

ANALISIS PENERAPAN E-BUSSINESS BERBASIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) (Studi Kasus : Perguruan Tinggi XYZ di Bandung)

Rina Indrayani

Program Studi Teknik Industri

Jl. Letjen Pol Sumarto Watumas Purwanegara Purwokerto, Banyumas

Sekolah Tinggi Teknologi Bandung

rina@sttbandung.ac.id

Abstrak

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting, sehingga perlu di rancang dan diterapkan sistem yang dapat mempermudah pelayanan. Penerapan *E-Business* merupakan salah satu cara yang dilakukan Perguruan Tinggi Swasta XYZ untuk memberikan pelayanan yang berkualitas. *E-Business* berbasis *Customer Relationship Management* merupakan perangkat yang disediakan untuk melayani mahasiswa. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan *E-Business* berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* tersebut. Metode yang digunakan adalah menguji validitas, reliabilitas dan mencari korelasi antara atribut dalam E-business. Variabel-variabel tersebut adalah pendaftaran, pembayaran dan pelayanan. E-Business berbasis *Customer Relationship Management (CRM)* ini memberikan informasi yang diperlukan oleh calon mahasiswa dan mahasiswa untuk memberikan kemudahan. Dari analisa yang dilakukan melalui penyebaran kuisioner kepada mahasiswa yang sudah memanfaatkan *E-Business* ini. Dan kemudian diolah menggunakan SPSS, didapat hasilnya adalah 0.653, artinya variabel-variabel yang ada dalam kuisioner sudah valid dan tidak perlu dilakukan penyebaran kuisioner kembali. Untuk hubungan- hubungan antara pendaftaran, pembayaran dan pelayanan yang dilakukan, ini menggambarkan bahwa variabel- variabel yang ada dalam *E-Business* mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa dan membantu mempermudah kegiatan Perguruan Tinggi.

Kata Kunci : *E-Business, Customer Relationship Management*

Abstract

Quality of service is very important, so it needs to be designed and implemented system that can facilitate service. Implementation of E-Business is one way that XYZ Private University does to provide quality services. E-Business-based Customer Relationship Management is a tool that is provided to serve students. This research was conducted to analyze the implementation of E-Business based on Customer Relationship Management (CRM). The method used is to test the validity, reliability and search for correlation between attributes in E-business. These variables are registration, payment and service. E-Business-based Customer Relationship Management (CRM) provides the information required by prospective students and students to provide convenience. From the analysis conducted through the distribution of questionnaires to students who already use this E-Business. And then processed using SPSS, got the result adalag 0.653, it means that the variables that exist in the questionnaire is valid and no need to spread the questionnaire again. For the relationships between registration, payments and services performed, this illustrates that the variables that exist in E-Business have an influence on student loyalty and help facilitate the activities of Higher Education.

Keywords: *E-Business, Customer Relationship Management*

I. PENDAHULUAN

Dunia teknologi informasi berkembang sangat pesat dan didukung oleh perkembangan internet. Dua elemen ini menjadi saling sinergi di dunia modern seperti sekarang ini. Seiring dengan perkembangan internet telah timbul suatu cara baru perusahaan ataupun pelaku usaha dalam melakukan bisnisnya yaitu transaksi dengan internet atau yang dikenal dengan E-Business. E-business yang dimaksud lebih luas lagi dari e-commerce karena di dalam e-business tidak hanya pembelian dan penjualan akan tetapi terdapat juga layanan

pelanggan, kolaborasi dengan mitra bisnis untuk mengelola transaksi dalam organisasi.

Perguruan Tinggi Swasta X, merupakan perguruan tinggi swasta yang harus bekerja keras dalam memperoleh mahasiswa. Hal ini disebabkan karena banyaknya jumlah Perguruan Tinggi Swasta yang mempunyai program studi yang sama.

Berbagai cara untuk menarik calon mahasiswa dilakukan termasuk melalui E-business sehingga perolehan dari tahun ke tahun semakin meningkat.

E-business ini meliputi kegiatan promosi, pendaftaran, pelayanan dan pembayaran melalui elektronik. Ini ternyata memudahkan para calon mahasiswa untuk mendaftar.

Penelitian ini bertujuan menganalisis sistem E-business yang sudah ada menggunakan Customer Relationship Management. CRM merupakan strategi untuk menjalin hubungan dengan konsumen yaitu mahasiswa dan memberikan pelayanan yang memuaskan untuk menciptakan loyalitas mahasiswa.

Ada 3 tahapan CRM menurut Kalakota dan Robinson :

1. Mendapatkan pelanggan baru; pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru dan pelayanan yang menarik.
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada; perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang baik terhadap pelanggannya.
3. Mempertahankan pelanggan; usaha untuk mendapatkan loyalitas pelanggan.



Gambar 1. Model CRM Menurut Kalakota dan Robinson : 2001

Manfaat Customer Relationship Management Menurut Tunggal (2008:10) menyatakan manfaat CRM (Customer Relationship Management) adalah sebagai berikut:

1. Mendorong Loyalitas Pelanggan Dengan menerapkan CRM perusahaan dapat menggunakan informasi mengenai pelanggan secara maksimal. Informasi tersebut dapat digunakan untuk berbagai hal seperti peningkatan pelayanan untuk peningkatan kepuasan pelanggan. Peningkatan kepuasan juga akan berdampak kepada loyalitas konsumen. Sehingga perusahaan berfokus kepada konsumen.
2. Mengurangi Biaya Dengan menerapkan CRM dapat mengurangi biaya-biaya yang tidak diperukan. Perusahaan dapat menganalisa kebutuhan konsumen berdasarkan data yang ada, sehingga perusahaan dapat lebih berfokus terhadap kebutuhan konsumen dan menghemat biaya dan waktu.

