

**IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIPMANAGEMENT EDUCATION (CRME)
SEBAGAI WUJUD INOVASI PENDIDIKAN DALAM MEMBENTUK KARAKTER BANGSA**

I Putu Widyanto

Mahasiswa Pascasarjana Progam Studi Manajemen Kependidikan

Universitas Negeri Semarang

Email : putuwidyanto@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana konsep *Customer RelationshipManagementEducation* (CRME) diterapkan dilembaga pendidikan tinggi sebagai wujud inovasi dalam pembentukan karakter mahasiswa yang kompetitif dalam menghadapi berbagai tantangan.

CRME merupakan pengelolaan lembaga pendidikan yang melibatkan sumber daya manusia, proses dan teknologi melalui pendekatan komunikasi yang intens untuk dapat memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan mahasiswa. CRME diharapkan dapat membantu lembaga pendidikan untuk memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dengan pendekatan bimbingan, melakukan komunikasi secara intens dan memberikan pelayanan terbaik.

Pelaksanaan CRME dapat membuat iklim dan budaya lembaga pendidikan menjadi kondusif sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan *educating customers* salah satunya adalah pendidikan karakter kepada mahasiswa. Dengan kondisi tersebut pendidikan karakter dapat dilaksanakan dan menjadikan mahasiswa berkarakter sesuai dengan yang diharapkan.

Kata Kunci : *RelationshipManagementEducation, Educating Customers, Berkarakter*

PENDAHULUAN

Akhir tahun 2015 merupakan awal diterapkannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA merupakan kerjasama negara ASEAN dalam meningkatkan daya saing perekonomian dunia dan menarik investor asing untuk menanam modal (Mulyadi, 2014: 1240). Kerjasama ini dilakukan untuk menjadikan kawasan ASEAN menjadi tempat produksi yang kompetitif sehingga produk ASEAN memiliki daya saing kuat dipasar global dan menarik lebih banyak investasi serta meningkatkan perdagangan antar negara-negara ASEAN(AbduRofiq, 2014:250).

Pelaksanaan MEA dapat menjadi tantangan bagi Indonesia antara lain bagaimana kesiapan kualitas sumber daya manusia (SDM), karena kualitas SDM merupakan kunci utama dari kemajuan. Pelaksanaan MEA telah menjadikan bangsa Indonesia begitu terbuka untuk itu kualitas manusia Indonesia merupakan kunci utama untuk dapat mengambil keuntungan dari pelaksanaan MEA dan bukan hanya sebagai negara penonton.

Menurut Tilaar (2003:297) kualitas SDM yang mampu bersaing dalam menghadapi MEA dapat diperoleh dengan sistem pendidikan yang baik, hal ini memungkinkan masyarakatnya berpikir kreatif dan produktif. Pendidikan merupakan hal yang penting untuk menjamin pembentukan dan perkembangan karakter suatu bangsa. Menurut Machwe (2000:165) pendidikan bertujuan membangun manusia seutuhnya baik fisik maupun

karakternya. Melalui pendidikan, individu dalam sebuah masyarakat menjadi individu yang mempunyai karakter yang memiliki kemampuan untuk secara mandiri meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan peranan sebagai warga negara dalam perkembangan suatu bangsa untuk menghadapi tantangan MEA.

Perguruan tinggi (PT) sebagai salah satu lembaga pendidikan mempunyai peran dan tanggung jawab yang strategis dalam pembangunan suatu bangsa. Peranan PT menjadi sangat penting saat ini dimana tuntutan peningkatan SDM yang berkarakter dan berkualitas agar dapat memenuhi keinginan masyarakat. Dalam menghadapi MEA tantangan yang dihadapi PT salah satunya adalah bagaimana menghasilkan lulusan yang dapat bersaing dengan lulusan PT lainnya. Bagaimana lulusan PT dapat berkontribusi dan berperan aktif dalam perkembangan dan pembangunan bangsa dengan tetap mempertahankan karakter bangsa Indonesia.

Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan yang fokus pada pelayanan jasa khususnya jasa pendidikan. Saat ini hampir semua PT berlomba-lomba mencari calon mahasiswa (pelanggan) sebanyak-banyaknya, PT terus berlomba-lomba menjadi yang terbaik dalam mempersiapkan dan menghasilkan lulusan yang berkarakter agar dapat bersaing dan unggul dari lulusan PT lainnya sehingga dapat menjadi magnet bagi masyarakat agar menggunakan jasa pendidikan diperguruan tinggi masing-masing.

Persaingan antar PT untuk menghasilkan lulusan yang lebih unggul dibutuhkan sebuah inovasi dalam pengelolaan PT. Inovasi yang dilakukan dapat mengadopsi pengelolaan industri jasa dalam meningkatkan pelayanan dan kualitasnya. Perguruan tinggi yang bergerak dibidang jasa pendidikan memiliki kondisi yang hampir sama seperti pelayanan jasa pada industri jasa. Sehingga bukan hal baru bagi PT untuk mengadopsi sistem, model, manajemen dan lainnya yang diterapkan pada industri jasa untuk meningkatkan pelayanan dengan beberapa penyesuaian, sesuai dengan karakteristik PT yang bersangkutan.

Bentuk adopsi dari industri jasa salah satu caranya dengan menggunakan konsep Manajemen Hubungan Pelanggan atau *Customer Relationship Management* (CRM). CRM merupakan sebuah filosofi bisnis yang menggambarkan suatu strategi dimana pelanggan sebagai pusat proses, aktivitas dan budaya. (Hamidin, 2008: A-31).

CRM yang diadopsi pada dunia pendidikan akan menjadi *Customer Relationship Management Education* (CRME) merupakan proses antara peserta didik sebagai pelanggan dan lembaga pendidikan dengan memperlakukan peserta didik dengan cara yang berbeda sehingga dapat menimbulkan kedekatan hubungan dan kepercayaan sehingga dapat menumbuhkan iklim yang kondusif dalam pengembangan karakter peserta didik. Penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana konsep CRME diterapkan di lembaga pendidikan tinggi sebagai wujud inovasi dalam pembentukan karakter mahasiswa yang kompetitif dalam menghadapi berbagai tantangan antara lain adalah MEA.

PEMBAHASAN

Customer Relationship Management Education (CRME)

CRM adalah strategi pengelolaan industri yang menyediakan integrasi keseluruhan dari semua bidang pengelolaan yang mempengaruhi pelanggan, melalui integrasi sumber daya manusia, proses dan teknologi untuk mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan (Toyese, 2014 : 44-45). Selanjutnya menurut Soliman (2011:167) CRM merupakan metode memahami perilaku pelanggan melalui komunikasi yang intens untuk meningkatkan potensi yang dimiliki.

Menurut Plessis dan Boon(2004:76) CRM didefinisikan sebagai pengelolaan hubungan pelanggan pada tingkat pengelola melalui pemahaman, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan pelanggan, berdasarkan pengetahuan yang didapat dari pelanggan, untuk meningkatkan efektivitas industri dan efisiensi.

Berdasarkan pendapat tersebut CRM atau CRME yang diterapkan pada dunia pendididkatinggi merupakan pengelolaan lembaga pendidikan yang melibatkan sumber daya manusia, proses dan teknologi melalui pendekatan komunikasi yang intens untuk dapat memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan mahasiswa sebagai pelanggan.

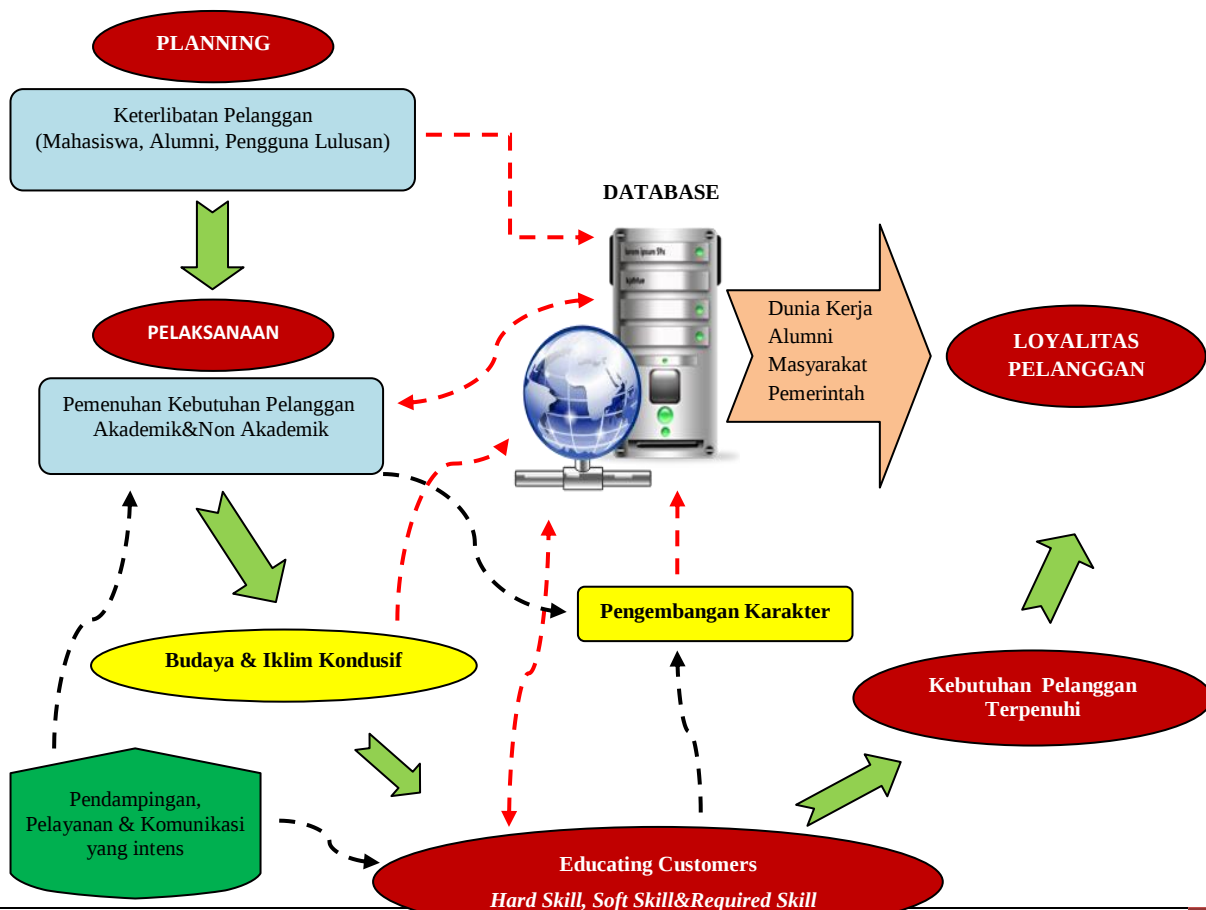
Tujuan Customer Relationship Management Education

Pelaksanaan CRME pada lembaga pendidikan tinggi pada dasarnya memiliki beberapa tujuan antara lain :

- Lembaga pendidikan dapat mengenali mahasiswa sebagai pelanggan secara lebih detail dan melayani sesuai dengan apa yang akan dibutuhkannya. (Hamidin, 2008: A-32)
- Menciptakan kepercayaan dan hubungan baik lembaga pendidikan dengan pelanggan (mahasiswa). (Oluseye, 2014:54)
- Pemahaman yang lebih baik mengenai pelanggan (mahasiswa), meningkatkan akses atas mahasiswa, interaksi dan komunikasi dengan mahasiswa yang lebih efektif. (Nicolett, Andrean & Gilbert dalam Tjiptono, 2014: 424).
- Meningkatkan efektivitas, efisiensi dan profitabilitas pengelolaan lembaga pendidikan tinggi (Plessis dan Boon, 2004:76).

Implementasi CRME pada Lembaga Pendidikan Tinggi

Implementasi CRME pada lembaga pendidikan tinggi dapat digambarkan pada model berikut ini :



Gambar 1. Model Implementasi CRME di Lembaga Pendidikan Tinggi

Berdasarkan gambar model diatas tampak bahwa aplikasi CRME terdiri dua bagian utama, yaitu :

a. Perencanaan

Pada tahap perencanaan dimulai dengan penyusunan tim pengelola yang terdiri dari tenaga pendidik, tenaga kependidikan, dan juga mengikutsertakan mahasiswa, alumni serta pengguna lulusan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang menjadi kebutuhan mahasiswa dan alumni dari lembaga pendidikan serta keterampilan lulusan yang dibutuhkan pengguna lulusan. Tidak lupa juga perencanaan anggaran yang akan dibutuhkan, mencari informasi basis pelanggan serta pemberian sosialisasi dan pemahaman kepada seluruh civitas akademika serta alumni dan pengguna lulusan mengenai peran penting CRME agar seluruh pihak yang terlibat memiliki komitmen untuk keberhasilan program. Selanjutnya berbagai informasi yang telah didapat dimasukkan kedalam database serta diolah agar dapat diakses

b. Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan, data yang telah diperoleh pada tahap perencanaan berupa data kebutuhan mahasiswa dan keterampilan yang dibutuhkan pengguna lulusan akan di realisasikan oleh seluruh civitas akademika. Pendekatan yang digunakan terhadap pelanggan adalah bimbingan, memberikan pelayanan terbaik serta terus melakukan komunikasi secara intens.

Dengan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan serta terpenuhinya kebutuhan mahasiswa akan membuat iklim dan budaya lembaga pendidikan akan menjadi kondusif sehingga upaya lembaga pendidikan untuk memberikan *value* tambahan yang bermanfaat bagi mahasiswa melalui upaya mendidik mahasiswa dapat terlaksana dengan baik.

Mendidik mahasiswa merupakan upaya lembaga pendidikan untuk memberikan *value* tambahan kepada mahasiswa dengan berbagai keterampilan berupa *hard skill* (keterampilan utama sesuai dengan jurusan yang diambil), *soft skill* (motivasi, perilaku, komunikasi, karakter dan sikap) dan *required skill* (Keterampilan yang dibutuhkan pengguna lulusan). Upaya mendidik pelanggan tetap dalam koridor pendekatan dengan bimbingan, memberikan pelayanan terbaik serta terus melakukan komunikasi secara intens.

Dengan terlaksananya proses dari pemenuhan kebutuhan pelanggan sampai mendidik pelanggan akan menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan serta karakter yang sangat dibutuhkan pengguna lulusan.

Selain terdiri dua bagian utama CRME juga menggunakan perangkat teknologi dalam menunjang jalannya program. Peran perangkat teknologi ini sebagai database yang digunakan untuk meinput data-data mengenai kebutuhan mahasiswa, kebutuhan pengguna jasa, perkembangan mahasiswa baik akademik maupun nonakademik selain itu database tersebut dapat juga digunakan sebagai pusat informasi bagi mahasiswa untuk melakukan berbagai kegiatan akademik maupun nonakademik. Sedangkan untuk pengguna lulusan database ini dapat digunakan untuk melihat perkembangan dan sebagaimana upaya lembaga pendidikan dalam menyiapkan lulusan agar siap di dunia kerja.

Peran CRME Membentuk Karakter

CRME merupakan proses antara pelanggan jasa pendidikan dan lembaga pendidikan tinggi dengan memperlakukan mahasiswa dengan cara yang berbeda. CRME diharapkan dapat membantu lembaga pendidikan untuk memberikan layanan sesuai dengan apa kebutuhan mahasiswa dengan pendekatan bimbingan, melakukan komunikasi secara intens dan memberikan pelayanan terbaik.

Sehingga dengan dapat diterapkannya konsep CRME di lembaga pendidikan dapat membuat iklim dan budaya lembaga pendidikan menjadi kondusif sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan *educating customers* yang salah satunya pendidikan karakter kepada pelanggan. Dengan kondisi iklim dan budaya lembaga pendidikan yang kondusif pendidikan karakter dapat dilaksanakan dan dapat menjadikan mahasiswa yang berkarakter sesuai dengan yang diharapkan, karena membentuk mahasiswa berkarakter bukanlah suatu sistem yang dapat dibentuk hanya dengan pemberian materi dan pelatihan semata tetapi membentuk karakter harus di mulai dari lingkungan dengan suasana budaya dan iklim yang mendukung (Karyana, 2014:1).

Pemahaman iklim dan budaya lembaga pendidikan mengacu pada kualitas dan karakter kehidupan lembaga pendidikan. Iklim dan budaya lembaga pendidikan yang positif mendorong pembangunan karakter mahasiswa yang diperlukan untuk dapat mengabdikan dimasyarakat.

Menumbuhkan dan menjaga budaya dan iklim lembaga pendidikan yang kondusif melalui pelaksanaan program CRME yang baik akan membuat kegiatan menumbuhkembangkan karakter pada mahasiswa dapat berjalan baik. Dengan budaya dan iklim sekolah yang kondusif akan menciptakan sebuah komunitas pembelajaran yang dapat berperan aktif saling mendukung untuk terciptanya proses pendidikan dengan hasil akhir meluluskan mahasiswa yang memiliki karakter sesuai dengan yang diharapkan bersama.

KESIMPULAN

CRME merupakan pengelolaan lembaga pendidikan tinggi yang melibatkan sumber daya manusia, proses dan teknologi melalui pendekatan komunikasi yang intens untuk dapat memahami, mengantisipasi dan mengelola kebutuhan mahasiswa. Pelaksanaan CRME pada dasarnya memiliki beberapa tujuan diantaranya, lembaga pendidikan dapat memahami mahasiswa secara lebih detail dan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang akan dibutuhkannya, menciptakan kepercayaan dan hubungan dan pemahaman yang lebih baik mengenai mahasiswa, meningkatkan interaksi dan komunikasi dengan mahasiswa dengan lebih efektif.

Implementasi program CRME terdiri dari dua bagian utama yaitu tahap perencanaan dimana hal utama yang menjadi perhatian adalah mengikutsertakan mahasiswa, alumni serta pengguna lulusan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang menjadi kebutuhan mahasiswa dan alumni serta keterampilan lulusan yang dibutuhkan pengguna lulusan. Selanjutnya pada tahap pelaksanaan yang terdiri dari tahapan pemenuhan kebutuhan pelanggan dan tahapan mendidik pelanggan, dimana hasil akhir dari tahapan pelaksanaan adalah menghasilkan lulusan yang memiliki keterampilan serta karakter yang sangat dibutuhkan pengguna lulusan.

Program CRME juga menggunakan perangkat teknologi dalam menunjang jalannya program. Peran perangkat teknologi ini sebagai database yang digunakan untuk meinput data-data mengenai kebutuhan mahasiswa, kebutuhan pengguna jasa, perkembangan mahasiswa baik akademik maupun nonakademik selain itu database tersebut dapat juga digunakan sebagai pusat informasi bagi mahasiswa untuk melakukan berbagai kegiatan

-Seminar Nasional Pendidikan Serentak Se Indonesia Tahun 2016-
akademik maupun nonakademik. Sedangkan untuk pengguna lulusan database ini dapat digunakan untuk melihat perkembangan dan sebagaimana upaya lembaga pendidikan dalam menyiapkan lulusan agar siap didunia kerja.

Pelaksanaan CRME dapat membuat iklim dan budaya lembaga pendidikan menjadi kondusif sehingga lembaga pendidikan dapat memberikan *educating customers*. Dengan kondisi iklim dan budaya lembaga pendidikan yang kondusif pendidikan karakter dapat dilaksanakan dan menjadikan mahasiswa berkarakter sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- AbduRofiq, Atep. 2014. Menakar Pengaruh Masyarakat Ekonomi Asean 2015 Terhadap Pembangunan Indonesia. Salam; Jurnal Filsafat dan Budaya Hukum November 2014.
- Hamidin, Dini. 2008. Model Customer Relationship Management (CRM) Di Institusi Pendidikan. Proseding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2008 (SNATI 2008) Yogyakarta, 21 Juni 2008
- Karyana, Nana. 2014. Budaya dan Iklim Sekolah dalam Pengembangan Sekolah. Diunduh di <http://www.lpmpjabar.go.id/index.php/rubrik/artikel/160-budaya-dan-iklim-sekolah-dalam-pengembangan-sekolah> tanggal 7 Maret 2016
- Machwe, Prabhakar. 2000. Kontribusi Hindu terhadap ilmu pengetahuan dan peradaban. Widya Dharma. Denpasar.
- Mulyadi, Yadi. 2014. Pengembangan Model Pendidikan Teknologi Kejuruan Berbasis Isu Global Menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN. Prosiding Konvensi Nasional Asosiasi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan (APTEKINDO) ke 7 FPTK Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 13 sd.14 November 2014.
- Oluseye, Ogunnaike Olaleke,. Tairat, Borishade Taiye,. Emmanuel, Jeje Olumide. 2014. *Customer Relationship Management Approach and Student Satisfaction in Higher Education Marketing*. Journal of Competitiveness. Vol. 6, Issue 3, pp. 49-62, September 2014.
- Plessis, M. du., Boon, J.A. 2004. Knowledge management in eBusiness and customerrelationship management: South African case study findings. International Journal of Information Management 24 (2004) 73–86.
- Soliman, Hisham Sayed. 2011. Customer Relationship Management and Its Relationship to the MarketingPerformance. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 10; June 2011.
- Tilaar, H.A.R. 2003. Kekuasaan dan Pendidikan. Indonesia Siantera. Magelang.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian. Andi. Jogjakarta
- Toyese, Agbaje Yinusa. 2014. Customer relationship management and customer loyalty in Nigeriantelecommunication industry. The Business & Management Review, Volume 4 Number 3, 2014.