

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Customer relation merupakan segala kegiatan yang ditujukan untuk memastikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. *Customer relation* memiliki peran yang sangat penting dalam perusahaan. Tugas utama dari *customer relation* adalah mempertahankan kesetiaan pelanggan yang sudah ada melalui pengembangan hubungan yang lebih erat melalui berbagai pendekatan ada. *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 (Widyana, Suci Fika & Herdin Firmansyah, 2021).

Pelayanan administrasi kependudukan merupakan salah satu aspek penting dalam menjalankan pemerintahan yang efisien dan efektif. Untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan responsif, maka instansi tersebut perlu memperhatikan dan menerapkan konsep *Customer Relationship Management (CRM)*. CRM merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian pada hubungan dengan pelanggan, yang mana pelanggan dalam hal ini adalah masyarakat dengan tujuan untuk dapat memahami, merespons serta memenuhi kebutuhan mereka.

Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam pelayanan publik sering disebut sebagai *Government Relationship Management* (GRM) yang merupakan pendekatan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas layanan publik dengan fokus pada kebutuhan dan kepuasan masyarakat. Sedangkan penerapannya sendiri memiliki tujuan untuk menciptakan pelayanan yang lebih efisien, responsif dan berkualitas tinggi masyarakat. Sama halnya dengan yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Surabaya yang selalu berinovasi agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

Pada sebuah instansi atau organisasi pemerintah, komunikasi memiliki peran yang sangat penting. Hal ini karena komunikasi merupakan bentuk koordinasi antar anggota maupun tim untuk menyampaikan sebuah ide ataupun gagasan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kualitas dari pelayanan administrasi kependudukan tersebut. Dengan adanya CRM ini juga dapat menciptakan tingkat transparansi yang lebih tinggi dalam kegiatan pelayanan publik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada pemerintah. Terdapat beberapa daftar keinginan dan kebutuhan pelanggan yang paling utama dalam pelayanan, antara lain, masalah terpecahkan, usaha pengakuan dan pengertian, konsistensi, keandalan, ketepatan dan kecepatan, kerahasiaan serta rasa penting (Bacal 2005, p. 9-10).

Nantinya dalam penulisan laporan kerja praktik ini, penulis menggunakan teori *Customer Relationship Management* (CRM) yang dikutip dari (Buttle 2015, p.4) dimana CRM merupakan istilah industri informasi yang mencakup metodologi, perangkat lunak dan biasanya internet yang mendukung perusahaan dalam

mengelola hubungan pelanggan secara terstruktur. CRM sendiri termasuk ke dalam semua aspek yang berurusan dengan prospek dan pelanggan karena tujuan utama dari CRM adalah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang dan profitabilitas dengan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku pelanggan.

Layanan pengaduan atau keluhan dalam pelayanan adminduk yang telah disediakan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya didukung dengan sosial media mainstream seperti Instagram, Twitter, WhatsApp dan Facebook serta Telegram dan di integrasikan dengan layanan *call center*, email, dan pengaduan tertulis. Saat ini terus dilakukan pengembangan fitur layanan supaya dapat memberikan pelayanan yang semakin prima kepada masyarakat.

Kegiatan yang nantinya akan menggunakan prinsip *Customer Relationship Management* (CRM) dalam pelayanan administrasi kependudukan yang mengelola hubungan antara pihak Dispendukcapil dengan pemohon layanan administrasi kependudukan ialah selalu *customer*. Terdapat lima cara yang biasa digunakan oleh Sebagian besar instansi untuk memecahkan suatu masalah, antara lain mengajukan permohonan dan menerima keluhan, mencari tahu hal penting, menilai masalah pelanggan dan penyebab potensialnya, menegosiasikan kesepakatan, serta mengambil tindakan untuk mengikuti dan menindaklanjuti permasalahan (Goodman 2009, p. 55)

Dalam proses penyampaian informasi memerlukan adanya suatu komunikasi yang baik agar informasi yang akan disampaikan oleh komunikator dapat diterima dan dipahami oleh komunikan. Akan tetapi komunikasi yang baik

sebenarnya ialah ketika komunikasi yang dilakukan dapat dimengerti dan diterima oleh orang lain, sehingga kegiatan komunikasi tersebut tidak hanya bersifat informatif atau memiliki dampak kognitif saja, melainkan memiliki dampak yang afektif dan konatif sehingga membuat orang lain menerima dan meyakini suatu paham tersebut serta membuat orang lain melakukan suatu perbuatan atau tindakan.

Jika melihat pertumbuhan ekonomi di Kota Surabaya berkembang dengan cukup pesat dari tahun ke tahun, yang mana pertumbuhan ekonomi tersebut berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk di Kota Surabaya, sehingga kebutuhan akan dokumen administrasi kependudukan menjadi semakin meningkat. Dalam pelayanan administrasi kependudukan diperlukan tata kelola yang baik serta inovasi berkelanjutan. Pemerintah sebagai penyedia layanan publik yang dibutuhkan oleh masyarakat terus berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik guna meningkatkan pelayanan publik. Kepuasan dari masyarakat sendiri menjadi tolak ukur dari keberhasilan suatu pelayanan publik yang diberikan.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya merupakan perangkat daerah pemerintah Kota Surabaya yang melaksanakan urusan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil. Administrasi kependudukan merupakan hak dan kewajiban yang dimiliki warga Indonesia sesuai dengan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan. Masyarakat diwajibkan untuk selalu melaporkan dan mencatatkan setiap peristiwa kependudukan yang dialaminya kepada instansi pelaksana dengan memenuhi persyaratan yang diperlukan.

Jenis pelayanan yang disediakan bermacam-macam, seperti pembuatan Kartu Keluarga, KTP, KIA, Akta Perkawinan, Akta Kelahiran, dan Akta Kematian serta pencatatan mutasi masyarakat sebagai catatan penting bagi status keperdataan seseorang. Berbagai inovasi terus dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, salah satunya adalah dengan menerapkan digitalisasi layanan dokumen administrasi kependudukan yang harus dimanfaatkan dengan optimal yang bertujuan agar pemenuhan kebutuhan akan dokumen administrasi kependudukan dapat berjalan dengan baik.

Nantinya penulis akan terlibat dalam pengembangan operasional layanan pengaduan secara langsung sehingga akan terlibat penuh dalam mengolah data pengaduan ataupun keluhan masyarakat untuk menjadi sebuah informasi yang diperlukan sebagai bahan evaluasi layanan di kemudian hari. Serta dengan adanya layanan CRM tersebut diharapkan kapasitas layanan pengaduan ini akan meningkat dan masyarakat dapat merasakan manfaatnya, yakni kemudahan dalam menyampaikan kendala pada saat proses adminduk.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis mengambil fokus pada komunikasi interpersonal pada suatu instansi yakni Disdukcapil Surabaya sebagai Pendamping Pelayanan Administrasi Kependudukan yang nantinya akan menjadi landasan bagi penulis untuk menuliskan pokok bahasan dalam laporan kerja praktik ini.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Penulis dapat mengimplementasikan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan melalui kegiatan kerja praktik.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mengetahui kinerja pelayanan administrasi kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya.
2. Mengetahui bagaimana kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan di Disdukcapil Surabaya.
3. Mengetahui apa saja hambatan dan penyelesaian saat melakukan kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan di Disdukcapil Surabaya.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

1. Mendapatkan pengetahuan dan pengalaman tentang standar dunia kerja sehingga mampu menjadi bekal untuk penulis saat terjun ke dunia kerja nantinya.
2. Mengembangkan kemampuan dan menciptakan kreativitas dan kritis dalam menyelesaikan sebuah masalah.
3. Memperluas relasi di dunia kerja.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Customer Relationship Management

Umumnya *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan pendekatan yang melibatkan sejumlah teori dan konsep yang digunakan untuk memahami, mengelola serta memperkuat hubungan antara Perusahaan dan

pelanggan. Dengan berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas maupun meningkatkan retensi pelanggan. *Customer Relationship Management* (CRM) mencakup berbagai aktivitas, strategi, dan teknologi yang digunakan oleh suatu perusahaan atau instansi untuk mengelola dan menganalisis interaksi serta data dari para pelanggan. Berikut merupakan aktivitas utama CRM, antara lain (Francis Buttle, 2015, p. 5):

1. Membangun Hubungan Pelanggan

Dalam hal membangun hubungan pelanggan ini akan melibatkan penyediaan layanan terbaik, merekomendasikan produk berdasarkan kebutuhan pelanggan dan menawarkan solusi terbaik untuk masalah atau keluhan pelanggan.

2. Penanganan Keluhan

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) membantu mengelola dan menyelesaikan keluhan pelanggan secara efisien, sehingga meningkatkan kepuasan pada pelanggan itu sendiri.

3. Mengelola Interaksi Pelanggan

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan melalui berbagai saluran seperti email, telepon, live chat, serta jejaring sosial.

4. Manajemen dan Analisis Data

Sistem *Customer Relationship Management* (CRM) akan mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan dari berbagai saluran

untuk mengidentifikasi tren, wawasan, dan sentimen pelanggan, yang dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan layanan

5. Retensi dan Loyalitas Pelanggan

Customer Relationship Management (CRM) bertujuan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan dengan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta menyelesaikan masalah atau keluhan mereka.

Sedangkan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam pelayanan publik ialah pendekatan yang digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan hubungan dan interaksi antara entitas pemerintah dan masyarakat. Meskipun umumnya diasosiasikan dengan suatu perusahaan, namun secara konsep dan prinsipnya dapat diterapkan juga dalam sektor pelayanan publik agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. *Customer Relationship Management* (CRM) bertujuan untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan dengan memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta menyelesaikan masalah atau keluhan mereka.

Dengan adanya CRM ini memungkinkan pemerintah untuk merespons permintaan dan keluhan masyarakat secara lebih cepat dan efisien, yang mencakup penanganan keluhan, sejumlah pertanyaan serta permintaan informasi yang lebih baik. Selain itu CRM juga dapat digunakan untuk mengelola aduan, masukan ataupun saran dari masyarakat. Selain itu pemerintah juga dapat menggunakan data CRM untuk mengukur kinerja dalam pemberian layanan publik. Adanya

pengelolaan data yang efisien dan otomatisasi proses membuat efisiensi dalam penggunaan sumber daya yang ada.

Aktivitas CRM juga memungkinkan komunikasi melalui berbagai saluran, termasuk email, telepon, media sosial dan layanan online. Sehingga komunikasi yang dilakukan dapat lebih efektif karena dapat memanfaatkan berbagai jenis saluran media yang ada. *Customer Relationship Management (CRM)* memungkinkan instansi untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat secara langsung ataupun tidak langsung secara maksimal yaitu dengan cara mengembangkan hubungan dengan setiap masyarakat yang ada melalui pemanfaatan informasi atau basis data pelanggan yang dimiliki oleh suatu instansi. Dalam hal ini instansi tersebut akan menggunakan strategi *Customer Relationship Management (CRM)* dengan tujuan agar instansi dapat tetap fokus terhadap masyarakat berdasarkan informasi atau basis data yang dimiliki (Attas, 2019).

Aktivitas menurut Anton dan Goldenbery dalam Kanaidi dan Ari Kurniawan, (2011:163) *Customer Relationship Management (CRM)* memiliki tiga aspek utama yang saling terkait, yaitu :

1. Karyawan (*People*)

Yakni kemampuan dan sikap dari individu yang mengelola *Customer Relationship Management (CRM)* merupakan faktor utama, karena pada dasarnya kegiatan CRM akan melibatkan pengelolaan hubungan antar individu, memerlukan sentuhan personal dan kebersamaan. Oleh karena itu penting bagi suatu organisasi atau instansi untuk terus meningkatkan serta melakukan inovasi CRM melalui pelatihan yang efektif,

membentuk mindset serta bertindak yang lebih efisien, dan meningkatkan keahlian, pengetahuan, maupun sikap karyawan itu sendiri. Selain itu instansi yang menerapkan CRM juga harus mampu mengkomunikasikan dan menanamkan nilai-nilai mengenai pentingnya loyalitas dengan jelas dan tepat.

2. Proses (*Process*)

Merupakan suatu cara yang digunakan oleh instansi dalam mengakses dan berinteraksi dengan pelanggan atau dalam hal ini dengan masyarakat dalam menciptakan nilai dan kepuasan. Selain itu, diperlukan adanya suatu proses yang melibatkan sistem dan prosedur untuk membantu seorang individu dalam membangun hubungan yang baik. Struktur organisasi, kebijakan operasional, dan sistem penghargaan serta hukuman harus mencerminkan tujuan dari penerapan *Customer Relationship Management*. Proses kemudahan yang ditawarkan kepada pelanggan (masyarakat) dengan melibatkan Upaya mendekatkan diri dan menjaga hubungan sembari mengantisipasi potensi keluhan pelanggan (masyarakat). Dan jika terdapat keluhan terkait layanan, maka instansi tersebut telah menetapkan standar prosedur yang dijalankan untuk memperlancar penanganan keluhan.

3. Teknologi (*Technology*)

Teknologi sendiri merupakan fasilitator dalam implementasi strategi CRM. Teknologi berperan dalam mengumpulkan informasi dan menganalisis data pelanggan (masyarakat). Dengan adanya teknologi

tersebut pelayanan yang dilakukan menjadi lebih efektif dan efisien, sehingga dapat menunjang keberhasilan suatu instansi dalam membangun hubungan personal dengan pelanggan melalui berbagai metode komunikasi, seperti melalui interaksi aktif dengan pelanggan (masyarakat) sehingga dapat menjaga hubungan baik tersebut dapat meningkatkan aspek-aspek kepercayaan satu sama lain.

I.5.2 Pelayanan Publik Administrasi Kependudukan

Pelayanan publik merupakan suatu usaha yang dilakukan kelompok atau seseorang birokrasi untuk memberikan bantuan kepada masyarakat dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu (Rukayat, Yayat. 2017). Salah satu dari pelaksanaan pelayanan publik yaitu administrasi kependudukan yang berada di suatu pemerintahan, pelayanan publik administrasi kependudukan adalah jenis pelayanan publik yang berkaitan dengan pengelolaan data dan dokumen kependudukan serta aspek terkait dalam masyarakat.

Termasuk sejumlah layanan yang disediakan oleh entitas pemerintah, seperti Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Surabaya yang bertujuan untuk mencatat, melaporkan serta mengelola data penduduk dalam kepentingan tertentu. Pelayanan publik administrasi kependudukan ini sangatlah penting karena data kependudukan tersebut merupakan landasan dasar dalam berbagai kebijakan pemerintah, alokasi sumber daya dan perencanaan pembangunan. Kualitas data kependudukan yang baik dapat membantu pemerintah dalam memastikan bahwa layanan dan program publik yang telah dibuat dapat tepat sasaran serta lebih efisien.

Aktivitas pelayanan publik juga erat kaitannya dengan konteks *customer relationship management*, dimana analisis data pelanggan dapat membantu pemerintah memahami kebutuhan dan preferensi masyarakat, sehingga pemerintah dapat meningkatkan kualitas layanan dengan mengetahui setiap keluhan kebutuhan setiap individu maupun kelompok masyarakat. Serta dikaitkan dengan upaya pemerintah atau lembaga publik dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat. Selain itu, pelayanan administrasi kependudukan juga memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan dokumen-dokumen resmi yang dapat digunakan untuk berbagai macam kebutuhan seperti akses ke layanan kesehatan, pendidikan, pekerjaan, dll. Karena pada dasarnya pelayanan publik bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan, menjalankan fungsi pemerintah serta menjalankan kebijakan-kebijakan publik.

Pelayanan publik juga bertujuan untuk memastikan pelayanan yang sesuai dengan standar dan hak-hak pelanggan, serta meningkatkan mutu dan produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi instansi pemerintah dalam pelayanan administrasi kependudukan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa melibatkan konsep CRM dalam pelayanan publik dapat membantu pemerintah untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas dan kepuasan masyarakat. Dengan menggabungkan antara teknologi dan pendekatan berorientasi pada pelanggan yang dapat meningkatkan kualitas layanan publik dan memberikan dampak positif kepada masyarakat.