3. Meningkatkan Efisiensi Operasional Otomasi penjualan dan proses layanan dapat mengurangi resiko turunnya kualitas pelayanan dan mengurangi beban cash flow. Pengguna teknologi web dan call center misalnya, akan mengurangi hambatan birokrasi dan biaya serta proses adminitrasi yang mungkin timbul.
4. Peningkatan Time To Market Aplikasi CRM memungkinkan kita membawa produk ke pasar dengan lebih cepat dengan informasi pelanggan yang lebih baik, adanya data trend pembeli oleh pelanggan, sampai integrasi dengan aplikasi ERP untuk keperluan perencanaan yang lebih baik. Dengan kemampuan penjualan di web, maka hambatan waktu, geografis, sampai ketersediaan sumber data dapat dikesampingkan untuk mempercepat penjualan produk tersebut.
5. Peningkatan Pendapatan Aplikasi CRM menyediakan informasi untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan. Dengan aplikasi CRM, perusahaan dapat melakukan penjualan dan pelayanan melalui website, sehingga peluang dari penjualan secara global tanpa perlu menyediakan upaya khusus untuk mendukung penjualan dan pelayanan tersebut.

E-business yang digunakan di Perguruan Tinggi Swasta XYZ ini adalah transaksi menggunakan online, dari mulai pendaftaran, pembayaran, pelayanan. Untuk pendaftaran sudah digunakan aplikasi yang mudah sehingga calon mahasiswa tidak harus datang ke tempat. Mereka cukup mengisi formulir isian secara online sampai akhirnya mendapat jadwal untuk tes.

Begitu juga untuk pembayaran, dengan tujuan untuk mempermudah cara pembayaran, maka pembayaran ini bisa dilakukan dari mana saja, calon mahasiswa dan mahasiswa yang aktif tinggal melaporkan saja karena masing-masing sudah diberikan *virtual account*.

Untuk pelayanan yang berkaitan dengan akademik, semua di informasikan lewat web. Jadi semua calon mahasiswa dan mahasiswa aktif bisa mencari informasi dengan mudah. Pelayanan ini mulai dari pengumuma-pengumuman kegiatan, nilai, dan informasi yang berkaitan dengan mereka.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh E-Business yang diterapkan di Perguruan Tinggi Swasta XYZ ini terhadap loyalitas mahasiswa.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan melalui studi pustaka adalah data primer dan sekunder. Data dikumpulkan melalui kuisioner kepada mahasiswa.

Jumlah populasi yang akan diteliti adalah sebanyak 1899 populasi, ini merupakan jumlah mahasiswa yang ada sampai dengan 2017. Tabel datanya bisa dilihat sebagai berikut :

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2014	287 Orang
2	2015	389 Orang
3	2016	524 Orang
4	2017	699 Orang
	Total	1899 Orang

Jumlah unit sampel penelitian ditetapkan melalui rumus yang dikembangkan Solvin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

N : Jumlah populasi

D : tingkat ketidakpercayaan yang diinginkan

Maka perhitungan sampel dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan sebesar 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2} = \frac{1899}{1 + 1899(0,1)^2} = 94.99$$

Dengan cara pengambilan sampel secara acak atau random sampling, maka diperoleh sampel minimal sebanyak 94.99 orang mahasiswa. Dalam penelitian ini kuisiner diberikan kepada 95 orang mahasiswa yang sudah memanfaatkan E-Business di Perguruan Tinggi Ini.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 22.0, dengan menguji validitas dan reliabilitas, didapat bahwa alpha Cronbach nya adalah sebesar 0,653 artinya bahwa variabel yang diujikan sudah valid.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.653	.627	3

Correlations

		Pendaftaran	Pembayaran	Pelayanan
Pendaftaran	Pearson Correlation	1	.103	.307**
	Sig. (2-tailed)		.321	.003
	Sum of Squares and Cross-products	35.234	5.277	18.872
	Covariance	.379	.057	.203
	N	94	94	94
Pembayaran	Pearson Correlation	.103	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.321		.000
	Sum of Squares and Cross-products	5.277	73.872	59.213
	Covariance	.057	.794	.637
	N	94	94	94
Pelayanan	Pearson Correlation	.307**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	
	Sum of Squares and Cross-products	18.872	59.213	106.979
	Covariance	.203	.637	1.150
	N	94	94	94

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

IV. KESIMPULAN

Dan penggunaan E- business di Perguruan Tinggi Swasta XYZ ini sudah baik, artinya Aplikasi E-Business yang diterapkan sudah memberikan kemudahan bagi mahasiswa terkait pendaftaran, pembayaran dan pelayanan. Mahasiswa sudah merasa puas dengan layanan. Untuk Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan metode yang terbaru.

Berdasarkan perhitungan dan analisis menggunakan SPP, dapat ditarik kesimpulan:

1. E-Business berbasis CRM yang diterapkan sudah mengakomodir keperluan mahasiswa. Sehingga dapat memberikan kemudahan terkait informasi yang di perlukan.
2. Aplikasi *E-Business* ini dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa karena mahasiswa merasa puas dengan penerapan E-Business berbasis CRM.

DAFTAR PUSTAKA

- Battle, Francis, 2004 *Customer Relatiosip Management Concept and Tools*, Bayu Media Publishing Malang.
- Puji Sutarsih, Analisa Penerapan E-CRM pada PT XYZ untuk meningkatkan Kualitas.
- Kalakota. R. Robinson.M, 2002 *E- Business Roadmap For Success*. Addison Westley Logman : Massachusettes