

Analisis Fitur Website Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Menggunakan CRM Model Proses

Ahmad Zarkasih¹, Kusri², Sudarmawan³

Magister Teknik Informatika, Universitas AMIKOM Yogyakarta

¹arkaliverpool09@gmail.com, ²kusrini@amikom.ac.id, ³sudarmawan@amikom.ac.id

INTISARI

Peranan internet sebagai suatu bentuk teknologi informasi sangat penting bagi instansi/lembaga yang ingin tetap bertahan/bersaing untuk suatu kemajuan, maka dari itu instansi/lembaga tersebut harus mampu beradaptasi dengan teknologi informasi ini sehingga dapat mendukung instansi/lembaganya. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis fitur website UIN dengan menggunakan metode Customer Relationship Management (CRM), karena metode ini digunakan untuk membantu pihak universitas dalam mengelola hubungan dengan mahasiswa, dosen dan masyarakat..

Hasil survey observasi dan wawancara digunakan dalam menganalisis Fitur Website Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang untuk menghasilkan berupa mockup dari hasil analisa berupa fitur-fitur yang akan diterapkan dalam pengembangan website UIN berdasarkan metode Customer Relationship Management (CRM). hasil dari penelitian ini juga akan berupa rancangan fitur-fitur pada website UIN yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk lebih berinteraksi secara aktif dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan..

Dengan bantuan dari framework dynamic of CRM dan melakukan strategi CRM dengan sistem rekomendasi baru, dari strategi CRM tersebut maka ditemukan tujuan baru yang lebih dinamis seperti konsep fitur bimbingan, menampilkan fitur data alumni, fitur produk hukum bagi kebutuhan pengguna, fitur informasi seminar dan kegiatan kampus yang akan membantu operasional serta sarana komunikasi, maka dari kondisi inilah kebutuhan teknologi akan menjadi lebih ringan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), website, fitur

Abstract

The role of the Internet as a form of information technology is very important for institutions / institutions that want to stay / compete for a progress, therefore the agency / institution must be able to adapt to this information technology so that it can support the institution / institution. The purpose of this research is UIN website feature feature by using Relationship Management (CRM) method, because this method is used to assist university in managing relationships with students, lecturers and community.

The results of observation and interview surveys are used in analyzing the Website Features of Raden Fatah Palembang State Islamic University to generate a mockup of analysis results in the form of features that will be applied in UIN website development based on Customer Relationship Management (CRM) method. the results of this study will also be the design of features on UIN website that can be applied by the company to more actively interact with customers and improve the quality of service for the customer.

With the help of the dynamic of CRM framework and performing CRM strategy with new recommendation system, from the CRM strategy, new dynamic goals such as counseling feature feature, alumni data feature, legal product feature for user needs, seminar information feature and campus activities which will help the operational and communication facilities, then from these conditions the needs of technology will become lighter.

Key Word : Customer Relantionship Management (CRM), Websites, Features

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Hal ini didukung oleh kemajuan sarana dan prasarana pendukungnya baik dalam bentuk media cetak, elektronik, maupun teknologi global seperti internet. Peranan internet

sebagai suatu bentuk teknologi informasi sangat penting bagi instansi/lembaga yang ingin tetap bertahan/bersaing untuk suatu kemajuan, maka dari itu instansi/lembaga tersebut harus mampu beradaptasi dengan teknologi informasi ini sehingga dapat mendukung instansi/lembaganya (Rogers, 1986).

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) atau dikenal dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang merupakan universitas yang diresmikan pada tanggal 13 November 1964 di Gedung Dewan Perwakilan Rakyat Propinsi Sumatera Selatan. berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama Nomor 7 Tahun 1964 tanggal 22 Oktober 1964. Universitas islam negeri ini pula terdapat 3 fakultas yang terdiri dari fakultas syariah, fakultas tarbiyah dan fakultas ushuluddin. Akan tetapi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang ini belum menyadari arti penting sebuah Website. Tanpa adanya website yang inovatif, maka informasi dari hasil penelitian, pengabdian dan karya tulis civitas akademik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang kurang tersampaikan ke masyarakat luas, (<http://radenfatah.ac.id/sejarah>)

Ada pun fitur yang digunakan pada website UIN raden Fatah masih banyak mengalami kekurangan khususnya pada tampilan utama website sehingga ada beberapa mahasiswa kurang nyaman dalam menggunakan website tersebut, sehingga menyebabkan data statistik pengunjung naik turun seperti Tabel 1.

Tabel I Data Statistik Pengunjung Website Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang Tahun 2016 – 2017

TABEL I.
DATA STATISTIK PENGUNJUNG

Periode	Data Statistik						Total Pengunjung
	Juli	Agustus	Sept	Oktober	November	Desember	
16 Juni – 31 Desember	407.707	518.067	519.061	500.906	476.122	672.264	3094.127
1 Januari – 26 Maret	523.110	679.500	366.720				1569.330

Dari tabel I tersebut menjelaskan bahwa tingkat pengunjung dari website tersebut dibagi perbulan, dilihat pada bulan Juli jumlah pengunjung dari website berjumlah 407,707 sampai dengan bulan Desember dengan jumlah 672,264, sehingga jika dilihat untuk priode 16 Juni – 31 Desember total jumlah pengunjung website UIN Raden Fatah adalah 3094,127 pengunjung. Pada periode 16 Juni – 31 Desember dapat dilihat bahwa pengunjung website mengalami turun dan naik, tingkat akses turun pada bulan Juli dan naik pada bulan Desember.

(<http://radenfatah.ac.id/sejarah>)

Dari permasalahan diatas, maka perlu dianalisis fitur website UIN dengan menggunakan metode Costumer Relationship Management (CRM), karena metode ini digunakan untuk membantu pihak universitas dalam mengelolah hubungan dengan mahasiswa, dosen dan masyarakat. Menurut Rainer, Prince, & Cegielski (2015), Costumer Relantionship Management (CRM) ini merupakan strategi organisasi yang berfokus pada pelanggan dan berorientasi pelanggan. yaitu, organisasi berkonsentrasi pada penilaian kebutuhan pelanggan untuk produk dan jasa, kemudian memberikan kualitas tinggi dan layanan responsif. Menurut Chaffey (2011:451), CRM ini juga adalah sebuah pendekatan untuk membangun dan mempertahankan bisnis yang berjangka panjang dengan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan berdasarkan 3 komponen CRM, sebagai berikut :

- Kebutuhan user/pengguna**
Bagaimana mengelolah hubungan atau relasi antara pengguna.
- Proses sistem berjalan**
Sistem dan prosedur yang membantu manusia untuk dapat menjalin hubungan dekat dengan pelanggan.
- Teknologi**
Membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses dalam aktivitas CRM sehari-hari. Perlu disadari teknologi adalah alat penunjang dalam melengkapi nilai tambah CRM.

Maka dengan ini penulis memakai beberapa referensi dari para peneliti-peneliti terdahulu, antara lain :

Penelitian yang berkaitan dengan analisis fitur pernah dilakukan oleh Fuad dkk (2014) dengan judul "Perancangan Fitur E-Commerce Berdasarkan Konsep Customer Relationship Management untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan". Dalam penelitian tersebut, peneliti melakukan analisis fitur e-commerce mainanbocah.com menggunakan metode analisis SWOT yang berbasis pada konsep Customer Relationship Management (CRM). Adapun hasil dari penelitian ini berupa rancangan fitur-fitur e-commerce yang dapat diterapkan oleh perusahaan untuk lebih berinteraksi secara aktif dengan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan bagi pelanggan.

Sedangkan Penelitian Milan (2015) dengan judul customer relationship management

(CRM) in academic libraries: perception and reality membahas permasalahan yang terdapat perpustakaan akademik yang berkaitan dengan jalur komunikasi, dan dituntut untuk merubah cara operasi dan manajemen, serta bagaimana mempertahankan dan meningkatkan pengguna perpustakaan melalui peningkatan pelayanan perpustakaan. Penggunaan CRM dalam penelitian ini bukan membahas tentang pendekatan fungsionalitas tetapi lebih ke proses strategi itu sendiri. Fokus CRM dalam penelitian ini adalah layanan perpustakaan, dan kepuasan pengguna melalui evaluasi.

Penelitian Qiao-ling (2015) dengan judul *integrating of business intelligence and crm in banks: an empirical study of SOM applied in personal customer loans in taiwan*, membahas tentang permasalahan yang sering dialami bank tentang status pembayaran pinjaman, bank juga harus menyadari resiko kredit pinjaman ketika meninjau pinjaman pribadi konsumen. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pola mutlak dari data yang ada di bank. Dalam penelitian ini menganalisis karakteristik peminjam di setiap kelompok, dan menyediakan strategi yang tepat untuk masing-masing kelompok untuk menurunkan risiko kredit konsumen.

