

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Permasalahan

Customer Relationship Management (CRM) merupakan sebuah strategi bisnis menyeluruh dalam suatu perusahaan, yang memungkinkan perusahaan tersebut secara efektif bisa mengelola hubungan dengan para pelanggan. Terciptanya loyalitas pelanggan disebabkan karena pelanggan merasa puas jika atas pelayanan yang diberikan dengan baik. Pelanggan merasa puas jika segala kebutuhannya selalu dilayani dengan baik, dengan kepuasan pelanggan akan memberikan pengaruh kepada produk yang ditawarkan atau yang sedang digunakan (Putri, 2012).

Institusi pendidikan di Indonesia pun tidak luput dari persaingan ketat tersebut. Sebagai sebuah perusahaan jasa yang menawarkan produk pendidikan CRM merupakan hal yang sangat penting. Mayoritas institusi pendidikan di Indonesia kini telah menyadari pentingnya CRM dan potensinya dalam membantu memperoleh pelanggan baru, dalam hal ini adalah mahasiswa, mempertahankan yang telah ada dan memaksimalkan *lifetime value* mereka (Dowandrisa, 2012). Perguruan tinggi dituntut harus mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa, sehingga perguruan tinggi perlu meningkatkan kualitas melalui evaluasi di dalam perguruan tinggi tersebut (Lambone *at al*, 2012).

Mahasiswa adalah pelanggan yang langsung dipengaruhi karena berpartisipasi dalam proses produksi penyajian sehingga perguruan tinggi dalam memberikan layanan pendidikan harus berusaha memahami serta memenuhi kebutuhan mahasiswa selaku pelanggannya dan melibatkan interaksi yang tinggi antara penyedia jasa dan pemakai jasa. Mahasiswa yang merasa harapannya terpenuhi akan merasa puas dan memiliki persepsi positif terhadap kualitas jasa pendidikan yang diberikan (Wahyuningsih, 2007).

Semakin banyaknya institusi pendidikan terutama di bidang kesehatan, mengakibatkan tingginya persaingan antar institusi pendidikan untuk berlomba-

lomba menarik perhatian mahasiswa dengan berbagai pelayanan dan fasilitas yang mereka miliki, sehingga mahasiswa merasa terlayani sesuai dengan kebutuhannya. Sekarang banyak perguruan tinggi yang memanfaatkan CRM untuk mengelola hubungan mereka dengan para civitas akademika dan para alumni sebagai contoh, mahasiswa yang mendapatkan pengalaman menyenangkan selama kuliah di sebuah perguruan tinggi, mereka akan merekomendasikan institusi tempat mereka belajar dahulu kepada rekan-rekan mereka (Buttle, 2007, terjemahan).

Loyalitas pelanggan di dunia pendidikan erat kaitannya dengan loyalitas mahasiswa. Loyalitas mahasiswa sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup dan eksisnya suatu perguruan tinggi. Mahasiswa yang memiliki loyalitas tinggi merupakan asset perguruan tinggi, karena akan memberikan rekomendasi yang positif dan mendorong teman, saudara maupun masyarakat lain untuk menggunakan jasa pendidikan yang dialaminya. Selain itu mereka dimungkinkan akan kembali menjadi pelanggan dengan melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yang telah ditempuh (Wahyuningsih, 2007).

Menurut Ciptono (dalam Wahyuningsih, 2007) loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan, rintangan dan keluhan pelanggan. Indikator loyalitas pelanggan adalah *retention, repeat dan referral*. Kepuasan mahasiswa ini dapat diapresiasi dalam bentuk prestasi yang dicapai. Menurut Suparno (dalam Purba, 2009) prestasi akademik mahasiswa selama mengikuti pendidikan di perguruan tinggi dinilai dari penilaian mata kuliah, penilaian semester, penilaian akhir tahun akademik dan penilaian akhir program studi. Tolok ukur yang terutama dipakai adalah Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) yang diperoleh mahasiswa. Prestasi merupakan kecakapan atau hasil kongkrit yang dapat dicapai pada saat atau periode tertentu.

Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Perdhaki Charitas Palembang merupakan perguruan tinggi yang bergerak dibidang kesehatan yang memiliki jumlah mahasiswa sekitar delapan ratus enam belas (816) mahasiswa. Biaya pendidikan di STIKes Perdhaki Charitas Palembang ini tergolong cukup mahal, bahkan

mayoritas mahasiswanya berasal dari luar daerah. Untuk mengetahui apakah *Customer Relationship Management* yang diterapkan di STIKes Perdhaki Charitas sudah baik, maka judul penelitian ini adalah “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas dan Prestasi Mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang.
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara *Customer Relationship Management* terhadap prestasi mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang.

1.3 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak meluas, maka fokus permasalahan dibatasi pada:

1. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Modeling (SEM)*.
2. Tools yang digunakan untuk analisis data adalah *Software Analysis Of Moment Structures (AMOS)*
3. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa tingkat akhir STIKes Perdhaki Palembang.
4. Variabel yang mempengaruhi adalah *Customer Relationship Management* sedangkan variabel yang dipengaruhi adalah prestasi (IPK) dan loyalitas (*Repeat, Referral dan Retention*) mahasiswa.
5. Indikator CRM dalam penelitian ini ; Pelayanan, Dosen, Sarana Prasarana.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas Mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap prestasi Mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Supaya STIKes Perdhaki Charitas mengetahui CRM yang sudah diterapkan.
2. Memberikan pengetahuan kepada pihak STIKes Perdhaki Charitas Palembang mengenai loyalitas dan prestasi mahasiswa STIKes Perdhaki Charitas Palembang.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi ilmiah yang berhubungan dengan CRM.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan penjelasan latar belakang dari permasalahan, kemudian rumusan masalah yang disesuaikan dengan latar belakang masalah. Selain itu batasan masalah serta menentukan tujuan, manfaat dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini dijelaskan tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini, mulai dari studi pustaka dan studi literatur.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan disampaikan teknis analisis data dan hasil dari penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini merupakan bab terakhir yang ada pada laporan penelitian yang berisi tentang hasil yang diperoleh dari penulis mengenai penelitian dan disesuaikan dengan rumusan masalah dan penulis juga memberikan saran yang dapat memberikan perbaikan dimasa mendatang.