

STRATEGI PERGURUAN TINGGI DALAM MENJAGA SUSTAINABILITY LEMBAGA MELALUI PROGRAM KEMITRAAN

Hasan Baharun*, Niken Septantiningtyas, Iin Zainab

Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur, Indonesia

Article History:

Received: October, 2020

Accepted: November 2020

Published: December 2020

Keywords:

Higher education, Sustainability, Partnership program

*Correspondence Address:

ha54nbaharun@gmail.com

Abstract :

This study aims to understand and analyze the application of the partnership program as a strategy for higher education in maintaining sustainability at Nurul Jadid Paiton University, Probolinggo. This research uses a qualitative approach with case study. The results showed that Nurul Jadid University carried out a partnership program with other agencies as a strategy in maintaining sustainability in the institution which was carried out through four stages, namely: Attention, namely creating awareness of the process and innovation in the institution; Interest, which is to raise interest from the community; Desire to choose an institution; Action, namely community action that makes the institution selected as its main choice. Through this community choice, the institution can maintain the sustainability of higher education. This research has implications for the importance of educational institutions in maintaining sustainability through their partner institutions, thus impacting public trust and public loyalty.

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis tentang penerapan program kemitraan sebagai strategi perguruan tinggi dalam menjaga Sustainability di Universitas Nurul Jadid Paiton, Probolinggo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Nurul Jadid melakukan program kemitraan dengan instansi lain sebagai strategi dalam menjaga Sustainability di lembaga yang dilakukan melalui empat tahapan yaitu: Attention, yaitu membuat masyarakat awareness terhadap proses dan inovasi di lembaga; Interest, yaitu memunculkan interest dari masyarakat; Desire untuk memilih lembaga; Action, yaitu tindakan masyarakat yang menjadikan lembaga tersebut dipilih sebagai pilihan utamanya. Melalui pilihan masyarakat tersebut, pihak lembaga dapat mempertahankan keberlangsungan perguruan tinggi. Penelitian ini memberikan implikasi tentang pentingnya lembaga pendidikan dalam menjaga sustainability melalui lembaga mitra yang dimilikinya, sehingga berdampak pada public trust dan public loyalty.

PENDAHULUAN

Keberadaan lembaga pendidikan tinggi yang semakin marak muncul, menunjukkan semakin banyaknya *competetion* yang ada di lintas perguruan tinggi (Yulista, 2019). Hal itu menjadikan persaingan pada dunia pendidikan tinggi juga semakin ketat (Remiasa, 2005). Dalam tahun-tahun terakhir, Perguruan Tinggi terus melakukan beberapa pertimbangan untuk meningkatkan keberlanjutannya di bidang tata kelola kampus (Widiasih & Nuha, 2019). Untuk itu, sebuah organisasi di lembaga pendidikan, apalagi di perguruan tinggi swasta (PTS), pada dasarnya mempunyai kepentingan yang selaras dengan perusahaan (organisasi bisnis), yaitu berjuang agar tetap *survive*, dipandang oleh masyarakat, dan laku (Rofelawaty & Ridhawati, 2016). Dari berbagai PTS yang ada tentunya diinginkan agar bisa menjawab expektasi di masa depan (Nurdin & Dinnullah, 2017).

Perguruan Tinggi mempunyai daya tampung dan potensi besar dalam usaha meningkatkan kualitas, sebagai rangka mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia (Satori, 2012). Perguruan tinggi sebagai *agent of changes* harus bisa menghasilkan *output* yang siap bersaing di tengah-tengah persaingan pasar global (Remiasa, 2005). Selain itu, perguruan tinggi diharuskan mampu menghasilkan produk-produk inovatif searah dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kebutuhan industri saat ini dalam upaya membangun keanekaragaman perubahan (Ary & Sanjaya, 2020). Namun nyatanya, data di Kemendiknas menyatakan, sekitar satu juta keluaran PTS sarjana pada tahun 2009 sampai saat ini belum mendapatkan pekerjaan (Agusti, 2012). Bagi PTS daerah yang belum kuat, disarankan agar berkolaborasi dengan PTS yang lebih besar atau dengan PTN yang membina, sehingga ikatan kemitraan tetap berjalan baik, dan mutunya tetap terjamin (Kartiwa, 2002; Dakir & Elbadiansyah, 2011).

Suatu instansi pendidikan harus dapat menyampaikan pemahaman terhadap masyarakat tentang agregat lembaga, dan lebih meningkatkan hubungan baik dengan *stake holdersnya*, universitas dalam maupun luar Negeri (Syamsuddin, 2018). Melalui kerjasama yang dimiliki yang diwujudkan dengan menjalankan promosi kerjasama atau kemitraan dengan lembaga dalam dan luar negeri (Husna, 2017; Dakir, 2018). Beberapa pendidikan tinggi di Indonesia masa kini telah memiliki dan melakukan program kemitraan pendidikan, baik antara perguruan tinggi nasional serta bermitra dengan perguruan tinggi di luar negeri (Munadi, Surakarta, & Khuriyah, 2019).

Hal tersebut direalisasikan karena kemitraan dengan masyarakat merupakan strategi penting sebagai bentuk dari tanggung jawab sosial perguruan tinggi untuk responsif terhadap kecenderungan terkini dan antisipatif terhadap perkembangan masa depan kehidupan masyarakat (Zuhriyah, 2016). Bagaimana melalui kerjasama atau kemitraan tersebut perguruan tinggi bisa membentuk calon sarjana yang siap kerja, bukan pengangguran yang bergelar. Sesuai dengan keadaan Negara, kebutuhan masyarakat dan beragam perkembangan juga perubahan yang sedang berlangsung. Oleh karena itu, untuk mewujudkan semua tuntutan masyarakat tersebut, perlu diwujudkan kerjasama atau program kemitraan (Sari, 2018).

Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo, merupakan satu-satunya kampus di Kabupaten Probolinggo yang berada di bawah Naungan Pondok Pesantren, yang berupaya untuk memperkuat jalinan kemitraannya, guna meningkatkan mutu pendidikannya. Sebagai universitas yang baru, program kemitraan menjadi penting bagi UNUJA agar mampu menarik simpati dan minat masyarakat. Hal tersebut dilakukan sebagai pemenuhan kebutuhan lembaga, karena perguruan tinggi tidak bisa berdiri sendiri tanpa adanya kemitraan, yang mampu mengenalkan lembaga kepada masyarakatnya.

Penelitian tentang kemitraan telah banyak diteliti oleh beberapa peneliti. Soraya, et al (2020) berpendapat bahwasanya kemitraan yang dilakukan merupakan suatu bentuk kontribusi masyarakat dalam mendukung penerapan *Good Governance* untuk proses pembangunan suatu negara. Sedangkan Asmawi (2005) menyatakan bahwa kerjasama yang sinergi dalam membantu proses penyelenggaraan serta sumber daya perguruan tinggi guna meningkatkan mutu pendidikan harus mendapat perhatian pemerintah, dunia usaha/ industri dan pengelola pendidikan (A. Wibowo, 2018). Zuhriyah (2016) juga menyatakan bahwa sebagai bagian dari sinergitas dan intergasi tri dharma secara terpadu, maka dibutuhkan rencana strategis (renstra) sebagai pondasi yang wajib dipedomani dalam menjalankan kemitraan universitas dengan masyarakat yang disebut KUM (kemitraan universitas dengan masyarakat).

Sedangkan penelitian tentang *sustainability* juga banyak diteliti oleh para peneliti diantaranya; Hull et al (2019) yang menyatakan bahwa praktik *sustainability* saat ini berkembang pesat, dan para profesional mencari peluang dalam mengembangkan karier. Pranita (2016) berpendapat bahwa keberlanjutan (*sustainability*) harus menjadi inti dalam strategi perusahaan atau organisasi. Menurut Gunamantha (2010) perguruan tinggi sebagai salah satu lembaga pendidikan, saat ini memiliki tantangan bagaimana menyiapkan sumber daya, yakni membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk menganalisis, mengerti, dan memahami aspek-aspek multidimensional persoalan-persoalan pembangunan berkelanjutan (*sustainable*).

Berangkat dari beberapa kajian terdahulu tersebut, maka dapat dipahami bahwa program kemitraan memiliki peran yang sangat besar bagi keberlangsungan sebuah institusi pendidikan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk memahami dan menganalisis tentang strategi kemitraan yang dilakukan oleh Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo dalam rangka menjaga *sustainability* lembaga.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus untuk memahami dan menganalisis tentang strategi Universitas Nurul Jadid dalam menjaga *sustainability* lembaga melalui program kemitraan. Data primer di dalam penelitian ini berupa informasi tentang proses kemitraan lembaga, aktivitas operasional lembaga, peraturan dan kebijakan, serta strategi lembaga yang diperoleh dari wawancara, observasi serta studi dokumen. Wawancara semi terstruktur dilakukan kepada beberapa narasumber di antaranya, para pimpinan, Lembaga Penjamin Mutu (LPM), karyawan, mahasiswa, dan masyarakat dengan tujuan menggali informasi dari mengenai informasi umum

lembaga, aktivitas dan bisnis proses, peraturan dan kebijakan, serta informasi yang berkaitan dengan tema penelitian. Teknik analisis datanya dilakukan secara sirkuler, yang dimulai dari penyajian data, reduksi data dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai pendatang baru, pada periode tahun 2018-2022 UNUJA yang memantapkan diri menjadi *good governance university*, melalui pemenuhan seluruh standar SN DIKTI dan standar UNUJA. Guna mencapai target tersebut, maka UNUJA memandang perlu untuk melakukan kerjasama atau hubungan kemitraan dengan pihak lain untuk menjaga *sustainability* perguruan tinggi.

Sebagai perguruan tinggi yang berada di lingkungan pesantren, Universitas Nurul Jadid memiliki beberapa jaringan yang sifatnya *mutual relationship*, baik dalam skala nasional maupun internasional. Tentunya hal tersebut menjadi landasan bagi UNUJA dalam membangun *public trust* dan *public loyalty* agar dapat *survive* di tengah-tengah kompetisi di beberapa lembaga pendidikan tinggi. Dengan demikian, adanya program kemitraan menjadi salah satu strategi disamping strategi yang lain dalam upaya menjaga *sustainability* lembaga dengan cara meningkatkan minat masyarakat terhadap Universitas Nurul Jadid melalui;

Attention

Attention yaitu membuat masyarakat memiliki perhatian lebih terhadap proses dan inovasi yang ada di lembaga; *Interest*, yaitu memunculkan *interest* atau ketertarikan lebih dari masyarakat terhadap lembaga; *Desire* untuk memilih lembaga; *Action*, yaitu tindakan masyarakat yang menjadikan lembaga tersebut dipilih sebagai pilihan utamanya. Sehingga dengan adanya *public trust* dan *public loyalty* tersebut bisa menjaga keberlangsungan Universitas Nurul Jadid.

Perhatian yang dimaksud di sini adalah, bagaimana Universitas Nurul Jadid berusaha untuk membuat strategi agar masyarakat mengetahui tentang program, inovasi, layanan dan mutu lembaga melalui berbagai macam cara, seperti melakukan komunikasi secara verbal yang bisa dilakukan dengan bentuk silaturahmi dengan lembaga lain atau para tokoh pemegang kebijakan. Semisal untuk dapat menempatkan mahasiswa praktikum Universitas Nurul Jadid menjalin komunikasi dengan pengadilan agama sebagai tempat praktikum mahasiswa prodi HK, dengan lembaga tingkat SLTA dan SLTP untuk penempatan PPL mahasiswa prodi PAI, PBA, dan PBI. Begitu juga dengan Fakultas Teknik, Fakultas Kesehatan dan Fakultas Sosial Humaniora yang memiliki mitra untuk pengembangan lembaganya, seperti beberapa perusahaan besar (PLTU Paiton, Perbankan, Kepolisian, dan lain sebagainya), dan beberapa mitra perguruan tinggi lainnya yang bersifat *mutual relationship*. Dengan adanya komunikasi yang dilakukan dengan berbagai lembaga tersebut dapat membentuk hubungan baik antara Universitas Nurul Jadid dan lembaga yang dituju untuk pengembangan lembaga.

Dengan adanya hubungan baik tersebut mempermudah lembaga dalam menempatkan mahasiswa KKN, PKL dan PPL, dan kegiatan akademik maupun non akademik lainnya. Tahap ini merupakan tahap awal di mana masyarakat mulai menyadari dan memahami tentang program yang ditawarkan oleh perguruan tinggi, sehingga mampu menarik perhatian masyarakat.

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh wakil rektor satu Universitas Nurul Jadid (Hambali, 2020) menyatakan bahwa: “ salah satu cara untuk menjalin hubungan baik dengan lembaga lain kita lakukan dengan cara melakukan komunikasi verbal yang dikemas dalam bentuk silaturahmi dengan lembaga yang dituju, dengan adanya komunikasi tersebut pastinya lembaga yang dituju seperti pengadilan agama, lembaga tingkat SLTP dan SLTA, juga pihak Bank merasa responsive ketika kita pihak Universitas membutuhkan mereka dan mereka juga membutuhkan kita”.

Dengan adanya kerjasama yang seperti itu menjadikan Universitas Nurul Jadid bisa merealisasikan sasaran strategis yaitu pengakselerasian pengembangan pendidikan di Universitas Nurul Jadid. Program kemitraan juga dilakukan bukan hanya di lembaga dalam negeri namun juga di lembaga di luar negeri, seperti China, Malaysia dan Thailand. Salah satunya kerjasama dengan Universitas di Thailand dilakukan dalam bentuk pertukaran mahasiswa KKN. Dengan adanya mahasiswa UNUJA yang melakukan KKN di luar Negeri tersebut, membuktikan bahwa UNUJA sebagai perguruan tinggi swasta yang berada di bawah naungan pondok pesantren juga bisa memperluas relasinya dan mengirim mahasiswanya ke luar Negeri. Hal tersebut juga bisa menjadi acuan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap Universitas Nurul Jadid.

Interest

Pada tahap ini masyarakat sudah memberikan respon, mulai tertarik dan mempelajari terhadap program dan layanan yang ditawarkan oleh lembaga. Dalam hal ini daya tarik masyarakat dibuktikan dengan datangnya mereka untuk mencari informasi yang lebih mendalam, menanyakan kepada orang-orang yang dianggap mengetahui tentang informasi yang mereka butuhkan terkait dengan Universitas Nurul Jadid.

Untuk memikat daya tarik masyarakat, Universitas Nurul Jadid mendatangkan dan mendatangi orang-orang penting seperti menteri. Seperti halnya ketika ada event besar di Universitas Nurul Jadid. Pihak lembaga mendatangkan beberapa menteri atau beberapa orang yang berpengaruh sebagai penyaji atau tamu di Universitas Nurul Jadid. Dengan hadirnya beberapa orang besar tersebut menjadi sorotan beberapa Pers untuk mempublikasikan kedatangan beliau di Universitas Nurul Jadid. Tidak bisa dipungkiri bahwasanya adanya informasi dari media social tersebut juga menjadi kesempatan bagi pihak Universitas Nurul Jadid dalam mempublikasikan event-event yang ada di lembaga. Dengan begitu Universitas Nurul Jadid semakin di kenal oleh kalangan masyarakat, sehingga masyarakat tertarik untuk masuk di Universitas Nurul Jadid.

Disampaikan oleh salah satu mahasiswi baru Universitas Nurul Jadid, Holifah (2020) menyampaikan ketertarikannya kepada Universitas Nurul Jadid

bahwa “saya memilih Universitas Nurul Jadid selain karena Universitas Nurul Jadid berada di bawah naungan Pondok Pesantren. Menurut saya Universitas Nurul Jadid itu keren, dengan Universitas yang masih baru sudah bisa mendatangkan orang-orang besar, dan itu membuktikan bahwa UNUJA memiliki jaringan relasi yang cukup kuat”.

Hadirnya beberapa orang besar tersebut juga bisa menjadi kesempatan bagi Universitas Nurul Jadid agar pihak yang didatangkan bisa memberikan bantuan kepada pihak Universitas Nurul Jadid. Seperti halnya saat ini yang dilakukan oleh pihak Universitas Nurul Jadid ketika proses pembangunan gedung rektorat. Pada saat louncing acara peletakan batu pertama pembangunan, pihak lembaga mendatangkan Anwar Syadad selaku wakil DPR Jawa Timur. Rektor Universitas Hamid Wahid menyampaikan dalam sambutannya bahwa beliau berterimakasih banyak kepada Anwar Syadad atas bantuannya terhadap Universitas Nurul Jadid.

Desire

Desire merupakan respon yang ditunjukkan oleh masyarakat terhadap lembaga, di mana mereka mulai memiliki keinginan untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan yang diberikan oleh Universitas Nurul Jadid. Hal ini disebabkan karena pihak lembaga mampu menyakinkan masyarakat tentang berbagai inovasi, kreasi, layanan dan mutu yang ditampilkan melalui berbagai informasi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk menarik keinginan masyarakat tersebut Universitas Nurul Jadid menjalin hubungan dengan para alumni Universitas Nurul Jadid dengan cara memberi apa yang dibutuhkan dan menerima masukan ataupun kritikan dari luar. Yang dimaksud dengan memberi apa yang dibutuhkan yaitu, pihak Universitas Nurul Jadid melakukan kerjasama yang dengan para alumni yang memiliki jabatan penting di masyarakat. Dengan adanya alumni yang memiliki peran dimasyarakat tersebut dijadikan kesempatan oleh Universitas Nurul Jadid dalam menarik minat masyarakat terhadap Universitas Nurul Jadid.

Sebagaimana disampaikan oleh wakil rector satu (Hambali, 2020) menyatakan bahwa “adanya alumni terdepan juga menjadi acuan keberlangsungan di Universitas Nurul Jadid. Karena keberhasilan para alumni juga menjadi tolak ukur keberhasilan perguruan tinggi dalam mengantarkan lulusannya di masyarakat”.

Dengan adanya alumni tersebut juga dijadikan kesempatan bagi lembaga untuk menempatkan program KKN mahasiswa Universitas Nurul Jadid di Desa Mitra. Dengan adanya mahasiswa KKN tersebut, perguruan tinggi selain memberikan kontribusi terhadap masyarakat juga membangun kepercayaan di hati masyarakat. Universitas Nurul Jadid juga menerima kritikan dari pihak Desa mitra untuk bahan evaluasi dan peningkatan program KKN berikutnya.

Disampaikan oleh Abd Hamid Wahid (2020) selaku rektor Universitas Nurul Jadid bahwa; “adanya Universitas Nurul Jadid ditujukan untuk memberi kemanfaatan kepada ummat dan sifatnya simbiosis mutualisme, sehingga dapat dirasakan manfaatnya oleh semua pihak”.

Action

Action yang dimaksud di sini yaitu merupakan sikap nyata yang ditunjukkan oleh masyarakat dalam menggunakan layanan yang ada pada Universitas Nurul Jadid, setelah melihat, menilai dan memilih lembaga sebagai tempat pendidikan. Dalam hal ini, masyarakat sudah menunjukkan bukti bahwa mereka telah memiliki hubungan kerjasama dengan Universitas Nurul Jadid. Pada tahapan ini, masyarakat akan memutuskan apakah selanjutnya akan menggunakan layanan jasa pada Universitas Nurul Jadid tersebut atau tidak.

Disampaikan oleh Mila (2020) selaku alumni S1 di Universitas Nurul Jadid “harapan saya yaitu agar supaya Universitas Nurul Jadid mampu memberikan pelayanan terbaik terhadap keberlangsungan pendidikan perguruan tinggi di Pondok Pesantren Nurul Jadid. Karena apabila layanan yang diberikan oleh lembaga baik, maka saya akan mengajak saudara dan teman saya untuk memasukkan saudaranya ke Universitas Nurul Jadid. Apabila layanannya tidak baik, maka saya tidak bisa mengajak mereka, karena saya tidak memiliki jaminan terkait dengan mutu lembaga”.

Disampaikan juga oleh Wijaksono (2020) sebagai kepala sekolah di salah satu lembaga di Pondok pesantren Nurul Jadid: “kami juga mengarahkan peserta didik kami ketika lulus untuk melanjutkan ke perguruan tinggi yang ada di bawah naungan yayasan Nurul Jadid, baru kalau sudah tidak ada jurusannya di sini kita arahkan keperguruan lainnya”.

Melalui hubungan yang dilakukan secara terencana dan sistematis antara Universitas Nurul Jadid dan masyarakatnya, maka lembaga dapat menjaga *sustainability*nya di tengah ketatnya persaingan pendidikan. Mutu dan layanan jasa yang optimal harus tetap menjadi prioritas utama yang harus terus dikembangkan oleh lembaga, agar supaya kepercayaan publik terhadap citra positif lembaga tetap terbangun, sehingga mereka tidak berpindah dan tertarik dengan lembaga pendidikan lainnya. Dan Universitas Nurul Jadid bisa tetap *Sustainable*.

Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui sampai mana target capaian yang telah dilakukan oleh lembaga maka lembaga melakukan tahap evaluasi di setiap akhir tahun. Dalam evaluasi tersebut lembaga akan mengetahui apa yang akan dikembangkan dan apa yang akan di pertahankan dalam program yang ada di Universitas Nurul Jadid. Evaluasi terkait proses yang dilakukan oleh lembaga dilakukan dengan MONEV dan Audit. MONEV merupakan monitoring dan evaluasi yang mencakup mulai dari proses pengumpulan data realisasi program/kegiatan, pelaporan kegiatan, hingga penilaian dan evaluasi capaian kinerja. Evaluasi dengan MONEV bisa disampaikan dengan dokumen evaluasi tersebut dilakukan oleh Universitas Nurul Jadid melalui proses dokumen hasil notulensi hasil rapat MONEV.

Sebagaimana disampaikan oleh Wijaya (2020) selaku kepala LPM UNUJA yaitu “untuk tahapan evaluasi kegiatan bisa dilakukan dengan Monev dan Audit. Sebenarnya siklus yang dilaksanakan oleh kami selaku LPM dalam melihat peningkatan lembaga berdasarkan hasil dari program yaitu dengan

menetapkan siklus PPEPP yaitu: penetapan, pelaksanaan, evaluasi, pengendalian dan peningkatan”.

Berangkat dari temuan penelitian, dapat dipahami secara teoritik bahwa Model SWOT atau Analisis SWOT merupakan cara untuk menganalisis posisi kompetitif suatu organisasi (Zamroni, 2017). Analisis SWOT juga dikenal dengan analisis TWOS (Machali & Hidayat, 2018). Analisis TOWS (Threat Opportunity Weakness Strength) merupakan *matching tools*, digunakan untuk mengembangkan empat tipe strategi utama (Ary & Sanjaya, 2020). Dengan adanya Matriks SWOT dapat menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh lembaga (M. E. Wibowo, Daryanto, & Rifin, 2018).

Kurangnya komunikasi dan kemitraan serta kerjasama dengan lembaga-lembaga lain secara umum seperti pemerintahan, perusahaan, lembaga pendidikan lain juga bisa menjadi faktor yang mempengaruhi mutu lulusan (Rifa'i, 2014). Untuk itu dalam usaha mempertahankan eksistensi dan kepercayaan publik, maka penting melibatkan pasar sebagai mitra kerja, melalui ikatan dinas dan penguatan birokrasi (Ariwibowo, 2019). Penguatan kerjasama magang/kemitraan dalam pembelajaran akan meningkatkan daya saing lulusan (Arfandi, 2013). Pemasaran sebagai suatu cara untuk membangun kemitraan dengan masyarakat (Raya, 2016). Banyak perusahaan yang mengandalkan kemitraan strategis sebagai kebutuhan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan menciptakan nilai pelanggan (mahasiswa) (Haloho & Purba, 2019). Melihat tersebut kemitraan, kerjasama dan kolaborasi merupakan hal yang sangat urgen dalam pendidikan (Munadi et al., 2019). Karena Ketika lembaga pendidikan tidak mendapatkan kepercayaan dari pelanggan (mahasiswa), maka kemungkinan bahwa suatu lembaga pendidikan berada dalam ancaman besar. Institusi pendidikan mustahil bisa bertahan jika para siswanya tidak puas (Jabbar, Hashmi, & Ashraf, 2019).

Model AIDA merupakan proses dari pengambilan keputusan yang terdiri dari perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*deisre*), dan yang terakhir adalah tindakan dari pengambilan keputusan tersebut (*action*) (Johar, Kumadji, & Mawardi, 2015). Model AIDA merupakan proses pengambilan keputusan yang terdiri dari empat model yaitu: perhatian (*attention*), ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), dan yang terakhir keputusan (*action*). Dalam hal ini, model AIDA dapat diasumsikan sebagai sarana promosi (Poetra & Christantyawati, 2017). Dalam *attention* ini perusahaan harus mampu menarik perhatian masyarakat dengan menciptakan inovasi yang kreatif untuk memperkuat karakter produk yang dipasarkan, sehingga pemasaran terlihat dikemas semenarik mungkin untuk masyarakat (Qurthuby, Alhifni, & Muhlisin, 2019). *Interest* berhubungan dengan minat atau rasa ketertarikan terhadap jasa yang diiklankan. *Interest* merupakan kelanjutan dari adanya *attention* (Sufyan, 2016). *Desire* merupakan tahap dimana masyarakat berkeinginan terhadap merek atau produk setelah mendapatkan informasi tentang merek atau informasi tambahan sehubungan dengan pesan iklan (Johar et al., 2015). Kemudian, *action* mengandung arti bahwa iklan harus memiliki “daya” membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan suatu tindakan pembelian (Arianto, 2017).

Adanya alumni, juga menjadi sumber penting dari dukungan sukarela kepada perguruan tinggi dan menjaga keberlangsungan (*sustainability*) dari representasi perguruan tinggi di dunia kerja (Sulistyaningtyas, 2007). Di Australia, bahkan di dunia, *sustainability* telah menjadi masalah yang semakin mendesak untuk ditangani melalui kebijakan (Moore, Almeida, & Barnes, 2018). Istilah-istilah seperti "*sustainable development*" dan "*sustainability*" semakin menarik perhatian setelah Brundtland Commission menyampaikan laporannya yang berjudul Masa depan kita bersama (*our common future*) (Yao, 2018).

Selanjutnya setelah terealisasinya strategi, kegiatan evaluasi sangat strategis dalam upaya menentukan arah kebijakan selanjutnya bagi lembaga pendidikan (Faiz & Rahwiniyanto, 2019). Untuk melihat keefektifan suatu program, maka dapat dilihat melalui evaluasi atau penilaian, melalui cara tersebut, akan dapat diketahui kelemahan dan kekuatan dari pelaksanaan program pembelajaran di kelas tersebut (Baharun, 2016; A. Wibowo & Subhan, 2020).

KESIMPULAN

Secara umum, proram kemitraan di Universitas Nurul Jadid dilakukan untuk menarik *attention, interest, desire and action* masyarakat dalam menentukan pilihannya terhadap lembaga. Melalui progam kemitraan yang dilakukan oleh lembaga mampu tetap menjaga *sustainability* di lembaga. Hal ini disebabkan karena dengan adanya relasi yang dibangun oleh pihak Universitas membangun *Pubik Trust* dan *Publik Loyalti* di kalangan masyarakat sehingga masyarakat memilih Universitas Nurul Jadid untuk melanjutkan studinya.

Tentunya keberhasilan program kemitraan sebagai strategi perguruan tinggi dalam menjaga *Sustainability* bagi lembaga tidak bisa digeneralisir untuk semua lembaga pendidikan, akan tetapi penelitian ini hanya terbatas pada lembaga pendidikan yang memiliki corak dan karakteristik tertentu sebagaimana telah disebutkan di atas. Peneliti berharap akan muncul penelitian lanjutan tentang cara menjaga keberlangsungan di lembaga yang lebih komperhensif, sehingga mampu melengkapi keterbatasan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, V. (2012). Kompetensi Lulusan Sarjana Strata 1 (S1) Psikologi Dalam Menghadapi Dunia Kerja Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi "X." *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 1(1).
- Arfandi, A. (2013). Relevansi Kompetensi Lulusan Diploma Tiga Teknik Sipil Di Dunia Kerja. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 3(3), 283-292.
- Arianto, N. (2017). Pengaruh Iklan Berdasarkan Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Lifeboy (Studi Kasus Pada Warg Depok-Jawa Barat). *Jurnal Liquidity*, 6(1), 72-80.

- Ariwibowo, M. E. (2019). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Tinggi Swasta. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 2(2), 181–190. <https://doi.org/10.5281/zenodo.2628082>
- Ary, M., & Sanjaya, R. (2020). Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Program Studi Menggunakan Analisis SWOT (Studi Kasus Program Studi Sistem Informasi Ars University). *Jurnal Tekno Insentif*, 14(1), 1–8.
- Asmawi, M. R. (2005). Strategi Meningkatkan Lulusan Bermutu Di Perguruan Tinggi. *Makara, Sosial Humaniora*, 9(2), 66–71.
- Baharun, H. (2016). Penilaian Berbasis Kelas Pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Madrasah. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*.
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media.
- Dakir, & Elbadiansyah. (2011). Mutu Pendidikan Pada Perguruan Tinggi Keagamaan: Dari Manajemen Kelembagaan Hingga Konstruksi Kurikulum Interrelasi. *Muaddib: Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 7(1), 47–66. <https://doi.org/10.24269/muaddib.v7n1.2017.47-66>
- Faiz, & Rahwiniyanto, D. (2019). Humas Dalam Perspektif Ontologis: Tinjauan Fungsional Manajemen Humas. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 109–120. <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v3i2.651>
- Gunamantha, I. M. (2010). Pendidikan Untuk Pembangunan Berkelanjutan: Mengapa, Apa Dan Bagaimana. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 43(3), 215–221.
- Haloho, E., & Purba, I. (2019). Meningkatkan Kinerja Pendidikan Tinggi Melalui Kemitraan Universitas Swasta Di Kota Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(2), 440–447.
- Hambali. (2020). *Hasil Wawancara Warek Satu*.
- Holifah. (2020). *Wawancara dengan Mahasiswi Baru 2020 unuja.pdf*.
- Hull, R. B., Mortimer, M., & Robertson, D. (2019). Developing Cosmopolitan Competencies In Sustainability Professionals. *International Journal Of Teaching And Learning In Higher Education*, 31(2), 346–353.
- Husna, A. (2017). Kemitraan Dan Kerjasama Perpustakaan Perguruan Tinggi Negeri. *Jurnal Iqra'*, 11(1), 127–134.
- Jabbar, M. N., Hashmi, M. A., & Ashraf, M. (2019). Comparison Between Public And Private Secondary Schools Regarding Service Quality Management And Its Effect On Students ' Satisfaction In Pakistan. *Bulletin Of Education And Research*, 41(2), 27–40.
- Johar, D. S., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2015). Efektifitas Iklan Online (Survei Pada Pembeli Di Toko Online Adorable Project). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(1), 1–10.
- Kartiwa, H. A. (2002). Akuntabilitas Dan Standarisasi Kualitas Perguruan Tinggi Swasta Di Daerah. *Educare*, 1(2), 19–28.
- Machali, I., & Hidayat, A. (2018). *The Hand Book of Education Management: Teori dan Praktik pengelolaan Sekolah/Madrasah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Moore, D., Almeida, S. C., & Barnes, M. (2018). Education For Sustainability Policies : Ramifications For Practice. *Australian Journal Of Teacher Education*, 43(11), 105-121.
- Munadi, M., Surakarta, R., & Khuriyah. (2019). Desain Pengembangan Kerjasama Kelembagaan Dalam Peningkatan Profesionalisme Civitas Akademika Di Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan (FITK) IAIN Surakarta. *Kelola Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(1), 34-43.
- Nurdin, S., & Dinnullah, R. N. I. (2017). Analisis Penerimaan Mahasiswa Baru Dengan Penentuan Strategi Keunggulan Bersaing. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 16(2), 100-107. <https://doi.org/10.23917/jiti.v16i2.3234>
- Poetra, R. R., & Christantyawati, N. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan Di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 22-36. <https://doi.org/10.25139/jkp.v1i1.170>
- Pranita, D. (2016). Membangun Kapabilitas Dan Strategi Keberlanjutan Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pariwisata Bahari Indonesia. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(2), 157-170.
- Qurthuby, M., Alhifni, A., & Muhlisin, S. (2019). Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Konsep AIDA (Attention , Interest , Desire , Action) Terhadap Respon Nasabah Mengambang Pada Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Di Wilayah Cibadak-Sukabumi). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 17-39.
- Raya, M. K. F. (2016). Marketing Jasa Di Institusi Pendidikan (Analisis Pemasaran Dalam Pendidikan). *Falasifa*, 7(1), 21-52.
- Remiasa, M. (2005). Perencanaan Strategis Pemasaran Untuk Menciptakan Sustainable Competitive Advantage (Kasus Pada Program Studi Manajemen Perhotelan Uk Petra Di Surabaya). *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 1(1), 14-23.
- Rifa'i, M. (2014). *Comunity Empowerment*. CV. Mandiri.
- Rofelawaty, B., & Ridhawati, R. (2016). Analisis Kemungkinan Penerapan Laporan Berkelanjutan Sebagai Laporan Tahunan Pada Perguruan Tinggi. *Dinamika Ekonomi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 231-250.
- Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan Melalui Program Kemitraan Dengan Bank Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22-30.
- Satori, F. E. dan D. (2012). Strategi Peningkatan Mutu Pendidikan Pada Program Studi Langka Peminat Di PTAIN. *Jurnal Adminisistrasi Pendidikan*, 15(1), 12-26.
- Soraya, H., Sulistiowati, R., & Meiliyana. (2020). Analisis Kemitraan Dalam Program Dance4life Untuk Meningkatkan Pendidikan Kesehatan Reproduksi Remaja (Studi Pada PKBI Provinsi Lampung Dan SMKN 4 Bandar Lampung). *Administratioa*, 2(1), 87-100.
- Sufyan. (2016). Analisis Efektivitas Iklan Produk Mobil Toyota Avanza Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 1(1), 20-26.
- Sulistyaningtyas, I. D. (2007). Peran Strategis Public Relations Di Perguruan Tinggi. *Ilmu Komunikasi*, 4(2), 131-144.

- Syamsuddin. (2018). Membangun Pelayanan Public Yang Prima: Strategi Humas Dalam Meningkatkan Brand Image Sekolah. *Journal Of Islamic Education Management*, 4(2), 160-170.
- Wahid, H. (2020). *Sambutan Oleh Rektor UNUJA Pada Acara Tasyakuran dan Istighosah dalam Rangka Pembangunan Gedung Rektorat.*
- Wibowo, A. (2018). Study Komparasi Penyelenggaraan Pendidikan SMK (Studi Kasus SMK Di Pondok Pesantren Lirboyo Al-Mahrusiyah Dan Di SMK PGRI 2. *At-Tarbiyat:Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 1-15.
- Wibowo, A., & Subhan, A. Z. (2020). Strategi Kepala Madrasah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Indonesian Journal Of Islamic Educational Management*, 3(2), 108-116.
- Wibowo, M. E., Daryanto, A., & Rifin, A. (2018). Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus : PT Primafood Internasional). *Manajemen IKM*, 13(1), 29-38.
- Widiasih, W., & Nuha, H. (2019). Usulan Strategi Sustainable Lifestyle Dalam Menunjang Eco Campus Di Universitas Abc Surabaya. *Simposium Nasional RAPI XVIII*, 141-147.
- Wijaksono, D. (2020). *Hasil Wawancara.*
- Wijaya, A. (2020). *Hasil Wawancara Andi Wijaya Ketua LPM UNUJA.*
- Yao, C. (2018). How a blended learning environment in adult education promotes sustainable development in China. *Australian Journal of Adult Learning*, 58(3), 481-502.
- Yulista, Y. (2019). Peran Public Relations Dalam Membangun Reputasi Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmiah Sustainable*, 2(1), 86-104.
- Zamroni. (2017). *Manajemen Mutu Pendidikan: Ikhtiar dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah melalui Pendekatan Balanced Scorecard.* Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Zuhriyah, L. F. (2016). Mengawal Perubahan di Perguruan Tinggi ; Pengalaman LP2M UINSA Dalam Penguatan Kemitraan Universitas dengan Masyarakat. *Proceedings of The International Conference On University-Community Engagement Surabaya*, 37-62.