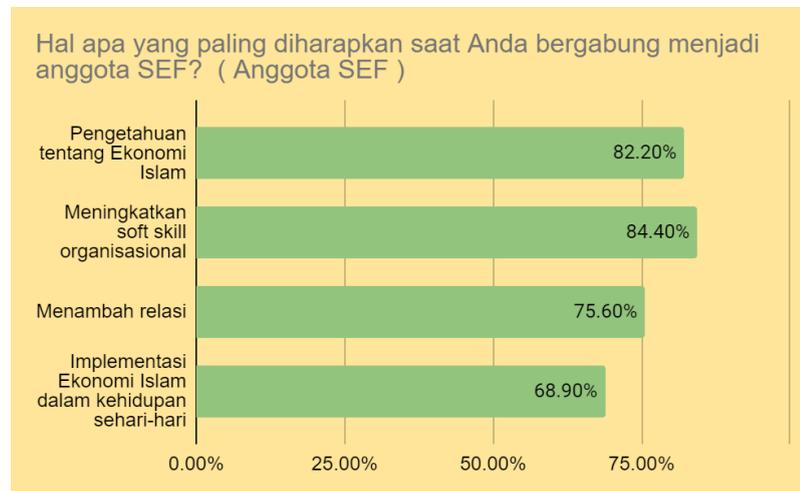
##### 4.2. Media yang Membuat Tertarik Bergabung dengan SEF



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 11 responden (24.40%) memilih *Broadcast LINE*, sebanyak 20 responden (44.40%) memilih ajakan lewat *personal chat*, 25 responden (55.60%) memilih *Instagram post*, dan sebanyak 10 responden (22.20%) memilih *Instagram story*. Dengan demikian, **Instagram post**

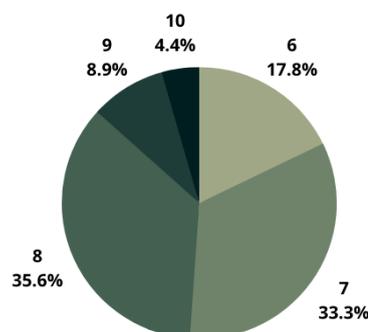
adalah media yang menarik bagi mayoritas responden untuk bergabung dengan SEF.

#### 4.3. Hal yang Diharapkan saat Bergabung Menjadi Anggota SEF



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 37 responden (24.40%) mengharapkan pengetahuan tentang ekonomi islam, sebanyak 38 responden (44.40%) mengharapkan peningkatan *soft skill* organisasional, 34 responden (55.60%) mengharapkan penambahan relasi, dan sebanyak 31 responden (22.20%) mengharapkan implementasi ekonomi islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, **mayoritas responden mengharapkan adanya peningkatan *soft skill* keorganisasian saat bergabung menjadi anggota SEF.**

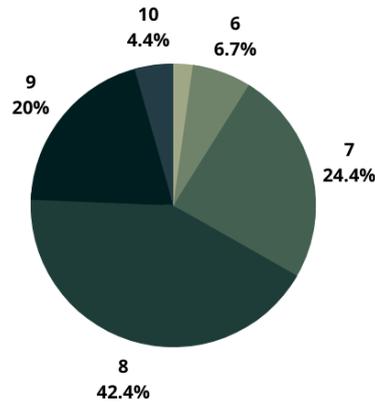
#### 4.4. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Pengetahuan tentang Ekonomi Islam



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 15 responden (33.30%) merasa cukup tercapai dan sebanyak 16 responden (35.60%) merasa tercapai. Dengan

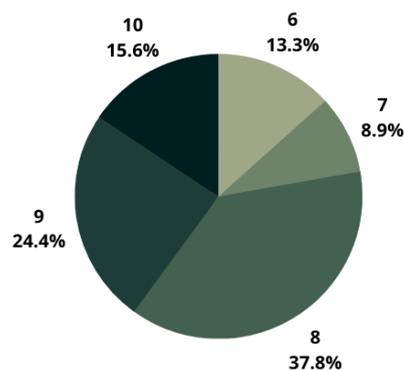
demikian, mayoritas responden merasa harapannya tentang pengetahuan Ekonomi Islam sudah tercapai.

#### 4.5. Tingkat ketercapaian Harapan Mendapat Peningkatan *Soft Skill* Organisasional



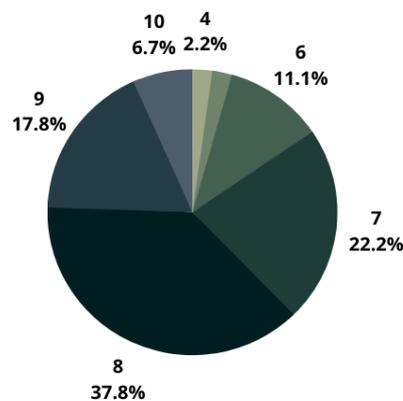
Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 11 responden (24.40%) merasa cukup tercapai dan sebanyak 19 responden (42.20%) merasa tercapai. Dengan demikian, mayoritas responden merasa harapannya mendapat peningkatan *soft skill* organisasional sudah tercapai.

#### 4.6. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Tambahan Relasi



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 17 responden (37.80%) merasa tercapai dan sebanyak 11 responden (24.40%) merasa sangat tercapai. Dengan demikian, mayoritas responden merasa harapannya mendapat tambahan relasi sudah tercapai.

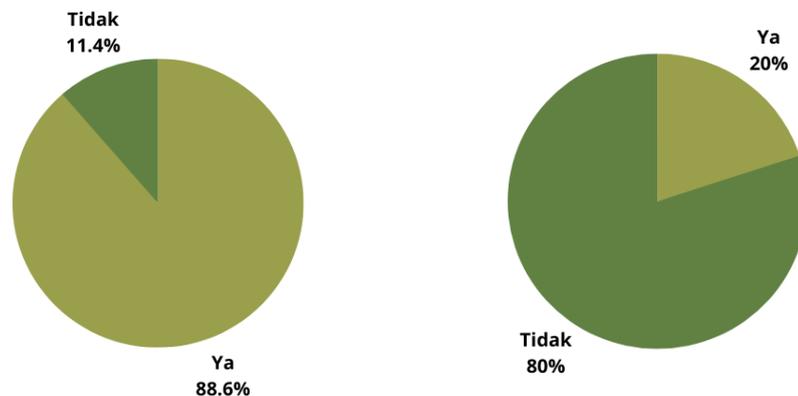
#### 4.7. Tingkat Ketercapaian Harapan Mendapat Implementasi Ekonomi Islam dalam Kehidupan Sehari-hari



Berdasarkan grafik, dari 45 responden, sebanyak 10 responden (22.20%) merasa cukup tercapai dan sebanyak 17 responden (37.80%) merasa tercapai. Dengan demikian, **mayoritas responden merasa harapannya mendapat implementasi Ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari sudah tercapai.**

#### 5. Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF ( Non-SEF )

##### 5.1. Pengetahuan tentang SEF

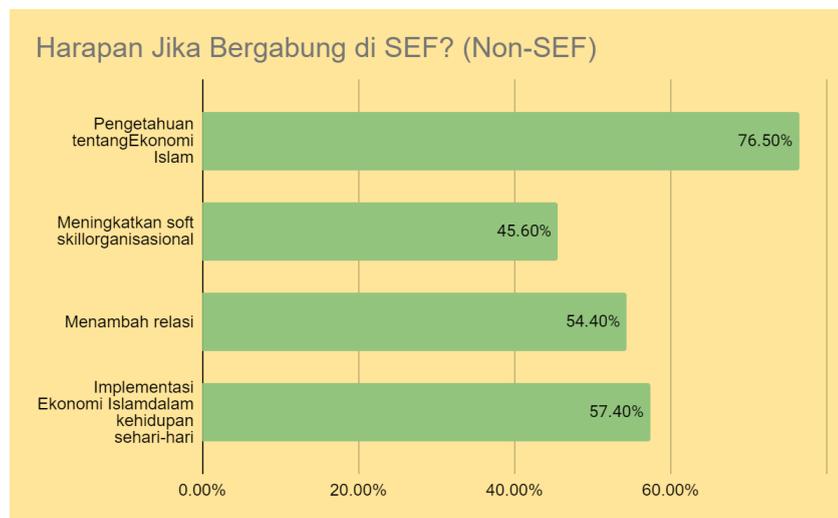


Berdasarkan grafik, dari 105 responden, 93 responden (88.6%) mengetahui SEF dan 12 responden (11.4%) tidak mengetahui SEF dengan 84 responden (80%) tidak tertarik bergabung dengan SEF dan 21 responden (20%) tertarik bergabung dengan SEF. Dengan demikian, **mayoritas responden yang bukan merupakan anggota SEF telah mengetahui SEF dan responden terbanyak memilih tidak tertarik bergabung dengan SEF.**

