

LAPORAN
PENELITIAN KHUSUS HIBAH KEBENCANAAN



**DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP KEBERLANGSUNGAN
PENDIDIKAN MAHASISWA PADA PERGURUAN TINGGI
MUHAMMADIYAH: STUDI KASUS PADA RUMAH TANGGA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

Oleh:

Ketua Peneliti (Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M./NIDN. 0327056501)

Anggota Peneliti (Nur Hadiyazid Rachman, S.Si., M.M./NIDN. 0319067802)

Anggota Peneliti (Dicky Chandra, S.E., M.M./NIDN. 0328118601)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
2020

**LEMBAR PENGESAHAN
PENELITIAN KHUSUS HIBAH KEBENCANAAN**

Judul Penelitian

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Studi Kasus pada Rumah Tangga Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA

Jenis Penelitian	: Penelitian Hibah Kebencanaan
Ketua Peneliti	: Nuryadi Wijiharjono
Link Profil simakip	: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/854 Contoh link: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/978
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Anggota Peneliti	: Nur Hadiyazid Rachman
Link Profil simakip	: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/845 Contoh link: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/978
Anggota Peneliti	: Dicky Chandra
Link Profil simakip	: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/1130 Contoh link: http://simakip.uhamka.ac.id/pengguna/show/978
Waktu Penelitian	: 6 Bulan
Luaran Penelitian	
Luaran Wajib	: <i>Blueprint</i> Kebijakan Universitas
Status Luaran Wajib	: In Review

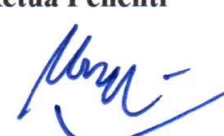
Jakarta, 28 April 2020

Mengetahui,
Ketua Program Studi FEB UHAMKA



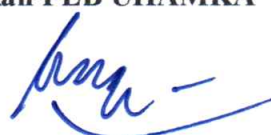
Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M.
NIDN. 0325117707

Ketua Peneliti



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.
NIDN. 0327056501

Menyetujui,
Dekan FEB UHAMKA



Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M.
NIDN. 0327056501

Ketua Lemlitbang UHAMKA

Prof. Dr. Suswandari, M.Pd.
NIDN. 0020116601

SURAT KONTRAK PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jln. Tanah Merdeka, Pasar Rebo, Jakarta Timur
 Telp. 021-8416624, 87781809; Fax. 87781809

**SURAT PERJANJIAN KONTRAK KERJA PENELITIAN
 LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA**

Nomor : / F.03.07 / 2020
 Tanggal : 12 Juni 2020

Bismillahirrahmanirrahim

Pada hari ini, Jum'at, tanggal Dua Belas, bulan Juni, Tahun Dua Ribu Dua Puluh, yang bertanda tangan di bawah ini **Prof. Dr. Hj Suswandari, M.Pd**, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA; **Dr. Nuryadi, M. M**, selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA sepakat untuk mengadakan Perjanjian Kontrak Kerja Penelitian yang didanai oleh RAPB Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Pasal 1

PIHAK KEDUA akan melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul : **Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Studi Kasus pada Rumah Tangga Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka** dengan luaran wajib dan luaran tambahan sesuai data usulan penelitian Bacth 2 Tahun 2019 melalui simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 2

Bukti luaran penelitian wajib dan tambahan harus sesuai sebagaimana yang dijanjikan dalam Pasal 1, Luaran penelitian yang dimaksud dilampirkan pada saat Monitoring Evaluasi dan laporan penelitian yang diunggah melalui simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 3

Kegiatan tersebut dalam Pasal 1 akan dilaksanakan oleh PIHAK KEDUA mulai tanggal 12 Juni 2020 dan selesai pada tanggal 12 November 2020.

Pasal 4

Berdasarkan kemampuan keuangan lembaga, PIHAK PERTAMA menyediakan dana sebesar Rp. 24,000,000,- (Terbilang : *Dua Puluh Empat Juta Rupiah*) kepada PIHAK KEDUA untuk melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1. Sumber biaya yang dimaksud berasal dari RAB pada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Tahun Anggaran 2019/2020.

Pasal 5

Pembayaran dana tersebut dalam Pasal 4 akan dilakukan dalam 2 (dua) termin sebagai berikut;

(1) Termin I 70 % : Sebesar Rp. 16,800,000,- (Terbilang: *Enam Belas Juta Delapan Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA menyerahkan proposal penelitian yang telah direview dan diperbaiki sesuai saran reviewer pada kegiatan tersebut Pasal 1.

(2) Termin II 30 % : Sebesar Rp. 7,200,000,- (Terbilang: *Tujuh Juta Dua Ratus Ribu Rupiah*) setelah PIHAK KEDUA mengunggah laporan akhir penelitian dengan melampirkan bukti luaran penelitian wajib dan tambahan sesuai Pasal 1 ke simakip.uhamka.ac.id.

Pasal 6

(1) PIHAK KEDUA wajib melaksanakan kegiatan tersebut dalam Pasal 1 dalam waktu yang ditentukan dalam Pasal 3.

(2) PIHAK PERTAMA akan melakukan monitoring dan evaluasi pelaksanaan kegiatan tersebut sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 1. Bila PIHAK KEDUA tidak mengikuti Monitoring dan Evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditentukan, tidak bisa melanjutkan penyelesaian penelitian dan harus mengikuti proses Monitoring dan Evaluasi pada periode berikutnya.

(3) PIHAK PERTAMA akan mendenda PIHAK KEDUA setiap hari keterlambatan penyerahan laporan hasil kegiatan sebesar 0,5 % (setengah persen) maksimal 20% (dua puluh persen) dari jumlah dana tersebut dalam Pasal 4.

(4) Dana Penelitian dikenakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari keseluruhan dana yang diterima oleh PIHAK PERTAMA sebesar 5 % (lima persen)

Jakarta, 12 Juni 2020

PIHAK PERTAMA
Lembaga Penelitian dan Pengembangan
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Ketua,

Prof. Dr. Hj Suswandari, M.Pd

PIHAK KEDUA
Peneliti,



Dr. Nuryadi, M. M

Mengetahui
Wakil Rektor II UHAMKA

Dr. ZAMAH SARI M.Ag.

RINGKASAN

Faktanya, secara global, tatanan ekonomi dunia terdisrupsi dengan melandanya wabah COVID-19, terutama pada bidang *supply chain*. Pertumbuhan ekonomi yang negatif merupakan skenario logis terburuk terhadap ketidak jelasan jangka waktu berakhirnya wabah ini, tidak terkecuali dalam dunia Pendidikan. Resiko “gulung tikar” merupakan skenario terburuk yang akan dihadapi oleh perguruan tinggi tersebut. **Tujuan penelitian** ini adalah untuk: (1) Mengetahui sejauh mana dampak pandemic Covid-19 terhadap ketahanan sosial ekonomi rumah tangga mahasiswa UHAMKA; (2) Mengidentifikasi jenis layanan jasa apa saja yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai proses penciptaan nilai (*value co-creation*) selama dan sesudah masa pandemik Covid-19; (3) Mengevaluasi jenis layanan (*service*) yang diberikan oleh UHAMKA terhadap mahasiswa selama masa pandemi Covid-19; (4) Membuat pemodelan dampak pandemik Covid-19 terhadap keberlangsungan pendidikan Mahasiswa di UHAMKA; (5) Membuat pemodelan dampak pandemik Covid-19 terhadap keberlangsungan institusi UHAMKA. **Metode penelitian** pada penelitian ini menggunakan metode *proportional random sampling* untuk masing-masing fakultas di UHAMKA dengan jumlah sampel penelitian sebesar ± 2.000 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu: *Pertama*, menyebar angket (kuesioner) melalui *platform “google form”* untuk pengambilan data primer dan *Kedua*, telaah dokumen keuangan UHAMKA sebagai data sekunder. Analisis dan pemodelan terhadap data menggunakan metode simulasi dengan bantuan *software Matlab*. Adapun **luaran yang ditargetkan** pada penelitian ini, antara lain: (1) Secara teoretis, penelitian ini akan memberikan kontribusi konkret terhadap perkembangan paradigma SDL, terutama pada manajemen layanan dan pemasaran untuk perguruan tinggi, berdasarkan kajian empirik; (2) Secara praktis, bagi penyelenggara perguruan tinggi penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pentingnya perubahan dalam tata kelola dan manajemen perguruan tinggi, khususnya PTM (UHAMKA).

Kata Kunci: Pandemi COVID-19, Manajemen Perguruan Tinggi, *Lockdown* (PSBB), Sosial Ekonomi, Rumah Tangga Mahasiswa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERJANJIAN KONTRAK PENELITIAN	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>State of The Art</i> Penelitian	7
2.2 Kebaruan Penelitian	8
2.3 Kajian Literatur	8
2.4 <i>Roadmap</i> Penelitian	14
BAB 3. METODE PENELITIAN	15
3.1 Alur Penelitian	15
3.2 Lokasi Penelitian.....	16
3.3 Metode Penelitian.....	16
3.4 Desain Penelitian.....	16
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	17
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	18
3.7 Indikator Capaian Hasil Penelitian.....	18
3.8 <i>Fishbone</i> Penelitian.....	19
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian.....	20
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	22

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran.....	37
BAB 6. LUARAN YANG DICAPAI.....	39
BAB 7. RENCANA TINDAK LANJUT DAN PROYEKSI HILIRISASI.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara ekonomi, pandemi global COVID-19 telah mendisrupsi strategi bisnis jangka panjang, terutama di bidang *supply chain* (Swonk, 2020). Di bidang fiskal, hampir seluruh negara yang terdampak, termasuk Indonesia, akan menggelontorkan trilyunan rupiah untuk menyelamatkan perekonomian nasional (Sri Mulyani, 2020). Dalam skenario ekonomi terburuk, bergantung sampai kapan Pandemi ini akan berakhir, Indonesia bahkan akan mengalami pertumbuhan ekonomi negatif (McKibbin dan Fernando, 2020).

Di bidang pendidikan, terutama di bidang pendidikan tinggi, perubahan besar akan menjadi realitas baru yang belum pernah terduga sebelumnya. Banyak Perguruan Tinggi Swasta (PTS) diperkirakan akan gulung tikar. Di Malaysia misalnya, beberapa PTS telah kehilangan sumber keuangan dari mahasiswa sekitar 55%, bahkan beberapa perguruan tinggi asing telah tutup (Hunter, 2020). Bagi banyak perguruan tinggi yang mengandalkan pembiayaan dari masyarakat (mahasiswa), munculnya pandemi COVID-19 akan mengubah lanskap ekonomi pendidikan tinggi.

Perguruan Tinggi, baik Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun PTS, telah berkembang menjadi industri jasa. Tetapi, sebagai lembaga pendidikan, keduanya memiliki karakteristik unik yang berbeda dengan industri jasa lainnya. Keunikannya terutama melekat pada misi akademis yang diemban. Dalam persaingan pasar, sektor industri menuntut mereka yang terlibat untuk menghasilkan produk dan/atau jasa yang dapat diterima oleh pelanggan. Sedangkan perguruan tinggi menuntut mereka

yang terlibat untuk lebih dari sekedar melayani pelanggan, tetapi yang terpenting adalah bagaimana menciptakan nilai atau menghasilkan karya/prestasi akademis.

Perkembangan institusi pendidikan tinggi, mengacu pada pandangan Sallis, terjadi seperti dalam siklus bisnis. Menurutnya, terdapat tiga fase perkembangan: kelahiran, pertumbuhan, dan kedewasaan. Pada fase ketiga, yakni kedewasaan (*maturity*), sebuah institusi berada pada fase yang paling kritis, di mana ia bisa berkembang tetapi juga bisa tumbang. Dalam fase paling krusial ini, solusi terbaik adalah melakukan inovasi dan proaktif dalam merespon serta beradaptasi (Sallis, 1993: 80).

Kerangka umum dalam memahami perubahan, menurut Hersey dan Blanchard (1993), adalah terutama tertelak pada dua hal yaitu diagnosis dan implementasi. Perubahan yang super cepat di era global membawa konsekuensi bahwa program pendidikan juga harus mampu mengikutinya dalam konteks kekinian dan kemendatangan. Tantangan utama dalam menghadapi perubahan-perubahan yang amat cepat itu ialah adanya kenyataan bahwa pada hakikatnya sebagian besar dari kita enggan untuk berubah. Perubahan sering diartikan sebagai bentuk ancaman (Suyanto, 2006).

Hal tersebut bersesuaian dengan paradigma *service-dominant logic* (SDL), di mana seluruh proses relasi transaksional dimaknai sebagai layanan (*service*) dan diorientasikan untuk penciptaan nilai secara bersama-sama (*value co-creation*). Dengan kata lain, dalam penciptaan nilai tersebut, menurut paradigma SDL, seluruh aktor yang terlibat berfungsi dalam mengintegrasikan sumber daya dengan memerhatikan faktor-faktor lainnya yang tersedia (Vargo dan Lusch, 2011).

Salah satu indikasi terjadinya proses *co-creation*, dalam arti layanan perguruan tinggi tersebut menghasilkan karya/prestasi akademis, ditunjukkan oleh Fakultas Bisnis Harvard (*Harvard Business School*), Universitas Harvard di Amerika

Serikat. Karya maupun prestasi akademis perguruan tinggi ini yang berasal dari penerbitan atau publikasi ilmiah menyumbang pendapatan kampus sebanyak 28,32%), *endowment* (sejenis wakaf) sekitar 17,51%, dan uang kuliah (SPP) dari mahasiswa yang, meskipun terkesan mahal bagi sebagian orang, ternyata hanya menyumbang sekitar 39,14 % (Harvard Business School, 2019). Tidak hanya Universitas Harvard yang melakukan pembiayaan dengan model *endowment*, hampir semua perguruan tinggi swasta terkemuka di dunia melakukannya.

Secara demikian, maka proses layanan (*service*) pada perguruan tinggi merupakan proses *value co-creation* (penciptaan nilai secara bersama-sama), yakni keterlibatan aktif antara sipelayan (kampus) dan sipelanggan (mahasiswa) untuk menghasilkan karya/prestasi akademis. Hal ini berbeda dengan sektor industri jasa lainnya, di mana pelanggan relatif pasif dalam melakukan konsumsi. Itulah mengapa, meskipun tetap perlu, sertifikasi manajemen mutu dan bahkan peringkat akreditasi pun kurang mampu merepresentasikan suatu perguruan tinggi yang sebenarnya karena lebih banyak pada urusan teknis-administratif, bukan fokus pada proses penciptaan nilai (*co-creation*).

