

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perguruan tinggi sebagai salah satu institusi pendidikan adalah suatu lembaga yang memberikan pelayanan informasi yang dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja sehingga informasi yang tersedia dapat dikelola dan digunakan untuk dimanfaatkan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto pengelolaan terhadap alumni penting dilakukan karena setiap alumni tersebar di seluruh Indonesia dan akan memberikan citra terhadap institusi pendidikan yang telah menciptakan para alumni tersebut. Total alumni UMP hingga hari ini 46.512, melibatkan Magister 931, Sarjana 34.446, Diploma Empat 3.408, Diploma Dua 1.553, Akta Mengajar 1.332, Profesi Apoteker 2.839, Profesi Ners 1.420, Profesi Bidan 15, dan Profesi Dokter 229 (web ump.ac.id)

Lembaga pendidikan mendapat manfaat dari memiliki mahasiswa yang loyal tidak hanya ketika menjadi mahasiswa tetapi setelah menjadi alumni. Masalah yang di hadapi institusi pendidikan saat ini adalah minimnya evaluasi secara menyeluruh dan terstruktur, berkelanjutan terhadap loyalitas dan kepuasan mahasiswa maupun alumni. Hal ini menyebabkan kampus tidak memiliki data yang cukup untuk merancang strategi pelayanan dan penguatan jaringan alumni secara optimal. Loyalitas yang dimaksud adalah mahasiswa yang tidak hanya bertahan dan menyelesaikan pendidikannya, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap positif

terhadap kampus misalnya seperti dengan rekomendasi kepada orang lain untuk bergabung ke dalam kampus tersebut (Fadlil, Umar and Juliansyah, 2022). Agar diciptakan loyalitas, tentunya mahasiswa harus terlebih dulu mendapatkan kepuasan terhadap fasilitas maupun pelayanan kampus. Meningkatkan keterlibatan alumni dalam program institusi yang berperan aktif dalam kegiatan atau program kampus, seperti menjadi pembicara tamu, mentor bagi mahasiswa, atau ikut dalam proses penilaian dan 2 pengembangan kurikulum. Ini dapat memperkaya pengalaman belajar bagi mahasiswa dan memberi mereka wawasan dunia nyata yang lebih relevan.

Untuk merealisasikan tujuan tersebut perlu adanya sebuah manajemen yang digunakan untuk meningkatkan mutu hubungan antara alumni dan pihak fakultas. Kemudian *CRM (Customer Relationship Management)* merupakan suatu strategi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Melalui ini pihak kampus bisa memonitor alumni, meningkatkan komunikasi dan keterlibatan alumni.

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu strategi yang dapat diartikan sebagai sebuah strategi institusi atau perguruan tinggi berinteraksi dan secara proaktif mengatur hubungannya dengan konsumen, lembaga pendidikan juga menyadari betapa krusialnya pengelolaan operasi dan interaksi mereka dengan berbagai pihak yang menjadi pelanggan seperti siswa, alumni, donor, anggota fakultas dan staf (Lenawati, Saifulloh and Hapsari, 2019). Menurut Adelia,Jimmy Setiawan CRM adalah suatu strategi untuk mendekatkan diri dengan konsumen

dengan maksimalkan nilai pelanggan melalui aktivitas yang sedang berlangsung atau pengertian lain sebuah sistem informasi yang terintegrasi yang digunakan untuk aktivitas-aktivitas prapenjualan pasca penjualan dalam sebuah organisasi (Bangun *et al.*, 2014). Melalui pendekatan ini dunia pendidikan dapat mengetahui lebih dalam sejauh mana memanfaatkan CRM dengan menggunakan teknologi informasi dalam kaitannya dengan memberikan layanan optimal kepada pelanggannya dalam hal ini alumni.

Pada penelitian ini penggunaannya dimanfaatkan untuk berinteraksi dengan alumni. Dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan dari pengertian CRM yaitu suatu strategi yang digunakan untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen atau *customer*. Penjelasan di penelitian ini diperuntukkan meningkatkan hubungan antara alumni dengan pihak kampus dalam membantu dan memberikan perhatian berupa informasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas terdapat rumusan permasalahan yaitu bagaimana merancang dan membangun sistem informasi alumni Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan melakukan survei atau mengukur dan menganalisis loyalitas alumni. Bagaimana membangun implementasi dengan alumni serta sejauh mana implementasi dalam peningkatan loyalitas terhadap alumni. Serta memahami sejauh mana mahasiswa dan alumni memiliki rasa ketertarikan, kepuasan, kepercayaan terhadap kampus. Loyalitas

tersebut mencerminkan bagaimana pengalaman mereka selama di kampus memengaruhi persepsi dan sikap mereka setelah lulus.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini hanya akan berfokus pada pengelolaan loyalitas dan informasi alumni Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang akan dilakukan sebagai objek penelitian.
2. Pemetaan penyebaran alumni hanya dilakukan pada alumni yang merupakan berasal dari negara Republik Indonesia saja.
3. Komunikasi menggunakan telepon dilakukan di luar sistem yang nantinya data ataupun informasi yang diberikan lewat telepon akan dimasukkan ke dalam sistem oleh pihak administrasi.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang di capai dalam penelitian adalah:

1. Untuk menganalisis kontribusi implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap peningkatan loyalitas alumni di Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Mengetahui loyalitas mahasiswa atau alumni sehingga universitas dapat meningkatkan pelayanan dan fasilitas di lingkungan kampus.
3. Mengukur loyalitas dan keterlibatan alumni Universitas Muhammadiyah Purwokerto melalui sistem kuisioner digital berbasis web.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dengan adanya sistem *Customer Relationship Management* alumni pada Universitas Muhammadiyah Purwokerto ini dapat memudahkan alumni dalam memberikan data maupun informasi yang ia miliki. Melalui pengukuran loyalitas dengan kuisioner atau sistem *Customer Relationship Management* universitas dapat mengidentifikasi area yang perlu di tingkatkan baik dalam pelayanan akademik, kemudahan administrasi, layanan kemahasiswaan, maupun fasilitas penunjang seperti perpustakaan, ruang belajar, atau kegiatan ekstra kulikuler. Dengan adanya alumni yang loyal, mahasiswa memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengalaman kerja dan magang di perusahaan tempat alumni bekerja.