## 5.2. Impresi pertama mengenai SEF

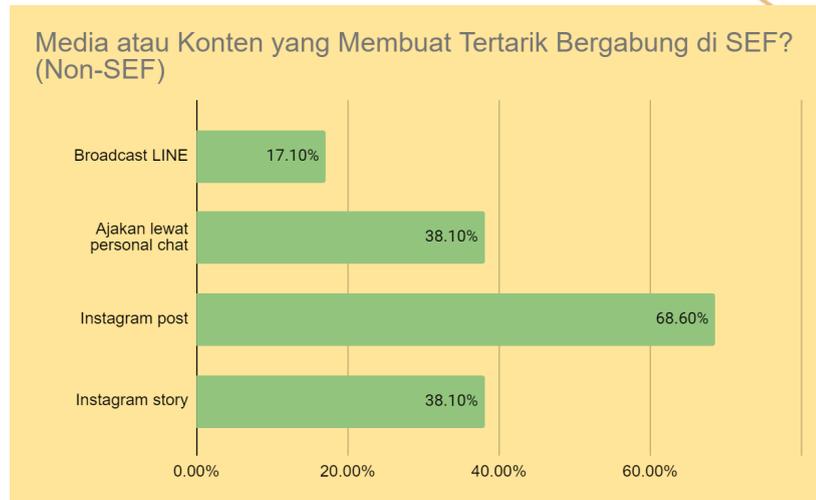
Dari berbagai macam bentuk impresi para responden yang bukan merupakan anggota SEF, dapat diambil beberapa jawaban yaitu, “**organisasi**”, “**ekonomi islam**”, “**riset, studi, keilmuan islam**”. Dengan demikian, responden telah mengetahui bahwa **SEF merupakan sebuah organisasi yang berbentuk forum studi dalam bidang ekonomi Islam.**

## 5.3. Hal yang Diharapkan jika Bergabung dengan SEF



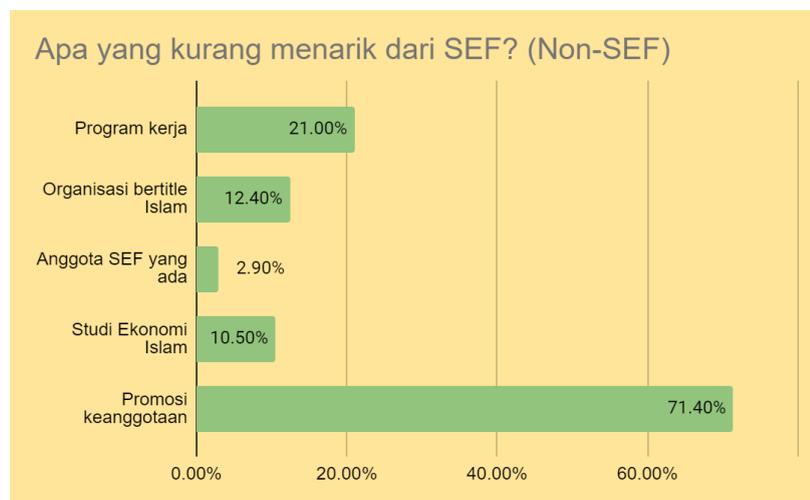
Berdasarkan grafik, dari 68 responden, 52 responden (76.5%) mengharapkan pengetahuan lebih dalam mengenai ekonomi islam, 31 (45.6%) responden mengharapkan peningkatan *soft skill* dalam berorganisasi, 37 responden (54.4%) mengharapkan perluasan jangkauan relasi, 39 responden (57.4%) implementasi ekonomi islam dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, **sebagian besar responden jika tergabung dalam SEF memiliki harapan bahwa SEF akan menjadi sebuah sarana untuk mempelajari ekonomi islam.**

#### 5.4. Media atau Konten Paling Menarik untuk Mengajak Bergabung dengan SEF



Berdasarkan grafik, dari 105 responden yang memilih media atau konten yang paling menarik sebagai sarana mengajak bergabung menjadi anggota SEF, 18 responden (17.1%) memilih *broadcast* Line, 40 responden (38.1%) memilih ajakan melalui *personal chat*, 40 responden (38.1%) memilih *Instagram story*, dan 72 responden (68.6%) memilih *Instagram post*. Dengan demikian, **Instagram post** SEF menjadi media atau konten yang paling menarik calon anggota baru untuk bergabung dengan SEF.

#### 5.5. Hal yang kurang menarik dari SEF



Berdasarkan grafik, dari 105 responden, 3 responden (2.9%) memilih anggota SEF yang ada, 11 responden (10.5%) memilih studi ekonomi islam, 13 responden (12.4%) memilih organisasi dengan judul islam, 22 responden (21%) memilih program kerja, dan 75 responden (71.4%) memilih promosi keanggotaan. Dengan demikian, **hal yang kurang menarik dari SEF menurut mayoritas responden adalah promosi keanggotaan.**

#### **5.6. Saran agar Orang Tertarik dan Bergabung dengan SEF**

Beberapa saran yang diberikan agar orang tertarik dan bergabung dengan SEF diantaranya, **“branding SEF digencarkan dengan mengadakan *open house*/magang sebelum rekrutmen”, “pendekatan personal ke mahasiswa baru”, “promosi terutama pada mahasiswa baru”, “*booming* yang lebih menarik”, “melakukan promosi melalui percakapan biasa dengan berbagi manfaat yang didapat ketika bergabung dengan SEF”, “menceritakan keseruan dan kebersamaan di SEF”, dan “meningkatkan publikasi yang lebih persuasif”.**

