



Strategi Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Baca *Spirit Book* dan *Coffee* di Kota Medan

Eri^{1*}, Zainarti², Muhammad Ikhsan Harahap³

Universita Islam Negeri Sumatera Utara

Corresponding Author: Eri erism2507@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Strategi, Media Sosial, Kualitas Pelayanan

Received : 06, October

Revised : 16, October

Accepted: 26, October

©2022 Eri, Zainarti, Harahap: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Strategi Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan. Dibawah bimbingan Pembimbing I oleh Ibu Dra. Zainarti, M. M dan Bapak Muhammad Ikhsan Harahap M. E. I. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Bapak Simon Simanjuntak selaku pemilik Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee*, Kak Yuni Zai selaku pengelola media sosial Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* dan konsumen Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Baca *Spirit Books* Dan *Coffee* Di Kota Medan akan memberikan pengaruh positif pada Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan kalau dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya dan akan meningkatkan jumlah pengunjung yang akan datang ke Taman Baca *Spirit Books* Dan *Coffee* Di Kota Medan.

PENDAHULUAN

Bangsa adalah kelompok manusia yang memiliki rasa persatuan bahasa, agama, ras, adat istiadat, dan memiliki rasa persamaan senasib serta memilikipersamaan tujuan yang akan dicapai. Kualitas suatu bangsa salah satunya dapat dipengaruhi dari tinggi atau rendahnya minat baca yang dimiliki masyarakat yang mendiami suatu bangsa. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan program *for International Student asesment (PISA)* tahun 2018 Bangsa Indonesia masih menduduki urutan 74 dari 79 negara yang berkaitan dengan minat, artinya minat baca masyarakatnya masih rendah.

Rendahnya minat baca mengakibatkan kurangnya pengetahuan serta keikutsertaan dalam mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan informasidi seluruh dunia. Hal ini menjadi salah satu penyebab bangsa Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan Negara-negara tetangga lainnya. Indonesia yang memiliki jumlah penduduk yang besar, menduduki peringkat kedelapan terbawah dunia berdasarkan indeks baca negara-negara lainnya". Bangsa Indonesia dapat mengejar kemajuan yang telah dicapai oleh Negara-negara tetangga dengan menumbuhkan minat baca pada diri masyarakat melalui bantuan jasa penyedia informasi termasuk perpustakaan, gerakan nasional gemar membaca, rumah baca, dan taman Bacaan Masyarakat.

Taman baca masyarakat merupakan salah satu wujud dari pembudayaan kegemaran membaca yang ada di masyarakat. Keberadaan taman baca masyarakat dapat berfungsi sebagai tempat pembelajaran masyarakat, sumber informasi, sarana hiburan, dan pemanfaatan waktu luang yang bermanfaat. Manfaat taman baca masyarakat adalah sebagai sarana untuk membantu dalam menumbuhkan minat baca, kecintaan dan kegemaran membaca serta memberikan pengalaman belajar bagi masyarakat setempat. Siapa saja boleh menyelenggarakan taman baca masyarakat baik perorangan maupun lembaga atau institusi, bahkan pihak swastapun. Taman baca masyarakat yang didirikan oleh perorangan juga tidak terlepas dari bentuk kepeduliannya terhadap minat baca masyarakat dan dapat membantu pemerintah dalam hal pendidikan non formal. Sangat disayangkan apabila taman baca masyarakat tidak ada yang memanfaatkannya. Saat ini taman baca masyarakat kurang diperhatikan dan dimanfaatkan oleh masyarakat, hal ini berkaitan dengan penyelenggaraan taman baca masyarakat yang kurang baik.

Oleh karena itu dibutuhkan adanya standar penyelenggaraan taman baca masyarakat untuk mengelola dan menjadikan taman baca masyarakat berperan dan berfungsi sesuai dengan baik. Peneliti menemukan masalah yaitu turunnya jumlah pengunjung dari tahun sebelum-sebelumnya. Pada tahun 2022 yaitu hanya 10 sampai 20% pengunjung, angka ini sangat turun dari tahun-tahun sebelumnya. Ditambah lagi dengan kondisi pandemi *Covid 19*, selain itu dampak lain dari pandemi *Covid 19* mengakibatkan jam operasional jadi lebih cepat. Kalau dulu sebelum pandemi *Covid 19* jam operasional dari jam 09.00 sampai 20.00. Sekarang semenjak ada *Covid 19* jam operasional dari jam 14.00 sampai 20.00. Seperti yang sudah dikatakan di awal bahwa sangat disayangkan apabila taman baca masyarakat sepi pengunjung, maka

dibutuhkan Strategi Pemanfaatan media sosial dan pengelolaan Kualitas pelayanan taman baca masyarakat.

Dari uraian di atas, penulis tertarik meneliti "**Strategi Pemanfaatan Media Sosial dan Kualitas Pelayanan pada Taman Bacaan *Spirit Books* dan *Coffee***" untuk melihat sejauh mana penyelenggaraan Taman Bacaan *Spirit Books* dan *Coffee* berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini berguna sebagai masukan pada pengelola untuk memperbaiki strategi pemanfaatan sosial media dan kualitas pelayanan pada taman bacaan sehingga dapat mendorong masyarakat untuk memanfaatkan dan mengunjungi taman bacaan tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Menurut sejarah manajemen, strategi diciptakan oleh bangsa Yunani; dengan tujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu perang untuk memenuhi kebutuhan perang. Strategi dibuat memberikan rincian data dan informasi tentang musuh dan dipergunakan untuk mengalahkan musuh dalam perang. Inti dari strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk mencapai kemenangan dalam suatu pertempuran. Pada hakekatnya penggunaan strategi adalah untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran dalam kondisi tepat waktu dan tepat sasaran dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara optimal.

Seiring dengan perkembangan jaman dan intelektual manusia; pemakaian strategi juga berkembang pada bidang bisnis, yang dalam implementasinya diformulasikan dalam bentuk konsep kerja yang mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh. Manajemen strategi merupakan metode dan perilaku eksekusi yang dihasilkan dari perpaduan 2 unsur utama yakni sosiologi dan ekonomi. Substansi unsur sosiologi dalam manajemen strategi terfokus pada pelaku yang terlibat dalam aktivitas organisasi; sedangkan substansi unsur ekonomi terfokus pada kinerja finansial dan non finansial.

Strategi berasal dari kata *Stranges* dalam bahasa Yunani merupakan gabungan dari *Stratos* atau tentara dan *ego* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Strategi ialah suatu seni menggunakan kecakapan dan sumber daya suatu organisasi untuk mencapai suatu sasarannya melalui hubungannya yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan.

Strategi dapat dikatakan sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Strategi dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas apa yang sedang dan akan dilaksanakan perusahaan demi mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, di mana penggunanya (user) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Internet, medsos dan teknologi multimedia menjadi satu kesatuan yang sulit dipisahkan serta mendorong pada hal-hal baru.

Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat moderen. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak daripada populasi warga kebanyakan negara. Selalu saja ada ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya. Ada akun-akun untuk berbagi foto, video, status terbaru, saling menyapa dan bertemu secara virtual dengan teman-teman baru dan teman-teman lama. Selalu ada jalur keluar melalui medsos terhadap kebutuhan akan beragam komunikasi yang muncul di masyarakat.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan pengguna berkumpul secara *online* untuk berbagi informasi dalam bentuk *teks*, suara, video ataupun gambar serta dapat bertukar pendapat, berdiskusi, berkomunikasi dan berpartisipasi. Adapun macam-macam sosial media menurut Nasrullah (2015) adalah sebagai berikut:

1. Blog. Blog merupakan Sosial media yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya.
2. Facebook. Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang digunakan manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain dengan jarak yang jauh. Facebook memiliki berbagai macam aplikasi tambahan seperti game, chating, videochat, halaman komunal, dan lain-lain. Oleh sebab itu, facebook dianggap sebagai Sosial media dengan fitur yang dianggap paling familiar dengan berbagai kalangan baik tua maupun muda (Putra, 2014)
3. Twitter. Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh twitter.inc dan merupakan salah satu layanan jejaring sosial dan microblog daring yang memungkinkan para penggunanya untuk mengirim, menerima dan membaca pesan berbasis teks yang jumlah karakternya mencapai 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (*tweet*).
4. Instagram. Instagram merupakan suatu jejaring sosial yang di dalamnya fokus kepada berbagi foto penggunanya. Nama instagram terdiri dari dua kata yaitu "insta" dan "gram". Insta berasal dari kata instan, yang dapat diartikan dengan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto.
5. Tiktok. Tiktok adalah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk melihat, berbagi, dan membuat video klip pendek. Tiktok merupakan aplikasi yang dikembangkan untuk pasar internasional yang didasarkan pada douyin yang melayani pasar Cina.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Konsumen merasa

uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya. Maka dari itu, penyedia layanan harus meningkatkan tingkat kepuasan konsumen dengan berbagai cara. Seperti memaksimalkan pengalaman pengunjung hingga merasa nyaman dan senang saat diperlakukan dengan baik. Jangan sampai pengunjung merasakan sebaliknya. Seperti tidak dihargai dengan pelayanan yang cuek dan kurang ramah.

Cara lain yakni dengan memberikan kemudahan, kecepatan, ketepatan, dan kemampuan kepada konsumen. Jika pelayanan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan tersebut bisa dianggap ideal. Kualitas pelayanan bisa dianggap rendah apabila yang diterima atau dirasakan konsumen tidak sesuai yang diharapkan. Kualitas pelayanan bisa dimaksimalkan melalui berbagai cara. Seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional. Semua pekerja harus kompak memiliki perasaan agar bisa menjaga profesionalitas. Meskipun tidak semua konsumen bisa belanja dengan sikap baik, sebagai pemilik usaha harus tetap menjaga kualitas pelayanan. Dengan demikian, kualitas pelayanan bisa menjadi nilai lebih.

Kualitas pelayanan sangat penting dipahami karena berdampak langsung pada citra sebuah usaha. Kualitas pelayanan yang baik akan sangat menguntungkan usaha. Jika sebuah bisnis sudah mendapat nilai positif konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan umpan balik yang baik, Serta dapat menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Tentu hal ini akan berpengaruh besar terhadap kelangsungan usaha.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif bersifat studi kasus. Objek sekaligus Lokasi penelitian adalah Taman baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan . Adapun jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dengan cara dokumentasi dan data primer diperoleh dengan cara wawancara serta observasi langsung di lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu peneliti terlibat langsung dalam kegiatan Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan untuk melakukan dokumentasi dan wawancara.

HASIL PENELITIAN

Pandemi covid-19 berujung pada krisis ekonomi yang berdampak pada seluruh jenis usaha, baik perusahaan besar, menengah, maupun kecil. Usaha Cafe dan Resto pun terdampak oleh adanya pandemi ini, seperti halnya **Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan**. Dalam observasi pada Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* peneliti mendapatkan beberapa temuan, diantaranya :

1. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Simon Simanjuntak selaku pemilik Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* pada tahun 2022 yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan masalah yaitu turunnya jumlah pengunjung dari tahun sebelum-sebelumnya. Pada tahun 2022 yaitu hanya 10 sampai 20% pengunjung, angka ini sangat turun dari tahun-tahun sebelumnya. Ditambah lagi dengan kondisi pandemi *Covid 19*,

selain itu dampak lain dari pandemi *Covid 19* mengakibatkan jam operasional jadi lebih cepat. Kalau dulu sebelum pandemi *Covid 19* jam operasional dari jam 09.00 sampai 20.00. Sekarang semenjak ada *Covid 19* jam operasional dari jam 14.00 sampai 20.00.

2. Hasil wawancara peneliti dengan pengelola media sosial yaitu Ibu Sri Wahyuni Zai :

“Ibu Sri Wahyuni menyatakan Penting sekali menggunakan media sosial sebagai salah satu alat untuk memberitahu kepada publik bahwa Taman Baca Spirit Books dan Coffee namun untuk saat ini Taman Baca Spirit Books dan Coffee hanya aktif menggunakan Instagram”

Permasalahan : Mengapa saat ini Hanya aktif menggunakan Instagram?

“Ibu Sri Wahyuni menyatakan Fungsi media sosial hanya untuk memberitahu bahwa Taman Baca Spirit Books dan Coffee masih beroperasi sampai saat ini”.

Permasalahan : Mengapa fungsi media sosial hanya sebatas memberitahu?

“Ibu Sri Wahyuni Menyatakan bahwa menu coffee tidak terlalu banyak, tempat kurang menarik dan yang membedakan hanya Taman baca ditempat tersebut ”

3. Hasil Wawancara Kualitas Pelayanan dengan Bapak Muhammad Zahrawi, salah satu pelanggan setia Taman Baca Spirit Books dan Coffee “ Bapak Muhammad Zahrawi menyatakan sudah menjadi penikmat Taman Baca Spirit Books dan Coffee sejak perdana di buka. Menurut beliau, beliau puas dengan pelayanannya, coffee nya enak, dan beliau datang untuk membaca dan silaturahmi dengan kawan kawan namun jam operasional terbatas dikarenakan pandemi covid 19”

Permasalahan : Jam Operasional terbatas, dan kurang minat membaca buku dikarenakan taman baca dan tempat mengobrol disatukan

PEMBAHASAN

Media sosial telah menjadi bagian integral masyarakat moderen. Bahkan beberapa jaringan sosial memiliki pengguna yang jumlahnya lebih banyak daripada populasi warga kebanyakan negara. Selalu saja ada ruang virtual yang begitu diminati oleh penggunanya. Ada akun-akun untuk berbagi foto, video, status terbaru, saling menyapa dan bertemu secara virtual dengan teman-teman baru dan teman-teman lama. Selalu ada jalur keluar melalui media sosial terhadap kebutuhan akan beragam komunikasi yang muncul di masyarakat.

Berdasarkan teori yang sudah dipaparkan sebelumnya. Peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial tidak hanya menggunakan instagram melainkan facebook, tiktok, twitter, dan blog juga harus dioptimalkan sesuai dengan fungsi fitur pada masing-masing aplikasi. Apalagi terkhusus Tiktok, peneliti menyarankan bahwa penggunaan media sosial Tiktok harus digunakan untuk memasarkan produk pada Taman Baca *Spirit Books* dan *Coffee* di Kota Medan karena seperti yang diketahui di zaman

sekarang ini Tik Tok merupakan aplikasi paling populer di dunia dan menurut data dari Sensor Tower (Chapple, 2020) dalam Yulun dan Yue (2021) Tiktokt diunduh lebih dari 738 juta kali pada 2019 dan jumlah total unduhan melampaui 1,9 miliar di *Google Play* dan *Apple Store*. Ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan.

Menurut J. Supranto, kualitas pelayanan adalah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Di mana tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Kualitas pelayanan bisa menjadi sarana mempererat hubungan batin antara pengusaha dan konsumen. Saat harapan dan keinginan terpenuhi, konsumen akan merasa dihargai di tempat usaha tersebut. Konsumen merasa uang yang dibelanjakan sebanding dengan keinginan dan harapannya.

Maka dari itu, peneliti menyimpulkan fasilitas dan layanan harus ditingkatkan agar kepuasan konsumen dapat tercapai seperti jam operasional harus lebih permanen dan fungsi taman baca harus lebih dioptimalkan dengan membuat berbagai acara seperti bedah buku untuk menarik perhatian konsumen. Peneliti menyarankan agar taman baca dan tempat mengobrol tidak disatukan karena jika disatukan tidak terjadi kondusifitas.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil dari penelitian ini untuk melihat Strategi Pemanfaatan media sosial dan kualitas pelayanan apa yang sudah dilakukan pada Taman Baca Spirit Books Dan Coffee Di Kota Medan menyimpulkan beberapa hasil diantaranya sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif pemanfaatan media sosial dengan sebaik-baiknya akan meningkatkan jumlah pengunjung Taman Baca Spirit Books Dan Coffee Di Kota Medan.
2. Terdapat pengaruh positif Kualitas pelayanan akan meningkatkan jumlah pengunjung Taman Baca Spirit Books Dan Coffee Di Kota Medan.

PENELITIAN LANJUTAN

Topik ini sangat menarik untuk dibahas, perlunya dilakukan penelitian lanjutan dengan strategi yang menarik pula.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman et al., (1985). *"A conceptual model of service quality and its implications for future research"* *Journal of marketing*. Vol. 49
- Abdurrahman Fatoni, *"Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi"*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006).
- Ade Syarif Maulana, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI"*, dalam jurnal ekonomi volume 7 nomor 2, 2 November 2016.

Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmad Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sufcofindo Batam", dalam *Journal of Business Administration* Vol 1, No. 2, September 2017.

Ali Hasan, *marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010).

Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014).

Ani Mulyati, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*

Arifah Fijriah Harahap, Skripsi: "Persepsi Pengunjung Terhadap Taman Baca Spirit Books and Coffee Kota Medan".

Dedi Mulyana, "*Metode Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Rosda, 2006).
Dinas Pendidikan Kota Medan (2019)

Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "*Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 3 No. 1(Juni 2019)

Fandi Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1996).

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008).

Fandy Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset