

Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi
<http://dx.doi.org/10.18592/pk.v11i1.9620>
Hal. 23-33

Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Di Perpustakaan Daerah Medan

¹Eva Soraya, Hasan Sazali

¹Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Email: Eva0601191075@uinsu.ac.id

Naskah diterima: 10 Juni 2023, direvisi: 14 Juni 2023, diterima: 15 Juni 2023

ABSTRACT

Customer Relationship Management (CRM) is a management approach that places customers in a process and implementation of the company's marketing strategy. The focus of CRM is Medan regional library customers. What is needed by library customers, how to get used to them, and how a library can maintain good relations with library customers, all collected in a CRM that provides satisfaction for customers and in the end everything is able to tailor and maintain a customer's library. The approach used in this study is a qualitative approach that is descriptive in nature, the data sources of this research are secondary and primary. The data collection technique used is interview, the data analysis technique is descriptive analysis, namely a method that describes research results by examining data obtained from companies and then compared with various theories that support research problems. Based on the results of the research conducted, the conclusion is that the form of CRM (Customer Relationship Management) implementation in increasing and retaining library customers is in accordance with the theory put forward by Lukas (2001) that there are three dimensions, namely the dimensions of people, processes and technology that have been implemented properly. well then the two fundamental elements of customer loyalty have also been implemented and run well by the Medan Regional Library.

Keywords: *Implementation, Customer Relationship Management, Medan Regional Library.*

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) adalah pendekatan manajemen yang menempatkan customer pada inti suatu proses dan pelaksanaan dari strategi pemasaran perusahaan. Fokus dari CRM adalah pelanggan perpustakaan Daerah Medan. Apa yang dibutuhkan oleh pelanggan perpustakaan, bagaimana kebiasaan mereka, dan bagaimana sebuah perpustakaan bisa mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan perpustakaan, semua terkumpul dalam CRM yang memberikan kepuasan bagi pelanggan dan akhir dari semuanya adalah bisa merangkul dan mempertahankan pelanggan perpustakaan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, sumber data penelitian ini adalah skunder dan primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Wawancara (Interview), teknik analisis data adalah analisis deskriptif yaitu metode yang menggambarkan hasil penelitian dengan menelaah data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dibandingkan dengan berbagai teori yang mendukung masalah penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulannya adalah bahwa bentuk implementasi CRM (Customer Relationship Management) dalam meningkatkan dan mempertahankan pelanggan perpustakaan sudah sesuai dengan teori yang telah di kemukakan oleh Lukas (2001) bahwa terdapat tiga dimensi yaitu dimensi people, proses dan teknologi yang telah dijalankan dengan baik kemudian dua elemen fundamental kelayalitan pelanggan juga telah diterapkan dan jalankan dengan baik oleh Perpustakaan Daerah Medan.

Kata Kunci: *Implementasi, Customer Relationship Management, Perpustakaan Daerah Medan.*

I. PENDAHULUAN

Telah menjadi sesuatu yang lumrah bahwa setiap institusi maupun organisasi didirikan untuk mencapai tujuan awalnya, baik itu untuk tujuan bisnis, kemanusiaan, atau layanan publik. Namun dalam perjalanannya, banyak institusi maupun organisasi yang mendapatkan rintangan-rintangan sehingga membuat mereka kesulitan mencapai tujuan tersebut atau bahkan gagal. Salah satu faktornya adalah kegagalan dalam mengelola hubungan baik dengan pelanggan.

Dunia bisnis memiliki istilah untuk mengelola hubungan dengan pelanggan yang disebut dengan CRM (*Customer Relationship Management*). *Customer Relationship Management* (CRM) adalah proses mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan yang menguntungkan (*profitable costumers*) (Holland, 2016). Seperti yang diungkapkan oleh Graffin menunjukkan bahwa 80% pendapatan yang didapatkan berasal dari 20% konsumen yang bertahan, artinya membangun relasi yang baik dengan pelanggan akan jauh lebih bermakna dan baik daripada hanya menjual produk-produk yang bermutu tinggi, karena persaingan yang ada.

Umur panjang bisnis dipengaruhi oleh loyalitas pelanggan, dengan perusahaan yang bertahan lama dibangun di sekitar produk atau layanan yang digunakan pelanggan dalam jangka panjang. Retensi pelanggan dimulai dengan layanan bisnis yang memuaskan yang berfokus pada kepuasan. Pelanggan dikatakan puas ketika kinerja aktual mereka sesuai dengan harapan mereka (Yahya W, 2015).

CRM merupakan dimensi lain dari sebuah bisnis yang digunakan untuk mendeskripsikan apa yang diinginkan pelanggan. CRM mencakup keseluruhan proses bisnis yang bisa dipakai untuk menyatukan unsur informasi mengenai pelanggan, respon terhadap mereka, sistem penjualan dan pemasaran usaha, serta prediksi tren pasar yang mungkin berubah melalui CRM, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan di mana perusahaan dapat mengetahui kebutuhan pelanggan dan menyediakan pilihan produk atau layanan yang sesuai dengan permintaan mereka (Attas, 2019).

Banyak penyedia layanan publik mulai menerapkan CRM sebagai strategi. Akibatnya, CRM memiliki potensi besar untuk digunakan dalam penyediaan layanan data di perpustakaan Daerah Medan. Layanan informasi berdasarkan manajemen hubungan pelanggan (CRM) di tempat kerja memungkinkan pengusaha untuk menjual kepada pekerja. Seperti yang kita ketahui bersama, di era informasi saat ini, informasi telah menjadi komoditas yang sangat berharga, dengan pemahaman masyarakat umum bahwa untuk mendapatkan data yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka akan membutuhkan biaya. Karena itu, bisnis dapat meningkatkan kecerdasan bisnis mereka dengan perangkat lunak CRM dan mencoba mengumpulkan dana untuk menutupi sebagian dari pengeluaran rutin mereka. Oleh karena itu, dalam konteks ini, suatu organisasi memerlukan strategi yang disesuaikan untuk mendekatkan diri, menjalin hubungan baik, dan menjaga komitmen pelanggan terhadap layanan yang diberikannya.

Konsep CRM dipandang sebagai investasi awal dalam mencapai keunggulan kompetitif atas bisnis pesaing di pasar. Tujuan penerapan konsep *customer relationship management* (CRM) di bisnis Indonesia adalah untuk meningkatkan kualitas layanan dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan dimungkinkan oleh implementasi CRM, yang bertujuan untuk membangun, memelihara, dan memperkuat ikatan antara bisnis dan klien mereka. Dengan bantuan perangkat lunak manajemen hubungan pelanggan, bisnis dapat mempelajari lebih lanjut tentang pelanggan mereka, membuat profil pelanggan terperinci, dan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang apa yang pelanggan hargai dan apa yang tidak, memungkinkan mereka menyesuaikan penawaran mereka dengan lebih baik untuk setiap pelanggan. Manajemen hubungan pelanggan memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pelanggan puas dengan produk dan layanan yang mereka gunakan, yang mengarah pada pengembangan loyalitas pelanggan. Alhasil, perpustakaan Daerah Medan berupaya menerapkan manajemen hubungan pelanggan (CRM) (*Customer Relationship Management*).

Penyedia layanan informasi juga dikenal sebagai "perpustakaan." Layanan informasi yang

disediakan oleh perpustakaan Daerah Medan secara tradisional diarahkan untuk memenuhi kebutuhan informasi pejabat kota. Layanan berkisar dari yang ditawarkan oleh meja depan (informasi umum) dan pusat informasi (berbagi referensi) hingga yang disesuaikan untuk pengguna tertentu (Pertukaran Data Selektif, misalnya) (SDI). Aspek layanan informasi perusahaan dibentuk oleh komunikasi antara karyawan dan pelanggan. Dalam layanan informasi perpustakaan bertindak sebagai organisasi informasi yang berfokus pada manajemen hubungan pelanggan (CRM). Oleh karena itu, konsep manajemen hubungan pelanggan (CRM) dalam layanan informasi perusahaan bukanlah hal baru. Namun, perusahaan harus mengatur proses kerja karyawannya secara lebih sistematis dan individual sesuai dengan prinsip CRM.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan, terlihat jelas bahwa staf tidak memperbarui informasi di situs web perpustakaan sehingga menyulitkan pengunjung untuk menemukan koleksi yang mereka butuhkan atau mencari tahu di mana koleksi itu berada untuk membaca atau meminjamnya. Komentar, saran, atau kritik pengunjung terhadap situs juga tidak disediakan. Seorang pengelola web tidak mungkin mengetahui dengan pasti berapa banyak orang yang mengunjungi situs mereka. Tanpa disadari, hal ini dapat merusak hubungan antara staf kantor dan pengunjung. Selain itu, jumlah pelanggan yang besar merupakan tantangan bagi setiap bisnis yang bertujuan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya setiap saat. Hal ini dapat menjadi bumerang bagi bisnis jika volume pengunjung yang tinggi ke situs web mereka tidak diimbangi dengan layanan berkualitas tinggi yang sama untuk pelanggan digital mereka. Masalah yang disebutkan di atas menyoroti perlunya manajemen strategis untuk membina hubungan positif antara pengguna dan pengunjung Perpustakaan Daerah Medan dan pengelola fasilitas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Manurung & Nugroho, 2018), yang berjudul *Customer Relationship Management (CRM) Success Factors: An Exploratory study*. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk memeriksa peran CRM, pengetahuan pelanggan dan hubungan sosial pada keberhasilan CRM. Hasil yang didapat dari penelitian ini yaitu menemukan beberapa faktor suksesnya CRM. Faktor tersebut yaitu: sering memantau informasi pelanggan, pengumpulan dan penyimpanan informasi sosio demografi dan psikografi bersama dengan kebutuhan pelanggan sangat diperlukan untuk mengumpulkan pengetahuan pelanggan. Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian yang berjudul “Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Di Perpustakaan Daerah Medan”.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. *Customer Relationship Management (CRM)*

Customer Relationship Management (CRM) adalah sebuah strategi bisnis untuk memahami, mengantisipasi, dan mengelola kebutuhan pelanggan yang potensial dalam suatu organisasi pada saat sekarang dan yang akan datang. Konsep CRM yang diimplementasikan di berbagai perusahaan lebih didominasi oleh aplikasi-aplikasi pada level operasional (Dyantina Ovi, Afrina Mira, 2012). Menurut (Agung & Ardhoyo, Wardjito Syakila, 2021), *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan proses untuk mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan dalam rangka menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan serta memaksimalkan keuntungan perusahaan terkait keunggulan bersaing dan memperhatikan mutu produk agar pelanggan dapat mencapai kepuasan prima. Faktor-faktor yang mempengaruhi CRM menurut (Yahya W, 2015), terdapat empat faktor : keuntungan bersama, komitmen, komunikasi, dan kualitas pelayanan.

Dimensi *Customer Relationship Management (CRM)* terdiri dari empat aktivitas yaitu *identify* yaitu mengidentifikasi pelanggan, misalnya dengan mengelola database dan membuat kartu member. Kedua, *acquire* yaitu mengakuisisi pelanggan dengan memberikan semua informasi kepada pelanggan, melayani dengan ramah dan sopan, menginformasikan promo

melalui pesan singkat. Ketiga, *retain* yaitu mempertahankan pelanggan dengan melakukan pemberian reward dan diskon. Keempat, *develop* yaitu upaya untuk mengembangkan atau mendapatkan pelanggan baru.

Manfaat dari *Customer Relationship Management* antara lain sebagai berikut (Holland, 2016) pertama mendorong loyalitas pelanggan *Customer Relationship Management* memungkinkan perusahaan untuk mendayagunakan informasi dari semua titik kontak dengan pelanggan, mulai dari web, call center, hingga staf pemasaran dan pelayanan di lapangan. Konsistensi dan aksesibilitas informasi mengenai kondisi pelanggan di lapangan ini memungkinkan perusahaan untuk senantiasa memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Kedua, mengurangi biaya Pemanfaatan teknologi dalam *Customer Relationship Management* dapat mengurangi biaya tertentu bagi perusahaan melalui sebuah skema program pemasaran terspesifikasi dan terfokus kepada pelanggan yang tepat di waktu yang tepat.

Ketiga, meningkatkan efisiensi operasional otomatisasi proses pelayanan dapat mengurangi risiko turunnya kualitas pelayanan, sekaligus mengurangi beban *cash flow*. Penggunaan teknologi web dan *call center* akan mengurangi hambatan birokrasi dan biaya serta proses administrasi yang ditimbulkannya. Keempat, meningkatkan *time to market Customer Relationship Management* memungkinkan perusahaan untuk membawa produknya ke pasar secara lebih cepat dengan memanfaatkan data dan informasi yang lebih baik mengenai pelanggan dan trend pembelannya, serta membuat perencanaan yang lebih baik melalui integrasi dengan aplikasi *Enterprise Resource Planning* (ERP).

Customer Relationship Management (CRM) memungkinkan perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan secara langsung dan secara maksimal yaitu dengan cara mengembangkan hubungan dengan setiap pelanggan yang berharga melalui penggunaan informasi atau basis data pelanggan yang dimiliki perusahaan. Dalam hal ini perusahaan menggunakan strategi *Customer Relationship Management* (CRM) dengan tujuan agar perusahaan tetap focus terhadap pelanggan berdasarkan informasi atau basis data pelanggan yang dimiliki (Attas, 2019).

B. Perpustakaan Daerah

Perpustakaan, secara konvensional yaitu kumpulan atau bangunan fisik tempat buku dikumpulkan, disusun menurut sistem tertentu untuk kepentingan pemakai. Menurut (Manurung & Nugroho, 2018) perpustakaan adalah suatu ruangan, bagian gedung/ bangunan, atau gedung itu sendiri. Yang berisi koleksi yang disusun dan diatur sedemikian rupa, sehingga mudah untuk dicari dan dipergunakan oleh pembaca. Sedangkan menurut Lasa (2007:12) Perpustakaan adalah kumpulan atau bangunan fisik sebagai tempat buku dikumpulkan dan disusun menurut sistem tertentu atau keperluan pemakai.

Fungsi dari perpustakaan Daerah Medan, sebagai berikut (Blasius Sudarsono, 2009): Pertama, fungsi Perpustakaan Daerah sebagai tempat pembelajaran seumur hidup (*life-long learning*). Perpustakaan Daerah Medan tempat di mana semua lapisan masyarakat dari segala umur, dari balita sampai usia lanjut bisa terus belajar tanpa dibatasi usia dan ruang-ruang kelas. Banyak program pemerintah, seperti pemberantasan buta huruf dan wajib belajar, akan jauh lebih berhasil seandainya terintegrasi dengan Perpustakaan Umum. Bila di sekolah orang diajar agar tidak buta huruf dan memahami apa yang dibaca. Maka di Perpustakaan Umum, orang diajak untuk terbuka wawasannya, mampu berpikir kritis, mampu mencermati berbagai masalah bersama dan kemudian bersama-sama dengan anggota komunitas yang lain mencarikan solusinya. Tugas Perpustakaan Umum membangun lingkungan pembelajaran (*learning environment*) di mana anggota komunitas pemakainya termotivasi untuk terus belajar dan terdorong untuk berbagi pengetahuan. Dalam konsep manajemen modern, hal ini disebut dengan *Knowledge Management*.

Kedua, fungsi perpustakaan Daerah Medan sebagai katalisator perubahan budaya.

Perubahan perilaku masyarakat pada hakikatnya adalah perubahan budaya masyarakat. Perpustakaan Daerah merupakan tempat strategis untuk mempromosikan segala perilaku yang meningkatkan produktifitas masyarakat. Individu komunitas yang berpengetahuan akan membentuk kelompok komunitas berpengetahuan. Perubahan pada tingkat individu akan membawa perubahan pada tingkat masyarakat. Komunitas yang berbudaya adalah komunitas yang berpengetahuan dan produktif. Komunitas yang produktif mampu melakukan perubahan dan meningkatkan taraf hidupnya menjadi lebih baik.

Ketiga, fungsi perpustakaan daerah sebagai agen perubahan sosial. Idealnya, Perpustakaan Daerah adalah tempat di mana segala lapisan masyarakat bisa bertemu dan berdiskusi tanpa dibatasi prasangka agama, ras, kepangkatan, strata, kesukuan, golongan, dan lain-lain. Perpustakaan Umum sangat strategis dijadikan tempat anggota komunitas berkumpul dan mendiskusikan beragam masalah sosial yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Disini, perpustakaan tidak hanya menyediakan ruang baca, tetapi juga menyediakan ruang publik bagi komunitasnya untuk melepas unek-uneknya dan kemudian berdiskusi bersama-sama mencari solusi yang terbaik. Tugas pustakawanlah untuk mendokumentasikan semua pengetahuan publik yang dihasilkan dan menyebarkan ke anggota komunitas yang lain. Seorang pustakawan dituntut tidak hanya mampu mengolah informasi, tetapi juga harus punya kepekaan sosial yang tinggi dan skill berkomunikasi yang baik.

Keempat, fungsi perpustakaan daerah sebagai jembatan komunikasi antara masyarakat dan pemerintah. Dari semua pengetahuan komunitas yang didokumentasikan di Perpustakaan Umum, fungsi perpustakaan berikutnya adalah melakukan kemas ulang informasi, kemudian memberikan kepada para pengambil keputusan sebagai masukan dari masyarakat. Dengan begini masyarakat akan punya posisi tawar yang lebih baik dalam memberikan masukan-masukan dalam pengambilan kebijakan publik (Yahya W, 2015).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, sumber data penelitian ini adalah skunder dan primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Wawancara (Interview), teknik analisis data adalah analisis deskriptif yaitu metode yang menggambarkan hasil penelitian dengan menelaah data yang diperoleh dari perpustakaan kemudian dibandingkan dengan berbagai teori yang mendukung masalah penelitian (Viona et al., 2021). Fokus penelitian ini adalah tentang Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*) Di Perpustakaan Daerah Medan. Pengamatan dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dan merupakan metode utama yang digunakan untuk mengumpulkan data yang akurat dan relevan sesuai tujuan penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi CRM (*Customer Relationship Management*)

Tindakan mempraktikkan suatu sistem dikenal sebagai implementasi. *Customer Relationship Management* (CRM) adalah sistem informasi yang berpusat pada manajemen pemasaran untuk sebuah perusahaan yang memandang pelanggan sebagai bagian integral dari kesuksesan perusahaan. Istilah "manajemen hubungan pelanggan" (CRM) mengacu pada integrasi tiga elemen yang saling berhubungan. Saat ditulis, kelompok proses yang saling berhubungan ini dikenal sebagai CRM.

1. Pelanggan adalah mereka yang membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh bisnis untuk menghasilkan pendapatan.
2. Komunikasi dan interaksi antara pelanggan dan bisnis dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, tergantung pada sifat hubungan antara kedua pihak yang terlibat. Pelanggan yang

menggunakan metode ini berulang kali cenderung puas dan mempercayai struktur organisasi layanan.

3. Manajemen, atau semua jenis data berbeda yang dikumpulkan dari pelanggan untuk membantu bisnis memenuhi kebutuhan dan kebiasaan mereka.

Manajemen hubungan klien melibatkan banyak pihak, dimulai dengan klien, berlanjut dengan penyedia layanan, dan berakhir kembali dalam organisasi seperti yang dipersyaratkan oleh proses organisasi bisnis (Bartlett, 2011). Pemasar menggunakan berbagai perspektif untuk mendefinisikan manajemen hubungan pelanggan (CRM). Istilah "manajemen hubungan pelanggan" (CRM) diciptakan oleh Stanley A. Brown (Rahayu et al., 2022) untuk menggambarkan proses memperoleh, mempertahankan, dan melepaskan pelanggan yang menguntungkan. Agar loyalitas pelanggan dapat dihasilkan, perlu ada fokus laser pada aspek layanan yang benar-benar menciptakan nilai bagi pelanggan. Pelajaran paling penting dari pemahaman ini adalah bahwa manajemen hubungan pelanggan adalah sebuah proses, menjadikannya pemasaran dinamis yang memprioritaskan pelanggan yang menguntungkan (Pt & Laju, 2014).

(Kurniawan et al, 2016) berpendapat bahwa manajemen hubungan pelanggan (CRM) "berfokus pada retensi pelanggan melalui pemasaran perusahaan kepada mereka dan juga melalui saluran tradisional produk, harga, distribusi, dan promosi untuk menyajikan yang paling menarik. proposisi nilai mungkin." Karena layanan informasi secara inheren tidak material, tidak dapat dipisahkan, dapat diubah, dan sementara, kerangka kerja manajemen hubungan pelanggan (CRM) yang menekankan hubungan klien individu bekerja sangat baik dengan jenis penawaran di seluruh perusahaan ini. Faktanya, kebutuhan informasi bisnis paling baik dipenuhi oleh model layanan yang berpusat pada pelanggan atau pengguna akhir (Pelanggan & Astuti, 2018). Ini mencakup semuanya, mulai dari penyimpanan dan pemrosesan data hingga pembuatan kueri dan pelaporan. Tujuan dari layanan manajemen hubungan pelanggan adalah untuk membuat pelanggan senang sehingga mereka terus setia pada penawaran perusahaan. Pelanggan yang puas lebih mungkin untuk kembali ke bisnis dan memberi tahu teman dan keluarga mereka tentang hal itu.

B. Perpustakaan Daerah Medan

Ruang baca, atau perpustakaan, adalah tempat di mana orang dapat membaca bahan-bahan yang ditawarkan. Peran perpustakaan itu sendiri, dan perpustakaan perguruan tinggi khususnya, adalah memberikan layanan informasi untuk mendukung pengajaran, penelitian, dan sosialisasi dalam rangka membantu masyarakat mewujudkan empat sila Tri Dharma (Rahayu et al., 2022). Pemerintah Kota Medan menciptakan Perpustakaan Daerah Medan agar mahasiswa, dosen, dan masyarakat umum memiliki tempat belajar, membaca, dan mencari data. Tanggung jawab utama repositori adalah mengumpulkan informasi dari semua sumber yang tersedia, baik tertulis (cetakan), disimpan (rekaman), atau kombinasi keduanya. Tujuan misiti:

1. Titik pengumpulan aktif adalah fasilitas dengan prosedur ekstensif untuk mengumpulkan dan mengelola sejumlah besar sumber informasi.
2. lokasi di mana semua bahan pustaka digunakan dan diakses, baik melalui cara manual maupun otomatis (seperti B. Registrasi, klasifikasi, dan katalogisasi). Pastikan semuanya jelas dan ringkas.
3. Sebagai pusat berita, pendidikan, beasiswa, rekreasi, dan kegiatan lainnya. Menyediakan pengguna dengan layanan seperti B. membaca, menulis, dan mengetik dengan cepat, akurat, mudah, dan terjangkau (Hijriani & Maulana, 2019).

Kantor Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara terletak di Jalan Brigjen Katamso Nomor 45, K Sei Mati A UR, Kelurahan Medan Maimun Kota Medan ini telah melayani masyarakat sejak tahun 1997. Perpustakaan Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera Utara merupakan pelaksana urusan Dinas Perpustakaan dan Arsip Provinsi Sumatera

Utara. Pelayanan Perpustakaan dan Kearsipan diemban oleh Manajer Pelayanan, melapor kepada Walikota dan bertanggung jawab melalui Sekda. Dinas Keamanan Publik Kota Medan, yang dikenal dengan nama Perpustakaan Daerah, memiliki dukungan kuat dan secara konsisten memenuhi tanggung jawabnya kepada publik atas sembilan orang tanpa memandang agama, budaya, atau ras :

1. Pendidikan untuk kehidupan berbangsa.
2. Meningkatkan visi sumber daya manusia dan kualitas ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).
3. Menghilangkan kematian sebagai sarana untuk mengatasi kegilaan.

Karena kata “perpustakaan” berarti “perpustakaan” dalam kamus bahasa Indonesia, tidak heran jika banyak mahasiswa, dosen, dan masyarakat yang sering mengunjungi dua perpustakaan kota Medan tersebut. Yaitu Perpustakaan Universitas Indonesia dan Perpustakaan Negara Indonesia. Fasilitas yang dikelola oleh Pemko Medan meliputi kantor pemerintahan kota dan layanan darurat, sedangkan yang dikelola oleh Pemprov adalah gedung administrasi provinsi di kota Kabupaten Sumatera Utara. Mahasiswa S1 dan S2 di daerah Medan umumnya menyebut gedung pemerintah provinsi sebagai "Pusda", kependekan dari "Perpustakaan Daerah Provinsi Sumatera Utara". Kantor ini beralamat di Jalan Brigjen Katamso Nomor 45 K Sei Mati, A U R, Kelurahan Medan Maimun Kota Medan.

Sejarah awal berdirinya Markas Besar Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, sebagaimana ditetapkan pada bulan Mei 1956 dengan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 09103/S/1956. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mengeluarkan Surat Keputusan No. 0199/0/1978 tanggal 23 Desember 1956, yang secara resmi mengubah negara menjadi ibukota daerah. Kepala pemerintahan kabupaten saat ini adalah seorang birokrat tingkat IV/A. Perpustakaan Daerah diubah lagi menjadi perpustakaan daerah sampai otonomi daerah diterima berdasarkan Keputusan Presiden No. 50 Tahun 1997 tanggal 29 Desember 1997 dan Keputusan Kepala Perpustakaan Nasional RI No. 44 Tahun 1998 tanggal 23 Juli 1998. Diucapkan berdasarkan Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2001, tanggal 31 Juli 2001. Peraturan tambahan Peraturan Daerah No. 8 Tahun 2008, tentang pembukaan kantor pemerintah dan penafsiran karya-karya yang dikutip dalam filsafat, telah ditetapkan. Kepada Direktorat Pendataan, Arsip, dan Dokumentasi Provinsi Nusa Tenggara Timur (BPAD-SU), dan sesuai Surat Perintah Pelaksana (Surat) 38 Gubernur Provinsi Nusa Tenggara Timur tanggal 27 Desember 2016.

Keanekaragaman kelengkapan dan kemutakhiran koleksi dapat menjadi pemicu pengguna untuk memanfaatkan Dinas Perpustakaan Daerah Provinsi Sumatera Utara guna menelusur dan menemukan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Disisi lain daya tarik pustakawan dan arsiparis dalam memberikan informasi mengenai produk baru, manfaat produk baru dan produk lain yang dimiliki perpustakaan. Kegiatan ini memerlukan keterampilan petugas dalam memberikan informasi mengenai produk yang bersangkutan. Semakin baik daya tarik petugas dalam menginformasikan produk baru atau produk lain, maka akan semakin tinggi minat dan respons yang diperoleh dari pengguna.

Perpustakaan Daerah Medan buka pada hari Senin hingga Minggu. Waktu: Senin sampai Jumat, 8:00 am sampai 20:00 pm. Sedangkan untuk Sabtu dan Minggu, 09:00 am sampai 15:00 pm. Mendaftar sebagai anggota Perpustakaan Daerah Sumatera Utara untuk meminjam buku di perpustakaan daerah setiap hari Sabtu dan Minggu antara pukul 09.00 sampai 15.00 WIB. Semua yang dibutuhkan siswa adalah mereka memiliki kartu pelajar atau paspor yang masih berlaku. Sedangkan masyarakat umum hanya perlu membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP). Satu-satunya KTP yang berlaku untuk masyarakat umum, anak sekolah, dan mahasiswa adalah yang dikeluarkan oleh provinsi Sumatera Utara. Pendaftaran sebagai anggota Perpustakaan Daerah Sumatera Utara tidak sah apabila KTP pemohon berada di luar daerah. Menurut para pengikut Farado, tahun 2008 menandai secara resmi dibukanya perpustakaan dan arsip dengan

diterbitkannya teks filosofis setelah diterapkannya Perda No.8.

Semua juga bisa bergabung dengan Perpustakaan Daerah Sumatera Utara untuk meminjam buku dari perpustakaan daerah. Persyaratan untuk mahasiswa dan dosen hanya perlu sesuai dengan jenis mahasiswa dan dosen yang ada. Namun, masyarakat umum cukup membawa Kartu Tanda Penduduk (KTP). Satu-satunya KTP yang berlaku untuk masyarakat umum, anak sekolah, dan mahasiswa adalah yang dikeluarkan oleh provinsi Sumatera Utara. Pendaftaran sebagai anggota Perpustakaan Daerah Sumatera Utara tidak sah apabila KTP pemohon berada di luar daerah. Nantinya, para tamu dapat memanfaatkan Wi-Fi gratis, kamar mandi bersih, dan *lounge* nyaman yang tersedia di fasilitas ini. Lalu, di lantai satu gedung, ada buku dan materi anak. Selain itu, ada buku-buku fiksi yang melapisi dinding kedua tempat ini. Ada buku referensi umum di lantai tiga. Pengunjung yang mengendarai kendaraan bermotor atau bersepeda tidak perlu khawatir dengan keamanan fasilitas yang ada di sini. Karena terdapat tempat parkir yang luas dengan dua satpam untuk menjaga mobil saat di parkir.

C. Langkah-langkah Pengimplementasian Aplikasi CRM di Perpustakaan Daerah Medan

Implementasi aplikasi CRM di perpustakaan daerah Medan memiliki langkah-langkah sebagai berikut:

Langkah pertama bagi organisasi adalah membuat database pengguna (repositori). Hal ini tidak sulit karena pada umumnya infrastruktur suatu perusahaan memerlukan masukan dari para penggunanya agar perusahaan dapat menyusun database yang akurat berdasarkan manfaat yang diberikannya. Informasi yang perlu disampaikan meliputi data demografi (nama, alamat, nomor telepon, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, nama anggota keluarga dan tanggal lahir), data kepribadian (minat, hobi, dan ciri kepribadian), dan data media (seperti primer). Menggunakan Data Pengguna sebagai Fondasi.

Langkah kedua adalah memilih pengguna yang bereputasi baik untuk bertindak sebagai perwakilan grup. Ini adalah ringkasan data tentang seberapa sering orang mengunjungi kantor, berapa kali mereka memesan persediaan, seberapa sering mereka mengunjungi pusat konsultasi, dan sebagainya. Nama-nama calon pengguna diperoleh dari kegiatan seleksi ini (data mining). Hal ini diperlukan untuk mendapatkan pengguna yang setia.

Langkah ketiga adalah berkomunikasi dengan pengguna pilihan. Komunikasi, atau media interpersonal, memungkinkan interaksi tatap muka terjadi melalui sarana seperti telepon, surat, email, situs jejaring sosial, dan banyak lagi. Pilih media yang menarik minat seseorang. Dalam aktivitas komunikasi ini, berbagai jenis data yang dapat disediakan oleh otoritas pusat kepada pengguna individu disampaikan sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pengguna tersebut. Pada tahap ini, keterampilan komunikasi diperlukan untuk mempelajari minat, persyaratan, tujuan, dan proses mental pengguna dalam kaitannya dengan informasi. Selain itu, topik yang menarik pengguna dan informasi layanan informasi yang dapat disediakan oleh institusi diperlukan. Berikan jaminan kepada pengguna bahwa hubungan dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang andal bagi mereka.

Langkah keempat adalah mengadaptasi layanan informasi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Termasuk format informasi (cetak, CD/audio, VCD/audio-visual, metode pengiriman (rumah, kantor pos, email), dan metode pengiriman (informasi tentang topik, jadwal, lokasi, dan waktu tertentu). Pada tahap ini, kemampuan untuk mencari dan menyusun data dari berbagai sumber diperlukan sebelum data dapat diurutkan dan disaring untuk memenuhi kebutuhan pengguna akhir.

Tahap terakhir adalah menemukan informasi yang dibutuhkan pengguna, di mana informasi yang diberikan harus akurat, relevan dengan kebutuhan mereka, disampaikan pada waktu yang tepat, dan dikomunikasikan secara efektif. Pengguna diharapkan untuk menerima

informasi yang mereka butuhkan pada waktu yang tepat. Kami menyebutnya informasi yang disesuaikan, atau informasi yang tepat untuk orang yang tepat pada waktu yang tepat. Layanan informasi berbasis *customer relationship management* (CRM) diharapkan dapat memuaskan pengguna sehingga dapat meningkatkan produktivitas di tempat kerja. Pelanggan setia sangat berharga bagi bisnis, karena dia lebih mungkin untuk kembali dan menggunakan layanan lebih lanjut, serta merekomendasikannya kepada teman, keluarga, rekan kerja, dan lainnya. Hal ini penting untuk menumbuhkan citra positif lembaga dan menjaga citra otoritatifnya. Perawatan konstan harus diambil untuk menjaga loyalitas pengguna. Ada banyak cara untuk melakukan ini, termasuk pendekatan pribadi seperti mengucapkan selamat ulang tahun atau hari raya keagamaan kepada seseorang, atau mengirim mereka informasi terbaru tentang topik yang baru-baru ini menarik minat mereka, atau bahkan mengirim mereka salinan publikasi yang dimiliki oleh organisasi atau membujuk mereka untuk bergabung.

Dari strategi CRM tersebut di atas, jelaslah bahwa proses pemasaran ini merupakan salah satu yang harus ditangani secara serius oleh perusahaan. Karena manajemen hubungan pelanggan bukan hanya metrik pemasaran yang dapat membangun komunitas pengguna setia untuk bisnis, tetapi juga dapat meningkatkan citra publik perusahaan. Selain itu, CRM operasional membutuhkan personel yang benar-benar memahaminya, mulai dari proses pemilihan pengguna, berinteraksi dengan pengguna, menyediakan informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, dan menyediakan informasi ini pada waktu yang tepat. Dalam hal ini, perpustakaan memerlukan staf dengan pemahaman komprehensif tentang manajemen hubungan pelanggan (CRM), kecakapan dalam manajemen data, dan keahlian dalam komunikasi penjualan yang persuasif dan empati. Oleh karena itu, perlu mempekerjakan pekerja yang kompeten, dapat dipercaya, dan memiliki kualitas pribadi yang menarik. Unsur manusia sangat penting karena layanan informasi adalah hubungan yang menghubungkan langsung ke pengguna akhir. Idealnya, karyawan perusahaan sendiri akan bertanggung jawab atas CRM. Selain itu, CRM memerlukan teknologi, khususnya teknologi informasi komputer dan internet. Proses CRM akan tetap tidak efisien jika tidak dibantu dengan teknologi pengolahan data yang terkomputerisasi.

Khususnya dalam proses yang melibatkan banyak interaksi interaktif dengan pengguna, diperlukan alat untuk berkomunikasi dengan pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan hasil diskusi atau penelitian akademik implementasi CRM, diketahui bahwa website Perpustakaan Digital Daerah Provinsi Sumatera Utara menampilkan menu berikut untuk konten yang baru ditambahkan. Menu pencarian buku yang mudah digunakan, sehingga pengunjung dapat menemukan koleksi buku yang mereka cari. Yang baru di situs web Perpustakaan Daerah Medan adalah menu polling yang dapat digunakan baik oleh administrator situs web maupun staf untuk mengukur apakah pengunjung dan anggota puas dengan layanan yang mereka terima atau tidak, dilakukan dengan cepat dan tepat. Oleh karena itu, menu baru website Perpustakaan Daerah Provinsi Sumatera Utara untuk buku juga dapat menjadi panduan bagi administrasi untuk memastikan pengunjung dan karyawan mendapatkan layanan terbaik setiap saat. Dengan CRM, pengguna perusahaan mendapatkan informasi tepat waktu dan bahkan dapat memperbaruinya. Ini bisa menjadi daya tarik unik bagi pembaca dan pengunjung pada umumnya, dan bagi para pendeta dan biarawan pada khususnya.

Temuan studi ini mengarah pada pengembangan seperangkat alat yang berguna dalam bentuk aplikasi digital untuk tempat kerja yang meningkatkan efisiensi layanan tempat kerja dan peluncuran aplikasi digital dengan menggunakan konsep manajemen hubungan pelanggan (CRM):

1. Sistem CRM memudahkan pelanggan untuk mengakses semua informasi yang mereka butuhkan tentang aset fisik perusahaan secara online, meningkatkan rasa kepuasan mereka dengan layanan yang mereka terima.
- 2.

3. Informasi terkait fasilitas tersedia setiap saat, siang atau malam, tanpa batasan ruang atau waktu.
4. Agar ketidakpuasan pengguna dapat segera diatasi dan dijadikan sebagai tolak ukur perbaikan sistem informasi perpustakaan, maka petugas perpustakaan harus dapat memantau kualitas pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan.
5. Pengguna fasilitas selalu update dengan informasi terbaru tentang fasilitas tersebut. Contohnya termasuk buku yang baru diterbitkan, kamus yang diperbarui, majalah, dan ensiklopedia.

V. KESIMPULAN

Implementasi aplikasi CRM di kantor perusahaan yang berbasis di Medan membutuhkan pembuatan database (data warehouse), memilih pengguna sebagai "pengguna kunci", berinteraksi dengan yang dipilih, serta mengelola dan memediasi layanan informasi perusahaan agar selaras dengan pengguna, kebutuhan. informasi yang diperlukan bagi pengguna. Melihat langkah-langkah CRM yang tercantum di atas, jelas bahwa CRM adalah proses pemasaran yang perlu ditangani secara serius oleh Pemerintah Kota Medan. Karena manajemen hubungan pelanggan bukan hanya metrik pemasaran yang dapat membangun komunitas pengguna setia untuk bisnis saja, tetapi juga dapat meningkatkan citra publik perusahaan. Menurut wawancara akademik, terlihat jelas bahwa staf tidak memperbarui informasi di situs web perpustakaan sehingga menyulitkan pengunjung untuk menemukan koleksi yang mereka butuhkan atau mencari tahu di mana koleksi itu berada untuk membaca atau meminjamnya. Komentar, saran, atau kritik pengunjung terhadap situs juga tidak dianjurkan. Seorang webmaster tidak mungkin mengetahui dengan pasti berapa banyak orang yang mengunjungi situs mereka. Tanpa disadari, hal ini dapat merusak hubungan antara staf kantor dan pengunjung. Selain itu, jumlah pelanggan yang besar merupakan tantangan bagi setiap bisnis yang bertujuan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya setiap saat. Temuan studi ini menghasilkan alat yang berguna dalam bentuk aplikasi digital untuk tempat kerja yang meningkatkan efisiensi layanan tempat kerja dan implementasi tempat kerja digital dengan memanfaatkan konsep manajemen hubungan pelanggan (CRM).

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, N., & Ardhojo, Wardjito Syakila, R. N. (2021). Penerapan Customer Relationship Management pada Crematology Coffee Roasters Saat Pandemi Covid-19. *Journal Cyber PR*, 1(1), 1–10.
- Attas, A. (2019). PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (studi kasus bank BNI cabang palopo). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 4(1), 1–4. <https://doi.org/10.35906/jm001.v4i1.296>
- Bartlett, J. L. (2011). Public Relations and Corporate Social Responsibility. In *The Handbook of Communication and Corporate Social Responsibility* (pp. 67–86). <https://doi.org/10.1002/9781118083246.ch4>
- Blasius Sudarsono. (2009). *Literasi Informasi (Information Literacy): Pengantar Untuk Perpustakaan Sekolah*. Perpustakaan Nasional RI.
- Dyantina Ovi, Afrina Mira, I. A. (2012). Penerapan Aplikasi CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Web Dalam Bidang Jasa," 2009. [Online]. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4, No. 2(2), 516–529.
- Hijriani, A., & Maulana, F. A. (2019). Implementasi Customer Relationship Management (CRM) Pada Usaha Mikro Bidang Retail Studi Kasus CV Duta Square Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Sains, Matematika, Informatika Dan Aplikasinya.*, 5(1), 84–94.

- Holland, H. (2016). 14 Customer Relationship Management. *Dialogmarketing*, 2(1), 283–313.
<https://doi.org/10.15358/9783800653140-283>
- Kurniawan et al. (2016). *Implementasi Customer Relationship Management Pada Penjualan Di Koperasi Mawar Garawangi*. 10(2), 1–9.
- Manurung, N. A., & Nugroho, A. (2018). Implementasi Customer Relationship Management Di Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Bidang Otomotif. *Jurnal Terapan Abdimas*, 3(2), 97.
<https://doi.org/10.25273/jta.v3i2.2795>
- Pelanggan, N., & Astuti, N. (2018). *ANALISIS PENGARUH HUBUNGAN PERUSAHAAN DI TAMAN WISATA AIR*. 5(2).
- Pt, P., & Laju, K. (2014). Interactive Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Hubungan Pelanggan. *Interactive Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Hubungan Pelanggan Pada PT. Kencana Laju Mandiri*, 1–7.
- Rahayu, E., Kifti, W. M., & Rohminatin, R. (2022). Analisis Implementasi Customer Relationship Management Pada Safira Bakery. *Journal of Science and Social Research*, 5(1), 37. <https://doi.org/10.54314/jssr.v5i1.812>
- Viona, I. D., Batubara, A. K., & Purwaningtyas, F. (2021). *Analisis Keterampilan Literasi Informasi Siswa SMK Swasta Al-Washliyah 2 Perdagangan*. 145.
- Yahya W, Y. (2015). Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Pada Perusahaan Dagang. *Jurnal Penjualan Motor, 1*(Bisnis Intelejen), 1–14.