### **6. Komparasi Ketertarikan terhadap Program Kerja SEF UGM (SEF dan Non-SEF)**

#### **6.1. Hal yang Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum**

- Dilihat dari sudut pandang **anggota SEF**, mayoritas responden tertarik dengan program kerja SEF karena **pembahasan ekonomi islam yang menarik**
- Dilihat dari sudut pandang **selain anggota SEF**, mayoritas responden tertarik dengan program kerja SEF karena **pembahasan ekonomi islam yang menarik**

#### **6.2. Hal yang Tidak Menarik dari Program Kerja SEF secara Umum**

- Dilihat dari sudut pandang **anggota SEF**, mayoritas responden kurang tertarik dengan program kerja SEF karena **promosi yang kurang menarik**
- Dilihat dari sudut pandang **selain anggota SEF**, mayoritas responden kurang tertarik dengan program kerja SEF karena **informasi yang minim**

### **7. Komparasi Ketertarikan terhadap Keikutsertaan Menjadi Anggota SEF (SEF dan Non-SEF)**

#### **7.1. Hal yang Paling Diharapkan saat Bergabung menjadi Anggota SEF**

- Dilihat dari sudut pandang **anggota SEF**, mayoritas responden **mengharapkan peningkatan *soft skill* organisasional dan pengetahuan tentang Ekonomi Islam.**

- Dilihat dari sudut pandang **selain anggota SEF**, mayoritas responden **mengharapkan pengetahuan tentang Ekonomi Islam dan implementasi ekonomi islam dalam kehidupan sehari-hari.**

## **7.2. Media yang Paling Menarik untuk Bergabung menjadi Anggota SEF**

- Dilihat dari sudut pandang **anggota SEF**, mayoritas **memilih Instagram *post*** dan **ajakan melalui *personal chat*** sebagai **media paling membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota SEF.**
- Dilihat dari sudut pandang **selain anggota SEF**, mayoritas responden **memilih Instagram *post*, Instagram *story*, dan ajakan lewat *personal chat*** sebagai **media paling membuat tertarik untuk bergabung menjadi anggota SEF.**

## KESIMPULAN DAN SARAN

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat kita simpulkan secara keseluruhan bahwa dari 150 responden, mayoritas responden memiliki ketertarikan yang tinggi untuk mengenal dan mempelajari ekonomi islam. Hal ini didorong dengan keinginan untuk mengikuti aturan agama. Responden juga tertarik untuk mengikuti program kerja dengan konten media sosial Instagram *Post*, konten yang paling diminati untuk sarana pengetahuan terhadap ekonomi islam.

Kemudian, mayoritas responden anggota SEF tertarik dan berpartisipasi mengikuti program kerja SEF, sedangkan mayoritas responden non-SEF belum pernah mengikuti program kerja SEF. Mayoritas responden anggota SEF dan non-SEF tertarik dengan pembahasan ekonomi islam. Selain itu, mayoritas responden anggota SEF menganggap program kerja SEF kurang menarik karena publikasi dan promosi yang kurang, sedangkan mayoritas responden non-SEF menganggap program kerja SEF kurang menarik karena informasi yang minim. Oleh karena itu, masih perlu perbaikan untuk menarik non-SEF untuk mengikuti program kerja SEF dengan mengencarkan promosi dan publikasi secara menarik.

Selanjutnya, harapan-harapan jika bergabung dengan SEF, seperti pengetahuan ekonomi islam, peningkatan *soft skill* organisasi, tambahan relasi, dan implementasi ekonomi islam bagi mayoritas responden anggota SEF sudah tercapai. Kemudian, ketertarikan dengan ekonomi islam merupakan alasan untuk tertarik (non-SEF) dan bergabung dengan SEF (anggota SEF). Sayangnya, mayoritas responden non-SEF tidak ingin bergabung karena promosi keanggotaan yang kurang menarik. Oleh karena itu, masih perlu perbaikan untuk mengajak non-SEF untuk bergabung di SEF. Salah satunya dengan cara promosi keanggotaan di Instagram *post*, sebagai media atau konten yang paling menarik untuk bergabung di SEF.

### SARAN

1. Meningkatkan partisipasi mahasiswa FEB dalam program kerja SEF, dengan cara menyelenggarakan program kerja eksternal, seperti kajian, riset, atau webinar yang menarik sesuai dengan saran responden; bekerja sama dengan media partner
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas publikasi dan promosi SEF di media sosial, dengan cara membentuk divisi marketing, publikasi konsisten
3. Memfokuskan pada kualitas program kerja dibanding kuantitas program kerja sehingga program kerja perlu ditingkas.