Terdapat lima alasan mendasar mengapa penelitian tentang “*Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Studi Kasus pada Rumah Tangga Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka,*” menarik untuk dilakukan. *Pertama*, mengikuti perkembangan teori pemasaran, paradigma SDL secara gagasan menarik dan argumentatif dalam menjelaskan kompleksitas pemasaran. Tetapi, secara empirik masih sedikit dari kalangan akademis yang melakukannya dalam penelitian pemasaran, apalagi yang terkait dengan pemasaran perguruan tinggi di masa pandemi COVID-19. Padahal konsep *service* dan terutama *value co-creation*, relevan untuk

melihat kompleksitas dan keunikan pemasaran perguruan tinggi berhadapan dengan realitas baru.

Kedua, meskipun penelitian tentang kualitas pelayanan (*service quality*) sudah banyak dilakukan di hampir semua jenis industri jasa. Kesimpulan dari banyak hasil penelitian tersebut lebih mengarah pada masalah kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan beserta turunannya. Tetapi, kajian empirik tentang *service quality* yang mengaitkannya dengan *value co-creation* (penciptaan nilai secara bersama-sama) dalam situasi Pandemi (COVID-19) pada perguruan tinggi, masih merupakan suatu kajian yang langka.

Ketiga, terjadinya persaingan pemasaran yang semakin ketat antarperguruan tinggi, khususnya PTS, dalam mencari calon mahasiswa baru (CMB), memerlukan kajian pemasaran tersendiri karena mahasiswa bukan hanya sekedar calon pelanggan (*customer*) pasif. Dengan kata lain, mahasiswa dalam menerima layanan kampus bukan merupakan pelanggan yang pasif, melainkan terutama sebagai aktor yang terlibat aktif dalam proses penciptaan nilai (*co-creation*).

Keempat, pendidikan telah menjadi industri yang dipersaingkan sehingga perguruan tinggi sebagai penyedia jasa tidak dapat mengelak dari kegiatan riset pemasaran. Indikasinya jelas, di masa lalu tidak pernah ada perguruan tinggi negeri melakukan promosi untuk menarik calon mahasiswa baru, karena merasa tidak ada pesaingnya. Tetapi saat ini baik PTS maupun PTN berebut pasar yang sama. Kenyataan semacam ini menantang dilakukannya penelitian yang diharapkan dapat menjelaskan kompleksitas dan keunikan penyelenggaraan pendidikan tinggi di masa pandemi COVID-19.

Kelima, dipilihnya Perguruan Tinggi Muhammadiyah, dalam hal ini rumah tangga keluarga mahasiswa UHAMKA sebagai studi kasus, karena keberadaan UHAMKA di epicentrum Pandemi COVID-19 yang paling berisiko, yakni di DKI

Jakarta. Diharapkan dengan mengambil kasus UHAMKA, akan dapat menjadi model mitigasi penyelenggaraan pendidikan tinggi di masa Pandemi COVID-19.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Sejauh mana dampak Pandemi Covid-19 terhadap kondisi sosial ekonomi rumah tangga mahasiswa UHAMKA?
2. Jenis layanan jasa apa saja yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai proses penciptaan nilai (*value co-creation*) selama dan sesudah masa Pandemi Covid-19?
3. Bagaimana penilaian mahasiswa terhadap jenis layanan (*service*) yang diberikan oleh UHAMKA selama masa Pandemi Covid-19?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui sejauh mana dampak Pandemi Covid-19 terhadap ketahanan sosial ekonomi rumah tangga mahasiswa UHAMKA.
2. Mengidentifikasi jenis layanan jasa apa saja yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai proses penciptaan nilai (*value co-creation*) selama dan sesudah masa Pandemi Covid-19.
3. Mengevaluasi jenis layanan (*service*) yang diberikan oleh UHAMKA terhadap mahasiswa selama masa Pandemi Covid-19.

Adapaun manfaat penelitian ini, adalah:

1. Secara teoretis, penelitian ini akan memberikan kontribusi konkret terhadap perkembangan paradigma SDL, terutama pada manajemen layanan dan pemasaran untuk perguruan tinggi, berdasarkan kajian empirik.
2. Secara praktis, bagi penyelenggara perguruan tinggi penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pentingnya perubahan dalam tata kelola dan manajemen perguruan tinggi, khususnya PTM (UHAMKA).

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *State of The Art* Penelitian

Dalam penelitian ekonomi pendidikan, *socio economic status* (SES) merupakan variabel yang paling luas digunakan (Sirin, 2005). Hal tersebut terjadi karena nilai barang dan jasa di suatu negara bersifat dinamis akibat inflasi, maka diperlukan skala sosial ekonomi berbasis pendapatan yang selalu harus diperbarui. Dalam hal ini, pengukuran indeks sosial ekonomi yang menggambarkan status sosial ekonomi memainkan peran penting dalam memprediksi status kesehatan, keterjangkauan layanan kesehatan masyarakat, dan kapasitas pemanfaatannya untuk layanan kesehatan (Pandey et al, 2019). Hal yang sama juga dapat digunakan untuk mengetahui keterjangkauan sebuah layanan pendidikan.

Tingkat status sosial ekonomi orang tua tidak memainkan peran penting dalam pencapaian prestasi mahasiswa, tetapi tingkat pendidikan dan tingkat kesehatan orang tua berpengaruh besar dalam pencapaian belajar mahasiswa karena tersedia beasiswa misalnya. Bahkan, dalam kasus di India, mahasiswa dari keluarga kaya pun, yang seharusnya dapat bersekolah di kampus-kampus swasta yang mahal, justru memilih perguruan tinggi negeri yang bermutu dan yang disubsidi oleh pemerintah, karena terpengaruh oleh status pendidikan orang tuanya (Singh, 2014). Dalam beberapa kasus, hal yang hampir sama juga terjadi di Indonesia.

2.2 Kebaruan Penelitian

Ada 3 (tiga) hal yang menjadi kebaruan pada penelitian ini yang nantinya akan menjadi *blueprint* rekomendasi kebijakan pengembangan UHAMKA dalam mengantisipasi *era new normal*, antara lain dalam hal:

1. Skenario model kompensasi untuk keberlangsungan studi mahasiswa UHAMKA berbasis SDL di masa Pandemi COVID-19,
2. Evaluasi dan skenario model pelayanan (*service*) untuk keberlangsungan studi (proses kegiatan belajar mengajar) mahasiswa UHAMKA berbasis SDL di masa Pandemi COVID-19.

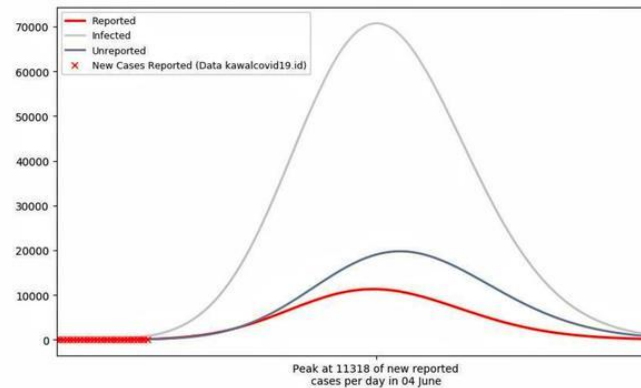
2.3 Kajian Literatur

Secara historis, Pandemi global telah mengubah perilaku ekonomi individu baik di tempat kerja maupun di ruang publik, dan secara “telak” telah pula meruntuhkan pertumbuhan ekonomi global. Secara ekonomi, tidak ada permodelan dan metodologi yang konsisten dan diterima secara luas dalam mengestimasi dampak Pandemi (Nita *et al*, 2018). Namun yang pasti, munculnya Pandemi telah mengakibatkan hilangnya pendapatan, menurunnya produktivitas, dan secara meluas telah mendisrupsi aktivitas ekonomi (Fan *et al*, 2018).

Merujuk hasil penelitian dari Alumni Matematika Universitas Indonesia (2020), yang menghasilkan tiga skenario Pandemi Covid-19, hal mana dapat digunakan sebagai variabel prediksi lamanya Pandemi yang memengaruhi keberlangsungan pendidikan mahasiswa dan keberadaan institusi PTM (UHAMKA). Berdasarkan fungsi laju interaksi antarmanusia yang dibuat, para peneliti mencoba memetakan tiga skenario berikut ini:

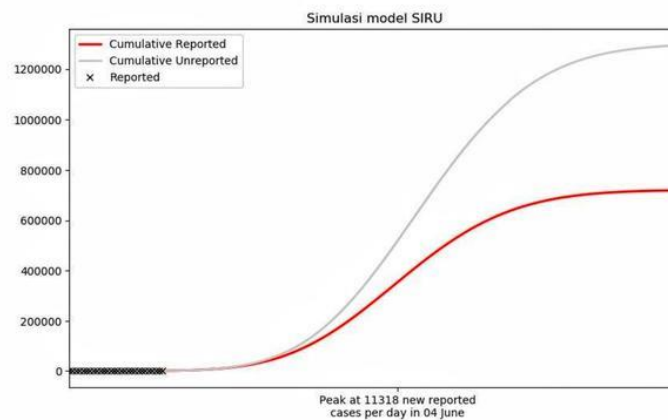
Skenario 1

Skenario 1 - Tren Laju Kasus Covid-19 di Indonesia



Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Skenario 1 - Model SIRU pada Kasus Covid-19 di Indonesia

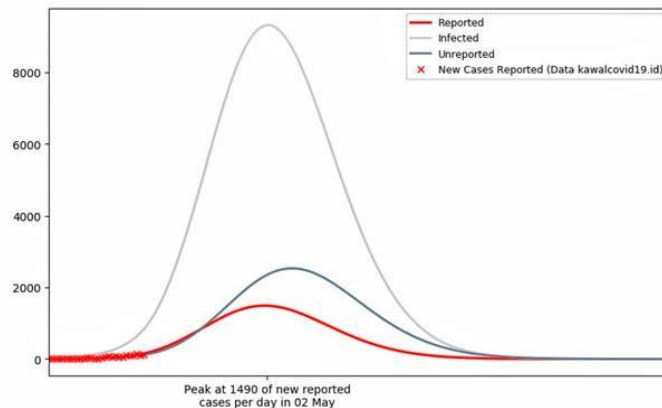


Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Per 1 April 2020 tidak ada kebijakan tegas dan strategis dalam mengurangi interaksi antarmanusia. Puncak pandemi akan terjadi pada 4 Juni dengan 11.318 kasus positif baru dan akumulasi kasus positif mencapai ratusan ribu kasus. Akhir pandemi akan berlangsung antara akhir Agustus dan awal September.

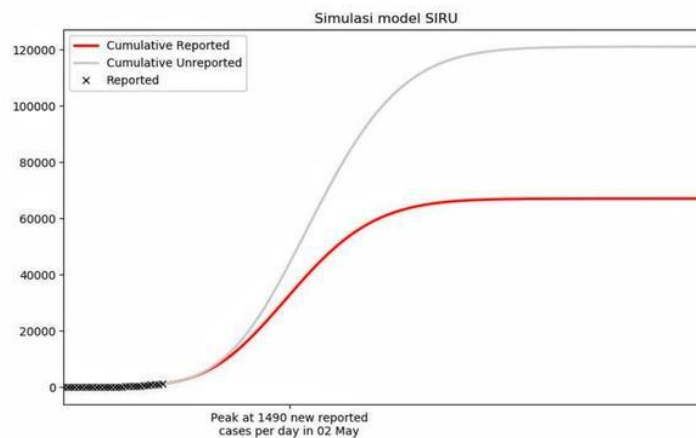
Skenario 2

Skenario 2 - Tren Laju Kasus Covid-19 di Indonesia



Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Skenario 2 - Model SIRU pada Kasus Covid-19 di Indonesia

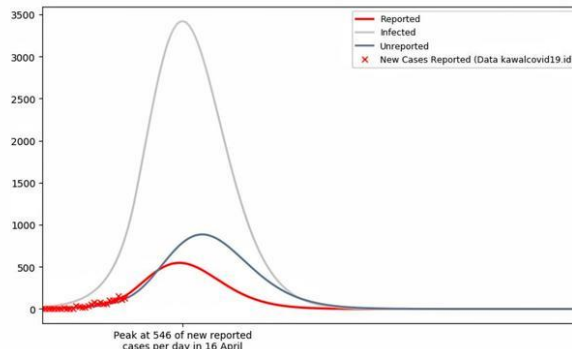


Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Per 1 April 2020 sudah ada kebijakan tetapi kurang tegas dan kurang strategis dalam mengurangi interaksi antarmanusia, serta masyarakat tidak disiplin menerapkan *physical distancing*. Puncak pandemi akan terjadi pada 2 Mei dengan 1.490 kasus positif baru dan akumulasi kasus positif mencapai 60.000 kasus. Akhir pandemi akan berlangsung antara akhir Juni dan awal Juli.

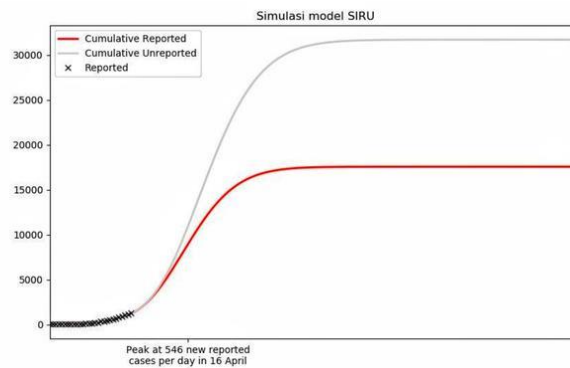
Skenario 3

Skenario 3 - Tren Laju Kasus Covid-19 di Indonesia



Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Skenario 3 - Model SIRU pada Kasus Covid-19 di Indonesia



Sumber: Hidayat (2020), <https://www.liputan6.com>

Per 1 April sudah ada kebijakan tegas dan strategis dalam mengurangi interaksi antarmanusia, serta masyarakat disiplin menjalankan physical distancing. Puncak pandemi akan terjadi pada 16 April dengan 546 kasus positif baru dan akumulasi kasus positif mencapai 17.000 kasus. Akhir pandemi akan berlangsung antara akhir Mei dan awal Juni. Terakhir, para peneliti menekankan bahwa model ini masih bersifat dinamis dan bergantung pada pemerintah dan masyarakat (Liputan 6, 2020).

