

Analisis implementasi sistem informasi akademik dan kemahasiswaan Fakultas Ekonomi UI ditinjau dari segi penerapan konsep customer relationship management

Diah Fitriaty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=83261&lokasi=lokal>

Abstrak

Berdasarkan empat Peraturan Pemerintah (PP) no. 152, 153, 154 dan 155 tahun 2000 yang bersandar pada PP 60/1999 tentang Penetapan Perguruan Tinggi sebagai Badan Hukum, mengakibatkan perubahan status pendidikan tinggi menjadi Badan Hukum Milik Negara (BHMN) yaitu sebuah badan hukum yang memiliki hak atas penyelenggaraan pendidikan secara penuh yang diberikan kepada empat universitas di Indonesia yaitu UI, UGM, ITB dan IPB.

PTN yang telah berubah status menjadi BHIMN mendapat segala hak dan kewajiban, perlengkapan dan kekayaan penyelenggaraan pendidikan tinggi, termasuk pegawai akademik maupun administratif yang menjadi pegawai dan aset milik universitas. Selain itu, PTN diberikan keleluasaan untuk menentukan struktur pengambilan keputusan, struktur kepegawaian dan merman sumber pembiayaan sendiri. Tetapi hal ini tidak mengubah karakteristiknya sebagai organisasi nirlaba.

Perubahan status tersebut di atas juga mengakibatkan berubahnya struktur organisasi universitas. Perubahan struktur organisasi ini juga terjadi di lingkungan fakultas. Dalam mengemban statusnya sebagai BHMN, UI menjalankan berbagai perubahan dengan memperlihatkan sumber daya manusia, kemampuan dan budaya institusi yang telah lama melekat dalam seluruh elemen yang berada dalam lingkungan universitas.

FEUI merupakan sebuah institusi pendidikan tinggi yang berada di bawah naungan UI. Perubahan yang sedang dilakukan FEUI dalam mengakomodir perubahan status UI sebagai BHMN secara garis besar dilakukan dalam bidang akademik dan kemahasiswaan berupa SIAK FEUI untuk memenuhi kebutuhan kegiatan akademik. Dikembangkannya aplikasi SIAK FEUI ini untuk menjawab tantangan berupa kebutuhan akan sistem informasi akademik yang handal dan informatif untuk mampu menghadapi dinamika kegiatan akademik dan tuntutan akses informasi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang semakin tinggi.

Dalam rangka pengembangan sistem informasi akademik yang handal maka dibutuhkan implementasi sebuah konsep baru berkaitan dengan hubungan suatu lembaga dengan konsumennya yaitu konsep Customer Relationship Management (CRM). Dimana implementasi dari konsep ini membutuhkan suatu Business Process Reengineering (BPR) guna mengakomodir perubahan strategis yang terjadi baik dalam struktur kelembagaan/organisasi maupun business process-nya. Adapun Customer Relationship Management (CRM) sendiri adalah salah satu konsep yang merupakan pengembangan dari adanya Enterprise Information System dan merupakan bagian dari teknologi informasi dan jasa dengan pasar terbesar yang berkembang paling cepat dan dinamis.

Dengan adanya era perdagangan bebas yang dihadapi oleh bangsa Indonesia berarti persaingan usaha akan semakin meningkat. Persaingan usaha ini tidak hanya dialami oleh organisasi laba tetapi juga dialami oleh organisasi nirlaba seperti Perguruan Tinggi di Indonesia. Untuk dapat bersaing dengan perguruan tinggi dari luar negeri yang menawarkan jasa yang sama seperti yang ditawarkan oleh perguruan tinggi dalam negeri, mengharuskan perguruan tinggi dalam negeri dalam hal ini FEUI meningkatkan pelayanannya kepada para konsumen yang dalam hal ini diwakili oleh mahasiswa dan calon mahasiswa FEUI.

Adanya tuntutan untuk meningkatkan pelayanan berarti membuat FEUI berkewajiban juga untuk mengenali konsumennya dan berusaha untuk mengerti hubungan mereka dengan konsumen melalui jasa mereka dengan tujuan memberikan nilai (value) dan pengalaman (experience) yang akan membuat mahasiswa menjadi aset yang menguntungkan bagi FEUI.

Tujuan dari Customer Relationship Management adalah menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan konsumen terbaik perusahaan. Jika ini diterapkan dalam kondisi di FEUI berarti dengan CRM diharapkan akan tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara FEUI dan mahasiswa, yang pada akhirnya membuat FEUI dikenal sebagai perguruan tinggi yang berkualitas dan mampu menghasilkan lulusan-lulusan yang handal sesuai dengan bidangnya masing-masing untuk memenuhi kebutuhan pasar tenaga kerja.

Informasi sebagai kata kunci untuk dapat menghasilkan hubungan yang saling menguntungkan antara FEUI dengan para mahasiswanya berusaha dikelola dengan lebih efisien dan efektif dengan melakukan implementasi aplikasi Sistem Informasi Akademik dan Kemahasiswaan (SIAK) FEUI. Oleh karena itu aplikasi ini bertujuan untuk menunjang kegiatan akademik demi kelancaran kegiatan akademik sehari-hari, merupakan media informasi kegiatan akademik sehingga pengguna dapat setiap saat mengetahui informasi akademik fakultas, dan juga berfungsi sebagai katalis untuk meningkatkan reliability sistem akademik.

Dengan meningkatnya pengguna internet, maka FEUI berusaha memanfaatkan media web sehingga para mahasiswa FEUI dapat mengakses aplikasi SIAK FEUI dimana saja dan kapan saja, untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan mereka akan informasi akademik. Selain itu seluruh civitas akademika di FEUI, seperti pimpinan fakultas, departemen, dosen, dan pihak lain dalam lingkungan FEUI yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dengan kegiatan akademik dan perlu berinteraksi dengan mahasiswa atau membutuhkan informasi tentang bidang akademik dapat juga mengakses aplikasi ini setiap saat tanpa dihalangi oleh jarak dan waktu. Hal ini tentu akan semakin mempermudah dan mempermudah hubungan atau komunikasi dalam lingkungan akademik FEUI.

Karya akhir ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan apa saja yang telah dilakukan oleh FEUI yang mengalami perubahan status menjadi BHMN ketika menerapkan SIAK dalam kegiatan akademiknya untuk memuaskan konsumennya dalam hal ini para mahasiswa, terutama dalam hal user interface dan kebutuhan akan pengembangan sistem.

Selain itu juga akan dilihat hubungan antara implementasi SIAK FEUI ini dengan konsep Customer Relationship Management untuk dapat mengetahui bagaimana FEUI memandang konsumennya, bagaimana

hubungan yang dijalin FEUI dengan konsumennya, siapa saja pihak manajemen yang terlibat dalam sistem dan apa peranan mereka serta bagaimana pengukuran mengenai keberhasilan penerapan SIAK FEUI sebagai langkah awal bagi FEUI dalam menerapkan konsep CRM ini dalam bidang akademik, dalam rangka membangun one-stop shopping untuk semua konsumennya.