



Kunjungan Refreshing Keilmuan dan Memori Kealmamateran bagi Ikatan Alumni STEI Hamfara Yogyakarta

W. Wijiharta ¹, S. Widodo ², Muhajirin ³, SN Hadi ⁴, H Sasono ⁵

¹²³⁴ STEI Hamfara, Yogyakarta
mwijiw@gmail.com^{1*}

received: Oktober 2023

reviewed: Januari 2024

accepted: Februari 2024

Abstrak

Pengabdian bertajuk kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran ini dalam rangka diseminasi hasil kajian dosen sekaligus sebagai wahana untuk perawatan hubungan dengan alumni. Program jawil alumni bertajuk refreshing keilmuan dan memori kealmamateran ini sambutan baik dari ikatan alumni STEI Hamfara (ILHAM). Hal itu terlihat dari jumlah kehadiran peserta khususnya dari kalangan pimpinan dan fungsionaris KSPSS (BMT) anggota ILHAM chapter Wonosobo dan sekitarnya, kehangatan diskusi dan feedback pada sesi refreshing keilmuan, serta kesepakatan agenda tindak lanjut. Kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran menjadi program yang berfungsi sebagai wahana implementasi CRM untuk memelihara hubungan dengan alumni. Agenda tindak lanjut diharapkan akan meningkatkan kualitas interaksi dengan alumni, yang diharapkan mengarah pada loyalitas dalam bentuk word of mouth.

Kata kunci: CRM, alumni, jejaring, pengabdian, kemitraan

Abstract

This community service, entitled a visit to refresh knowledge and memories of the alma mater, is in the context of disseminating the results of lecturers' studies as well as a vehicle for maintaining relationships with alumni. The alumni jawil program entitled refreshing knowledge and memories of the alma mater was well received by the STEI Hamfara alumni association (ILHAM). This can be seen from the number of participants attending from the leadership and functionaries of KSPSS (BMT) members of the Wonosobo chapter of ILHAM and surrounding areas, the warmth of discussion and feedback at the scientific refreshing session, as well as the agreement on the follow-up agenda. Visits for refreshing knowledge and memories of the alma mater are programs that function as a vehicle for implementing CRM to maintain relationships with alumni. It is hoped that the follow-up agenda will improve the quality of interaction with alumni, which is expected to lead to loyalty in the form of word of mouth

Keywords: CRM, alumni relation, community service, partnership

PENDAHULUAN

Persaingan institusi pendidikan masa sekarang juga membutuhkan dukungan peran alumni (Muis et al., 2017). Ikatan alumni perguruan tinggi menjadi menarik untuk dibahas mengingat fakta bahwa alumni bisa memberikan berbagai bentuk dukungan bagi perkembangan perguruan tinggi (Appau, 2022). Maka pemberdayaan alumni perguruan tinggi menjadi penting untuk dukungan peningkatan daya saing melalui berbagai peran (Sihite, 2018).

Peran dukungan alumni diantaranya adalah menjadi duta bagi perguruan, membantu dalam bimbingan karir, dukungan pendanaan, penyaluran lulusan (Appau, 2022), pengembangan fasilitas kampus, pengembangan jejaring (Sihite, 2018). Peran penting alumni meniscayakan perguruan tinggi untuk mempertahankan hubungan alumni melalui implementasi konsep CRM sehingga kontribusi jaringan alumni kepada perguruan tinggi almamater akan terfasilitasi dan lebih mudah untuk ditindaklanjuti (Syaoqi & Wijiharta, 2023).

Konsep CRM (*customer relationship management*) meniscayakan pemeliharaan hubungan dengan alumni (Payne, 2013). Melalui hubungan baik akan memudahkan pengenalan kebutuhan, keinginan, termasuk penyaluran aspirasi, feedback ataupun kontribusi alumni. Hubungan baik dalam jangka panjang akan meningkatkan kualitas interaksi (Baran & Galka, 2017). Semakin banyak pihak yang relevan berinteraksi akan meningkatkan ketahanan hubungan (Buttle & Maklan, 2019). Hubungan yang kuat diharapkan akan menumbuhkan loyalitas dalam bentuk kesediaan mensosialisasikan melalui word of mouth (Muis et al., 2017). Berkaitan dengan hal tersebut, diselenggarakan program jawil alumni bertajuk 'Silaturahmi dan diskusi penggerak ekonomi syariah' dalam bentuk kunjungan ke ikatan alumni dengan agenda utama 'Refreshing keilmuan dengan tema Peta Akad'. Kegiatan ini sebagai bentuk implementasi konsep CRM untuk pemeliharaan hubungan dengan alumni.

TINJAUAN PUSTAKA

CRM

Customer relationship management (CRM) dapat didefinisikan sebagai alat yang digunakan organisasi untuk memperluas hubungan dengan pelanggan mereka (Şeker kaya, 2020). CRM dipandang sebagai pendekatan strategis untuk mengelola hubungan pelanggan guna menciptakan nilai (Payne & Frow, 2013). CRM memiliki dua tahap, perspektif strategis dan perspektif operasional, dengan tujuan utama mengembangkan strategi untuk menarik pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka untuk memaksimalkan nilai seumur hidup mereka (Şeker kaya, 2020). Sehingga CRM bisa digunakan untuk menstimulasi loyalitas (Alsem, 2023). Konsep CRM menggeser fokus penjualan dan pemasaran dari pemasaran transaksional (dengan ciri 4P) ke pemasaran berbasis hubungan (Kinnett, 2017).

Hubungan Alumni

Lembaga pendidikan perlu menjaga hubungan dengan alumni (Payne & Frow, 2013). Hubungan alumni yang erat antara alumni dan universitas boleh memberikan dampak dan nilai yang sangat besar kepada lembaga pendidikan dalam pelbagai bentuk (Jalal et al., 2021). CRM sangat berguna untuk mengembangkan hubungan antara lembaga pendidikan dengan alumni (Osmani et al., 2013). Sebuah hubungan terdiri dari serangkaian episode interaktif antara dua pihak dari waktu ke waktu (Buttle & Maklan, 2019). Dapat dikatakan bahwa setiap hubungan bergantung pada kualitas, relevansi, konsistensi, dan nilai interaksi, yang menyiratkan bahwa setiap orang dalam organisasi, dan pemangku kepentingan di luar organisasi, dapat menjadi penerima manfaat dari sistem CRM (Baran & Galka, 2017). Semakin banyak lapisan yang ada di antara perusahaan, semakin kuat pula ketahanan hubungan terhadap perpecahan, misalnya ketika pihak teknis, kualitas, dan operasional berbicara dengan pihak yang setara di pihak lain (Buttle & Maklan, 2019). Pemeliharaan hubungan tercapai jika memiliki nilai yang lebih baik (Baran & Galka, 2017).

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode klasikal. Kegiatan ini diselenggarakan atas kerjasama dengan KSPPS BMT Al Huda Wonosobo. Pelaksanaan kegiatan pengabdian di ruang pertemuan KSPPS BMT Al Huda. Adapun peserta adalah dari ikatan alumni STEI Hamfara (ILHAM) chapter Wonosobo dan sekitarnya. Penggunaan metoda klasikal dilakukan dengan pertimbangan bahwa tingkat efektivitasnya yang lebih baik dibandingkan menggunakan metode online (Munajatisari, 2014). Pada sisi lain melalui kegiatan kunjungan yang bersifat tatap muka juga sekaligus menjadi wahana untuk menjaga hubungan (Payne & Frow, 2013) dan meningkatkan kualitas isteraksi (Baran & Galka, 2017) dengan alumni.

PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini bertajuk ‘Silaturahmi dan diskusi penggerak ekonomi syariah’ dengan agenda utama ‘Refreshing keilmuan dengan tema Peta Akad’. Kegiatan dihadiri oleh 5 civitas akademika STEI Hamfara dan 19 anggota alumni Ilham (Ikatan Alumni STEI Hamfara) chapter Wonosobo dan sekitarnya. Kegiatan diawali dengan temu kangen alumni yang berisi penyampaian informasi yang menggugah memori kejuangan STEI Hamfara dalam mendidik calon sarjana ekonomi Islam serta infromasi kegiatan dan capaian terkini. Pada kesempatan tersebut Wijiharta, SP., MM. juga menyampaikan jawil alumni untuk mengundang partisipasi alumni dan kerjasama dalam berbagai kegiatan kampus yang relevan dengan bidang garap lembaga tempat aktivitas alumni.



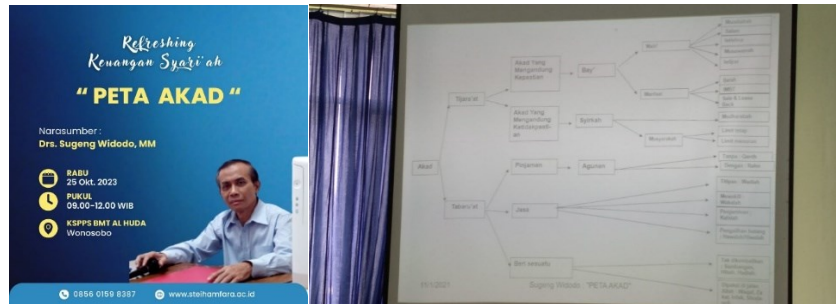
Gambar 1. Penyampaian materi sesi 1

Sesi kedua sebagai inti kegiatan diisi dengan pemaparan refreshing keilmuan alumni dengan tema Peta Akad. Bertindak selaku pemateri adalah Drs. Sugeng Widodo, MM. didampingi Muhajirin, SEI, ME. Dosen favorit bagi alumni program studi perbankan syariah tersebut memaparkan tentang Peta Akad dan tinjauannya dari sisi syariah serta peluang aplikasi praktisnya. Wahana ini sekaligus sebagai sharing terkait dengan perkembangan di ranah praktis. Beberapa alumni menyampaikan feedback dari sisi praktis tentang beberapa hambatan praktik ekonomi syariah di masyarakat, terutama yang terkait dengan berbagai budaya praktik jual beli hasil pertanian. Tema paparan dan berbagai feedback menjadikan diskusi di forum tersebut menjadi menarik. Beberapa poin diskusi menjadikan bahan yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.



Gambar 2. Penyampaian materi sesi 2

Kehangatan diskusi masih berlangsung hingga akhir sesi yang diisi dengan ramah tamah dengan para fungsionaris KSPPS (BMT). Dinamika diskusi akademisi dan praktisi alumni menjadi wahana untuk mempererat silaturahmi lembaga pendidikan dengan alumni. Agenda ke depan juga dibahas lebih lanjut.



Gambar 3. Informasi kegiatan dan tampilan slide

Secara umum kegiatan kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran bagi ikatan alumni STEI Hamfara chapter Wonosobo dan sekitarnya berlangsung dengan baik. Hal itu terlihat dari antusias paraalumni untuk menghadiri forum di sela kesibukan kerja dan bisnis mereka. Refreshing keilmuan yang diisi dengan paparan materi, sharing feedback dan diskusi membuahkan beberapa agenda tindak lanjut. Agenda tindak lanjut dipandu oleh Ir. Sugeng Nugroho Hadi MM. sebagai PIC kegiatan.



Gambar 4. Alumni peserta refreshing keilmuan

Pembahasan

Kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran yang ditujukan bagi chapter ikatan alumni STEI Hamfara (ILHAM) menjadi wahana bagi paraalumni dari kalangan praktisi untuk recharge kebaruan dari sisi akademik. Pada episode ini yang menjadi sasaran adalah ILHAM chapter Wonosobo dan sekitarnya. Kunjungan pengabdian ini diharapkan menjadi sumbangan lembaga kampus baik bagi alumni secara langsung ataupun bagi lembaga kerja secara tidak langsung. Hal itu mengingat kebanyakan alumni yang hadir adalah pimpinan dan fungsionaris dari KSPPS (BMT),

Recharge diharapkan juga bukan hanya dari sisi kebaruan keilmuan dari sisi akademis, tetapi juga dari sisi kealmamateran. Sehingga paraalumni yang telah menjadi pimpinan dan fungsionaris KSPPS (BMT) tersebut kembali mengingat nilai – nilai di perguruan almamater (STEI Hamfara). Hal itu tersampaikan melalui memori kealmamateran yang disampaikan pada sesi 1. STEI Hamfara sebagai kampus berpesantren disamping bertujuan mencetak sarjana ekonomi yang bersyakhshiyah Islamiyyah (berkepribadian Islam), juga menyebarkan hasil kajian dan pengembangan gagasan ekonomi Islam.

Forum refreshing keilmuan, pada sisi lain, bagi akademisi juga menjadi wahana untuk mendapatkan feedback dari ranah praktis. Paparan sesi kedua dengan tema Peta Akad menjadi diskusi yang hangat dan menarik. Feedback dari sisi praktis mengungkap tentang fakta – fakta budaya praktik jual beli hasil pertanian yang menarik untuk menjadi tema kajian lebih lanjut. Sebagai akademisi yang dituntut untuk mengkaji dan menghasilkan publikasi karya ilmiah beberapa feedback budaya lokal terkait jual beli tersebut bisa menjadi bahan untuk dikaji dan hasilnya bisa diseminasikan kembali ke tengah masyarakat.

Kehangatan kembali hubungan antara kampus dengan alumni, dalam konteks CRM juga sebagai wahana untuk memelihara hubungan dengan alumni (Payne, 2013). Konsep CRM mengarahkan upaya marketing melalui basis hubungan (Kinnet, 2017). Dengan demikian program kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran bisa dipakai sebagai wahana untuk memelihara hubungan dengan alumni sebagai implementasi CRM.

Agenda tindak lanjut yang dihasilkan dalam diskusi ramah tamah lanjutan berupa rencana tindak lanjut menjadi indikasi harapan akan peningkatan kualitas interaksi (Baran, 2017) dengan alumni. Kunjungan refreshing dan memori kealmamateran yang juga berfungsi sebagai bentuk program implementasi CRM diharapkan akan meningkatkan loyalitas alumni. Pengelolaan alumni menjadi loyal memerlukan effort yang lebih hemat (Osmani, 2013) mengingat sudah pernah merasakan layanan saat menjadi mahasiswa. Keberhasilan implementasi CRM diharapkan akan menstimulasi loyalitas (Alsem, 2023) dalam bentuk kesediaan melakukan word of mouth dan memberikan rekomendasi kepada orang lain.

SIMPULAN

Kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran mendapat sambutan baik dari ikatan alumni STEI Hamfara (ILHAM). Hal itu terlihat dari jumlah peserta yang terdiri dari pimpinan dan fungsionaris KSPSS (BMT) anggota ILHAM chapter Wonosobo dan sekitarnya. Demikian juga diskusi dan feedback pada sesi refreshing keilmuan menunjukkan sambutan yang baik dari alumni. Pada sisi lain feedback dari ranah praktis juga menjadi informasi berharga terkait budaya praktik jual beli di masyarakat menarik dikaji untuk didiseminasikan kembali ke masyarakat. Adanya kesepakatan agenda tindak lanjut juga menjadi indikasi sambutan baik alumni terhadap program kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran.

Kunjungan refreshing keilmuan dan memori kealmamateran menjadi sarana implementasi CRM untuk memelihara hubungan dengan alumni. Adanya kesepakatan agenda tindak lanjut diharapkan akan meningkatkan kualitas interaksi dengan alumni, yang bisa mengarah pada loyalitas dalam bentuk word of mouth.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada pimpinan STEI Hamfara Yogyakarta dan pimpinan KSPSS (BMT) Al Huda atas terselenggaranya program jawil alumni bertajuk kunjungan refreshing keilmuan dan memori keahamfaraan, yang berlangsung di kantor pusat KSPSS (BMT) Al Huda Wonosobo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsem, K. J. (2023). Strategic Marketing Planning: a step-by-step approach. In 2 (Ed.), *Strategic Marketing Planning*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003381488>
- Appau, O.-B. (2022). An Appraisal of the Benefits of Vibrant Alumni Relations at the University of Education, Winneba, Ghana. *The International Journal Of Business & Management*, 10(5), 124–128.
- Baran, R. J., & Galka, R. J. (2017). *Customer Relationship Management: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy*. Taylor and Francis.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2019). *Customer Relationship Management : Concepts and Technologies*. Routledge.

- Jalal, M. F. bin H. A., Rasidi, M. H., Yusof, A. R., & Nasir, N. M. (2021). Kepentingan Pangkalan Data Alumni Dalam Keberkesanan Pengurusan Alumni. *International Alumni Convention and Innovation Exhibition (INACIX 2021)*, 74–84. <https://www.utm.my/inacix2021/>
- Kinnett, S. (2017). *How to win at CRM : strategy, implementation, management*. CRC Press.
- Muis, A., Faisal, & Taufik, M. (2017). Peran Alumni Dalam Pengembangan Model Triple Helix (Studi Kasus Di Program Studi Teknik Alat Berat Politeknik Negeri Samarinda) The Role Of Alumni In The Development Of Triple Helix Model (Case Study In The Heavy Equipment Technical Study Program At Polit. *SNITT- Politeknik Negeri Balikpapan 2017 HelixModel*, 45–52.
- Munajatisari, R. R. (2014). Analisis Efektivitas Metode Pelatihan Klasikal dan E-Learning. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 173–185. <http://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/1463>
- Osmani, M., Ahmadi, H., Ibrahim, O., & Nilashi, M. (2013). Conceptualizing Customer Relationship Management Model for Educational Institution (UTM). *International Journal of Computer Science and Management Research*, 2(1), 1303–1308.
- Payne, A., & Frow, P. (2013). Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. In *Cambridge*. Cambridge,.
- Şeker kaya, A. (2020). *Contemporary Issues In Strategic Marketing* (p. 292). Istanbul University Press. <https://doi.org/10.26650/B/SS05.2020.002>
- Sihite, M. (2018). Marketing Perguruan Tinggi Meningkatkan Daya Saing: Suatu Tinjauan Konseptual. *Seminar Nasional Sains & Teknologi Informasi*, 7(2007), 33–44.
- Syaoqi, F., & Wijiharta, W. (2023). Jaringan Alumni-Entrepreneur dan Pelestarian Perannya terhadap Pengembangan Almamater. *Ilham: Alumni and Relation Journal*, 2(1), 1–10.