Beberapa penelitian mengenai layanan institusi perguruan tinggi telah dilakukan dengan beragam perspektif. Misalnya penelitian yang mengaitkan layanan kampus dengan tingkat kepuasan mahasiswa (Kara dan DeShields, 2004); tingkat kepuasan dosen dan mahasiswa (Kroncke, 2006); dan juga Garcí'a-Aracil (2009); mahasiswa sebagai pelanggan (Watjatrakul, 2009); *co-creation* mahasiswa dengan atribut geografis (Reinhardt, 2011). Sedangkan penelitian yang menggunakan perspektif SDL di luar sektor pendidikan, misalnya mengenai partisipasi pelanggan dalam perbaikan layanan, oleh Dong, Evans, dan Zou (2008); faktor-faktor SDL pada industri pariwisata (Shaw, Bailey, Williams, 2011); partisipasi pelanggan dalam industri keuangan (Chan, Yim, dan Lam, 2010).

Pertama kali pemikiran SDL ini dikemukakan oleh Stephen Vargo dan Lusch (2004, 2006, 2008). Paradigma SDL yang dikemukakannya komprehensif dan argumentatif, terutama dalam mengkritisi paradigma lama yang digunakan dalam pemasaran. Bahwa pemasaran merupakan sebuah sistem layanan (*service*) yang dibangun atas beberapa premis atau proposisi. Nilai proposisi-proposisi inilah yang membedakan dengan paradig lama, yakni melihat adanya pertukaran barang/jasa. Sedangkan pada SDL semuanya dimaknai sebagai layanan. Terdapat 10 premis yang mendasari SDL, sebagaimana tampak dalam tabel berikut (Vargo, Maglio, dan Akaka, 2008). Secara ringkas gagasan SDL dapat dijelaskan melalui beberapa premis berikut ini.

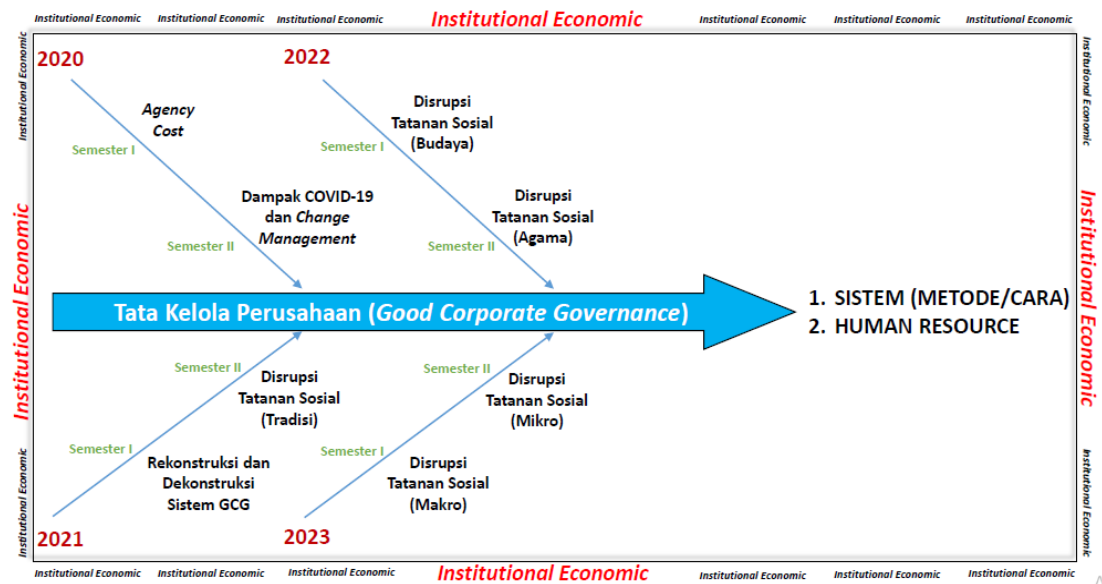
Foundational Premises of S-D Logic

Premise Number	Foundational Premise
FP1	<i>Service is the fundamental basis of exchange.</i>
FP2	<i>Indirect exchange masks the fundamental basis of exchange.</i>
FP3	<i>Goods are a distribution mechanism for service provision.</i>
FP4	<i>Operant resources are the fundamental source of competitive advantage.</i>
FP5	<i>All economies are service economies.</i>
FP6	<i>The customer is always a co-creator of value.</i>
FP7	<i>The enterprise can-not deliver value, but only offer value propositions.</i>
FP8	<i>A service-centered view is inherently customer oriented and relational.</i>
FP9	<i>All social and economic actors are resource integrators.</i>
FP10	<i>Value is always uniquely and phenomenologically determined by the beneficiary.</i>

Paradigma SDL sejalan dengan definisi pemasaran meskipun didefinisikan dengan beragam pengertian. Kotler dan Armstrong (2008:5) misalnya, mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu atau kelompok untuk mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen melalui kreasi dan pertukaran nilai produk/jasa. Dengan demikian, definisi ini memuat: (1) Proses sosial; (2) Proses manajerial; dan (3) Pertukaran nilai untuk membeli produk atau jasa. Sedangkan *the American Marketing Association* (AMA) mendefinisikan lebih komprehensif, yakni meliputi proses perencanaan dan konsepsi keputusan, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk dipertukarkan guna memuaskan individu dan tujuan organisasi (Brassington, 2006: 7).

2.4 Roadmap Penelitian

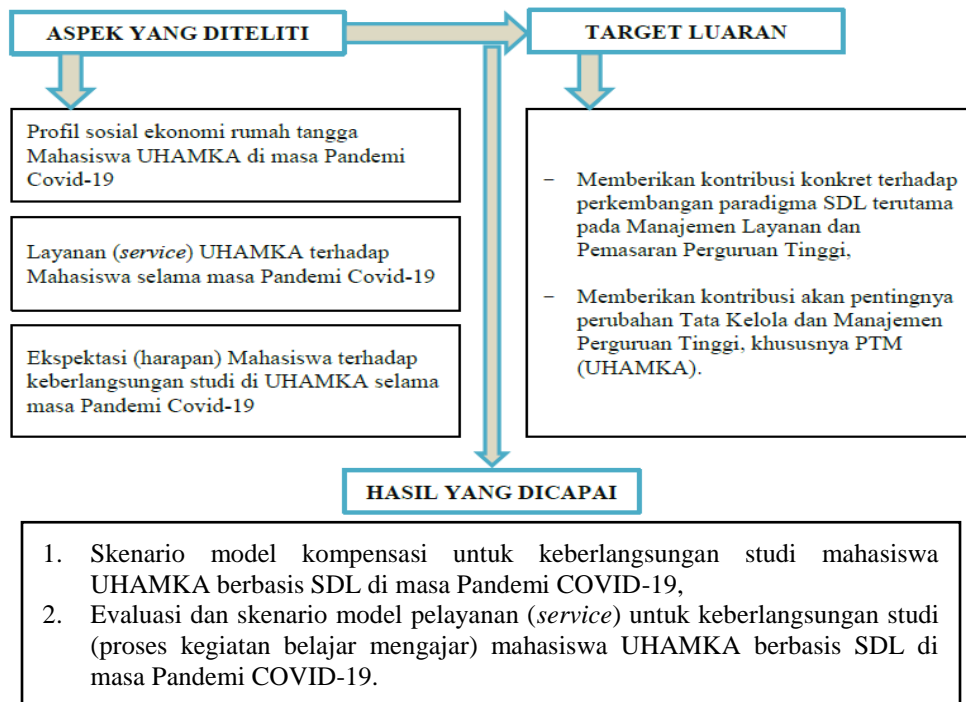
Adapun *roadmap* penelitian ini dikonstruksikan kepada Ekonomi Kelembagaan (*Institutional Economic*) dengan Pendekatan Multi-Disiplin, mengacu kepada Williamson (2000). Ekonomi Kelembagaan ini akan difokuskan pada Sistem Tata Kelola Perusahaan (*Good Corporate Governance*) yang diorientasikan dalam kurun waktu 4 tahun dengan *time schedule* sebagai berikut:



BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

Alur penelitian ini adalah sebagai berikut:



Intinya adalah dalam sistem layanan pemasaran terdapat dua aktor utama, yakni pihak produsen sebagai penyedia jasa (kampus) dan pihak pelanggan sebagai pengguna jasa (mahasiswa). Tetapi, mengikuti paradigma SDL, maka kedua aktor tersebut melakukan kolaborasi atau kerja sama dalam penciptaan nilai (*value co-creation*). Jadi, pertama-tama akan diuraikan aktor dan faktor-faktor yang terlibat dalam proses penciptaan nilai tersebut.

3.2 Lokasi Penelitian

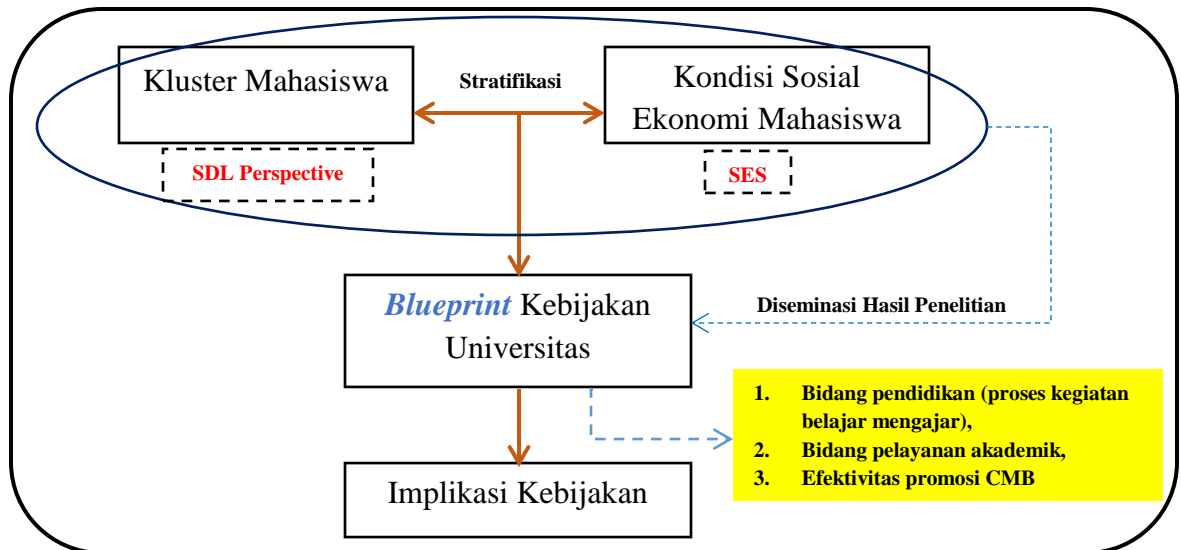
Penelitian ini dilakukan kepada responden (mahasiswa) yang berasal dari 10 Fakultas yang ada di UHAMKA dan tersebar di Provinsi DKI Jakarta.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* (*snowball sampling*) untuk masing-masing fakultas di UHAMKA dengan jumlah sampel penelitian sebesar ± 2.800 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan 2 (dua) cara yaitu: *Pertama*, menyebar angket (kuesioner) melalui *platform* “*google form*” untuk pengambilan data primer dan *Kedua*, telaah dokumen keuangan UHAMKA sebagai data sekunder. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: (1) Statistika Deskriptif; (2) *Importance Performance Analysis*. Pemodelan terhadap data menggunakan metode simulasi dengan bantuan *software Matlab*.

3.4 Desain Penelitian

Penelitian ini didesain ke dalam bentuk pemodelan sebagai berikut:



3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan unit analisis atau unit kasus yang terkumpul dalam berbagai kelas atau kategori yang membentuk suatu variabel (Hays, W.L., 1981:120). Unit analisis yang digunakan pada penelitian adalah seluruh mahasiswa UHAMKA yang berasal dari 10 Fakultas di UHAMKA.

Total keseluruhan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 2.817 orang mahasiswa UHAMKA (responden). Total distribusi sampel tersebut dapat dianggap mewakili perkiraan informasi (*representative*) dalam pengukuran variabel yang digunakan dari keseluruhan informasi yang ingin diteliti pada seluruh distribusi populasi yang ada (Hays, W.L., 1981:121). Distribusi sampel tersebut berasal dari:

1. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Fakultas Teknik
4. Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan
5. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
6. Fakultas Farmasi dan Sains
7. Fakultas Agama Islam
8. Fakultas Psikologi
9. Fakultas Kedokteran
10. Pascasarjana

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan atau membagikan kuesioner kepada 2.817 responden (seluruh mahasiswa UHAMKA) dengan menggunakan *platform google form*. Responden diminta mengisi sendiri kuesioner sesuai dengan penilaian dan persepsi yang dirasakannya. Metode ini dinilai efektif karena peneliti meyakini bahwa responden yang dipilih memahami dan mengetahui dengan baik tentang setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam kuesioner.

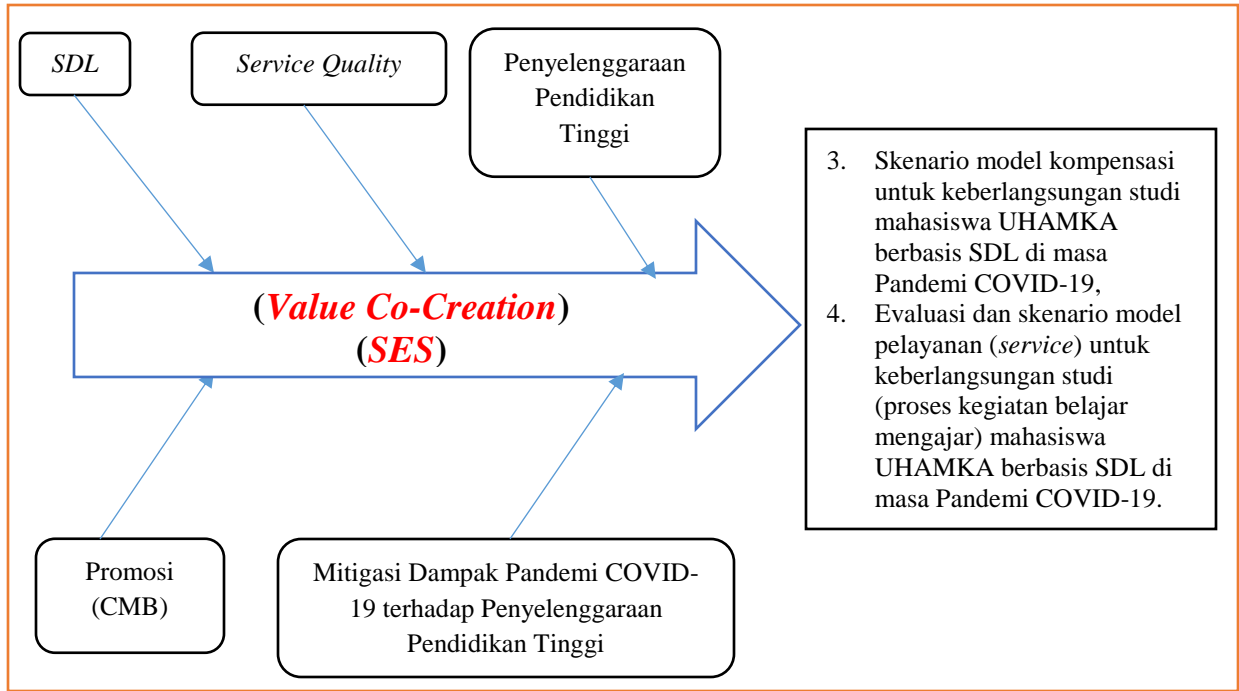
3.7 Indikator Capaian Hasil Penelitian

No	Nama Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
1	Pembuatan Instrumen Penelitian	√					
2	Pengumpulan dan Input Data Primer dan Sekunder		√				
3	Pengolahan Data oleh Operator		√				
4	Analisis Data oleh Tim Peneliti		√				
5	Diseminasi Hasil Penelitian (di hadapan Akademisi UHAMKA)		√				
6	Penyusunan Laporan Hasil Penelitian		√	√			
7	Penulisan Jurnal Penelitian (Publikasi Ilmiah)				√	√	
8	Pembuatan Bahan Ajar (Monograf dan Studi Kasus)					√	√
9	HKI					√	√

Keterangan:

- √ = Terlaksana
- √ = Proses Penyelesaian
- √ = Belum Terlaksana

3.8 Fishbone Penelitian



BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian

UHAMKA adalah perubahan bentuk dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Jakarta dengan nama awal Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG). PTPG ini diresmikan pada tanggal 25 Rabiul Awal 1377 H/18 November 1957 M, dengan para pendiri di antaranya adalah Arso Sosroatmodjo (Ketua) dan HS Prodjokusumo (Sekretaris). Sejalan dengan kebijakan pemerintah, pada tahun 1958 PTPG berubah menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) yang menginduk kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ). Pada tahun itu juga, FKIP dipercaya oleh Jawatan Pendidikan Agama, Kementerian Agama, untuk mendidik pegawainya agar menjadi guru PGA yang bermutu.

Pada tahun 1965, FKIP UMJ berdiri sendiri dengan nama IKIP Muhammadiyah Jakarta (IKIP-MJ) dan pada tahun 1979 sampai dengan tahun 1990 mendapat kepercayaan dari pemerintah untuk mengelola Program Diploma Proyek Pendidikan Tenaga Kependidikan. Selanjutnya tahun 1990 hingga tahun 1997 IKIP-MJ mendapat kepercayaan untuk mengelola Program Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PGSD). Program D2 PGSD kemudian berlanjut hingga tahun 2007, bahkan pada tahun 2007 UHAMKA (perubahan nama dari IKIP-MJ ke UHAMKA sejak tahun 1997) diberikan kepercayaan untuk menyelenggarakan Program PGSD S1 Reguler maupun Program Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Selain itu, UHAMKA juga diberikan kepercayaan untuk melaksanakan Program Sertifikasi Guru dan Pendidikan Profesi Guru, kepercayaan ini sangat mengesankan dan membesarkan hati karena

hanya diberikan kepada sedikit perguruan tinggi swasta di Indonesia yang jumlahnya sangat banyak.

Para pengelola IKIP-MJ melihat bahwa IKIP Muhammadiyah Jakarta perlu ditingkatkan terus peranannya untuk turut serta menyediakan SDM yang berkualitas, baik di bidang kependidikan maupun non-kependidikan, karena itu salah satu upaya yang ditempuh adalah dengan mengkonversi IKIP Muhammadiyah Jakarta menjadi Universitas. Untuk itu dibentuk Tim Konversi Universitas yang diketuai oleh Prof. Drs. H. Sudarno Sinduwiryo, M.Ed. Setelah melalui berbagai proses, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan melalui Dirjen DIKTI Depdikbud memutuskan dan menetapkan perubahan bentuk IKIP-MJ menjadi Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA dengan Keputusan Dirjen Dikti Depdikbud No. 138/DIKTI/Kep/1997, tanggal 30 Mei 1997.

Ikhwal penggunaan Prof. DR. Haji Abdul Malik Karim Amrullah (lebih populer dan familier disapa HAMKA) sebagai nama perguruan tinggi ini berdasarkan persetujuan pihak keluarga besar Buya HAMKA dengan Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang ditandasahkan melalui nota kesepahaman secara tertulis. Nama Prof. DR. HAMKA dipilih karena tokoh ini memiliki spirit yang luar biasa dalam belajar mandiri (autodidak), tuntas, dan berlangsung sepanjang hayat. Prof. DR. HAMKA merupakan sosok multi-dimensi dalam beragam kepakaran, yaitu ulama yang intelektual, intelektual yang ulama, seorang sastrawan yang piawai dan unik, sekaligus seorang wartawan dan mubaligh Muhammadiyah yang ulung. Ketokohan Buya HAMKA semakin kokoh dengan pengangkatan beliau sebagai Pahlawan Nasional pada tahun 2011.

Penyerahan Keputusan Dirjen Dikti terhadap nama UHAMKA dilakukan oleh Koordinator Kopertis Wilayah III pada tanggal 9 Juni 1997. Selanjutnya diumumkan secara terbuka oleh Ketua PP Muhammadiyah, Dr. HM. Amien Rais, MA. pada acara

Wisuda Sarjana dan Lulusan Program Diploma IKIP-MJ dan Peresmian Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA pada tanggal 11 Juni 1997, di Balai Sidang Jakarta (Jakarta Hilton Convention Centre) sekaligus mengukuhkan Rektor IKIP Muhammadiyah Jakarta, Drs. H. Qomari Anwar, MA. menjadi Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang pertama.

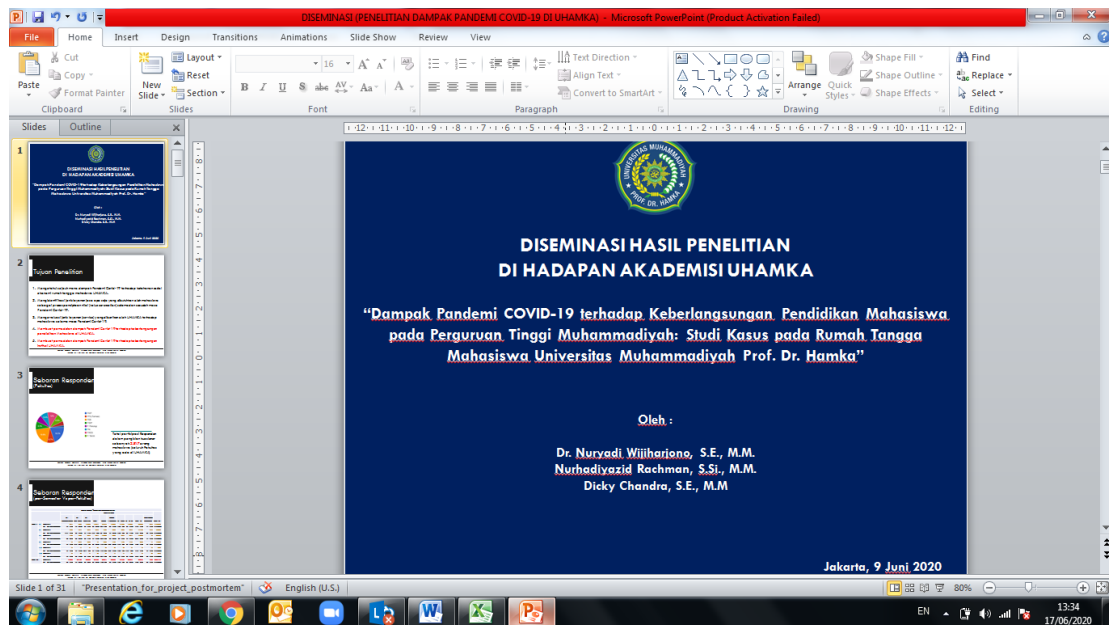
(Sumber: <https://uhamka.ac.id/history/>, diakses 17 Juni 2020)

4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan urgensi penelitian serta kebutuhan dan kepentingan Universitas melalui *decision maker* (Pimpinan UHAMKA), maka, setelah kuesioner penelitian disebarakan (tanggal 27 Mei 2020 s.d. tanggal 6 Juni 2020) kami tim peneliti segera melakukan koordinasi untuk membahas, menganalisa, serta mengolah seluruh data hasil penelitian (dengan jumlah responden sebanyak 2.817 mahasiswa yang berasal dari seluruh fakultas dan sekolah pasca sarjana UHAMKA), lalu dengan segera mengambil beberapa bagian data yang sifatnya krusial (*urgent*) sesuai yang dibutuhkan oleh *decision maker* untuk dijadikan *blueprint* kebijakan yang akan digunakan oleh *decision maker* sebagai dasar *decision process* untuk menghasilkan *decision making* dalam mitigasi dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan mahasiswa UHAMKA dengan memperhatikan kondisi Rumah Tangga Mahasiswa UHAMKA sebelum dan di saat terjadinya pandemi. Sesuai permintaan dan kebutuhan terhadap situasi-kondisi Universitas, maka hasil penelitian yang dimaksud tersebut di atas disampaikan melalui forum ilmiah di hadapan para *decision maker* UHAMKA ke dalam bentuk Diseminasi Hasil Penelitian di Hadapan Akademisi UHAMKA “Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah:

Studi Kasus pada Rumah Tangga Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka” pada hari Selasa tanggal 9 Juni 2020 di Ruang Rapat 1, Lantai 4, Gedung Rektorat UHAMKA.

Berikut hasil pemaparan Diseminasi Hasil Penelitian di Hadapan Akademisi UHAMKA:



DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Paste Cut Copy Paste Format Painter New Slide Section Slides Outline

Font Paragraph Drawing

1 DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

2 Tujuan Penelitian

3 Sebaran Responden

4 Sebaran Responden

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui sejauh mana dampak Pandemi Covid-19 terhadap ketahanan sosial ekonomi rumah tangga mahasiswa UHAMKA.
2. Mengidentifikasi jenis layanan jasa apa saja yang dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai proses penciptaan nilai (*value co-creation*) selama dan sesudah masa Pandemi Covid-19.
3. Mengevaluasi jenis layanan (*service*) yang diberikan oleh UHAMKA terhadap mahasiswa selama masa Pandemi Covid-19.
4. Membuat pemodelan dampak Pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan pendidikan Mahasiswa di UHAMKA.
5. Membuat pemodelan dampak Pandemi Covid-19 terhadap keberlangsungan institusi UHAMKA.

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Indrayanti Bachman, Dicky Chandra)

Slide 2 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:35 17/06/2020

DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Paste Cut Copy Paste Format Painter New Slide Section Slides Outline

Font Paragraph Drawing

1 DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

2 Tujuan Penelitian

3 Sebaran Responden

4 Sebaran Responden

Sebaran Responden (Fakultas)

Fakultas	Persentase
FKIP	8.4%
FFS (Farmasi)	12%
FEB	8.6%
FISIP	19.5%
F Psikologi	19.6%
FIKES	8.7%

Total partisipasi Responden dalam pengisian kuesioner sebanyak **2.817** orang mahasiswa (seluruh Fakultas yang ada di UHAMKA)

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Indrayanti Bachman, Dicky Chandra)

Slide 3 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:35 17/06/2020

DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Font Paragraph Drawing Editing

Slides Outline

Sebaran Responden (per-Semester Vs per-Fakultas)

Smt.	Count	Semester * Fakultas										Total
		Kedokteran	F. Psikologi	F. Teknik	FAI	FEB	(Farmsa)	FIKES	FISIP	FKIP	Sekolah Pasca	
2	Count	41	94	124	121	300	120	178	128	245	33	1382
	% within Semester	3.0%	6.8%	9.0%	8.8%	21.7%	9.3%	12.9%	9.3%	17.7%	1.7%	100.0%
4	Count	74	61	40	87	64	43	84	33	114	33	635
	% within Semester	11.3%	9.3%	6.1%	13.3%	9.8%	6.9%	12.8%	8.1%	17.4%	5.0%	100.0%
6	Count	14	34	33	21	152	48	57	41	159	5	385
	% within Semester	2.4%	5.8%	9.1%	3.6%	26.0%	8.2%	9.7%	7.0%	27.2%	1.0%	100.0%
8	Count	0	20	24	6	25	18	15	13	22	1	144
	% within Semester	0.0%	13.9%	16.7%	4.2%	17.4%	12.5%	10.4%	9.0%	15.3%	0.7%	100.0%
10	Count	0	1	5	2	5	4	4	3	5	9	28
	% within Semester	0.0%	3.6%	21.4%	7.1%	17.9%	14.3%	14.3%	10.7%	10.7%	0.0%	100.0%
14	Count	0	2	1	2	5	1	1	2	7	2	23
	% within Semester	0.0%	8.7%	4.3%	8.7%	21.7%	4.3%	4.3%	8.7%	30.4%	8.7%	100.0%
Total	Count	129	212	245	209	351	244	339	240	350	65	2817
	% within Semester	4.6%	7.5%	8.8%	8.5%	19.6%	8.7%	12.0%	8.3%	19.5%	2.3%	100.0%

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Hadisiddi Bachman, Dicky Chandra)

Slide 4 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:36 17/06/2020

DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Font Paragraph Drawing Editing

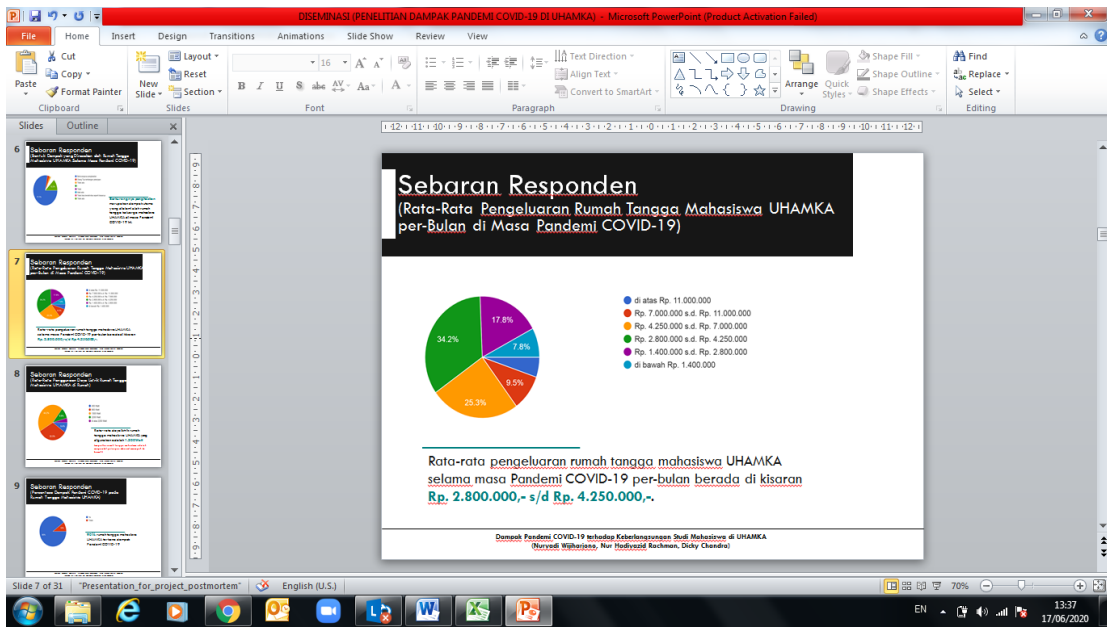
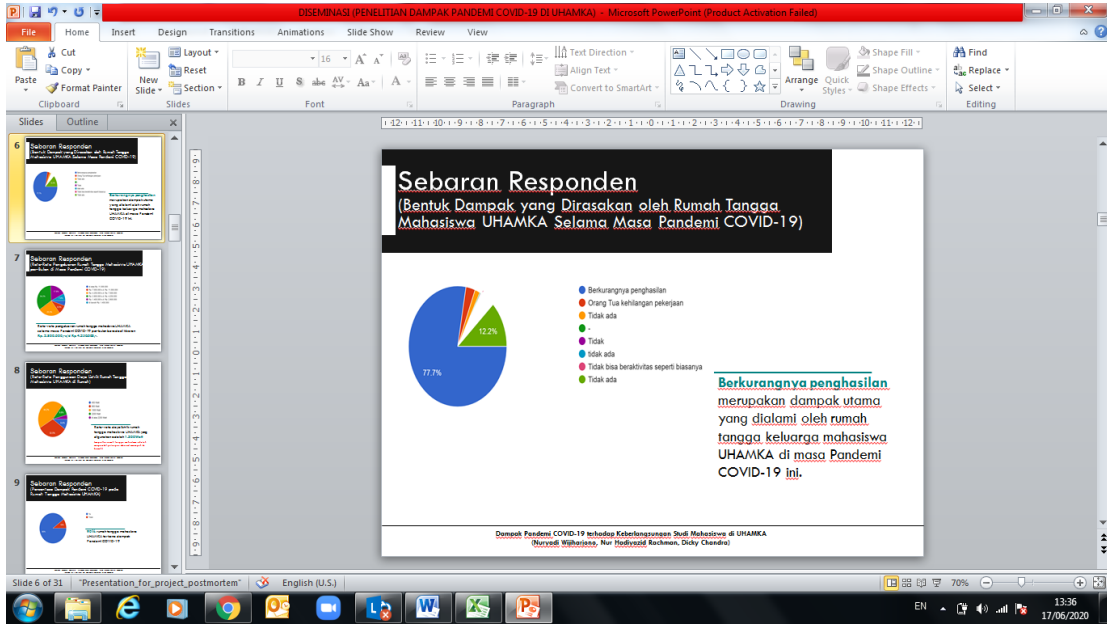
Slides Outline

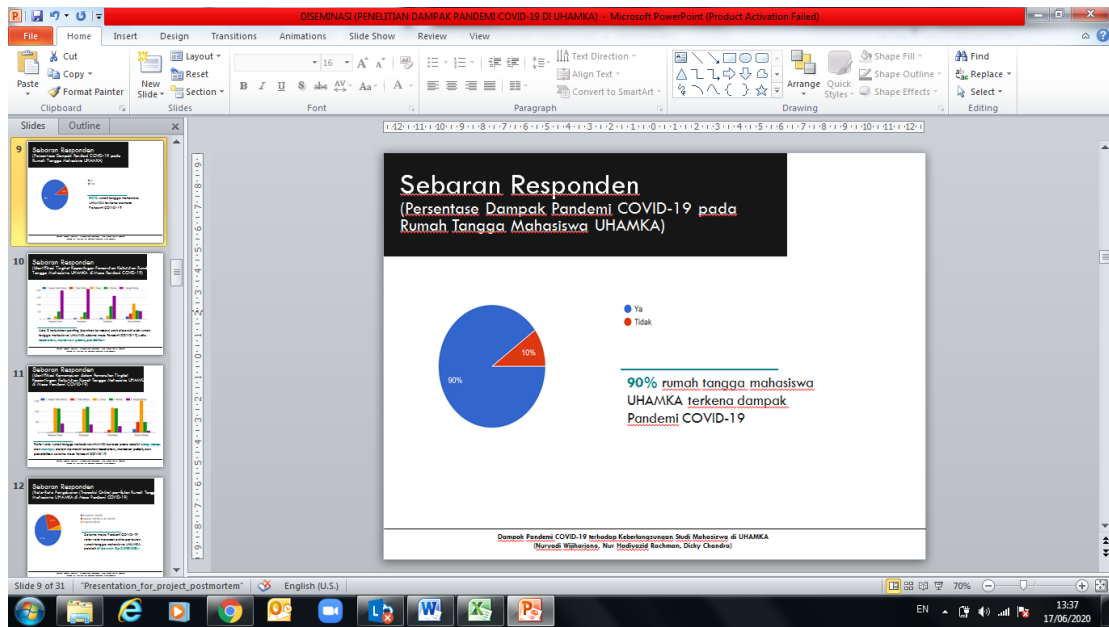
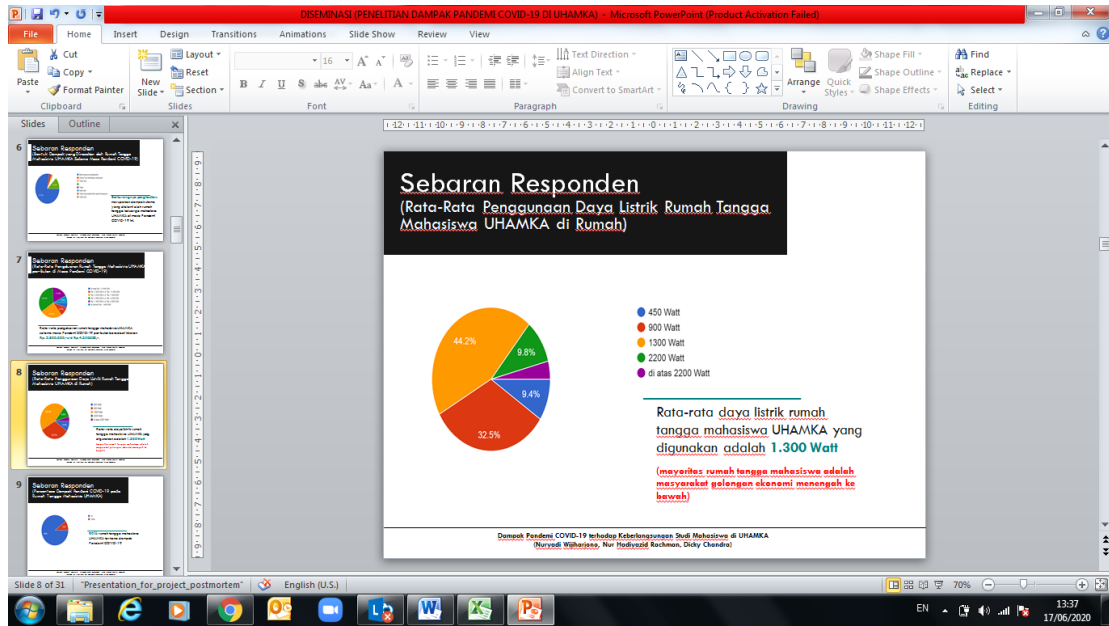
Sebaran Responden (Pihak yang Berpengaruh dalam Pengambilan Keputusan Studi Mahasiswa UHAMKA di Masa COVID-19)

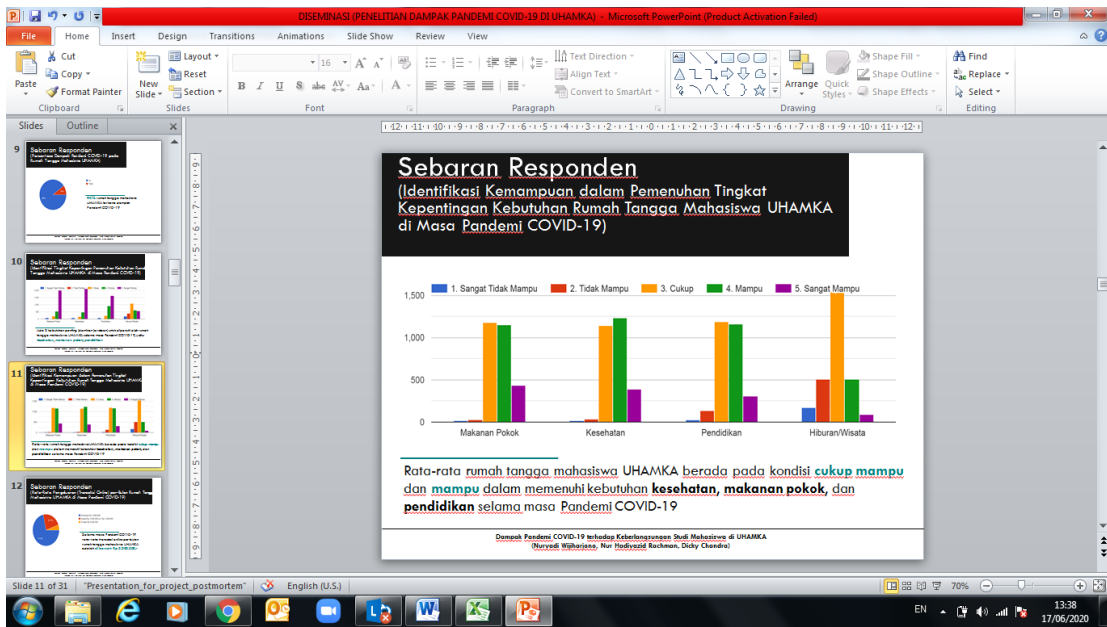
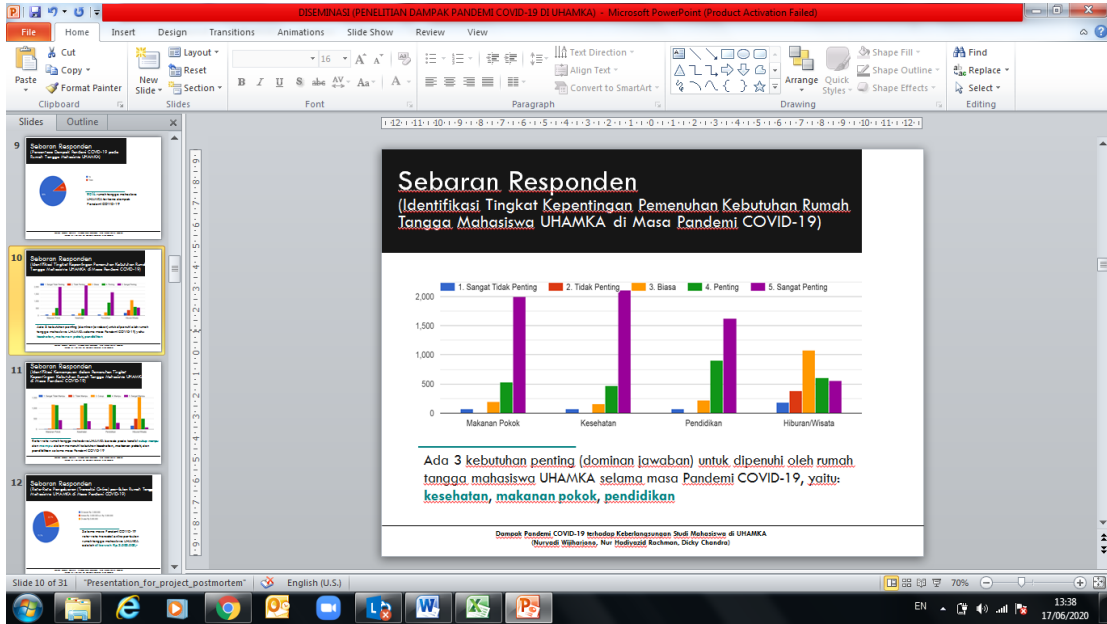
Putusan terhadap keberlanjutan studi mahasiswa UHAMKA di masa Pandemi COVID-19 ini terletak di "tangan" kedua orang tua (Bapak/Ibu) dan mahasiswa.

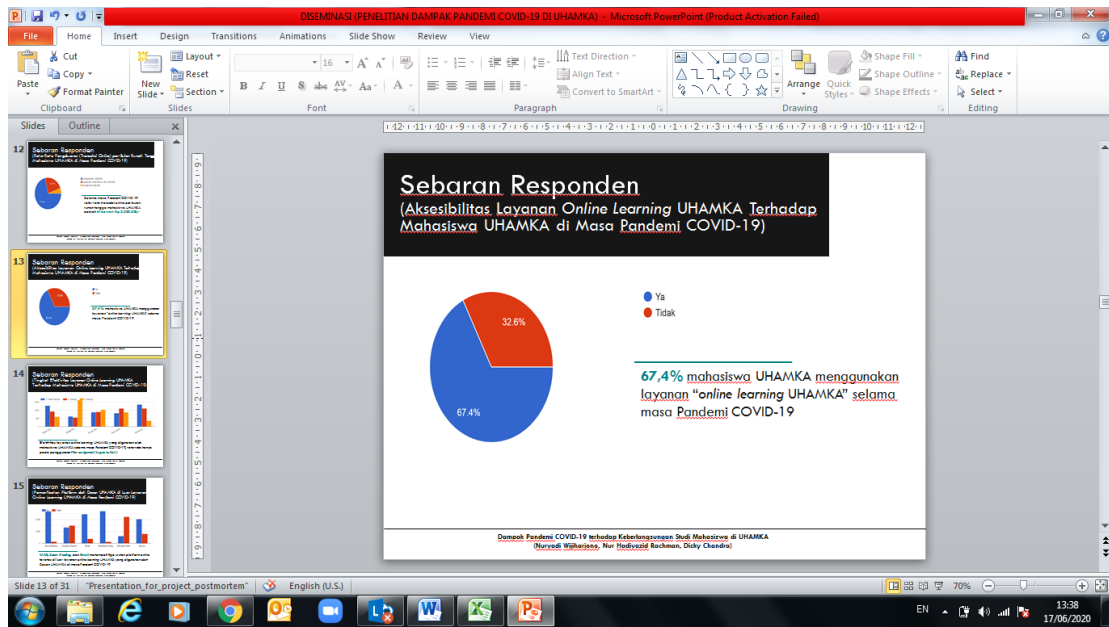
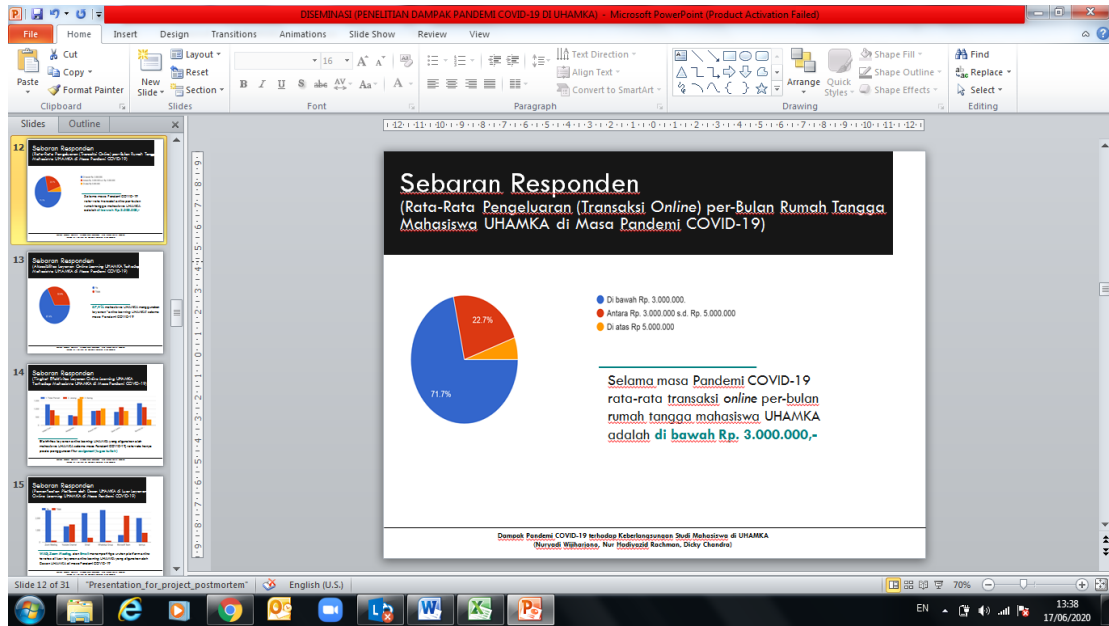
Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Hadisiddi Bachman, Dicky Chandra)

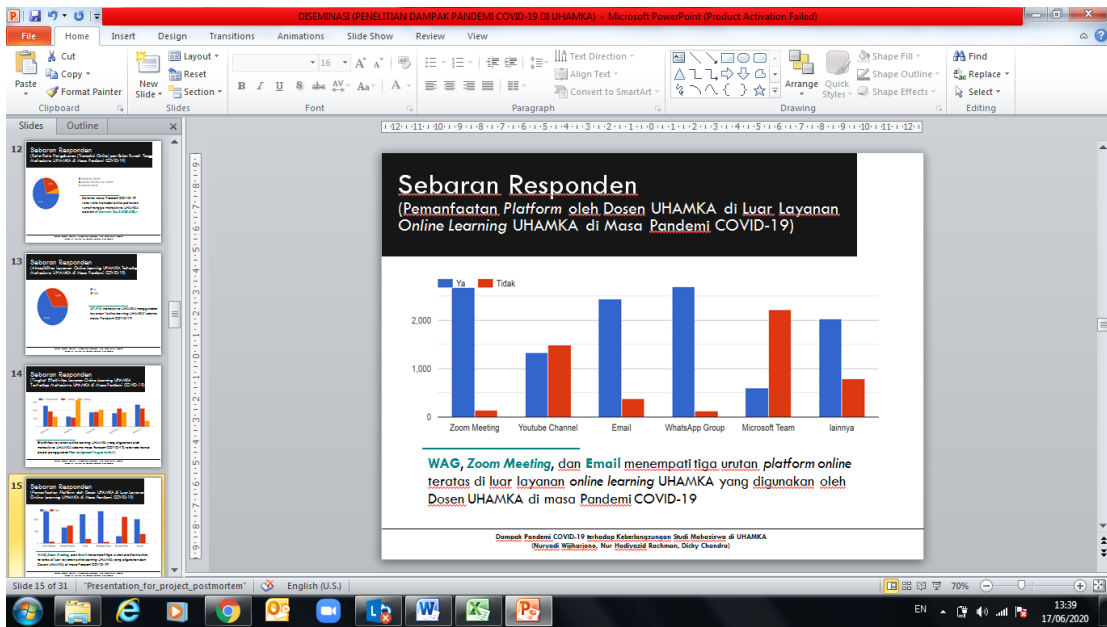
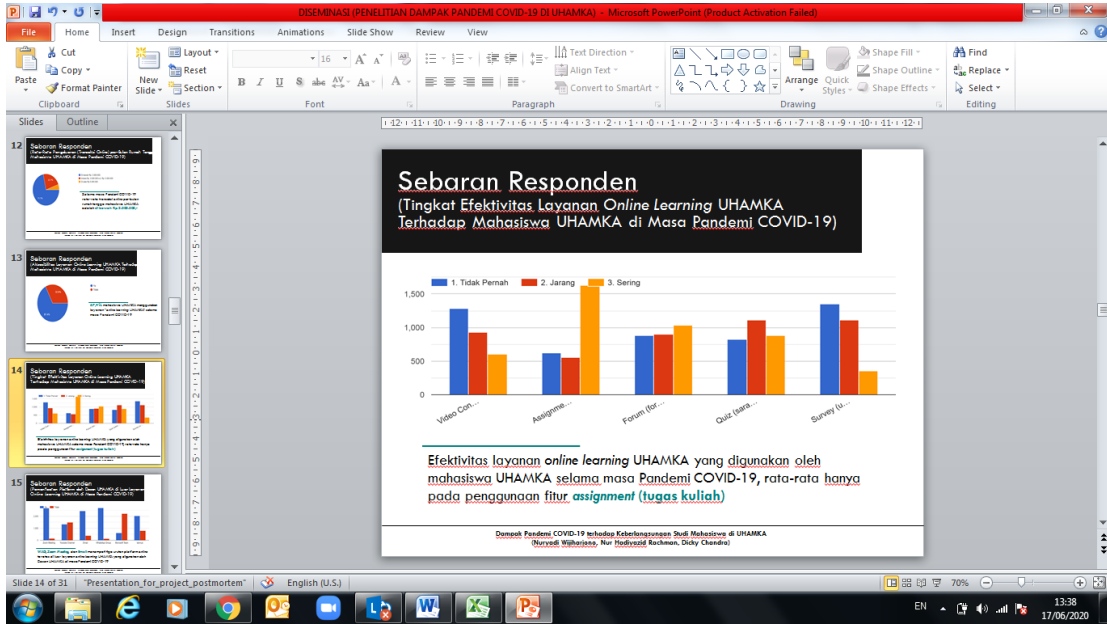
Slide 5 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:36 17/06/2020

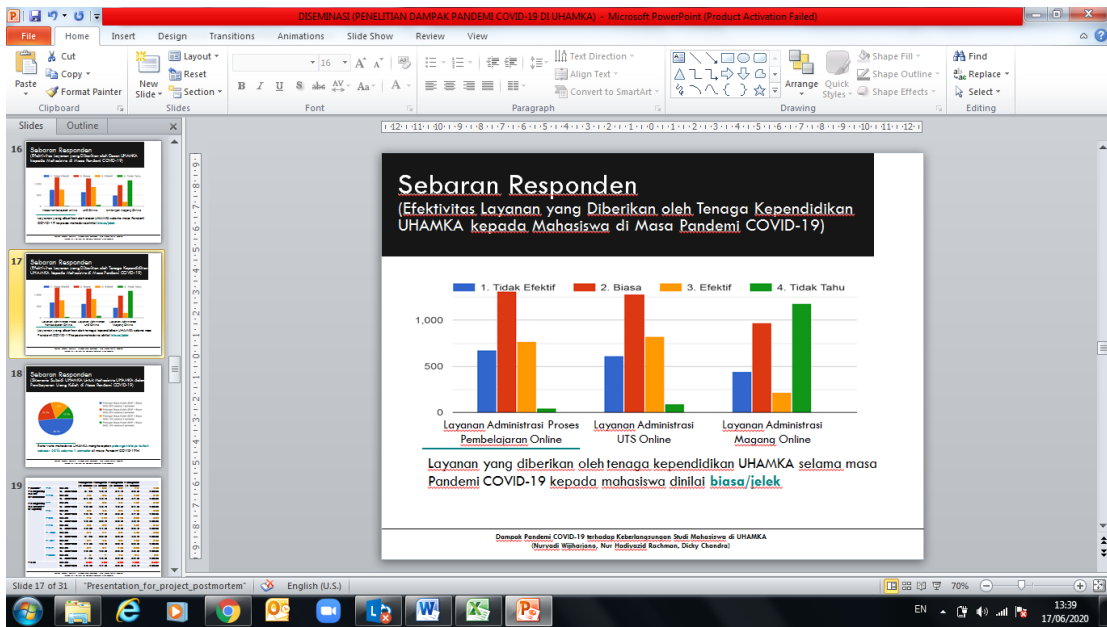
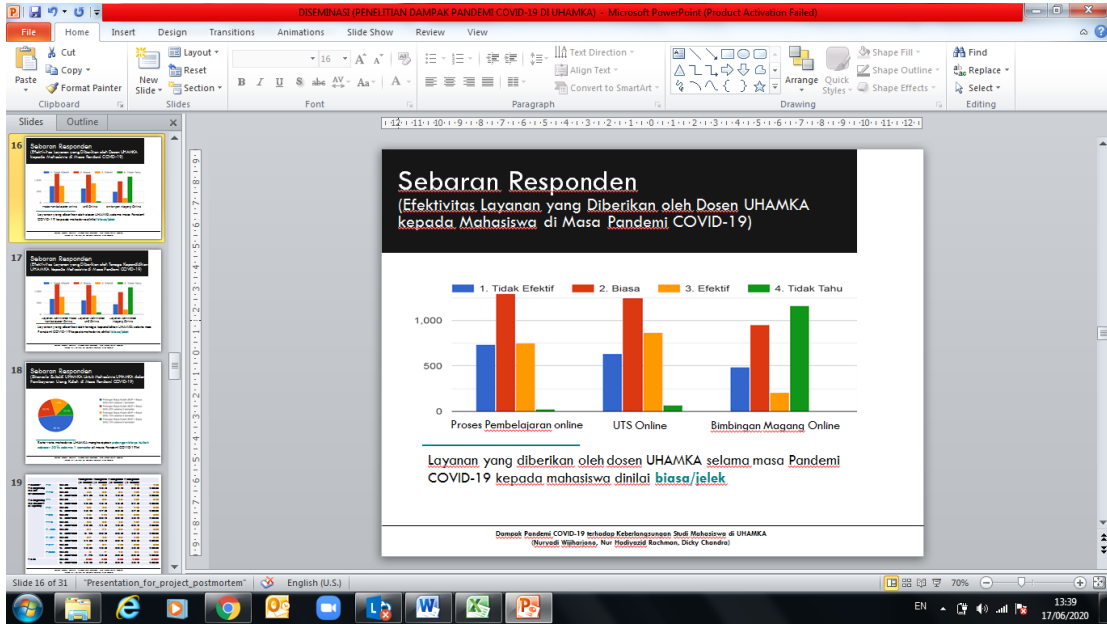


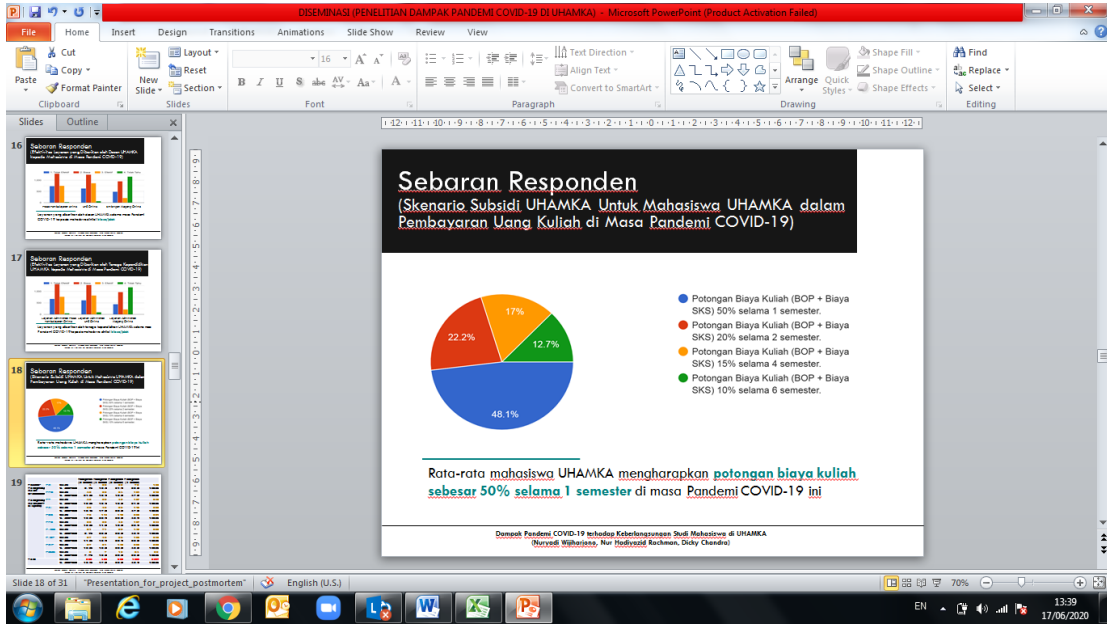












DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

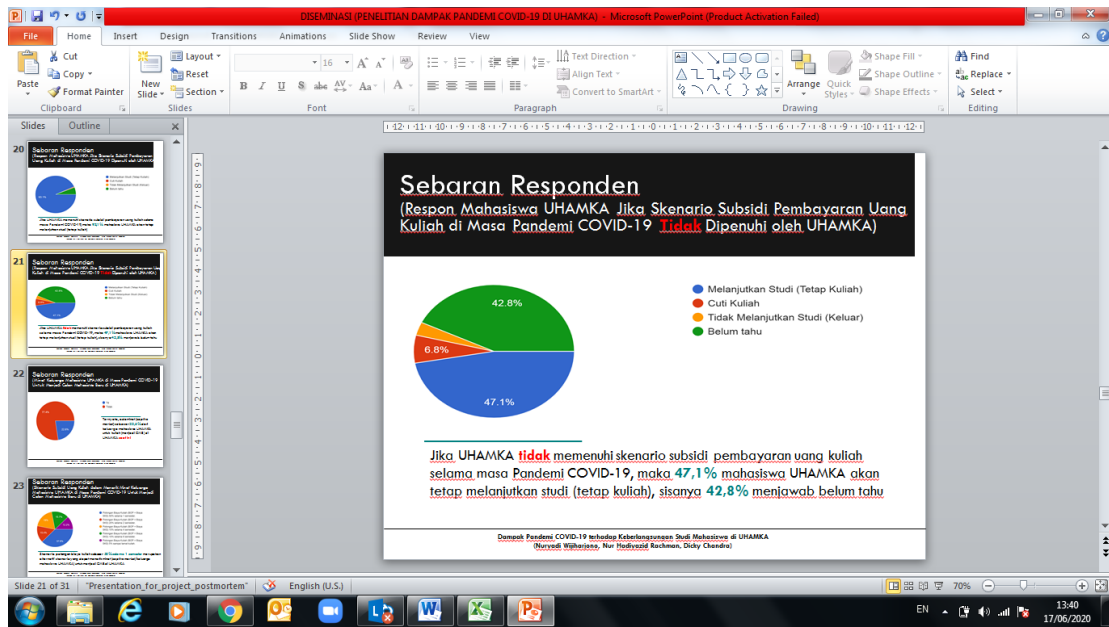
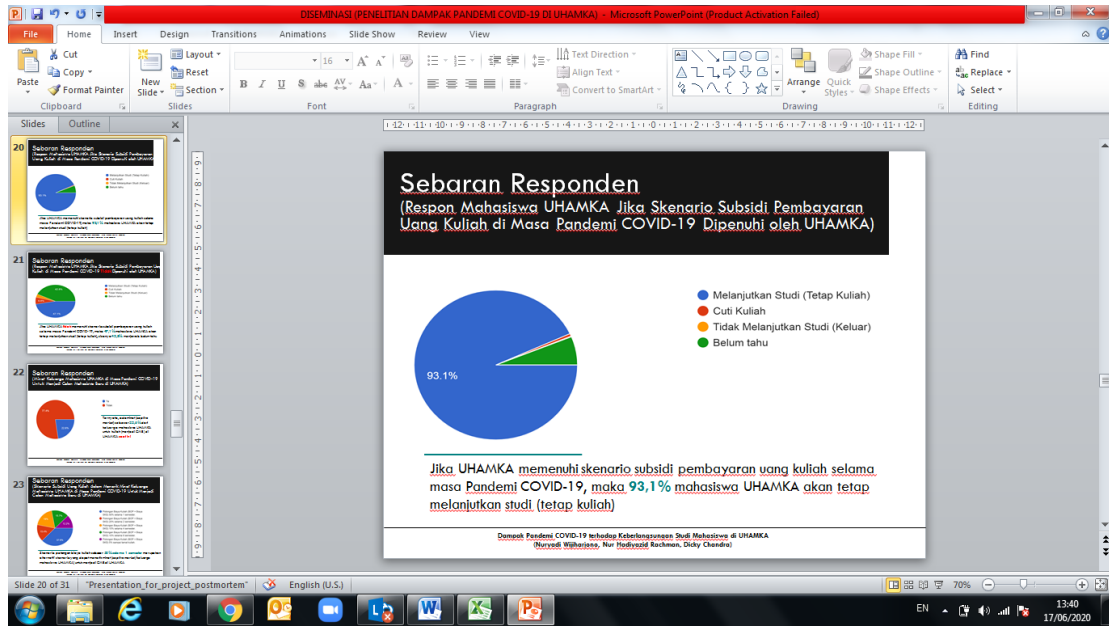
Clipboard Font Paragraph Drawing Editing

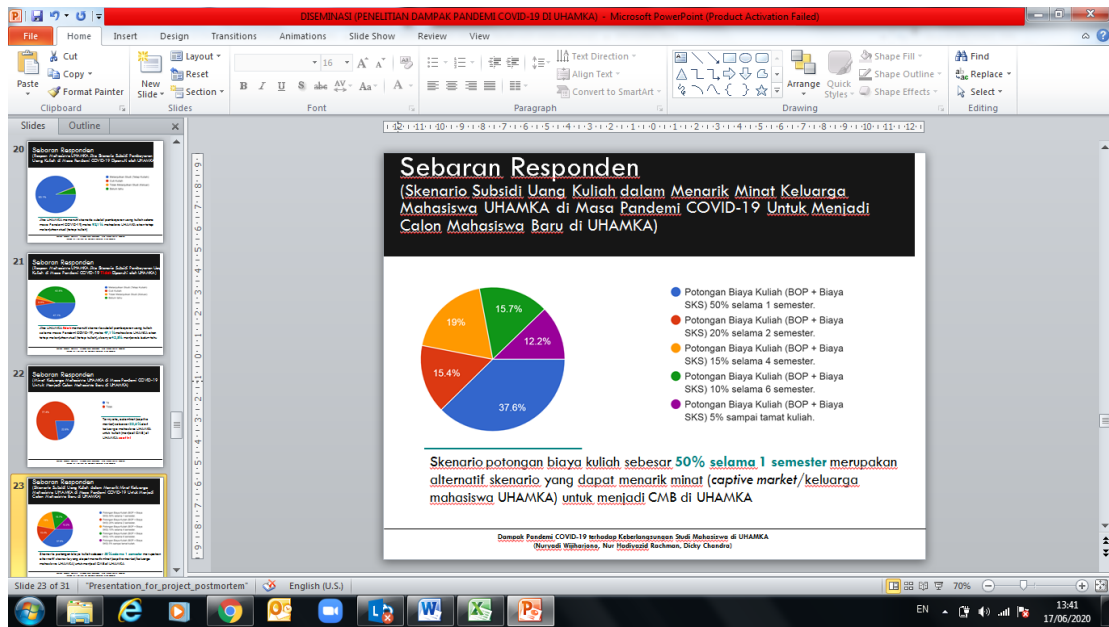
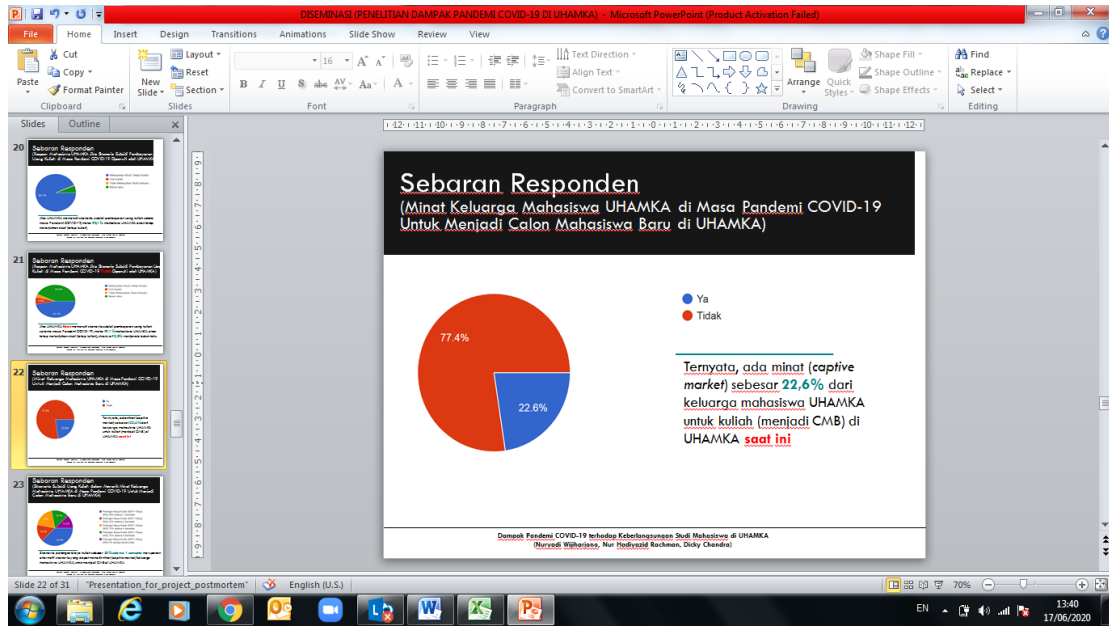
Slides Outline

		Potongan 10% (6 semester)	Potongan 15% (4 semester)	Potongan 20% (2 semester)	Potongan 50% (1 semester)
Fakultas *	Count	4	25	28	72
	% within Fakultas	3.1%	19.4%	21.7%	55.8%
Potongan Biaya Kuliah Crosssubstitusi	Count	45	32	34	101
	% within Fakultas	21.2%	15.1%	16.0%	47.6%
FT	Count	42	30	49	127
	% within Fakultas	16.9%	12.1%	19.8%	51.2%
FAJ	Count	29	42	55	113
	% within Fakultas	12.1%	17.6%	23.0%	47.3%
FEB	Count	75	114	110	252
	% within Fakultas	13.6%	20.7%	20.0%	45.7%
FFS	Count	33	28	46	137
	% within Fakultas	13.5%	11.5%	18.9%	56.1%
FIKES	Count	31	71	89	339
	% within Fakultas	9.1%	20.9%	26.3%	43.7%
FISIP	Count	27	40	53	120
	% within Fakultas	11.3%	16.7%	22.1%	50.0%
FKIP	Count	67	91	142	250
	% within Fakultas	12.2%	16.5%	25.8%	45.5%
Pasca	Count	5	7	19	34
	% within Fakultas	7.7%	10.8%	29.2%	52.3%
Total	Count	358	480	625	1354
	% within Fakultas	12.7%	17.0%	22.2%	48.1%

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberhasilan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Barnad Wibisono, Nur Hafidz Bachman, Dicky Chandra)

Slide 19 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:39 17/06/2020





DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Font Paragraph Drawing Editing

Slides Outline

Sebaran Respon

(Respon Mahasiswa UHAMKA Jika Skenario Subsidi Pembayaran Uang Kuliah untuk Keluarga Mahasiswa UHAMKA (CMB) di Masa Pandemi COVID-19 Dipenuhi oleh UHAMKA)

Respon	Persentase
Ya	91.7%
Tidak	8.3%

Jika skenario potongan biaya kuliah yang diberikan kepada keluarga mahasiswa UHAMKA untuk menjadi CMB di UHAMKA dipenuhi oleh UHAMKA, maka para mahasiswa UHAMKA akan merekomendasikan/menyarankan kepada teman/kerabat/adik kelas untuk kuliah di UHAMKA

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Indrawati Bachman, Dicky Chandra)

Slide 24 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:41 17/06/2020

DISEMINASI (PENELITIAN DAMPAK PANDEMI COVID-19 DI UHAMKA) - Microsoft PowerPoint (Product Activation Failed)

File Home Insert Design Transitions Animations Slide Show Review View

Clipboard Font Paragraph Drawing Editing

Slides Outline

Terima Kasih

uhamka
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Integrity, Priority, Compassion

Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Studi Mahasiswa di UHAMKA
(Nurroddi Wibisono, Nur Indrawati Bachman, Dicky Chandra)

Slide 31 of 31 Presentation_for_project_postmortem English (U.S.) 70% 13:51 17/06/2020

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Secara umum rumah tangga keluarga mahasiswa UHAMKA sebanyak **90% terdampak** Pandemi COVID-19, terutama dalam hal berkurangnya penghasilan. Namun kabar baiknya adalah, hanya sebanyak 3% rumah tangga keluarga mahasiswa yang kehilangan pekerjaan;
2. Di masa Pandemi COVID-19 (Tahun Akademik 2020/2021), potensi ***captive market calon mahasiswa baru (CMB) UHAMKA sebanyak 22,6%*** yang berasal langsung dari keluarga mahasiswa UHAMKA saat ini (*existing*). Dan, jika mahasiswa UHAMKA diberdayakan, maka potensi pasar CMB meningkat menjadi 91,7% yang menggambarkan keberlangsungan institusi UHAMKA di masa-masa mendatang;
3. Sebanyak 32,6% mahasiswa belum memanfaatkan/menggunakan layanan *online learning* UHAMKA selama masa Pandemi COVID-19. Sedangkan dari 67,4% jumlah mahasiswa yang menggunakan layanan *online learning* UHAMKA, sebagian besar **hanya untuk pengumpulan tugas kuliah (*assignment*)**. Dengan kata lain, proses *value co-creation* dalam proses pembelajaran tidak optimal;
4. Jenis layanan UHAMKA yang diberikan baik oleh dosen maupun tenaga pendidikan kepada mahasiswa selama masa Pandemi COVID-19 dinilai **belum efektif (biasa/jelek)**.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian ini, antara lain:

1. Skema subsidi untuk keluarga mahasiswa UHAMKA terdampak Pandemi COVID-19; **potongan biaya kuliah sebesar 50% selama 1 semester** untuk mahasiswa Semester II (kecuali untuk mahasiswa Fakultas Kedokteran dan Fakultas Farmasi). Sedangkan untuk kedua fakultas tersebut sebaiknya menggunakan skema yang berbeda, mengingat mahasiswanya berasal dari keluarga menengah ke atas;
2. Untuk efektivitas penagihan tunggakan (SPP) mahasiswa UHAMKA di masa Pandemi COVID-19 sebaiknya diklasifikasikan berdasarkan lamanya tunggakan:

Kluster	Keterangan	Kebijakan	Konsekuensi
1	Tunggakan 1 Semester	Minimal membayar 80% Minimal membayar 60% Minimal membayar 30%	Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah
2	Tunggakan 2 Semester	Minimal membayar 80% Minimal membayar 60% Minimal membayar 30%	Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah Mengikuti UAS dan Cuti Kuliah
3	Tunggakan lebih dari 2 Semester	Minimal membayar 80% Minimal membayar 60% Minimal membayar 30%	Mengikuti UAS dan Tetap Kuliah Mengikuti UAS dan Cuti Kuliah Mengikuti UAS dan Berhenti Kuliah

3. Berdasarkan potensi *captive market* (CMB), maka data SES (*social economic status*) harus diperbaharui setiap tahun, terintegrasi dengan pengisian data (registrasi) mahasiswa baru dengan penekanan pada aspek-aspek tertentu (diberikan insentif), terutama yang berkaitan langsung dengan CMB tahun berikutnya (profil keluarga). Dengan kata lain,

diperlukan pangkalan data bahkan *big data*, sehingga model SES dapat dioptimalkan untuk keberlangsungan UHAMKA.

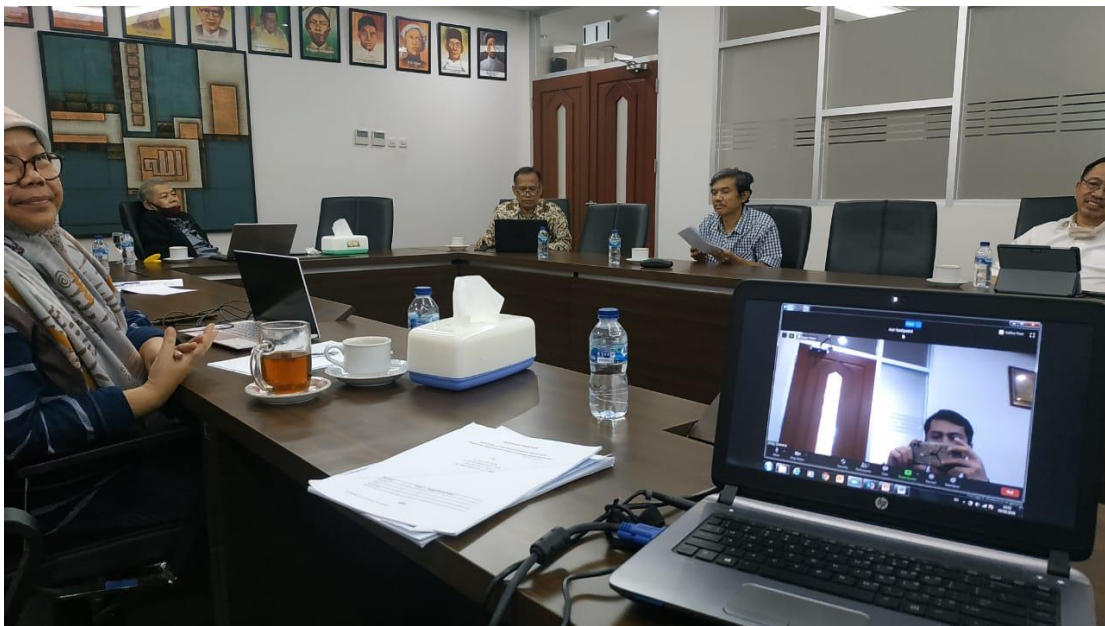
BAB 6. LUARAN YANG DICAPAI

Diseminasi Hasil Penelitian

IDENTITAS DISEMINASI		
1	Nama Diseminasi	DISEMINASI HASIL PENELITIAN DI HADAPAN AKADEMISI UHAMKA: Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Keberlangsungan Pendidikan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Muhammadiyah: Studi Kasus pada Rumah Tangga Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka”
2	Lokasi Diseminasi	Lantai 4, Ruang Rapat 1, Gedung Rektorat, Kampus E – FEB UHAMKA
3	Hasil Diseminasi	Implementasi Kebijakan 1. Pendidikan (Proses Kegiatan Belajar Mengajar) 2. Pelayanan Akademik 3. Efektivitas Promosi CMB
4	Peserta Diseminasi	1. Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Hum. 2. Prof. Dr. Abd. Rahman A. Ghani, S.H., M.Pd 3. Dr. Zamah Sari, M.Ag. 4. Dr. Lelly Qodariah, M.Pd. 5. Dr. H. Bunyamin, M.Pd.I. 6. Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E., M.M. 7. Dicky Chandra, S.E., M.M. 8. Nur Hadiyazid Rachman, S.Si., M.M. (via <i>online</i>)
5	Tanggal Diseminasi	Selasa, 9 Juni 2020
6	Bukti Dokumen Diseminasi	Terlampir

Bukti Luaran





BAB 7. RENCANA TINDAK LANJUT DAN PROYEKSI HILIRISASI

Hasil Penelitian	Blueprint kebijakan UHAMKA dalam hal: 1. Pendidikan (Proses Kegiatan Belajar Mengajar) 2. Pelayanan Akademik 3. Efektivitas Promosi CMB
Rencana Tindak Lanjut	Data hasil penelitian sudah diserahkan kepada <i>decision maker</i> (Pimpinan Universitas) untuk selanjutnya dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan terhadap kebijakan yang akan dikeluarkan nantinya di masa Pandemi COVID-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekraf. (2019). *Ekonomi Kreatif Outlook 2019*. Jakarta
- Chan, Kimmy Wa, Chi Kin (Bennett) Yim, and Simon S.K. Lam. (2010). Is Customer Participation in Value Creation A Double-edged Sword? Evidence From Professional Financial Services Across Cultures. *American Marketing Association, Journal of Marketing Vol. 74 (May 2010), 48–64*.
- Craven, Matt, Linda Liu, Mihir Mysore, and Matt Wilson. (2020). *COVID-19: Briefing Note, March 16, 2020: Our Latest Perspective on The Coronavirus Outbreak*. McKinsey & Company. All rights reserved.
- Diane C. Swonk. (2020). *An Economic Pandemi: COVID-19 Recession 2020*. <https://www.grantthornton.com/library/articles/advisory/2020/Economic-Analysis/Economic-Outlook/economic-outlook-march-2020.aspx>, diakses tanggal 28 April 2020.
- Dong, Beibei, Kenneth R. Evans, and Shaoming Zou. (2008). The Effects of Customer Participation In Co-created Service Recovery. *J. of the Acad. Mark. Sci. 36:123–137*.
- Fan, Victoria Y, Dean T. Jamison, and Lawrence H. Summers. (2018). *Disease Control Priorities: Improving Health and Reducing Poverty. The Loss from Pandemi Influenza Risk*. Disease Control Priorities: Third Edition. Volume 9. Word Bank: Washington.
- García-Aracil, Adela. (2009). European Graduates' Level of Satisfaction with Higher Education, *High Education 57:1–21*.
- Harvard Business Review. (2019). *Annual Report 2019*.
- Hays, W.L. (1981). *Chapter 9 "Distributions: Population, Sample and Sampling Distributions"*. Statistics (3rd. Ed.). New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Hersey, Paul, and Kenneth H. Blanchard, *Management of Organizational Behavior*. Sixth Edition, Prentice-Hall: 1993, pp. 363-364.

Hidayat, Mochamat Wahyu. (2020). *Alumni Matematika UI Buat Simulasi 3 Skenario Pandemi Covid-19 di Indonesia*, <https://www.liputan6.com/teknoread/4215379/alumni-matematika-ui-buat-simulasi-3-skenario-pandemi-covid-19-di-indonesia>, diakses tanggal 28 April 2020.

<http://www.lse.ac.uk/media-andcommunications/assets/documents/research/preparing-for-a-digital-future/Methodology.pdf>. (2020). *Preparing for A Digital Future*, diakses tanggal 28 April 2020.

<https://treasury.gov.au/coronavirus>. (2020). *Economic Response to the Coronavirus*, diakses tanggal 28 April 2020.

https://en.wikipedia.org/wiki/Socio-economic_impact_of_the_2019%E2%80%9320_coronavirus_Pandemi. (2020). *Socio-Economic Impact of The Coronavirus Pandemi*, diakses tanggal 28 April 2020.

Hunter, Murray. (2020). *The Collapse of Malaysian Private Universities. Covid-19 Just The Latest Problem*, Asia Sentinel (2/4/20), diakses 28 April 2020.

Madhav, Nita, Ben Oppenheim, Mark Gallivan, Prime Mulembakani, Edward Rubin, and Nathan Wolfe. (2018). *Disease Control Priorities: Improving Health and Reducing Poverty. Pandemis: Risks, Impacts, and Mitigation*. Disease Control Priorities: Third Edition. Volume 9. World Bank: Washington.

McKibbin, Warwick, and Roshen Fernando. (2020). *The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios*, https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2020/03/20200302_COVID19.pdf, diakses tanggal 28 April 2020.

Nielsen Admosphere, A.S., (2018). *ABCDE Socio-Economic Classification Specification for Year 2019*. Czech Republic.

Pandey, Vivek Kumar, Pradeep Aggarwal and Rakesh Kakkar. (2019). Modified BG Prasad Socio-economic Classification. *Indian Journal Of Community Health, Vol 31, Issue No 01, Jan - Mar 2019*.

- Parasuraman, A., Zeithalm, V. A., and Berry L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *Journal of Marketing* 49, (4): 41-50.
- Sallis, Edward. (1993). *Total Quality Management and Education*. London: Kogan Page, 1993:80.
- Shaw. G, A Bailey and A M Williams. (2011). Service Dominant Logic and Its Implications for Tourism Management: The Co-Production of Innovation in The Hotel Industry, *Tourism Management* 32 (2): 207-214.
- Singh, Amarveer, and Jai Pal Singh ‘Vyast’. (2014). The Influence of Socio-Economic Status of Parents and Home Environment on The Study Habits and Academic Achievement of Students. *Educational Research (ISSN: 2141-5161) Vol. 5(9) pp. 348-352, November, 2014.*
- Sirin, Selcuk R. (2005). Socioeconomic Status and Academic Achievement: A Meta-Analytic Review of Research. *Review of Educational Research Fall 2005, Vol. 75, No. 3, pp. 417–453.*
- Suyanto. (2006). *Dinamika Pendidikan Nasional Dalam Percaturan Dunia Global*. Jakarta: PSAP, 2006:166.
- UNCTAD. (2020). *Global Trade Impact of The Coronavirus (COVID-19) Epidemic*. <https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcinf2020d1.pdf>, diakses tanggal 28 April 2020.
- Vargo, S. L. and Lusch, R. F. (2004). Evolving to A New Dominant Logic for Marketing. *Journal of Marketing* 68 (January): 1–17.
- Vargo, S. L., Lusch, R. F. and Akaka, M. A. (2005). Services in Society and Academic Thought: A Historical Analysis. *Journal of Macromarketing* 25 (1): 42–53.
- Vargo, S. L. and Lusch, R. F. (2008). Service-Dominant Logic: Continuing The Evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science* 36 (1): 1–10.
- Vargo, S. L. and Lusch, R. F. (2008). From Products to Service: Divergences and Convergences of Logics. *Industrial Marketing Management* 37: 254–259.

- Vargo, Stephen L. Paul P. Maglio, Melissa Archpru Akaka. (2008). On Value and Value Co-Creation: A Service Systems and Service Logic Perspective. *European Management Journal* 26: 145– 152.
- Vera-Villarroel, Pablo, Karem Celis-Atenas Sebastián Lillo Daniela Contreras, Natalia Díaz-Pardo Javier Torres Salvador Vargas Juan Carlos Oyanedel, Dario Páez. (2015). Towards a Model of Psychological Well-Being. The Role of Socioeconomic Status and Satisfaction with Income in Chile. *Univ. Psychol. Bogotá, Colombia* V. 14 No. 3 PP. 1055-1066 jul-sep 2015 ISSN 1657-9267.
- Wahid, Fathul. (2020). *PTS, Ambilah Ancang-Ancang Di Tengah Pandemi Corona*. <https://republika.co.id/berita/q94hay385/pts-ambilah-ancangancang-di-tengah-pandemi-corona>, diakses tanggal 28 April 2020.
- Watjatrakul, Boonlert. (2009). *Using the Students-as-Customers Concept in Technology Disciplines: Students' Perspectives*. World Academy of Science, Engineering and Technology 51.
- Williamson, Oliver E. (2000). The New Institutional Economics: Taking Stock. American Economic Association. *Journal of Economic Literature*, Vol. 38, No. 3 (Sep., 2000), pp. 595-613.
- Yang, Xing-Lou, Ben Hu, Bo Wang, Mei-Niang Wang, Qian Zhang, Wei Zhang, Li-Jun Wu, Xing-Yi Ge, Yun-Zhi Zhang, Peter Daszak, Lin-Fa Wang, and Zheng-Li Shi. (2016). Isolation and Characterization of a Novel Bat Coronavirus Closely Related to the Direct Progenitor of Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus. *Journal of Virology*. Vol.90 No.6 Maret 2016.
- Zarantonello, Lia, Kamel Jedidi, and Bernd H. Schmit. (2012). Functional and Experiential Routes to Persuasion: An Analysis of Advertising in Emerging Versus Developed Markets. *Intern. J. of Research in Marketing* 30 (2013) 46– 56.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. and Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing* 49 (Spring): 33–46.