

# JAPRI

**JURNAL PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI**

**ISSN 2686 - 147X**

- Evaluasi Pemanfaatan Knowledge Sharing dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Pustakawan di Lingkungan Badan Riset dan Inovasi Nasional  
**(Suci Wulandari, Tupan, Rahmadani Ningsih Maha)**
- Implementasi Fungsi Pustakawan Sebagai Agen Perubahan  
**(Nanik Rahmawati)**
- Analisis Pemahaman Pemustaka Terhadap Tata Tertib yang Berlaku di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu  
**(Zafiratul Ashra)**
- Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Di Perpustakaan Daerah Kota Bogor  
**(Edy Suryanto)**
- Kajian Bibliometrik Jurnal Perpustakaan pada Database Garuda Kemendikbud  
**(Septi)**
- Efisiensi Penggunaan Aplikasi Slims dalam Menunjang Tugas Pustakawan di Perpustakaan Universitas Bengkulu  
**(Daryono)**

**VOL. 4 NOMOR 2 DESEMBER 2022**



**UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu**

Jalan W.R. Supratman, Kandang Limun Bengkulu

e-mail : [library@unib.ac.id](mailto:library@unib.ac.id)

SK Nomor : 440/UN30.18/HK/2022

Daftar Isi

Evaluasi Pemanfaatan <i>Knowledge Sharing</i> dalam Rangka Peningkatan Kompetensi Pustakawan di Lingkungan Badan Riset dan Inovasi Nasional <b>(Suci Wulandari, Tupan, Rahmadani Ningsih Maha)</b>	<b>1-11</b>
Implementasi Fungsi Pustakawan Sebagai Agen Perubahan <b>(Nanik Rahmawati)</b>	<b>12-16</b>
Analisis Pemahaman Pemustaka Terhadap Tata-Terbib yang Berlaku di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu <b>(Zafiratul Ashra)</b>	<b>17-20</b>
Penerapan Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan Daerah Kota Bogor <b>(Edi Suryanto)</b>	<b>21-27</b>
<i>Kajian Bibliometrik Jurnal Perpustakaan pada Database Garuda Kemendikbud</i> <b>(Septi)</b>	<b>28-35</b>
Efisiensi Penggunaan Aplikasi Slims dalam Menunjang Tugas Pustakawan di Perpustakaan Universitas Bengkulu <b>(Daryono)</b>	<b>36-42</b>

## **PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI PERPUSTAKAAN DAERAH KOTA BOGOR**

**Edy Suryanto**

Pustakawan Ahli Muda Pada Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bogor  
*esuryanto@kotabogor.go.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan Daerah Kota Bogor. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM di Perpustakaan Daerah Kota Bogor dapat dilihat dari user profiling yaitu membuat segmentasi pemustaka, kemudian edukasi CRM dengan mengedukasi para pustakawan dan penerapan media CRM atau penggunaan media yang digunakan oleh Perpustakaan Kota Bogor untuk penerapan CRM. Konsep CRM sudah diaplikasikan di Perpustakaan Daerah Kota Bogor, agar perpustakaan dapat memberikan layanan informasi yang dapat memuaskan pengguna dalam rangka menciptakan komunitas pengguna yang loyal.

**Kata Kunci : Manajemen Relasi Pelanggan, CRM, Layanan Informasi**

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the implementation of Customer Relationship Management (CRM) in the Regional Library of Bogor City. This research is a type of descriptive qualitative research, with data collection techniques carried out namely observation techniques, documentation and interviews. The results of the study show that the application of CRM in the Bogor City Regional Library can be seen from user profiling, namely segmenting users, then CRM education by educating librarians, and the application of CRM media or the use of media used by the Bogor City Library for the application of CRM. The CRM concept has been applied at the Bogor City Regional Library, so that libraries can provide information services that can satisfy users in order to create a loyal user community.*

**Keywords : Customer Relationship Management, CRM, Information Services**

### **PENDAHULUAN**

*Customer Relationship Management* (CRM), dalam Bahasa Indonesia menjadi manajemen relasi pelanggan. Konsep CRM merupakan spesifikasi dari konsep Relationship Marketing (RM). Konsep relationship marketing (hubungan pemasaran) menekankan bahwa perusahaan harus berinteraksi dan menjalin hubungan dengan berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholders*), karena hubungan yang baik merupakan asset yang paling mendasar bagi suatu perusahaan. Adapun konsep CRM lebih menekankan pada menjalin hubungan baik dengan pelanggan sebagai salah satu *stakeholders*, karena pelanggan dianggap sebagai ujung tombak suatu bisnis.

