

EKSPLORASI MOTIF PERGURUAN TINGGI MENGGUNAKAN WEB SEBAGAI UPAYA MEMPERKUAT POSISI DAN SUSTAINABILITY INSTITUSI

Oleh:

Luciana Spica Almilia, S.E., M.Si.
STIE Perbanas Surabaya

ABSTRACT:

There are many universities in Indonesia that have been using Web. According to the initial survey, there are many universities in Indonesia that use Web as the facility to spread over information and shape the image of university. Therefore, this study will analyze the motive of and benefit obtained by those universities that have been applying Web for the interest of educational institution. Through this study hopefully there is a clear picture of university's motive in using Web. This finding is very important especially in trying to provide clearer information about the basic consideration of using Web and utilizing it as the facility of competitive superiority. This study uses several universities in Indonesia as its subjects and they are those universities that have already been using Web Service and located in big cities in Indonesia.

The objectives of this study are: (1) What motives that encourage a university/higher education institution to use Web for business interest, and (2) What benefits that have already been obtained when a university/higher education institution has used Web already for the sake of educational institution development. This study also compares the characteristics of university that include the origin of the students, total students, and how long the web has been using as the supporting analysis in this study.

The sample of this research contains of 111 universities. The result shows that, the most ten motives of universities to use web are: to access global information, to promote available facilities and infrastructure, to build the image of university, to provide information for candidate students, to help competing with large universities, to give a positive image to the institution (Higher Education), to help faster communication with the users of information at universities, to facilitate the communication of information users at universities, to be closer to the users of information at universities and to broaden the spread of students. The other finding of the research show that the most three benefit of using Web at universities are: competitive strategy, an easy access to information and the satisfaction of information users at universities (student and their parents).

Keywords: Information Technology, Information Communication Technology, Website, motives and benefits

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang begitu cepat yang mengikuti irama perkembangan era global sekarang ini, menuntut munculnya paradigma baru dari suatu lembaga pendidikan tinggi khususnya di universitas. Tuntutan perlunya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, tuntutan terhadap produk universitas yang mempunyai nilai tambah dan tuntutan peran universitas agar mampu membantu permasalahan lokal, nasional dan internasional kini semakin menguat. Oleh karena itu salah satu masalah dalam pengembangan universitas sekarang ini adalah bagaimana universitas, dengan sumber daya yang dipunyai sekarang ini, mampu mengoptimalkan perannya untuk menjawab persoalan global diatas.

Banyak strategi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan peran universitas, salah satunya adalah melaksanakan strategi "Revitalisasi Sumber daya Universitas" (Soekartawi, 2005) Menurut Soekartawi, untuk meningkatkan peran universitas, maka universitas tersebut tidak harus menunggu sampai mempunyai sumber daya yang "memadai", namun peran itu dapat juga dilakukan dengan mengoptimalkan revitalisasi sumber daya yang ada yang dimiliki sekarang ini. Pemikiran ini muncul karena sering dijumlahl adanya pengelolaan sumber

daya universitas yang tidak atau yang kurang optimal. Akibatnya keunggulan kompetitif universitas tersebut menjadi tendah. Karena itu, salah satu solusinya adalah bagaimana melakukan revitalisasi sumber daya pendidikan tersebut agar kemampuan kompetisi (*competitiveness*) menjadi tinggi.

Perubahan yang demikian pesat itu sebagian besar karena dampak dari ditemukannya teknologi dan inovasi baru yang disebut dengan nama *Information Technology* atau *Information Communication Technology* (IT/ICT). Jaman sekarang ini, lembaga manapun yang tertinggal dengan sentuhan IT/ICT, maka lembaga tersebut akan terus tertinggal. Hal ini disebabkan karena akselerasi globalisasi akan terus meningkat seiring dengan pesatnya kemajuan IT/ICT.

Penggunaan IT/ICT diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia pendidikan yang kompetitif tersebut. Perguruan tinggi yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perguruan tinggi yang mampu mengimplementasikan teknologi ke dalam aktivitas pengembangan institusi. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan *Web* untuk

memberikan informasi tentang perguruan tinggi. Dalam penggunaan teknologi informasi dalam perguruan tinggi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perguruan tinggi seperti dosen, karyawan, mahasiswa, orang tua mahasiswa, lulusan, pengguna lulusan, pemerintah akan ikut berperan.

Penggunaan internet telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar. Sejak ditemukannya teknologi internet tersebut pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses-proses bisnis.

Motif serta manfaat *Web* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pengguna informasi perguruan tinggi serta meningkatkan daya saing perguruan tinggi dalam hal ini menjadi sudut pandang dari penulis yang dijadikan sebagai obyek dalam penelitian ini. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi *Web* merupakan salah satu faktor yang penting untuk menunjang keberhasilan perguruan tinggi untuk meningkatkan citra perguruan tinggi dimata pengguna jasa pendidikan.

Penggunaan *Web* di perguruan tinggi Indonesia sudah banyak dilakukan oleh perguruan tinggi. Berdasarkan survey awal sudah banyak perguruan tinggi yang ada di Indonesia menggunakan *Web* sebagai sarana untuk kepentingan penyebaran informasi dan membentuk citra perguruan tinggi. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan dikaji tentang motif serta manfaat yang dirasakan oleh perguruan tinggi yang telah menerapkan penggunaan *Web* untuk kepentingan institusi pendidikan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang motif perguruan tinggi dalam menggunakan *Web*. Temuan ini sangat penting terutama dalam upaya memberikan informasi yang lebih jelas tentang dasar pertimbangan dalam menggunakan *Web* dan memanfaatkannya sebagai sarana keunggulan bersaing. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa perguruan tinggi yang ada di Indonesia sebagai subyek penelitian, yang merupakan perguruan tinggi yang sudah menggunakan layanan *Web* dimana perguruan tinggi diteliti adalah perguruan tinggi yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia.

TUJUAN PENELITIAN

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Motif – motif apa sajakah yang mendorong perguruan tinggi menggunakan *Web* dalam kepentingan bisnis dan
2. Manfaat – manfaat apa sajakah yang telah diperoleh jika perguruan tinggi telah menggunakan *Web* dalam kepentingan pengembangan institusi pendidikan.

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai intensi penggunaan *Web (e-commerce)* dan manfaatnya telah dilakukan oleh Daniel dan Wilson (2002). Penelitian tersebut bertujuan untuk mengkaji alasan-alasan yang mendorong perusahaan, khususnya perusahaan skala kecil dan menengah menggunakan *e-commerce* untuk kepentingan bisnis dan mengetahui persepsi manajemen perusahaan tentang manfaat yang diperoleh setelah menggunakan *e-commerce*. Rancangan penelitian yang digunakan oleh Daniel dan Wilson (2002) adalah penelitian survey yang melibatkan perusahaan skala kecil dan menengah di Inggris dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 250 orang dan telah menggunakan *e-commerce* untuk kepentingan bisnis. Dengan menggunakan teknis statistik faktor disimpulkan bahwa terdapat lima faktor yang diidentifikasi mendorong perusahaan skala kecil dan menengah menggunakan *e-commerce*. Kelima faktor tersebut adalah : faktor untuk meningkatkan dan memperbaiki efisiensi layanan, faktor untuk memperbaiki hubungan dengan pemasok, faktor untuk menarik pelanggan dan faktor keempat dan kelima tidak diberi nama karena pengelompokan yang dihasilkan tidak jelas. Dimana faktor keempat ini terdiri dari variabel untuk mendapatkan informasi bisnis dari pihak eksternal, untuk menarik staf dan untuk memperbaiki penyebaran pengetahuan pada lingkungan internal, sedangkan faktor kelima dibentuk oleh variabel tekanan dari pelanggan dan tekanan dari pesaing. Hasil analisis faktor mengenai manfaat yang diperoleh setelah menggunakan *e-commerce* antara lain manfaat dalam kaitannya dengan pelanggan, untuk persaingan, peningkatan dan perbaikan efisiensi layanan, perbaikan hubungan dengan pemasok dan faktor kelima tidak diberi nama. Dimana faktor kelima ini dibentuk oleh variabel penarikan staf secara *online* dan perbaikan penyebaran pengetahuan pada lingkungan internal.

Penelitian sebelumnya juga pernah dilakukan oleh Herliansyah (2004) yang menguji pengaruh faktor-faktor motivasional terhadap intensi keperilakuan (*behavioral intention*) pengguna *web site* perusahaan *go public* oleh investor. Dalam penelitian tersebut, ia mencoba untuk melihat dampak faktor-faktor motivasional terhadap penggunaan *web site* perusahaan *go public* dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan investasi oleh investor. Faktor-faktor motivasional yang dipergunakan ada tiga macam, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceive ease of use*), persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*) serta persepsi nilai informasi (*perceived informativeness*) *web site* perusahaan *go public*.

Penelitian terdahulu yang lainnya dilakukan oleh M. Rizal Palil (2004), penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efek perdagangan elektronik

terhadap sistem perpajakan di Malaysia dengan penekanan pada pengenaan pajak dan hak pemajakan. Penelitian yang dilakukan oleh M. Rizal Palil ini dilakukan dengan menggunakan 82 sample praktisi perpajakan dan 22 akademisi. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa praktek pengenaan pajak dalam perdagangan elektronik belum sesuai dengan aturan yang berlaku, sehingga tidak dapat memaksimalkan penerimaan pajak dari perdagangan elektronik.

Penelitian mengenai penggunaan *e-commerce* ini juga dilakukan oleh Setyarini Santosa (2002). Penelitian Setyarini Santosa ini adalah tentang kemunculan internet dan *world wide web (www)* sebagai dasar berkembangnya perdagangan elektronik atau *electronic commerce* telah menimbulkan permasalahan yang cukup pelik bagi seorang akuntan dalam menjalankan penugasannya. Dalam lingkungan perdagangan yang sudah memanfaatkan jaringan komputer, baik dalam kapasitasnya sebagai intranet, extranet, maupun internet, sistem pengendalian internal menjadi semakin rumit. Dan yang akan dibahas dalam penelitian yang dilakukan oleh Setyarini Santosa ini adalah membahas materi-materi yang terkait dengan isu-isu baru di seputar pengendalian internal, implikasi *e-commerce* terhadap pengendalian internal dan peluang yang dimiliki oleh akuntan.

Penelitian yang kelima adalah penelitian yang dilakukan oleh Oviliani Yenti Yuliana (2000) dimana dalam penelitian ini peneliti mengambil penggunaan teknologi internet dalam bisnis. Penelitian ini membuktikan bahwa *web site* perusahaan *go public* berguna dalam proses pengambilan keputusan investasi. Selain itu, penelitian tersebut juga membuktikan bahwa investor potensial memiliki kecenderungan untuk menggunakan *web site* perusahaan *go public* sebagai pertimbangan dalam proses pengambilan keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh Luciana Spica dan Lidia (2006) mengkaji tentang motif serta manfaat yang dirasakan oleh perusahaan yang telah menerapkan penggunaan *Web (e-commerce)* dalam kepentingan bisnis. Temuan penelitian ini sangat penting terutama dalam upaya memberikan informasi yang lebih jelas tentang dasar pertimbangan dalam menggunakan *e-commerce* dan memanfaatkannya sebagai sarana keunggulan bersaing. Penelitian yang dilakukan oleh Luciana Spica dan Lidia (2006) menggunakan beberapa perusahaan sebagai obyek penelitian, yang merupakan perusahaan yang sudah menggunakan layanan *e-commerce* yang targetnya langsung kepada konsumen dimana perusahaan yang peneliti teliti tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Adapun sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 27 perusahaan yang bergerak dibidang Jasa dan Dagang dengan kisaran tingkat omzet perusahaan perbulan adalah sebesar 10 juta sampai dengan 100

juta. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut : Berdasarkan analisis deskriptif faktor motif dapat disimpulkan bahwa faktor yang melandasi perusahaan terdorong menggunakan *e-commerce* terdiri dari enam faktor yaitu yang menjadi harapan tertinggi bagi para perusahaan ketika ingin menerapkan *e-commerce*: Mengakses Pasar global sebesar 56%, Mempromosikan produk sebesar 63%, Membangun Merk sebesar 56%, Mendekatkan dengan pelanggan sebesar 74%, Membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan sebesar 63% dan Memuaskan pelanggan sebesar 56%. Dan berdasarkan analisis yang kedua yaitu analisis deskriptif faktor manfaat yang diperoleh perusahaan dengan adanya penerapan *e-commerce* terdiri dari dua faktor yaitu yang menjadi manfaat terbesar perusahaan setelah menerapkan *e-commerce* yaitu Kepuasan konsumen sebesar 74% dan Keunggulan bersaing sebesar 81%.

Paradigma Baru Perkembangan Universitas

Keunggulan kompetitif perguruan tinggi harus ditingkatkan dengan melakukan revitalisasi sumberdaya yang dimiliki oleh perguruan tinggi. Tujuan diperlukannya revitalisasi perguruan tinggi adalah agar perguruan tinggi mempunyai kemampuan untuk meningkatkan daya saing yaitu:

Pertama, revitalisasi perlu dilakukan untuk maksud mengatasi "kekurangan dana" untuk menyelenggarakan pendidikan, riset dan pengabdian kepada masyarakat. Ini terutama untuk universitas negeri, dimana sebagian biaya senantiasa tergantung dari dana yang dialokasikan oleh pemerintah melalui anggaran APBN atau APBD. **Kedua**, revitalisasi perlu dilakukan untuk tujuan mengatasi "kebutuhan tenaga dosen dan karyawan". Di Perguruan tinggi tertentu sering terjadi adanya kekurangan dan kelangkaan tenaga dosen dan karyawan. Apabila kalau terjadi banyak dosen yang melaksanakan pekerjaan di luar kampusnya. **Ketiga**, revitalisasi harus dilakukan untuk tujuan 'efisiensi penggunaan sumberdaya, misalnya: pemanfaatan peralatan, pemanfaatan ruang kuliah dan ruang praktikum, pemanfaatan dosen, pemanfaatan untuk melakukan riset bersama dan pemanfaatan kegiatan administrasi.

Peran Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa

Semua kegiatan yang dilaksanakan oleh perguruan tinggi sebaiknya mengikuti prinsip-prinsip efisiensi dan mengutamakan kualitas. Maksudnya agar produk pendidikan dapat terus berjalan dalam waktu yang relatif lama (*sustainable*) dengan kualitas produk yang diharapkan. Prinsip-prinsip efisiensi dan manajemen yang berkualitas (*Enhance Efficiency and Quality Management*) sebaiknya dipahami secara jelas, baik oleh pimpinan maupun oleh dosen dan karyawan di lembaga

pendidikan. Maksudnya agar tidak terjadi kesalahan pemahaman terhadap prinsip-prinsip efisiensi dan manajemen yang berkualitas tersebut.

Dalam era global seperti sekarang ini, disamping harus mempunyai kemampuan menguasai teknologi, khususnya teknologi informasi, dan mampu mengantisipasi perubahan global yang cepat, juga dituntut untuk mampu menciptakan dan meningkatkan jaringan (*networks*) dengan pihak lain yang mempunyai kesamaan visi, misi dan tujuan yang akan dicapai. *Networking* ini dapat dilaksanakan dengan lembaga yang ada didalam, maupun diluar negeri. Bekerja secara team dan kerjasama yang saling menguntungkan akan banyak manfaatnya, misalnya menciptakan inovasi baru, melaksanakan prinsip-prinsip efisiensi, dan sebagainya. Kerjasama dengan partner baik didalam maupun diluar negeri sangat dianjurkan (Soekartawi, 1999, 2001).

Program dan produk perguruan tinggi harus dipasarkan secara luas agar dikenal oleh penggunanya (*users*). Hal ini penting karena bagaimapun baiknya program dan produk yang ada, kalau tidak dikenal oleh masyarakat luas atau oleh penggunanya, maka program dan produk perguruan tinggi tersebut tidak banyak diminati. Dampak langsung yang terjadi adalah perguruan tinggi tersebut tidak atau kurang mendapatkan peminat.

Berbagai cara dapat ditempuh untuk memperluas 'pasar' dari program yang dilaksanakan dan produk yang dihasilkan, yaitu dengan memanfaatkan *web* perguruan tinggi untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait dengan:

1. Banyaknya publikasi ilmiah yang dimuat di jurnal, baik di jurnal ilmiah tingkat nasional maupun tingkat internasional.
2. Banyaknya dosen yang membawakan makalah ilmiah yang disampaikan di berbagai forum ilmiah, apakah itu seminar, pelatihan, kuliah tamu atau lainnya ditingkat nasional maupun internasional.
3. Banyaknya buku-buku dan karya ilmiah lain yang ditulis oleh dosen.
4. Banyaknya berita-berita kegiatan universitas yang diliput oleh berbagai media, baik elektronik maupun media cetak.
5. Banyaknya dosen yang ditugaskan diberbagai lembaga lain sebagai *seconded employees* (tenaga pinjaman).
6. Banyaknya memproduksi buku, jurnal ilmiah, atau informasi lain.
7. Memperkuat website perguruan tinggi dan selalu memperbaharui isinya.
8. Banyaknya mahasiswa yang praktek kerja di lembaga lain diluar perguruan tinggi dengan hasil yang baik.

Tuntutan terhadap peran perguruan tinggi seperti yang disampaikan diatas oleh Hidayat (2002) diatas, dapat dimengerti karena perguruan tinggi

adalah tempat dimana manusia bisa belajar dan memperoleh serta mengembangkan ilmu pengetahuan. Dengan bekal ilmu pengetahuan ini, maka manusia bisa melaksanakan penelitian dengan menggunakan cara berpikir dengan nalar yang baik.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perguruan tinggi yang telah menggunakan layanan *Web* untuk memperkenalkan perguruan tinggi pada masyarakat.

Variabel Penelitian.

Variabel penelitian yang digunakan mencakup:

1. Motif Perguruan Tinggi menggunakan *Web*, terdiri dari:
 - a. Memperluas Sebaran Mahasiswa
 - b. Mengakses informasi global
 - c. Mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki
 - d. Membangun citra perguruan tinggi
 - e. Memberikan citra positif pada institusi (Perguruan Tinggi)
 - f. Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi besar
 - g. Mendekatkan dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
 - h. Membantu komunikasi yang lebih cepat dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
 - i. Memuaskan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
 - j. Memberikan pelayanan tanpa batas waktu
 - k. Membantu transaksi bisnis
 - l. Memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru
 - m. Mempermudah komunikasi pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
 - n. Mendapatkan Mitra dari dalam negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
 - o. Mendapatkan Mitra dari luar negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
 - p. Mengakses informasi dari pihak luar
 - q. Penghematan biaya
 - r. Memperbaiki komunikasi internal
 - s. Membantu dalam proses penarikan Tenaga kerja
 - t. Menghemat biaya pencarian tenaga kerja
 - u. Efisiensi proses operasional Institusi
2. Manfaat Perguruan Tinggi menggunakan *Web*:
 - a. Perbaikan proses internal pengelolaan Perguruan Tinggi.
 - b. Efisiensi dan efektifitas dalam berhubungan dengan pengguna informasi Perguruan Tinggi.

- c. Kepuasan pengguna informasi Perguruan Tinggi (Mahasiswa dan orang tua mahasiswa).
- d. Keunggulan bersaing.
- e. Efisiensi komunikasi internal
- f. Citra Perguruan Tinggi yang positif.
- g. Kemudahan dalam memperoleh informasi.

Instrumen pengukuran dikembangkan berdasarkan oleh instrumen yang dikembangkan oleh Daniel & Wilson (2002) dan temuan penelitian Drew (2003), dalam bentuk skala likert dimana indikator dikembangkan berdasarkan instrumen tersebut dengan skala jawaban 1 sampai 5 yang disesuaikan dengan subyek penelitian ini yaitu Perguruan Tinggi.

Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul maka akan dilakukan analisis data dengan tahap-tahap analisis data sebagai berikut :

Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk melakukan pencarian dan kesimpulan terhadap temuan-temuan yang dapat diperoleh lapangan. Selanjutnya temuan-temuan yang berhasil dihimpun, akan disajikan dalam bentuk tabulasi ataupun grafik agar lebih mudah dipahami dan dibaca. Dimana analisis deskriptif tersebut akan dijelaskan dalam dua hal yaitu :

Analisis Deskriptif bagi Faktor Motif. Di dalam analisis deskriptif bagi faktor motif ini akan disimpulkan dalam 5 besar jawaban yang terbanyak yang dipilih oleh para responden sehingga hasil dari 5 jawaban terbanyak yang dipilih tersebut akan menjadi kesimpulan bahwa motif tersebutlah yang menjadi alasan perusahaan untuk menerapkan *e-commerce* dalam usaha meningkatkan persaingan bisnisnya. 5 besar jawaban tersebut akan disajikan dalam bentuk prosentase yang disajikan dalam bentuk tabulasi ataupun grafik. Dimana jawaban yang masuk dalam kesimpulan adalah 5 besar tersebut adalah jawaban yang menghasilkan jawaban antara skala 4 dan 5 dengan presentase lebih besar 50%.

Analisis Deskriptif bagi Faktor Manfaat. Di dalam analisis deskriptif bagi faktor manfaat ini akan disimpulkan dalam 3 besar jawaban yang terbanyak yang dipilih oleh para responden sehingga hasil dari 3 jawaban terbanyak yang dipilih tersebut akan menjadi kesimpulan bahwa manfaat tersebutlah yang didapatkan oleh perusahaan ketika mereka telah menerapkan *e-commerce* dalam dunia bisnis. Dimana jawaban yang masuk dalam kesimpulan adalah 3 besar tersebut adalah jawaban yang menghasilkan jawaban antara skala 4 dan 5 dengan presentase lebih besar 50%.

HASIL PENELITIAN

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 30 perguruan tinggi (27%) memiliki mahasiswa yang berasal hanya di Jawa, 21

perguruan tinggi (18,9%) memiliki mahasiswa yang hanya berasal dari luar Jawa, 46 perguruan tinggi (41,4%) memiliki mahasiswa dari Jawa dan luar Jawa, dan 14 perguruan tinggi (12,6%) memiliki mahasiswa diseluruh Indonesia dan luar Indonesia. Deskripsi sampel penelitian menunjukkan bahwa hanya 1 perguruan tinggi yang menggunakan website pada tahun 1996, 4 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2000, 5 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2001, 9 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2002, 15 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2003, 20 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2004, 29 perguruan tinggi menggunakan website pada tahun 2005 dan 12 perguruan tinggi menggunakan web pada tahun 2006, sedangkan sisanya tidak menjawab pertanyaan yang diajukan.

Sampel penelitian ini menunjukkan bahwa 109 perguruan tinggi atau sebesar 98,2% menginformasikan visi, misi dan tujuan perguruan tinggi dalam web. Informasi lain yang ditampilkan dalam web perguruan tinggi adalah tentang informasi kegiatan perguruan tinggi, informasi tentang beasiswa. Tabel 1 menunjukkan informasi yang ditampilkan dalam web perguruan tinggi terdapat 3 informasi yang jarang ditampilkan dalam web perguruan tinggi meliputi: pedoman administrasi akademik untuk masing-masing jurusan, pedoman administrasi kemahasiswaan untuk masing-masing jurusan dan pedoman administrasi keuangan untuk masing-masing jurusan.

Penggunaan internet bagi perguruan tinggi didasarkan pada beberapa alasan. Terdapat 55 perguruan tinggi atau sebanyak 49,5% perguruan tinggi menggunakan web karena seluruh kompetitor perguruan tinggi telah menggunakan web, 50 perguruan tinggi atau sebanyak 47,1% perguruan tinggi menggunakan web karena hampir semua kompetitor perguruan tinggi telah menggunakan web dan 6 perguruan tinggi atau sebanyak 5,4% perguruan tinggi menggunakan web karena sebagian kecil kompetitor perguruan tinggi telah menggunakan web. Tabel 2 menunjukkan statistik deskriptif tentang sumber daya yang digunakan perusahaan untuk menggunakan web.

Motif tertinggi pertama, perguruan tinggi menggunakan Web adalah mengakses informasi global. Berdasarkan asal mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok asal mahasiswa dari Indonesia dan dari luar negeri adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi pertama perguruan tinggi menggunakan Web adalah mengakses informasi global yaitu sebanyak 25 perguruan tinggi atau sebesar 29%. Jika dilihat dari lamanya menggunakan web, perguruan tinggi pada kelompok menggunakan Web 2 tahun adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi pertama perguruan tinggi menggunakan

Web adalah mengakses informasi global yaitu sebanyak 17 perguruan tinggi atau sebesar 20%.

Sedangkan jika dilihat dari jumlah mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok jumlah mahasiswa dibawah rata-rata sampel adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi pertama perguruan tinggi menggunakan Web adalah mengakses informasi global yaitu sebanyak 35 perguruan tinggi atau sebesar 41%. Motif tertinggi kedua, perguruan tinggi menggunakan Web adalah mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki. Berdasarkan asal mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok asal mahasiswa dari Indonesia dan dari luar negeri adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi kedua perguruan tinggi menggunakan Web adalah mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki yaitu sebanyak 24 perguruan tinggi atau sebesar 28%.

Jika dilihat dari lamanya menggunakan web, perguruan tinggi pada kelompok menggunakan Web 2 tahun adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi kedua perguruan tinggi menggunakan Web adalah mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki yaitu sebanyak 17 perguruan tinggi atau sebesar 20%. Jika dilihat dari jumlah mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok jumlah mahasiswa dibawah rata-rata sampel adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi kedua perguruan tinggi menggunakan Web adalah mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki yaitu sebanyak 35 perguruan tinggi atau sebesar 41%. Motif tertinggi ketiga, perguruan tinggi menggunakan Web adalah membangun citra perguruan tinggi. Berdasarkan asal mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok asal mahasiswa dari Indonesia dan dari luar negeri adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi ketiga perguruan tinggi menggunakan Web adalah membangun citra perguruan tinggi yaitu sebanyak 24 perguruan tinggi atau sebesar 28%.

Jika dilihat dari lamanya menggunakan web, perguruan tinggi pada kelompok menggunakan Web 2 tahun adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi ketiga perguruan tinggi menggunakan Web adalah membangun citra perguruan tinggi yaitu sebanyak 17 perguruan tinggi atau sebesar 20%. Sedangkan jika dilihat dari jumlah mahasiswa, perguruan tinggi pada kelompok jumlah mahasiswa dibawah rata-rata sampel adalah kelompok tertinggi yang menyatakan bahwa motif tertinggi ketiga perguruan tinggi menggunakan Web adalah membangun citra perguruan tinggi yaitu sebanyak 35 perguruan tinggi atau sebesar 41%.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Motif – motif apa sajakah yang mendorong perguruan tinggi menggunakan *Web* dalam kepentingan bisnis dan (2) Manfaat – manfaat apa sajakah yang telah diperoleh

jika perguruan tinggi telah menggunakan *Web* dalam kepentingan pengembangan institusi pendidikan. Sampel penelitian ini terdiri dari 111 perguruan tinggi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat 10 motif tertinggi perusahaan menggunakan website yaitu: mengakses informasi global, mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki, membangun citra perguruan tinggi, memberikan informasi bagi calon mahasiswa, membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi besar, memberikan citra positif pada institusi (perguruan tinggi), membantu komunikasi yang lebih cepat dengan pengguna informasi di pendidikan tinggi, mendekati dengan pengguna informasi di perguruan tinggi dan memperluas sebaran mahasiswa. Temuan lain dalam penelitian ini adalah terdapat 3 manfaat bagi perguruan tinggi menggunakan web adalah: keunggulan bersaing, kemudahan dalam memperoleh informasi dan kepuasan pengguna informasi perguruan tinggi (mahasiswa dan orang tua mahasiswa).

REFERENCES

- Daniel, E and Hugh Wilson, 2002,** *Adoption Intentions and Benefits Realised : A study of e – commerce in UK SMEs*, Journal Of Small Business and Enterprise Development, Vol 9, No. 4. pp 331-348
- Daniel, E.M and Storey, C, 1997,** *On – Line banking strategic and management challenges*, Long Range Planning, Vol. 30, no.6, pp. 890-898
- Drew, S, 2003,** *Strategic uses of e-commerce by SMEs in the east of England*, European Management Journal, Vol. 21, pp. 79-88
- Gosh, S, 1998,** *Making Business sense of the internet*, Harvard Business Review, March – april, pp. 126-134
- Hamill, J, and Gregory, K, 1997,** *Internet Marketing in the Internationalization of UK SMEs*, Journal of Marketing Management, Vol 13. pp. 9-28
- Hofman, D.L and Novak, 1995,** *How to acquire Customers on the Web*, Harvard Business Review, May – June, pp.179 – 188
- Imam, Ghozali, 2001,** *Aplikasi Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Luciana Spica A dan Lidia R., 2006,** *Implementating E-Commerce for Enhance competitive Business*, Proceeding National Seminars Information Technology / Information Communication Technology, Sahid University (Usahid), Jakarta.
- Luciana Spica A, 2007,** *The Motive of Higher Education to Use Web as An Effort to*

- Strengthen Institutional Position and Sustainability*, Proceeding SEAAIR (South East Asean Association for Institutional Research) Conference, Bangkok - Thailand.
- M. Rizal Palil**, 2004, *The Effect of E-Commerce on Malaysian Tax System*, Vol 6 no 1, puslit.petra.ac.id access 10th October 2005
- Michael, E. Porter**, 2001, *Strategy and the Internet*, Harvard Business Review, March, pp. 63-78
- Oviliani Yenty Yuliana**, 2000, *Internet Technology using on Business*, Vol 2 no 1, puslit.petra.ac.id access 10th October 2005
- Poon, S and Swatman, P.M.C**, 1999, *An Exploratory Study of Small Business Internet Commerce Issues*, Information and Management, Vol 35, pp.9-18
- Setyarini Santosa**, 2002, *E-Commerce in Face off Internal Control Issue*, Vol 4 no 1, puslit.petra.ac.id diakses access 10th October 2005
- Soekartawi**, 1999, *Academic Networking/Linkaging*, Paper presented in the Training on Advance Higher Education Administrator Development (AHEAD) conducted by SEAMEO SEARCA, Los Banos, Philippines, 25 – 29 Oktober 1999.
- _____, 2001, *Seven Ways in Successful Academic Networking*, SEAMEO SEARCA, 2nd Edition, Los Banis, Philippines.

Tabel 1.
Statistik Deskriptif tentang Informasi yang Ditampilkan di dalam Web Perguruan Tinggi

No.	Informasi yang Ditampilkan di Web Perguruan Tinggi	Total	Persentase (%)
1.	University's vision, mission, and goals	109	98.20
2.	The information of facility provided by the university	106	95.50
3.	The information of both academic and non-academic activities in the university	96	86.50
4.	The academic calendar of university	96	86.50
5.	Information of on-line registration	94	84.70
6.	The vision, mission, and goals of each department there	93	83.80
7.	The information of any cooperation entered into by the university with an overseas organizations	81	73.00
8.	The information of any cooperation entered into by the university with a domestic organization	76	68.50
9.	Library service at the university	74	66.70
10.	The guidelines of educational organization in each department	67	60.40
11.	The curriculum of each department	56	50.50
12.	Academic administration guidelines of each department	43	38.70
13.	Student affairs administration guidelines of each department	43	38.70
14.	Financial administration guidelines of each department	30	27.00

Tabel 2.
Statistik Deskriptif untuk Sumber Daya yang Dibutuhkan PT dalam Menggunakan Web

No.	Sumber Daya yang Dibutuhkan	Total	Persentase (%)
1.	Teknisi	4	3.6
2.	Operator	10	9.0
3.	Jaringan (Network)	24	21.6
4.	Teknisi, Operator dan Jaringan (Network)	56	50.5
5.	Teknisi dan Operator	3	2.7
6.	Teknisi dan Jaringan (Network)	7	6.3
7.	Operator dan Jaringan (Network)	7	6.3

Lampiran 1.

Statistik Deskriptif untuk motif Perguruan Tinggi menggunakan Web berdasarkan Asal Mahasiswa

Asal Mahasiswa											
Jawa			Luar Jawa			Jawa dan Luar Jawa			Indonesia dan Luar Negeri		
Motif	Total	%	Motif	Total	%	Motif	Total	%	Motif	Total	%
P33	27	90%	P32	20	95%	P313	42	91%	P32	12	86%
P34	27	90%	P33	19	90%	P33	41	89%	P33	12	86%
P36	26	87%	P313	19	90%	P32	39	85%	P34	12	86%
P313	26	87%	P31	18	86%	P34	39	85%	P36	12	86%
P32	25	83%	P34	18	86%	P35	39	85%	P39	11	79%
P35	25	83%	P35	18	86%	P36	39	85%	P311	11	79%
P37	24	80%	P38	18	86%	P316	37	80%	P37	10	71%
P38	23	77%	P39	18	86%	P31	36	78%	P310	10	71%
P314	23	77%	P311	18	86%	P314	35	76%	P313	10	71%
P31	22	73%	P314	18	86%	P39	33	72%	P35	9	64%
P310	22	73%	P310	17	81%	P38	32	70%	P31	9	64%
P311	22	73%	P36	16	76%	P315	31	67%	P38	9	64%
P39	21	70%	P315	14	67%	P37	29	63%	P312	8	57%
P316	19	63%	P316	14	67%	P317	29	63%	P314	8	57%
P319	18	60%	P317	14	67%	P310	28	61%	P315	8	57%
P312	16	53%	P322	12	57%	P311	27	59%	P317	8	57%
P322	15	50%	P37	10	48%	P322	26	57%	P318	8	57%
P315	14	47%	P312	10	48%	P312	19	41%	P322	8	57%
P317	13	43%	P318	7	33%	P320	16	35%	P316	6	43%
P321	12	40%	P319	6	29%	P319	15	33%	P319	6	43%
P320	10	33%	P321	6	29%	P321	14	30%	P320	3	21%
P318	6	20%	P320	5	24%	P318	12	26%	P321	1	7%
Total	30		Total	21		Total	46		Total	14	

Deskripsi Motif:

- P31 = Memperluas Sebaran Mahasiswa
- P32 = Mengakses informasi global
- P33 = Mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki
- P34 = Membangun citra perguruan tinggi
- P35 = Memberikan citra positif pada institusi (Perguruan Tinggi)
- P36 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi besar
- P37 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi sedang dan kecil
- P38 = Mendekatkan dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P39 = Membantu komunikasi yang lebih cepat dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P310 = Memuaskan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P311 = Memberikan pelayanan tanpa batas waktu
- P312 = Membantu transaksi bisnis
- P313 = Memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru
- P314 = Mempermudah komunikasi pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P315 = Mendapatkan Mitra dari dalam negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P316 = Mendapatkan Mitra dari luar negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P317 = Mengakses informasi dari pihak luar
- P318 = Penghematan biaya
- P319 = Memperbaiki komunikasi internal
- P320 = Membantu dalam proses penarikan Tenaga kerja
- P321 = Menghemat biaya pencarian tenaga kerja
- P322 = Efisiensi proses operasional Institusi

Lampiran 2.

Statistik Deskriptif untuk motif Perguruan Tinggi menggunakan Web berdasarkan Durasi Waktu

Durasi Penggunaan Web								
1 – 4 tahun			≥ 5 tahun			Tidak Menyebutkan		
Motif	Total	%	Motif	Total	%	Motif	Total	%
P33	68	91%	P32	20	100%	P33	14	88%
P34	68	91%	P314	18	90%	P34	14	88%
P313	66	88%	P33	17	85%	P35	14	88%
P36	66	88%	P313	17	85%	P36	14	88%
P32	63	84%	P38	16	80%	P39	14	88%
P35	63	84%	P31	15	75%	P313	14	88%
P31	57	76%	P34	14	70%	P316	14	88%
P38	56	75%	P35	14	70%	P31	13	81%
P39	55	73%	P39	14	70%	P32	13	81%
P314	54	72%	P36	13	65%	P311	13	81%
P310	53	71%	P310	13	65%	P314	12	75%
P311	52	69%	P311	13	65%	P315	12	75%
P37	51	68%	P316	13	65%	P310	11	69%
P316	49	65%	P37	12	60%	P317	11	69%
P315	45	60%	P317	11	55%	P37	10	63%
P317	42	56%	P315	10	50%	P38	10	63%
P322	42	56%	P318	9	45%	P312	10	63%
P312	38	51%	P322	9	45%	P322	10	63%
P319	34	45%	P321	6	30%	P319	6	38%
P320	24	32%	P312	5	25%	P320	5	31%
P321	23	31%	P319	5	25%	P318	4	25%
P318	20	27%	P320	5	25%	P321	4	25%
Total	75		Total	20		Total	16	

Deskripsi Motif:

- P31 = Memperluas Sebaran Mahasiswa
- P32 = Mengakses informasi global
- P33 = Mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki
- P34 = Membangun citra perguruan tinggi
- P35 = Memberikan citra positif pada institusi (Perguruan Tinggi)
- P36 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi besar
- P37 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi sedang dan kecil
- P38 = Mendekatkan dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P39 = Membantu komunikasi yang lebih cepat dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P310 = Memuaskan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P311 = Memberikan pelayanan tanpa batas waktu
- P312 = Membantu transaksi bisnis
- P313 = Memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru
- P314 = Mempermudah komunikasi pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P315 = Mendapatkan Mitra dari dalam negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P316 = Mendapatkan Mitra dari luar negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P317 = Mengakses informasi dari pihak luar
- P318 = Penghematan biaya
- P319 = Memperbaiki komunikasi internal
- P320 = Membantu dalam proses penarikan Tenaga kerja
- P321 = Menghemat biaya pencarian tenaga kerja
- P322 = Efisiensi proses operasional Institusi

Lampiran 3.

Statistik Deskriptif untuk motif Perguruan Tinggi menggunakan Web berdasarkan Rata-Rata Jumlah Mahasiswa

Jumlah Mahasiswa								
Dibawah Rata-Rata			Diatas Rata-Rata			Tidak Menyebutkan		
Motif	Total	%	Motif	Total	%	Motif	Total	%
P313	54	90%	P32	20	87%	P33	26	93%
P33	53	88%	P33	20	87%	P36	26	93%
P32	52	87%	P34	20	87%	P34	25	89%
P34	51	85%	P35	19	83%	P313	25	89%
P39	49	82%	P36	19	83%	P35	24	86%
P314	49	82%	P313	18	78%	P31	21	75%
P31	48	80%	P311	17	74%	P316	21	75%
P35	48	80%	P31	16	70%	P37	20	71%
P36	48	80%	P38	16	70%	P314	20	71%
P38	48	80%	P39	16	70%	P317	20	71%
P310	44	73%	P310	16	70%	P315	19	68%
P311	43	72%	P316	16	70%	P38	18	64%
P316	39	65%	P37	15	65%	P39	18	64%
P37	38	63%	P314	15	65%	P311	18	64%
P315	35	58%	P322	14	61%	P310	17	61%
P317	33	55%	P315	13	57%	P322	16	57%
P322	31	52%	P317	11	48%	P312	15	54%
P312	30	50%	P318	9	39%	P32	14	50%
P319	22	37%	P319	9	39%	P319	14	50%
P318	16	27%	P320	9	39%	P320	11	39%
P321	15	25%	P312	8	35%	P321	10	36%
P320	14	23%	P321	8	35%	P318	8	29%
Total	60		Total	23		Total	28	

Deskripsi Motif:

- P31 = Memperluas Sebaran Mahasiswa
- P32 = Mengakses informasi global
- P33 = Mempromosikan fasilitas dan sarana yang dimiliki
- P34 = Membangun citra perguruan tinggi
- P35 = Memberikan citra positif pada institusi (Perguruan Tinggi)
- P36 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi besar
- P37 = Membantu dalam bersaing dengan perguruan tinggi sedang dan kecil
- P38 = Mendekatkan dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P39 = Membantu komunikasi yang lebih cepat dengan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P310 = Memuaskan pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P311 = Memberikan pelayanan tanpa batas waktu
- P312 = Membantu transaksi bisnis
- P313 = Memberikan informasi kepada calon mahasiswa baru
- P314 = Mempermudah komunikasi pengguna informasi di Pendidikan Tinggi
- P315 = Mendapatkan Mitra dari dalam negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P316 = Mendapatkan Mitra dari luar negeri untuk Bekerjasama dalam Pengembangan Perguruan Tinggi
- P317 = Mengakses informasi dari pihak luar
- P318 = Penghematan biaya
- P319 = Memperbaiki komunikasi internal
- P320 = Membantu dalam proses penarikan Tenaga kerja
- P321 = Menghemat biaya pencarian tenaga kerja
- P322 = Efisiensi proses operasional Institusi

Lampiran 4.

Statistik Deskriptif untuk Manfaat Perguruan Tinggi Menggunakan Web Berdasarkan Asal Mahasiswa

Asal Mahasiswa											
Jawa			Luar Jawa			Jawa dan Luar Jawa			Indonesia dan Luar Negri		
Manfaat	Total	%	Manfaat	Total	%	Manfaat	Total	%	Manfaat	Total	%
P44	27	90%	P47	18	86%	P44	41	89%	P47	13	93%
P47	27	90%	P43	17	81%	P42	39	85%	P43	12	86%
P43	26	87%	P44	17	81%	P43	39	85%	P44	10	71%
P45	25	83%	P46	16	76%	P47	39	85%	P42	9	64%
P42	23	77%	P42	15	71%	P46	35	76%	P46	9	64%
P46	23	77%	P45	15	71%	P45	24	52%	P41	7	50%
P41	12	40%	P41	12	57%	P41	12	26%	P45	7	50%
Total	30		Total	21		Total	46		Total	14	

Deskripsi Manfaat:

- P41 = Perbaikan proses internal pengelolaan Perguruan Tinggi.
- P42 = Efisiensi dan efektifitas dalam berhubungan dengan pengguna informasi Perguruan Tinggi.
- P43 = Kepuasan pengguna informasi Perguruan Tinggi (Mahasiswa dan orang tua mahasiswa).
- P44 = Keunggulan bersaing.
- P45 = Efisiensi komunikasi internal
- P46 = Citra Perguruan Tinggi yang positif.
- P47 = Kemudahan dalam memperoleh informasi.

Lampiran 5.

Statistik Deskriptif untuk Manfaat Perguruan Tinggi Menggunakan Web Berdasarkan Asal Mahasiswa

The duration of web usage								
1 – 4 Tahun			>= 5 Tahun			Tidak Menjawab		
Manfaat	Total	%	Manfaat	Total	%	Manfaat	Total	%
P42	70	93%	P47	19	95%	P47	15	94%
P46	66	88%	P42	15	75%	P43	14	88%
P44	63	84%	P43	14	70%	P44	14	88%
P45	59	79%	P46	12	60%	P45	14	88%
P43	58	77%	P44	11	55%	P46	13	81%
P47	47	63%	P45	10	50%	P42	12	75%
P41	30	40%	P41	5	25%	P41	8	50%
Total	75		Total	20		Total	16	

Deskripsi Manfaat:

- P41 = Perbaikan proses internal pengelolaan Perguruan Tinggi.
- P42 = Efisiensi dan efektifitas dalam berhubungan dengan pengguna informasi Perguruan Tinggi.
- P43 = Kepuasan pengguna informasi Perguruan Tinggi (Mahasiswa dan orang tua mahasiswa).
- P44 = Keunggulan bersaing.
- P45 = Efisiensi komunikasi internal
- P46 = Citra Perguruan Tinggi yang positif.
- P47 = Kemudahan dalam memperoleh informasi.

Lampiran 6.

Statistik Deskriptif untuk Manfaat Perguruan Tinggi Menggunakan Web Berdasarkan Jumlah Mahasiswa

Jumlah Mahasiswa									
Dibawah Rata-Rata			Diatas Rata-Rata			Tidak Menjawab			
Benefit	Total	%	Benefit	Total	%	Benefit	Total	%	
P44	51	85%	P47	20	87%	P44	26	93%	
P47	51	85%	P43	19	83%	P47	26	93%	
P43	50	83%	P44	18	78%	P43	25	89%	
P42	46	77%	P46	18	78%	P42	23	82%	
P46	42	70%	P42	17	74%	P46	23	82%	
P45	36	60%	P45	17	74%	P45	18	64%	
P41	25	42%	P41	7	30%	P41	11	39%	
Total	60		Total	23		Total	28		

Deskripsi Manfaat:

- P41 = Perbaikan proses internal pengelolaan Perguruan Tinggi.
- P42 = Efisiensi dan efektifitas dalam berhubungan dengan pengguna informasi Perguruan Tinggi.
- P43 = Kepuasan pengguna informasi Perguruan Tinggi (Mahasiswa dan orang tua mahasiswa).
- P44 = Keunggulan bersaing.
- P45 = Efisiensi komunikasi internal
- P46 = Citra Perguruan Tinggi yang positif.
- P47 = Kemudahan dalam memperoleh informasi.