Penelitian Li (2015) dengan judul *the research of the property service enterprise's innovation based on the customer relationship management theory*, dalam penelitian ini membahas pelanggan adalah dasar dari jasa property perusahaan, persaingan jasa properti perusahaan adalah kompetisi untuk meraih pelanggan. Hal ini diperlukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut: untuk menyediakan produk yang tepat atau layanan pada waktu yang tepat; untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan keinginan. Penggunaan CRM dalam penelitian ini untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh jasa property.

Penelitian Cong Li (2015) dengan judul *operation design of customer relationship management system*, dalam penelitian ini membahas penerapan desain CRM, dan mengusulkan enam cara penerapan CRM, yaitu "para pemimpin perusahaan senior mendukung aplikasi CRM", "mengintegrasikan strategi CRM dengan budaya perusahaan", "pelanggan berorientasi sistem manajemen", "melatih staf untuk belajar pengetahuan CRM", "meningkatkan kualitas data sistem CRM" dan "Melindungi privasi informasi pelanggan". Enam cara yang

diusulkan membantu untuk penerapan sistem manajemen pelanggan secara efektif.

Dengan mempertimbangkan beberapa hal diatas, maka Penelitian akan dilakukan pada tampilan utama website UIN Raden Fatah Palembang dengan metode CRM untuk mengoptimalkan layanan informasi. Data diperoleh dari observasi, dan wawancara. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung pada objek penelitian. Sementara wawancara dilakukan pada pihak mahasiswa dan pengelola website UIN. Hasil survey ini akan digunakan dalam menganalisis Fitur Website Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang untuk menghasilkan berupa mockup dari hasil analisa berupa fitur-fitur yang akan diterapkan dalam pengembangan website UIN berdasarkan metode Customer Relationship Management (CRM).

II. METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Causal-Comparative Research, tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab dan akibat melalui pengamatan dari masalah yang sedang di alami. Dari pemikiran tersebut hanya akan ada dua variabel sebagai pembanding antara variabel sebelumnya dengan variabel yang terbaru..

2. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data digunakan dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Tesis. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah,

- a. Metode wawancara
metode ini dilakukan untuk mengumpulkan data-data dengan cara tanya jawab dengan pihak akademik universitas
- b. Metode observasi
Pengamatan langsung, yaitu dengan melakukan pengamatan dan penelitian secara langsung dengan cara mengamati proses penyampaian data atau informasi yang diberikan kepada mahasiswa.
- c. Dokumentasi
Teknik Dokumentasi, Menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (life histories), ceritera, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar

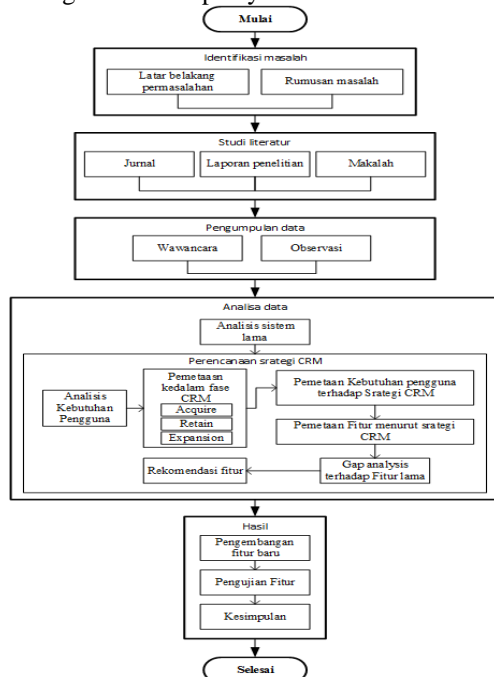
misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

3. Metode Analisis Data

Metode yang di gunakan untuk menganalisis data adalah metode CRM, di mana metode tersebut merupakan sebuah strategis bisnis untuk memilih dan mengatur hubungan dengan pelanggan yang paling menguntungkan. CRM memerlukan filosofi dan budaya bisnis customer-centric untuk mendukung proses pemasaran, penjualan, dan layanan yang efektif. Aplikasi CRM dapat memungkinkan manajemen atau pengaturan hubungan baik dengan pelanggan secara efektif, dengan didukung ketersediaan kepemimpinan yang baik. (Greenberg, 2002, p39).

4. Alur Penelitian

Hasil dari tahapan-tahapan analisis digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam Analisis dan implementasi fitur website berdasarkan konsep CRM model untuk meningkatkan kualitas pada website Akademik UIN Raden Fatah Palembang. Alur tahap penelitian ini terbagi atas 4 tahapan yaitu:



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Penjelasan pada gambar 1 diatas, alur penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi masalah
 - 1.Latar belakang masalah
 - 2.Rumusan masalah

- 3.Studi Literatur
- 4.Tujuan penelitian
- b. Tahap pengumpulan data

Pada tahap pengumpulan data memiliki beberapa aktifitas yang dikerjakan diantaranya :

- 1. Observasi

Observasi, dengan mengcapture proses dan pengetahuan secara langsung tentang aktivitas fitur website yang terjadi di UIN Raden Fatah Palembang yang nanti dijadikan salah satu indikator mengambil keputusan selanjutnya.

- 2. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk bertujuan mencari dan mengumpulkan data kepada pihak terkait yaitu sistem informasi akademik UIN Raden Fatah Palembang sesuai kebutuhan masing-masing user.

c. Analisis data

- 1.Analisis fitur lama

Pada tahap ini untuk menganalisis pemetaan fitur lama yang dijelaskan dengan fungsi fitur pada halaman utama website UIN Raden Fatah Palembang.

- 2. Perencanaan Strategi CRM

Setelah melakukan pemetaan fitur lama maka dilanjutkan dengan perencanaan strategi CRM dimana strategi CRM terdapat ada beberapa tahap yaitu :

- a). Analisis Kebutuhan Pengguna

Pada tahap ini melakukan analisis kebutuhan pengguna pada sistem lama pada website, dimana analisis tersebut bertujuan untuk memetakan strategi – strategi peluang kedalam fase CRM.

- b). Pemetaan fase CRM

Selanjutnya pada tahap ini dilakukan dengan pemetaan CRM yang didasari oleh 3 fase CRM yaitu acquire, Retain, dan expansion.

- c). Pemetaan kebutuhan pengguna terhadap strategi CRM

Pada tahap ini adalah hasil pemetaan kebutuhan pengguna dari pemetaan fase CRM

- d). Pemetaan fitur menurut strategi CRM

- e). Gap analisis terhadap fitur lama

- f). Rekomendasi fitur

Penelitian memberikan rekomendasi atau masukan yang sudah dihasilkan dari analisa fitur website UIN raden fatah palembang berupa mockup.

- d. Tahap hasil
 - 1. Pengembangan Fitur

Setelah melakukan perencanaan strategi CRM, maka pada tahap ini dilakukan pengembangan fitur untuk menentukan

fitur baru dari hasil rekomendasi fitur yang sudah usulkan dan dihasilkan..

2. Pengujian Fitur

Pada tahap ini di lakukan pengujian fitur menggunakan FGD, dimana FGD ini bertujuan untuk memperoleh masukan atau informasi tentang permasalahan yang bersifat lokal dan spesifik.

3. Kesimpulan

Pada tahap kesimpulan yang dilakukan adalah menarik sebuah kesimpulan dari hasil pengolahan data yang dilakukan dan menghasilkan sebuah rekomendasi perbaikan website agar lebih user friendly kepada penggunanya.

III. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

3.1. Gambaran Objek Secara Umum

Sistem Informasi Akademik pada UIN Raden Fatah Palembang merupakan sistem yang mengolah data dan melakukan proses kegiatan akademik yang melibatkan mahasiswa, dosen, dan staff instansi lainnya yang berkaitan dengan akademik.

3.2. Analisis Sistem Lama yang sedang berjalan

Analisis fitur pada penelitian ini adalah untuk menunjukkan bahwa keseluruhan fitur-fitur yang digunakan pada UIN Raden fatah palembang menggunakan CRM. List fitur yang ada secara menyeluruh ada pada lampiran dalam penelitian ini secara umum, dan pemetaan kedalam siklus CRM. Berikut ini fitur utama dalam website UIN Raden Fatah Palembang sebagai berikut :

a. Konten web

Konten web adalah fitur yang umum biasa di pakai oleh beberapa perguruan tinggi, sama halnya dengan sistem akademik universitas UIN raden fatah palembang juga menggunakan konten berbasis web dalam menjalankan layanan informasi akademik.

b. Admin sistem informasi akademik

Fitur yang digunakan oleh universitas UIN raden fatah palembang sebagai media interaksi dengan mahasiswa maupun masyarakat umum dan sebagainya.

c. Admin web profil

Admin web profil adalah fitur yang digunakan oleh para admin dan staff akademik yang bertugas melayani mahasiswa dalam menyampaikan informasi pada website uin raden fatah palembang.

3.3 Kebutuhan Pengguna

TABEL II.

KEBUTUHAN PENGGUNA

Pengguna	Kebutuhan informasi
Mahasiswa	Informasi nilai KHS
	Informasi pengisian KRS
	Informasi Jadwal kuliah
	Informasi biaya kuliah
	Bimbingan TA
	Informasi Akademik
Dosen	Informasi data mahasiswa
	Jadwal Menguji
	Jadwal ujian
	Informasi terkait aturan hukum
Calon mahasiswa	Informasi penerimaan mahasiswa baru
	Informasi alumni
	Informasi yang terkait dengan seminar dan kegiatan kampus

3.4. Sub komponen model berdasarkan fase Strategi CRM

TABEL III.

KOMPONEN STRATEGI CRM

Sub-komponen model berdasarkan fase CRM	Strategi
Acquire (memperoleh)	Mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, dosen dan calon mahasiswa terhadap website UIN Raden Fatah Palembang Serta mendapatkan data mahasiswa maupun dosen seperti apa yang diminati oleh sistem informasi akademik.
Retain (mempertahankan)	Menjaga sistem keamanan data user mahasiswa dan dosen dalam melakukan pengisian identitas, serta statistik website UIN Raden Fatah Palembang.
Expansion (mengolah)	Memberikan layanan informasi yang bisa dimanfaatkan oleh mahasiswa, dosen maupun calon mahasiswa dalam mengolah data informasi website UIN Raden Fatah Palembang

Setelah menentukan strategi ke dalam sub komponen CRM pada tabel 3 di atas, maka dilanjutkan dengan pemetaan kebutuhan informasi terhadap fase-fase CRM.

3.5. Pemetaan kebutuhan informasi terhadap fitur

TABEL IV.

PEMETAAN KEBUTUHAN INFORMASI TERHADAP FITUR

No	Kebutuhan informasi	Fase CRM		
		A	R	E
1.	Informasi nilai KHS			V
2.	Informasi pengisian KRS			V
3.	Informasi Jadwal kuliah			V
4.	Informasi biaya kuliah	V		
5.	Bimbingan TA			V
6.	Informasi Akademik		V	
7.	Informasi data mahasiswa	V		
8.	Jadwal Menguji	V		
9.	Jadwal ujian	V		
10.	Informasi terkait aturan hukum		V	
11.	Informasi penerimaan mahasiswa baru	V		
12.	Informasi alumni	V		
13.	Informasi yang terkait dengan seminar dan kegiatan kampus			V

Ket : A :acquire, R : retain, E : expansion.

3.6. Matrik kebutuhan informasi terhadap strategi acquire

TABEL V.
Matrik terhadap Strategi Acquire

Kebutuhan Informasi	Strategi CRM	Fitur
Biaya kuliah	Memberikan informasi tentang detailnya biaya kuliah serta keterangan proses pembayaran.	UKT
Informasi data mahasiswa	Menyediakan layanan informasi untuk mendapatkan data mahasiswa	Fakultas
Jadwal menguji	Memberikan informasi tentang detail tanggal dan hari serta nama peserta ujian.	SIMAK
Jadwal ujian	Memberikan informasi tentang detail tanggal dan hari ujian	SIMAK
Informasi penerima mahasiswa baru	Memberikan informasi detail proses pendaftaran dan biaya pendaftaran.	Info SPMB
Informasi alumni	Memberikan informasi tentang pelayanan alumni	Alumni

3.7. Matrik kebutuhan informasi terhadap strategi retain

TABEL VI.
Matrik Kebutuhan Informasi Strategi Retain

Kebutuhan informasi	Strategi CRM	Fitur
Informasi akademik	Selalu melakukan perubahan informasi akademik untuk aktivitas perkuliahan.	Profil
Informasi terkait aturan hukum	Memberikan informasi terkait aturan dalam proses mengajar.	Produk hukum

3.8. Matrik kebutuhan informasi terhadap strategi expansion

TABEL VII.
Matrik Kebutuhan Informasi Strategi Expansion

Kebutuhan Informasi	Strategi CRM	Fitur
Informasi nilai KHS	Memberikan nilai persemester	Fakultas
Informasi pengisi KRS	Pelayanan kemudahan dalam pengisian KRS	Fakultas
Informasi jadwal kuliah	Memberikan jadwal kuliah dan perubahan jam perkuliahan.	Fakultas
Informasi bimbingan TA	Pelayanan daftar bimbingan TA	SIMAK
Informasi yang terkait dengan seminar dan kegiatan kampus	Memberikan layanan pendaftaran bagi peserta yang akan mengikuti kegiatan kampus.	Pengumuman

3.9. Pemetaan fitur yang telah dirumuskan

Pada tahap ini melakukan perumusan fitur yang sudah dipetakan ke dalam fase CRM pada tabel di atas. Berikut ini adalah tabel fitur yang telah dirumuskan.

TABEL VIII.
PEMETAAN FITUR YANG DIRUMUSKAN

No.	Fitur	Ketersediaan yang pernah ada di Website UIN Raden Fatah Palembang		Keterangan	Screenshot
		Ada	Tidak		
a.	UKT	✓		Fitur ini Memberikan informasi tentang detail biaya kuliah serta keterangan proses pembayaran	
b.	Fakultas	✓		Fitur ini terdiri dari beberapa fakultas maupun jurusan yang menyediakan layanan informasi untuk mendapatkan data mahasiswa	
c.	SIMAK	✓		Memberikan informasi tentang detail tanggal dan hari serta nama peserta ujian	
d.	SIMAK	✓		Memberikan informasi tentang detail tanggal dan hari ujian	
e.	Info SPMB	✓		Memberikan informasi detail proses pendaftaran dan biaya pendaftaran.	
f.	Alumni	✓		Memberikan informasi tentang pelayanan alumni	

No.	Fitur	Ketersediaan yang pernah ada di Website UIN Raden Fatah Palembang		Keterangan	Screenshot
		Ada	Tidak		
g.	Profil		✓	Selalu melakukan perubahan informasi akademik untuk aktivitas perkuliahan	
h.	Produk hukum	✓		Memberikan informasi terkait aturan dalam proses mengajar.	
i.	Fakultas	✓		Memberikan nilai persemester	
j.	Fakultas	✓		Pelayanan kemudahan dalam pengisian KRS	
k.	Fakultas	✓		Memberikan jadwal kuliah dan perubahan jam perkuliahan.	
m.	Pengumuman	✓		Memberikan layanan pendaftaran bagi peserta yang akan mengikuti kegiatan kampus.	

3.9 Rekomendasi fitur yang diusulkan

TABEL IX.
REKOMENDASI FITUR

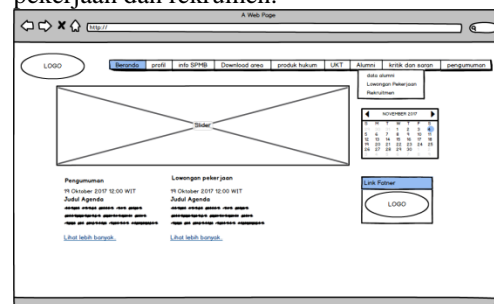
Table 3.11 Hasil rekomendasi fitur baru UIN Raden Fatah Palembang

No.	Fitur yang ada	Fitur yang diusulkan	Ketersediaan yang pernah ada di Website UIN Raden Fatah Palembang		Keterangan	Screenshot
			Ada	Tidak		
a.	SIMAK	Jadwal menguji		✓	Menampilkan jadwal menguji yang tersedia di fitur SIMAK	
b.	SIMAK	Jadwal ujian		✓	Pada halaman tersebut perlu ada nya fitur jadwal ujian di fitur SIMAK	
c.	Alumni	Informasi alumni		✓	Membuat data alumni di rub-menu pada fitur halaman utama website UIN Raden Fatah Palembang	
d.	Fakultas	Jadwal kuliah		✓	Menampilkan jadwal kuliah dan perubahan jam perkuliahan pada halaman menu fakultas	

3.10 Hasil mockup

a. Halaman alumni

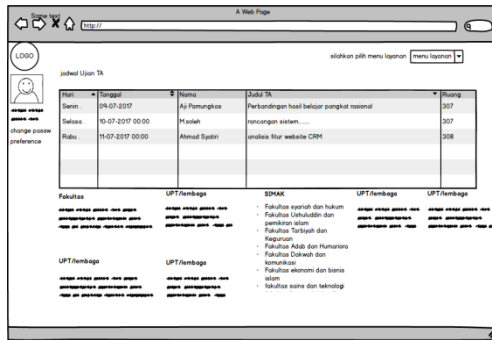
Menu ini menjelaskan halaman utama pada menu alumni di mana pada halaman tersebut menampilkan data alumni, lowongan pekerjaan dan rekrumen.



Gambar 2. halaman alumni

b. halaman SIMAK

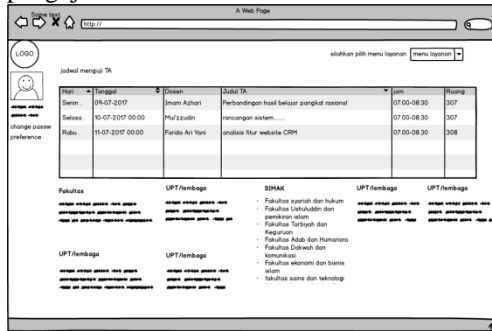
Pada halaman ini ada beberapa fitur, dimana fitur yang diusulkan oleh peneliti berdasarkan tampilan jadwal ujian TA dapat di lihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 3. jadwal ujian TA

c. Halaman SIMAK

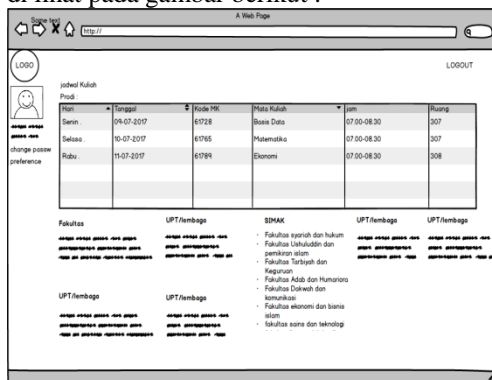
Halaman ini menambahkan fitur jadwal menguji TA di bagian halaman login mahasiswa untuk melihat daftar nama dosen penguji.



Gambar 4. jadwal penguji TA

d. Halaman SIMAK

Pada halaman ini menampilkan beberapa fitur, salah satu fitur yang belum tersedia di menu SIMAK adalah tampilan jadwal mata kuliah, berikut ini adalah tampilan mockup yang dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5. jadwall kuliah

3.12 Pengujian Mockup dengan Focus Group Discussion untuk Usulan Perbaikan

Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terarah) merupakan suatu proses pengumpulan informasi berupa tanggapan atau perspektif dari user dan analisis mengenai

mockups yang telah dibuat dalam rangka pengembangan fitur website UIN Raden Fatah Palembang dengan tujuan menguji/mengukur apakah mockups dimaksud telah sesuai dengan kaidah-kaidah user interface yang baik dan benar serta memenuhi harapan pengguna/users.

Adapun FGD ini melibatkan peserta sebanyak enam orang, dengan mengikuti aturan FGD sebagai berikut:

1. Moderator menjelaskan maksud dan tujuan serta aturan dalam FGD
2. Anggota yang masuk dalam FGD sebelumnya telah dihubungi dan diberikan referensi terkait mekanisme FGD agar dapat berjalan efektif
3. Proses FGD berlangsung selama dua sampai lima jam
4. FGD dilakukan dengan melihat dan menganalisis 4 mockups design yang telah dirancang dengan metode CRM
5. FGD selesai jika tujuan awal dianggap telah terpenuhi

Peserta FGD adalah orang-orang yang pernah dan sering merancang serta biasa menggunakan website dan merupakan orang-orang yang memiliki background di bidang Teknik Informatika seperti yang tersaji pada tabel 10 dan tabel 11.

TABEL X.
ANGGOTA FGD

No	Nama	Keterangan
1.	Ahmad Zarkasih	Moderator
2.	Agung Dwi Saputro	Desain
3.	Bangun	Desain
4.	Joko Prayitno	Web programmer
5.	M.Riandi Widiantoro	Web programmer
6.	M.Nuraminudin	Web programmer

TABEL XI.
HASIL FGD

No	Pendapat
1	Halaman alumni yang tersedia sangat bagus tetapi ada beberapa yang perlu diperhatikan pada bagian yang dibutuhkan oleh alumni, agar lebih mudah dalam mengakses maupun melihat data alumni.
2	Penambahan pada fitur jadwal ujian cukup baik guna mempermudah mahasiswa dalam melihat jadwal daftar ujian TA yang sudah disediakan oleh pihak akademik UIN Raden Fatah Palembang.
3	Penambahan pada fitur informasi jadwal pengujian sangat mendukung mahasiswa maupun dosen dalam mengakses lewat website dan mobile.
4	Pada halaman fakultas dengan ditambahkan fitur jadwal kuliah sangat mempermudah mahasiswa dan dosen dalam melihat jadwal kuliah melalui website maupun mobile.

IV. KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis menggunakan metode CRM pada website Sistem Informasi Akademik UIN Raden Fatah Palembang dan perancangan berupa rekomendasi dan mockup, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut.

a. Untuk mengembangkan sebuah strategi CRM, khususnya pada tampilan fitur utama maka perlu dianalisa fitur-fitur sebelumnya

dengan ditambah dari keterangan yang diperoleh. Keterangan tersebut merupakan bentuk dari upaya strategi yang sudah dilakukan. Kemudian jadikan keterangan tersebut sebagai faktor dalam pemilihan fitur apa yang digunakan. Dengan bantuan sebuah framework maka bisa diukur pada tiap fase berdasarkan teori CRM yaitu *acquire*, *retain* dan *expansion*. Dengan pengukuran tersebut maka bisa diperoleh sisi mana yang akan dikembangkan. Ditambah dengan faktor-faktor lain seperti kebutuhan yang diinginkan, serta kelebihan dan kelemahan yang ada.

b. Konsep yang bisa diterapkan dengan bantuan dari framework *dynamic of CRM* dan melakukan strategi CRM dengan sistem rekomendasi baru, dari strategi CRM tersebut maka ditemukan tujuan baru yang lebih dinamis seperti konsep fitur bimbingan, menampilkan fitur data alumni, fitur produk hukum bagi kebutuhan pengguna, fitur informasi seminar dan kegiatan kampus yang akan membantu operasional serta sarana komunikasi, maka dari kondisi inilah kebutuhan teknologi akan menjadi lebih ringan.

REFERENSI

- [1] Alexander, F. K. Sibero., 2011, *Kitab Suci Web Programming*, Mediakom, Yogyakarta.
- [2] Arief, M. Rudyanto, 2011, *Pemrograman Web Dinamis menggunakan PHP dan MySQL*, Andi, Yogyakarta.
- [3] Chen, Q., & Lin, J., 2015, *Integrating of Business Intelligence and CRM in Banks: An Empirical Study of SOM Applied in Personal Customer Loans in Taiwan*, Proceedings of 2015 International Conference on Fuzzy Theory and Its Applications (iFUZZY), IEEE, November 2015
- [4] Ditho, Muh, (2011. Oktober). *Balsamiq Recommended Mockups Application* [online] Tersedia: <http://muhditho.me/2011/10/05/balsamiq-recommendedmockups-application/> [Diakses Pada Tanggal 1 Desember 2017]
- [5] Feng, L., 2015, *The Research of The Property Service Enterprise's Innovation Based on the Customer Relationship Management Theory*. International Conference on Intelligent Computation Technology and Automation. IEEE
- [6] Hakim, Lukmanul dan Uus Musalini. 2004. *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [7] Hijrih, F., & Prasetyo, T.H., 2015. *Analisis Fitur M-Ticketing PT. Kereta Api Indonesia Sebagai Bagian Dari Customer Relation Management (CRM)*. Konferensi Nasional Sistem & Informatika 2015 UNIVERSTAS STIKOM. 9-10 Oktober 2015
- [8] Khan, M., & Mustafa, K., 2015, *Customer Relationship Management (CRM) In Academic Libraries: Perception And Reality*. *DIU Journal of Humanities and Social Science*, Volume 3 July 2015.
- [9] Li, C., & Ma, L., 2015, *Operation Design of Customer Relationship Management System*. *International Symposium on Computational Intelligence and Design*. IEEE
- [10] O'Brien, James A., 2002, "Customer Relationship Management", *Management Information Systems: Managing Information Technology in the E-Business Enterprise* (5th ed.), McGrawHill Higher Education, pp.128-131.
- [11] Rollins, M., & Gabrielsson, M., 2016, *The Salesperson's Use of Global Customer Relationship Management Systems*. *Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE