

## SOSIALISASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS MAHASISWA DAN ALUMNI FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS SIMALUNGUN

Lukman Nasution<sup>1</sup>, Reza Nurul Ichsan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan

<sup>2</sup>Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia,

<sup>1</sup>E-mail : [lukmanumnaw@gmail.com](mailto:lukmanumnaw@gmail.com)

<sup>2</sup>E-mail : [rezaichsan31@gmail.com](mailto:rezaichsan31@gmail.com)

### Abstrak

Kondisi persaingan yang semakin ketat dewasa ini menjadikan perguruan tinggi untuk terus memacu dirinya beradaptasi dan berinovasi terhadap perubahan lingkungan agar tetap *survive* dan eksis dalam perjalanan pengembangan jasa pendidikan. Konsep pemasaran jasa pendidikan yang jelas haruslah dipahami oleh sebagian perguruan tinggi agar dapat mempertahankan keberadaan perguruan tinggi. Hal ini selaras dengan konsep loyalitas sangat berperan penting dalam melengkapi pendekatan pemasaran baik dalam mendapatkan pangsa pasar maupun mahasiswa baru. Pengabdian ini dilaksanakan di Universitas Simalungun yang bekerjasama antara Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah Medan dan Fakultas Hukum universitas Simalungun Pematang Siantar. metode pelaksanaan yang digunakan adalah melalui kegiatan ceramah, diskusi dan tanya jawab tentang permasalahan yang berkaitan dengan konsep Strategi Pemasaran dan Loyalitas di fakultas hukum USI mengingat saat ini Kenyataannya, persaingan perguruan tinggi di Indonesia khususnya di Sumatera Utara sangat ketat. Acara sosialisasi ini dilaksanakan juga dengan melibatkan mahasiswa dari fakultas ekonomi UMN Al Washliyah Medan untuk lebih memahamkan aplikasi dari teori yang didapat mereka di bangku kuliah selama ini. Adapun hasil diskusi yang ditawarkan untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Simalungun yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT dan Strategi Samudera Biru/Blue Ocean Strategy (BOS).

**Kata kunci:** Pemasaran, loyalitas, mahasiswa dan alumni

### PENDAHULUAN

Kondisi persaingan yang semakin ketat dewasa ini menjadikan perguruan tinggi untuk terus memacu dirinya beradaptasi dan berinovasi terhadap perubahan lingkungan agar tetap *survive* dan eksis dalam perjalanan pengembangan jasa pendidikan. [1] Upaya yang harus dilakukan perguruan tinggi adalah mengamati dan mensiasati trend yang sedang terjadi di luar perguruan tinggi yaitu kemajuan pesaing dan kebutuhan pelanggan calon mahasiswa.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui survei yang dilakukan oleh Shanghai Jiao Tong Institute of Higher Education pada tahun 2003, [2] menunjukkan tidak satu pun perguruan tinggi di Indonesia yang mampu masuk baik dalam 500 perguruan tinggi terbaik di dunia maupun 100 perguruan tinggi terbaik di Asia. Salah satu faktor penting untuk melakukan identifikasi keberadaan perguruan tinggi adalah keberadaan program studi. [3] Program Studi adalah kesatuan kegiatan pendidikan dan pembelajaran yang memiliki kurikulum dan metode pembelajaran tertentu dalam satu jenis pendidikan akademik, pendidikan profesi, dan/atau pendidikan vokasi.

Mutu lembaga pendidikan bukan hanya dilihat dari segi pembelajaran yang berkualitas, sarana prasarana ataupun sumber daya manusia yang berkualitas saja. Keseluruhan warga sekolah baik sumber daya manusia maupun non manusianya yang saling berpadu pada satu kesatuan untuk memberikan pelayanan semaksimal mungkin terhadap pelanggan termasuk sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan yang dilakukan oleh sekolah. Pelanggan adalah siswa yang telah menjadi pelanggan ataupun calon siswa dari masyarakat luas yang akan menjadi pelanggan sekolah. Persaingan yang ketat satu sekolah dengan sekolah lainnya saat ini bukan lagi suatu yang rahasia dalam ranah pemasarannya. Hal ini juga menuntut sekolah untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikannya. [4]

Konsep pemasaran jasa pendidikan yang jelas haruslah dipahami oleh sebagian perguruan tinggi agar dapat mempertahankan keberadaan perguruan tinggi. Hal ini selaras dengan konsep loyalitas sangat berperan penting dalam melengkapi pendekatan pemasaran baik dalam mendapatkan pangsa pasar maupun mahasiswa baru.

Mahasiswa sebagai pelanggan setia memiliki aspek kontekstual yang penting. Lembaga pendidikan mendapat manfaat dari memiliki mahasiswa yang loyal tidak hanya ketika menjadi mahasiswa tetapi setelah menjadi alumni. Oleh karena itu, loyalitas mahasiswa mengacu pada kesetiaan baik selama dan setelah masa studi mahasiswa di lembaga pendidikan. *Student Loyalty* memiliki dampak jangka pendek dan jangka panjang pada lembaga pendidikan. Mahasiswa yang loyal mempengaruhi kualitas pengajaran secara positif melalui partisipasi aktif dan perilaku yang berkomitmen. [5] Mungkin mereka adalah pendukung yang baik, merekomendasikan institusi kepada orang lain. Selain itu, semakin banyak mantan siswa yang kembali ke lembaga pendidikan tinggi untuk memperbarui pengetahuan mereka.

Universitas Simalungun (USI) berdiri sejak tahun 1963 dengan didorong oleh pengalaman pahit dan getirnya masyarakat dalam memperoleh pendidikan, khususnya Pendidikan Tinggi dan oleh karena rasa tanggung jawab dalam mempersiapkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia Siantar Simalungun, Mayor Radjamin Purba selaku KDH Tingkat II Simalungun memprakarsai berdirinya suatu Universitas di Simalungun. Fakultas Hukum

mengelola satu Program Studi yaitu Ilmu Hukum (Terakreditasi BAN PT) yang terdiri dari 2 bagian yaitu Bagian Keperdataan dan Bagian Hukum Pidana. Saat ini di bawah kepemimpinan Dekan Humala Sitinjak, SH, M.Div, MH. Dalam rancangan pengembangan Fakultas Hukum Universitas Simalungun. Saat ini telah banyak dilakukan hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga terkait dalam meningkatkan kualitas dan sistem pembelajaran di Fakultas Hukum Universitas Simalungun, mengingat komitmen dari Fakultas Hukum USI ini maka salah satu Dosen Universitas AL Washliyah (UMN) Medan berbagi dan sharing dalam proses pembelajaran bagi Mahasiswa yang ada Di Fakultas Hukum Universitas Simalungun sebagaimana yang telah di jelaskan di atas bahwa Penyalahgunaan Narkotika ini sangat rentan terjadi bagi kalangan Mahasiswa.



1



2



3

Gambar 1. Fakultas Hukum Universitas Simalungun (1), Tampak Depan Universitas Simalungun (2,3)

### **METODE PELAKSANAAN**

Didalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini metode yang digunakan adalah melalui kegiatan ceramah, diskusi dan tanya jawab tentang permasalahan yang berkaitan dengan konsep Strategi Pemasaran dan Loyalitas di fakultas hukum USI mengingat saat ini Kenyataannya, persaingan perguruan tinggi di Indonesia khususnya di Sumatera Utara sangat ketat. Acara sosialisasi ini dilaksanakan juga dengan melibatkan mahasiswa dari fakultas ekonomi UMN Al Washliyah Medan untuk lebih memahami aplikasi dari teori yang didapat mereka di bangku kuliah selama ini.

Tabel 1 Jenis Keahlian yang Diperlukan dan Tugas Masing-masing

No	Keahlian yang Diperlukan	Person
1	Persiapan administrasi di lokasi pengabdian	Lukman Nasution
2	Ceramah dan presentasi yang berkaitan dengan materi pengabdian kepada masyarakat	Lukman Nasution
3	Dokumentasi dan menyiapkan video kegiatan	Indri Ayu Lestari

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, penyuluhan ini berjalan dengan lancar. Hal ini karena dukungan sepenuhnya yayasan tempat berlangsungnya penyuluhan yang berupa sarana dan prasarana penyuluhan serta bantuan dalam mengumpulkan peserta penyuluhan. Beberapa hasil diskusi dalam mengatasi persaingan Perguruan Tinggi maka dilakukan strategi pemasaran yang jitu untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa ataupun alumni di di Fakultas Hukum Universitas Simalungun Sumatera Utara, sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan Analisis SWOT, Analisis SWOT merupakan salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor *internal* (dalam) dan faktor *eksternal* (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Berikut ini merupakan matriks SWOT menurut Rangkuti (1997) :

Tabel 2 Matriks SWOT

Eksternal / Internal	Strengths (SS)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi SO Strategi yang disusun untuk memanfaatkan kekuatan yang ada dalam upaya meraih peluang	Strategi WO Strategi yang disusun untuk menutupi atau mengurangi kelemahan yang ada dalam upaya meraih peluang
Threats (T)	Strategi ST Strategi yang disusun untuk memanfaatkan kekuatan yang ada dalam upaya menghadapi ancaman	Strategi WT Strategi yang disusun untuk menutupi atau mengurangi kelemahan yang ada dalam upaya menghadapi ancaman

2. Dengan menggunakan metode *Blue Ocean Strategy* (BOS). Kim & Mauborgne memperkenalkan strategi samudra biru (*Blue Ocean Strategy*) sebagai suatu strategi yang menekankan pada penciptaan permintaan baru dan ruang pasar yang belum ada pesaingnya. Pengertian strategi samudra biru (*Blue Ocean Strategy*) Bagaimana membuat ruang pasar yang belum terjelajahi, yang bisa menciptakan permintaan dan memberikan peluang pertumbuhan yang sangat menguntungkan. Intinya, bagaimana bersaing dengan tangkas dalam kompetisi;

bagaimana secara cerdas membaca persaingan, menyusun strategi dan kerangka kerja yang sistematis guna menciptakan samudra biru. Adapun kerangka kerja dari *Blue Ocean Strategy* (BOS), yaitu:

3.



Gambar 2 Kerangka Kerja Empat Langkah

## KESIMPULAN

Kegiatan Sosialisasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Simalungun dapat berjalan dengan lancar. Semua peserta terlihat antusias dan merasakan manfaatnya. Keberhasilan ini ditunjukkan antara lain: Adanya kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta untuk mengadopsi Konsep Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Simalungun. Adanya respon yang positif dari peserta yang ditunjukkan dengan adanya diskusi yang cukup hangat dalam rangka implementasi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa dan Alumni Fakultas Hukum Universitas Simalungun.

## DAFTAR PUSTAKA

Nasution, Lukman. 2018. *Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Perguruan Tinggi di Propinsi Sumatera Utara Melalui Analisis SWOT* (Studi Kasus Umn Al Washliyah Medan). Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Universitas Medan Area. Medan.

Buku Pendukung HELTS 2003-2010, *Strategi Pendidikan tinggi Jangka Panjang*. Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, 2004.

Nasution, Lukman. Mardi Giwa Putra. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UMN Al Washlyah*. Jurnal Penelitian

Pendidikan Sosial Humaniora. Vol. 2 No. 2 November 2017. ISSN: 2502-9622.

Rohmitriasih, Hendyat Soetopo, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Universitas Negeri Malang. Jurnal Manajemen Pendidikan Vol 24 No. 5, Maret 2015 : 402-407.

Marzo-Navarro, Mercedes, Marta Pedraja-Iglesias, and M. Pilar Rivera-Torres (2005), "Measuring Customer Satisfaction in Summer Courses," Quality Assurance in Education.

Ichsan, Reza Nurul, Eddi Surianta, and Lukman Nasution. "PENGARUH DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI NEGERI SIPIL (PNS) DI LINGKUNGAN AJUDAN JENDERAL DAERAH MILITER (AJENDAM)-I BUKITBARISAN MEDAN." *Jurnal Darma Agung* 28.2 (2020): 187-210.

Yusuf, Mohammad, and Reza Nurul Ichsan. "Analisis Efektifitas Penggunaan Cadangan Devisa, Utang Luar Negeri dan Ekspor Terhadap Stabilitas Nilai Tukar." *JURNAL PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL HUMANIORA* 4.2 (2019): 544-561.

Ichsan, R. N., & Nasution, L. (2019, September). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI DAYA GUNA TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MANDIRI ONLINE PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) KCP GATOT SUBROTO 2. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HASIL PENELITIAN* (Vol. 2, No. 2, pp. 1128-1136).

Ichsan, R. N. (2019). KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI DAN EFEKTIVITAS KERJA PEGAWAI PEMERINTAH KOTA LHOKSEUMAWE. *JUMANT*, 11(1), 13-18.

Jonner Lumban Gaol, Reza Nurul Ichsan, Lamminar Hutabarat, 2020. *The effect of working atmosphere and discipline toward employee work productivity in pt. Duta margalestar indomedan*, Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems (2020), Pages:554-564. <https://www.jardcs.org/abstract.php?id=4882>

Reza Nurul Ichsan, Mega Arisia Dewi, Buyung Perdana Surya, Efriyani Sumastuti, 2020. *Emerging Supply and Demand as a Mix of Social, Economic, and Psychological Factors*, Lukman Nasution, **Journal of critical reviews** JCR.2020; 7 (17) : 421-424. <http://www.jcreview.com/?mno=19953>