

PEMANFAATAN TEORI MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN (CRM) UNTUK PENINGKATAN STRATEGI PEMASARAN DI PERGURUAN TINGGI

Kanafi¹⁾, Kusrini²⁾, Emha Taufiq Luthfi³⁾

¹Mahasiswa Magister Teknik Informatika Universitas AMIKOM Yogyakarta, ^{2,3}Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta

^{1,2,3}Pascasarjana Universitas AMIKOM Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Condong Catur, Sleman, Yogyakarta

Email : ¹Kanafi888@yahoo.com, ²kusrini@amikom.ac.id, ³emhataufiqluthfi@amikom.ac.id

Abstrak

Dengan semakin ketatnya persaingan antar perguruan tinggi baik negeri maupun swasta mengakibatkan setiap perguruan tinggi harus dapat mengelola institusinya secara profesional dan berkualitas. Setiap Perguruan Tinggi melakukan berbagai upaya yang bertujuan menghadapi persaingan, guna mendapatkan pengakuan kualitas dari masyarakat dan pemerintah, baik di tingkat nasional maupun internasional. Kemenristekdikti telah memberikan tuntunan agar sebuah institusi pendidikan dapat memiliki mutu yang baik, diminati banyak calon mahasiswa, sampai dengan daya saing yang tinggi tertuang dalam standarisasi Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. STMIK Bina Patria merupakan perguruan tinggi yang jurusannya khusus dibidang teknologi informasi saat ini mempunyai beberapa fasilitas pelayanan sistem informasi diantaranya sistem informasi akademik, sistem informasi Website, sistem informasi perpustakaan, sistem informasi administrasi, sistem informasi Penerimaan Mahasiswa Baru dll. Namun saat ini di perguruan Tinggi ini belum diketahui model customer relationship dan belum pernah melakukan survei tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pendidikan yang mereka terima. Sehingga perlu dilakukannya survei tingkat kepuasan dengan pendekatan *Customer Relationship Management* menggunakan kerangka *Service Quality*, dan melalui uji validitas dengan metode *Bivariate Pearson* dan Uji Reliabilitas dengan metode *Crobach Alpha*. Hasil dari penelitian ini berupa rekomendasi strategi peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management, Service Quality, Kepuasan Pelanggan*

1. PENDAHULUAN

STMIK Bina Patria sebagai sebuah institusi pendidikan sekaligus sebagai entitas yang memiliki tanggungjawab kepada pelanggan dan stakeholder harus mampu merancang dan menyusun manajemen strategi baik strategi pemasaran dalam menarik calon mahasiswa maupun strategi dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada berkaitan dengan kepuasan dalam layanan sistem informasi dan fasilitas teknologi. Seiring dengan pengaruh globalisasi, perkembangan teknologi informasi, maka tingkat persaingan yang semakin tinggi dan perilaku user semakin jeli dan kritis dalam memilih perguruan tinggi menjadikan STMIK Bina Patria berusaha

memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat.

Salah satu parameter yang mendukung dalam peningkatan kualitas tersebut adalah adanya sarana prasarana teknologi informasi yang memadai di bidang Akademik, administrasi, perpustakaan maupun fasilitas perkuliahan. Sarana prasarana yang memadai dan terkini belum tentu dapat menarik sebanyak-banyaknya mahasiswa untuk masuk pada sebuah perguruan tinggi, namun unsur yang tak kalah pentingnya adalah kualitas layanan yang bermutu tinggi. Pelayanan yang bermutu tinggi yang berarti mampu memberikan keselarasan terhadap kebutuhan mahasiswa, secara esensial, baik mahasiswa regular, maupun kelas karyawan, semuanya

membutuhkan pelayanan yang baik dan berkualitas.

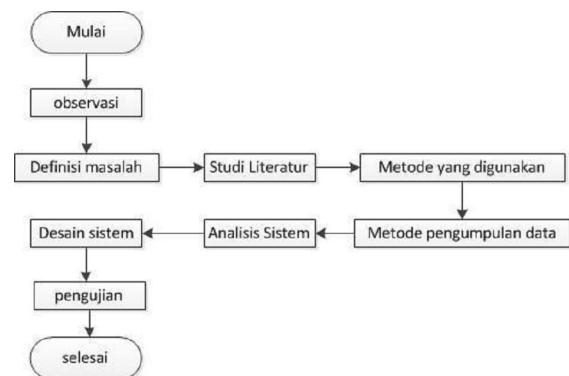
Jika diamati sesungguhnya inti persaingan saat sekarang ini lebih pada bagaimana institusi pendidikan menyadari betul siapa target market yang disasanya, seberapa tinggi kualitas produk atau jasanya yang dapat diberikan, dan yang tak kalah pentingnya adalah seberapa tinggi *value* yang mampu diberikannya kepada mahasiswa dan bagaimana memberikan pelayanan yang optimal bagi mahasiswa serta pihak eksternal diluar kampus.

Untuk mampu memberikan layanan informasi seperti semua hal yang telah dipaparkan diatas, maka dibutuhkan sebuah sistem informasi berbasis komputer yang terintegrasi, yang akan melakukan manajemen penanganan hubungan antara perguruan tinggi dengan stakeholdernya dengan tujuan meningkatkan nilai perguruan tinggi di mata para pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, yaitu : bagaimanakah potensi penerapan CRM studi kasus di STMIK Bina Patria Magelang. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui potensi penerapan CRM di STMIK Bina Patria Magelang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu ingin menggambarkan tingkat hubungan antara pendekatan *customer elationship management* terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan di STMIK Bina Patria Magelang. Desain penelitian ini menggunakan kuantitatif karena ingin menguji teori *customer relationship management* dengan meneliti hubungan-hubungan antar variabel yang diukur dengan indikator-indikator dan dianalisis secara deskriptif. Berikut Flowcart Penelitian :



Gambar 1. Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yaitu cara memperoleh data dalam melakukan kegiatan penelitian dengan mengadakan peninjauan langsung pada objek untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kegiatan tanya jawab terhadap orang-orang yang terlibat langsung untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan seperti profil perguruan tinggi, sistem informasi yang ada. Penulis melakukan Tanya jawab ketua STMIK Bina Patria Magelang, Admin Sistem Informasi, karyawan, mahasiswa dan calon mahasiswa.

b. Observasi

Obyek dari penelitian ini adalah pelayanan Teknologi Informasi yang ada di STMIK Bina Patria Magelang. Penulis melakukan observasi secara langsung untuk melihat teknologi informasi berupa sistem informasi yang diterapkan. Hasil dari Observasi akan didapatkan sistem informasi beserta fitur-fitur yang sedang berjalan di STMIK Bina Patria Magelang.

c. Kuosioner

Penulis membuat kuesioner untuk mengevaluasi pelayanan sistem informasi berupa user interface dan fitur. Kuesioner didistribusikan melalui online melalui www.docs.google.com kepada mahasiswa dan civitas akademika atau pengguna Sistem Informasi pada STMIK Bina Patria Magelang. Responden merupakan sampel dari populasi

mahasiswa dan calon mahasiswa. Teknik penentuan sampel mengacu pada teknik sampel Frankel dan Wallen (1993:92) bahwa besar sampel minimal untuk penelitian jenis deskriptif adalah 100 responden.

Slovin (1960) menentukan ukuran sampel suatu populasi dengan formula

$$N = n/N(d)^2 + 1$$

n = sampel; N = populasi; d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan kuesioner pada sebuah link yang dapat diisi oleh responden, kemudian hasil pengolahan diuji validitas dan uji reabilitas menggunakan tools SPSS versi 25 dan selanjutnya disajikan dengan menggunakan diagram kartesius atau Pie Chart.

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan alat pengumpul data yang berupa daftar pertanyaan dan data yang dihasilkan dapat diterima kebenarannya dan ketepatannya. Pada uji validitas ini menggunakan rumus *Bivariate Pearson* (Korelasi Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diungkap.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r_{hitung} negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Dengan menggunakan metode *Bivariate Pearson* dengan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Ket :

R_{xy} : Koefisien Korelasi antara variabel X, Y

X : Nilai Item

Y : Nilai Total

N : Banyaknya subjek

2. Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan tools SPSS v15. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel berarti dapat dipercaya. Suatu instrument yang sudah dapat dipercaya atau reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

Untuk uji reliabilitas menggunakan metode *Crobach Alpha* dengan rumus

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

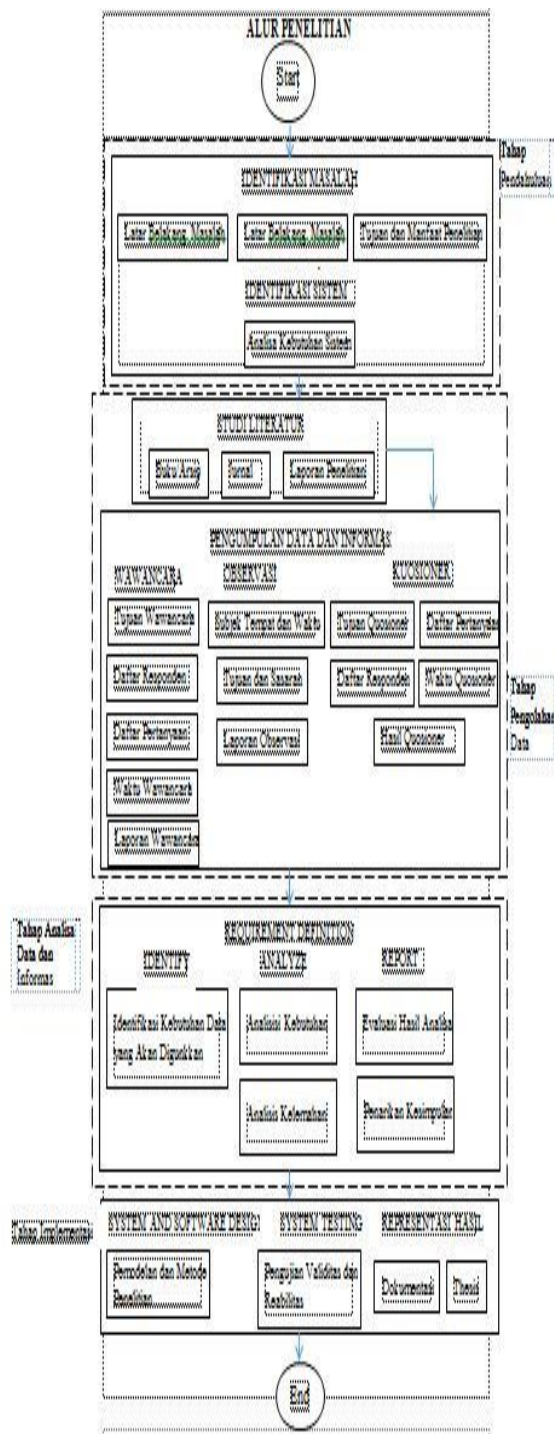
Ket :

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

K = Jumlah item



Gambar 2. Alur Penelitian

3. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan dikembangkan dengan menggunakan beberapa referensi yang berhubungan dengan obyek pembahasan yaitu Customer Relationship Management. Penggunaan referensi ditujukan untuk memberikan batasan-batasan sistem yang nantinya dapat di kembangkan lebih lanjut, dengan mengacu kepada referensi yang digunakan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tinjauan dari penelitian sebelumnya dengan tema yang sejenis. Beberapa penelitian tersebut yaitu : Penelitian terdahulu yang sudah dilakukan sebelumnya dengan menggunakan metode CRM. Dalam penelitian ini membahas bagaimana kepuasan pelanggan terhadap fitur sistem informasi pemasaran di toko tersebut.

Dengan menggunakan pendekatan Customer Knowledge Manajemen. Namun dalam penelitian ini hanya satu sistem informasi saja yang dianalisis (Nurwanto, 2017).

Ditahun yang sama juga penelitian dilakukan di STIKOM Bali meneliti tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan pendekatan *zachman framework*, dimana *zachman framework* merupakan salah satu *framework* yang banyak digunakan. Zachman Framework merupakan logika terstruktur untuk pengklasifikasian dan pengorganisasian tipe-tipe dokumen, rancangan atau model yang merepresentasikan sebuah perusahaan. *Zachman Framework* bukan metodologi untuk mengembangkan suatu arsitektur *enterprise* (Deriani, 2016).

Sementara ditahun 2018 penelitian dilakukan berkaitan dengan menjaga hubungan baik pelanggan sebuah perusahaan operator komunikasi ternama di Sumatera Selatan. Dalam penelitian ini menerapkan CRM berbasis web. Proses – proses pada perusahaan ini belum sepenuhnya memanfaatkan dengan teknologi informasi. Dalam sistem yang berjalan saat ini, setiap calon pelanggan yang akan mendaftarkan diri sebagai pelanggan masih harus datang langsung ke perusahaan tersebut (Ibrahim, 2018).

Penelitian yang terkait dengan survei tingkat kepuasan pelanggan juga dilakukan di Perpustakaan Kota Salatiga tahun 2017. Peneliti mengukur tingkat kepuasan pengunjung terhadap layanan dan fasilitas teknologi informasi di perpustakaan tersebut. Dalam penelitian ini penelitian mencoba membuat aplikasi sebagai kuisioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung (Pradipta, 2017).

Kemudian penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Neroida Selimi pada South East European University (SEEU). Dalam penelitian yang dilakukan di universitas di Eropa ini membahas tentang pentingnya menjaga hubungan mahasiswa dan pengguna perguruan tinggi sebagai langkah menyusun strategi pemasaran yang efektif dan efisien (Selimi, 2017).

Berdasarkan penelitian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa dengan menggunakan CRM dengan dukungan TI dapat mempermudah perguruan tinggi dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa maupun calon mahasiswa. Dengan demikian permasalahan yang terjadi dapat diselesaikan menggunakan strategi operasional CRM dengan dukungan teknologi informasi dimana lebih berfokus pada pelayanan yang optimal dan berkualitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pengujian Hasil

Langkah pertama dalam memulai proses ini adalah melakukan observasi dan sampling selanjutnya dilakukan pengujian.

1) Pengujian Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan yang diujikan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (Ghozali, 2012: 49). Untuk pengujian validitas penulis mengacu pada rumus $df = n-2$ dengan sig 5%.

Tabel r untuk $df = 1 - 50$

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950

Jumlah responden untuk uji kuesioner yakni 30 orang (mendekati kurva normal), dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,3061.

2) Uji reabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 (Nunnally dalam Ghozali, 2013: 4).

b. Implementasi CRM di STMIK Bina Patria Magelang

Agar CRM dapat berfungsi maksimal, maka implementasinya harus dibuat sedekat mungkin dengan kenyataan sebenarnya. Oleh

karena itu dalam penerapannya CRM harus mengandung hal-hal sebagai berikut ini :

- 1) Aturan-aturan Bisnis, yang akan memastikan bahwa transaksi informasi akan dilakukan dengan efisien.
- 2) Penggudangan Data (*data warehousing*), akan digunakan untuk menyimpan data terintegrasi dari institusi secara menyeluruh agar dapat memberikan optimal sesuai dengan kebutuhan stakeholder.
- 3) Situs (*web*), CRM harus memiliki kemampuan swalayan sehingga pengguna informasi dapat melakukan usaha pencarian informasi secara mandiri dan *online realtime*
- 4) Pelaporan (*reporting*), Teknologi CRM harus mampu menghasilkan laporan yang akurat dan komprehensif.
- 5) Meja Bantu (*helpdesk*), yang akan memberikan bantuan penjelasan tentang sistem agar pengguna dapat mempelajari cara penggunaan sistem secara mandiri. Semua hal diatas diharapkan akan dapat membantu tercapainya 3 target utama CRM (menurut Kalakota dan Robinson ,2001), yaitu:
 - a) Mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*), dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, dan layanan yang menarik.
 - b) Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (*Enhance*), melalui pemberian layanan yang baik terhadap pelanggannya
 - c) Mempertahankan pelanggan (*Retain*), merupakan usaha untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan keluhan serta keinginan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan tersebut. Oleh karena ketiga target tersebut ingin dicapai, maka untuk implementasi CRM dibutuhkan :
 - Orang-orang yang profesional yang mengerti cara menangani pelanggan serta memahami bagaimana membuat dan menggunakan teknologi CRM
 - Proses yang didesain dengan baik, yang dibuat melalui evaluasi

pelanggan, untuk mengetahui tujuan dan tuntutan stakeholder

- Teknologi yang memadai khususnya yang berbentuk digital, karena dengan teknologi yang tepat akan dapat mempercepat dan memperluas proses layanan perolehan informasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini maka dapat disimpulkan Survei Kepuasan Mahasiswa dapat dijadikan referensi penilaian kepuasan mahasiswa terhadap fasilitas dan kualitas layanan sistem informasi, sehingga dapat menjadi acuan pihak perguruan tinggi untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan mereka.

Serangkaian proses dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan kajian terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dalam penerimaan pengguna CRM di sebuah perusahaan penyedia layanan SI/TI. Berdasarkan studi, diperoleh bahwa penerimaan pengguna dipengaruhi oleh faktor manfaat penggunaan yang dirasakan oleh pengguna, kemudahan penggunaan sistem, serta perilaku pengguna dalam mengoperasikan sistem. Kesemua faktor tersebut memiliki pengaruh positif yang signifikan, dimana semakin tinggi manfaat, kemudahan, serta penggunaan sistem, maka tingkat penerimaan pengguna juga akan semakin tinggi, yang dibuktikan dengan durasi waktu dan frekuensi penggunaan sistem yang semakin tinggi. Sehingga, berdasarkan kajian menggunakan Model Service Quality, tingkat penerimaan pengguna terhadap sistem CRM adalah positif dan signifikan.

b. Saran

Diharapkan penelitian selanjutnya Berdasarkan kesimpulan yang diambil, adapun saran yang ingin disampaikan dalam membantu pengembangan terhadap pelayanan di STMIK Bina Patria Magelang adalah Sistem Informasi bisa lebih ditingkatkan dan yang belum berbasis mobile bisa di ubah berbasis mobile semua

6. REFERENSI

- Kalakota, R, & Robinson, M., 2001. E-Business 2.0: Roodmap for success, Addison Wesley, USA
- Lukas Ade. 2001. Customer Relationship Management, CRM Slide Presentation. Jakarta : Ciptamaya.
- Siahaan, Hotlan. 2008. Customer Relationship Management (CRM) sebagai Sarana Meraih Image Positif untuk Perpustakaan. Sumatera Utara: Depar-temen Studi Perpustakaan Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B, Bandung : Alfabeta.
- Shanin, A. 2006, SERVQUAL and model of service quality gaps: a framework for determining and prioritizing critical factors in delivering quality services. Isfahan: University of Isfahan.
- Fandy, Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2005. Service, Quality Satisfaction. Yogyakarta: Andi Offset.
- Abdul Rahman Pariga Dkk, 2018. Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Pelayanan Pelanggan (*Corporate*) Divisi BGES Pada PT Telkom Witel SumSel. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Volume 9.
- Neroida Selimi dkk, 2018. Utilization of Customer Relationship Management (CRM) Theory, Prototype and Tools for Improved Strategic Marketing in HE. Mediterranean Conference On Embedded Computing (MECO), 11-14 JUNE 2018, BUDVA, MONTENEGRO.
- Pradipta Angga Saputra, Adi Nugroho. 2017. Perancangan Dan Implementasi Surve Kepuasan Pengunjung Berbasis Web Di Perpustakaan Daerah Kota Salatiga. Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi - Volume 15
- Muhammad Malik Hakim, 2018. Kajian Penerimaan Pengguna Terhadap Sistem CRM DiPerusahaan X Menggunakan Mode TAM .Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIK) Vol. 5, No.1, Maret 2018, hlm. 114-120
- Nurwanto, 2017. Pengaruh Penerapan Customer Knowledge Management (CKM) Pada Kepuasan Pelanggan Di Asese Komputer, Magister Teknik Informatika. Universitas Amikom Yogyakarta, 2017.
- Ahmad Zarkasih, 2017. Analisis Fitur Website Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Menggunakan CRM Model Proses, Magister Teknik Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta, 2017
- M Nuraminudin, 2017. Perancangan E-Customer Relationship Management Berbasis Cross Platform Memanfaatkan Web Service Pada Perusahaan Software House, Magister Teknik Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta, 2017