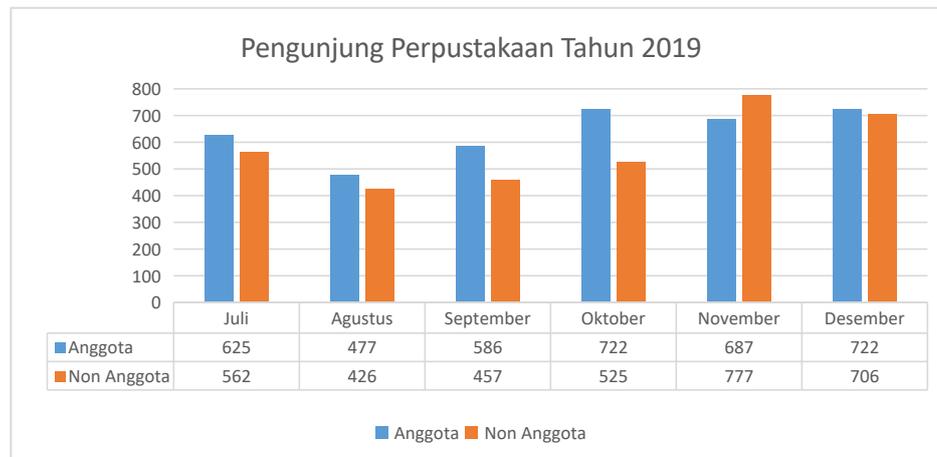
Persaingan dunia bisnis dewasa ini semakin berkembang pesat, diikuti dengan berkembangnya dunia teknologi informasi maupun komunikasi. Hal ini menyebabkan para pesaing bisnis berusaha terus meningkatkan kemampuan dan keunggulan mereka dengan mengerahkan segala potensi yang dimiliki (Cahyono, 2014).

Dalam sebuah bisnis, dengan mempelajari perilaku pelanggan dan keinginan pelanggan, diharapkan perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan pendapatan perusahaan. Peningkatan pelayanan terhadap pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain memberikan informasi yang cepat, akurat, dan memiliki jangkauan yang luas. Konsep CRM banyak diadopsi oleh perusahaan yang bergerak dalam pelayanan jasa. Oleh karena itu CRM sangat mungkin untuk diaplikasikan dalam kegiatan layanan informasi yang ada di perpustakaan.

Dinas Arsip dan Perpustakaan Kota Bogor melalui layanan di perpustakaan merupakan satu lembaga yang menyediakan jasa layanan informasi kepada para penggunanya. Selama ini, budaya layanan informasi di perpustakaan sudah berorientasi pada memenuhi kebutuhan informasi yang relevan dengan kebutuhan pengguna. Semua layanan informasi di perpustakaan diwarnai oleh adanya interaksi antara staf perpustakaan dengan para penggunanya. Loyalitas pengguna sangat penting bagi kemajuan suatu perpustakaan, karena pengguna yang merasa puas dan loyal akan mempromosikan

layanan perpustakaan tersebut pada temannya, pada keluarganya dan seterusnya. Hal ini sangat penting dalam rangka menciptakan dan meningkatkan citra positif dari perpustakaan.

**Grafik 1.** Pengunjung Perpustakaan Tahun 2019



Loyalitas anggota perpustakaan daerah kota Bogor dapat dilihat dalam grafik pengunjung perpustakaan kota Bogor tahun 2019 menunjukkan pengunjung perpustakaan yang berstatus anggota lebih banyak berkunjung dibandingkan dengan pengunjung non anggota di bulan Juli s.d. Oktober dan Desember 2019. Perpustakaan Daerah Kota Bogor menyelenggarakan layanannya dengan lebih sistematis dan individual sesuai dengan konsep-konsep dalam CRM, agar layanan perpustakaan dapat memuaskan penggunanya dan selanjutnya akan menjaga loyalitas penggunanya.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2001 : 3) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu memilih informan secara khusus berdasarkan keperluan penelitian di lapangan dengan menetapkan kriteria tertentu.

### Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari tempat aktual terjadinya suatu peristiwa. Data primer diperoleh dengan cara :
  - a. Observasi (pengamatan langsung). Proses observasi yang peneliti lakukan dengan mengamati objek objek penelitian.
  - b. Wawancara. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan secara langsung kepada narasumber yaitu pustakawan di Perpustakaan Daerah Kota Bogor yang menangani CRM. Informasi yang diperoleh dari hasil wawancara diurai dan diolah kembali dalam penelitian.
  - c. Dokumentasi. Dokumentasi adalah cara yang dilakukan dengan menelaah dan mengkaji catatan atau laporan dan dokumen-dokumen lain dari berbagai organisasi yang ada kaitannya dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini permasalahan yang diteliti yaitu mengenai CRM di Perpustakaan Daerah Kota Bogor.
2. Data Sekunder. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari hasil studi pustaka terhadap literatur, jurnal dan artikel yang berkaitan dengan bahasan penelitian. Penggalan data sekunder dilakukan untuk mendasari kerangka teori dari topik bahasan.

### Teknik Analisis Data

Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif, analisis data dalam

penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2011 : 35), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep CRM yang berorientasi pada hubungan secara individual dengan pelanggan, sangat sesuai untuk diaplikasikan di perpustakaan. Aplikasi konsep CRM pada perpustakaan menjadi penting agar perpustakaan tetap eksis ditengah maraknya sumber informasi yang bisa dengan mudah diakses oleh masyarakat. Melalui CRM perpustakaan bisa membangun komunitas yang loyal pada perpustakaan tersebut, yang tidak akan meninggalkan perpustakaan meskipun dia bisa mengakses sumber informasi lain.

Penerapan CRM di perpustakaan sama halnya seperti CRM di perusahaan bisnis lainnya. Dimana CRM merupakan strategi pemasaran yang fokus pada salah satu stakeholders perusahaan yaitu pelanggan. Dalam hal perpustakaan, yang menjadi pelanggan adalah pengguna aktual, yaitu mereka yang sudah biasa menggunakan layanan perpustakaan.

CRM yang dilakukan oleh perpustakaan daerah Kota Bogor adalah sebagai berikut :

### 1. User Profiling

Perpustakaan Daerah Kota Bogor membuat *user profiling*, dengan tujuan mengenali karakteristik pemustaka dan membuat segmentasi pemustaka. Segmentasi pada perpustakaan umum berdasarkan status seperti pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum, dari status pelajar masih bisa dipecah lagi, seperti pelajar Sekolah Dasar (SD), sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Sekolah Menengah Atas (SMA/SMK/MA). *User profiling* ini telah dibuat melalui formulir pendaftaran anggota, Perpustakaan Daerah Kota Bogor memanfaatkan data anggota perpustakaan untuk melakukan profiling ini. Data yang bisa dimanfaatkan selain status adalah nomor telepon atau nomor Whatsapp, dan alamat surat elektronik (surel).

Mengapa segmentasi pemustaka ini perlu dilakukan? Karena bisa dijadikan pegangan sebagai pertimbangan dalam pengadaan koleksi, serta pembedaan pemberian layanan dari tiap segmen. Misalnya, fasilitas anak akan kurang tepat jika diberikan kepada pemustaka dewasa. Selain itu, segmentasi pemustaka ini juga penting, dalam memetakan kebutuhan koleksi, karena tidak mungkin jumlah koleksi untuk tiap segmen pemustaka disamaratakan.

Selain itu, sebagai dasar dalam penggunaan media sosial. Karena tiap media sosial memiliki perbedaan karakteristik. Misalnya Instagram lebih cocok jika kita menargetkan orang-orang yang masih muda, Facebook untuk orang yang lebih tua, dan TikTok untuk video pendek yang lebih disukai oleh anak muda. Pembedaan media sosial ini juga mempengaruhi cara pendekatan serta penggunaan media sosial.

### 2. Edukasi CRM

Penerapan CRM di Perpustakaan Daerah Kota Bogor membutuhkan edukasi kepada para pustakawan dan tenaga perpustakaan yang akan menjalankannya, agar CRM dapat berjalan dengan lancar. Karena konsep CRM merupakan konsep yang masih terbilang baru dan belum banyak perpustakaan yang menjalankannya.

Edukasi yang dilakukan oleh perpustakaan daerah Kota Bogor untuk menjalankan CRM adalah dengan melakukan pelatihan dan setelahnya membagi penugasan dan tanggung jawab pada setiap pustakawan yang ada. Sebagai contoh pustakawan A hanya fokus di satu aplikasi atau media sosial misalnya Instagram atau pengelolaan *What's Application Business*.

### 3. Media penerapan CRM

Media yang digunakan oleh Perpustakaan Kota Bogor untuk penerapan CRM dapat adalah sebagai berikut :

#### a. Aplikasi pengirim pesan

Aplikasi pengirim pesan yang digunakan untuk penerapan CRM di Perpustakaan Daerah Kota Bogor adalah Whatsapp. Whatsapp memiliki keunggulan dengan banyaknya pengguna. Di Indonesia berdasarkan data dari Hootsuite tahun 2021, aplikasi *mobile* dengan pengguna aktif terbanyak kedua adalah Whatsapp setelah facebook. Perpustakaan Daerah Kota Bogor menggunakan Whatsapp dengan nomor 08815430000, aplikasi ini digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai ke-

giatan dan layanan di Perpustakaan Daerah Kota Bogor, digunakan oleh pemustaka untuk memperpanjang peminjaman koleksi buku yang sudah jatuh tempo, dan digunakan untuk penagihan buku atau informasi jatuh tempo peminjaman buku. Layanan Whatsapp ini efektif mengurangi keterlambatan pengembalian buku, mampu membuat respon kepada pemustaka untuk mengembalikan buku yang terlambat dan efektif sebagai media informasi produk dan layanan di Perpustakaan Daerah Kota Bogor (**Lampiran Gambar 1**).

b. Media sosial

Media sosial yang dimiliki oleh Perpustakaan Daerah Kota Bogor adalah sebagai berikut :

1. Facebook

Kegiatan CRM dengan memanfaatkan Facebook dilakukan dengan cara membuat *Page* pada Facebook. Facebook perpustakaan daerah Kota Bogor yang digunakan mempunyai alamat dinas arsip dan perpustakaan. Media ini digunakan untuk membagikan kegiatan yang dilakukan oleh Perpustakaan Daerah Kota Bogor dan artikel-artikel yang bermanfaat. Facebook bisa dikatakan media sosial yang serba ada. Karena mendukung berbagai format media, dari teks, gambar, dan video. Facebook juga mendukung untuk membuat semacam forum melalui fitur grup. Jadi, bisa dikatakan, Facebook seperti media sosial yang generalis atau sifatnya umum (**Gambar 2**).

2. Instagram

Instagram merupakan media sosial untuk saling berbagi gambar. Namun, sekarang ini Instagram juga mendukung media berupa video. Pemanfaat Instagram sebagai saluran untuk CRM adalah dengan membuat akun bisnis pada Instagram. Mengapa akun bisnis? Karena yang akan membuat adalah lembaga yaitu perpustakaan, dan bukan perseorangan. Sehingga lebih cocok akun yang dibuat adalah jenis akun bisnis. Agar nantinya, jika perpustakaan juga bisa beriklan dan bisa melakukan analisis untuk setiap postingan yang sudah dikirim dengan menggunakan *instagram insight*. Untuk media sosial Instagram selain untuk mempromosikan kegiatan dan produk layanan perpustakaan, juga digunakan untuk publikasi agenda atau informasi dari Pemerintah Kota Bogor yang kontennya di *supply* oleh Bagian Hubungan Masyarakat (Humas) Sekretariat Daerah Kota Bogor (**Gambar 3**).

3. Twitter

Twitter merupakan media sosial yang digunakan untuk *microblogging*, oleh karena itu jumlah teksnya pun terbatas, hanya 280 karakter. Tetapi bukan hanya teks yang didukung oleh Twitter, karena juga bisa mendukung format video dan gambar. Twitter yang digunakan oleh perpustakaan Kota Bogor dengan alamat @diskarpus dengan jumlah pengikut 1.189 dan sudah bergabung sejak Mei 2014 (**Gambar 4**).

4. Youtube

Merupakan media sosial tempat berbagi video. Pengguna YouTube bisa berinteraksi melalui kolom komentar. Pemanfaatan YouTube sebagai saluran CRM adalah dengan membuat channel, lalu secara konsisten mengunggah video, bukan hanya video kegiatan, tapi juga bisa video tentang tips, informasi yang bermanfaat, *book reading*, dan sebagainya (**Gambar 5**).

Menurut Zata Ligouw dalam buku *Branding You (2020)*, diantara banyak media sosial, terdapat empat media sosial yang cukup populer yaitu Instagram, LinkedIn, Facebook, dan YouTube. Sedangkan menurut Hootsuite pada *Digital 2021 – Indonesia*, lima media sosial yang paling banyak digunakan (tidak termasuk aplikasi pengirim pesan) adalah YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn. Media sosial yang digunakan oleh Perpustakaan Daerah Kota Bogor ada 4 yaitu YouTube, Facebook, Instagram, dan Twitter

c. Aplikasi Chat Online (Tawkto)

Aplikasi percakapan *online* melalui website *online public acces catalogue* (OPAC) Perpustakaan Daerah Kota Bogor yaitu di alamat <http://bogor.perpusnas.go.id>. Disini pemustaka yang berkunjung *online* dapat bertanya langsung kepada pustakawan secara langsung. Pustakawan yang melaksanakan pelayanan ini bisa dilaksanakan melalui *Handphone* (HP) atau *Personal Computer* (PC) di kantor (**Gambar 6**).

## PENUTUP

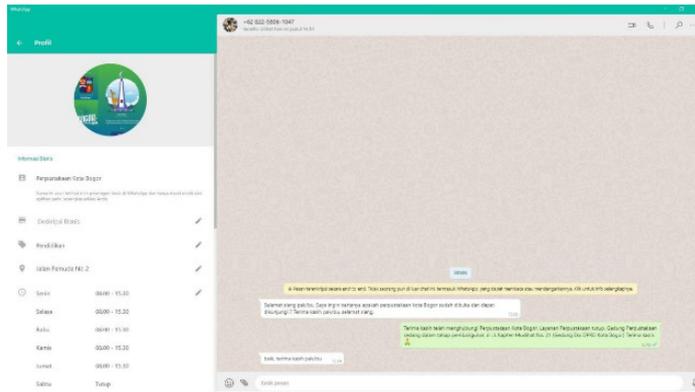
CRM bukan hanya kegiatan pemasaran yang dapat membangun komunitas pengguna yang loyal pada perpustakaan, tetapi juga dapat meningkatkan image yang positif pada perpustakaan. Per-

perpustakaan Daerah Kota Bogor telah menerapkan CRM dengan baik, dengan menggunakan media sosial dan teknologi informasi dalam pemilihan mediana. Teknologi informasi yang sudah berbasis komputer dan lebih spesifik lagi berbasis internet membuat proses CRM berlangsung efektif dan efisien. Terutama dalam proses interaksi dengan pengguna yang akan terjadi berulang-ulang secara interaktif.

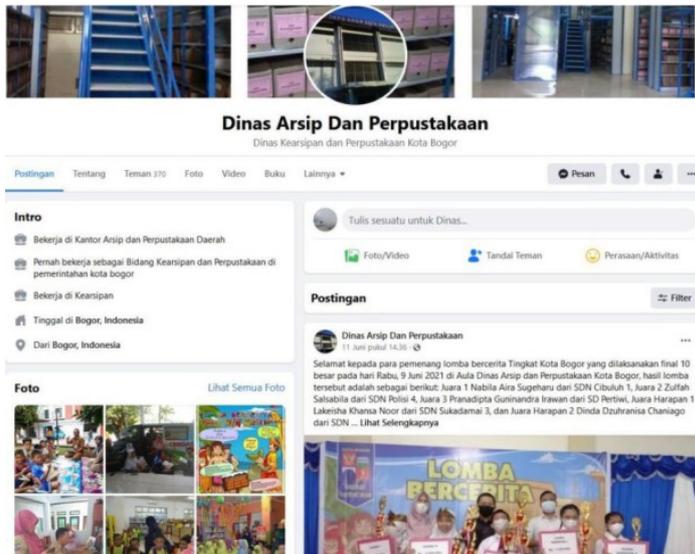
Perkembangan teknologi yang terbaru dengan menggunakan *chatbot* yang bisa dipertimbangkan untuk penerapan di masa yang akan datang di Perpustakaan Daerah Kota Bogor. Anggaran untuk CRM harus diperhatikan misalnya dengan menambah salah satu alat yang bisa digunakan untuk membangun hubungan dengan pelanggan atau pengguna kita adalah *email*. Dengan email bisa dilakukan secara manual atau menggunakan aplikasi berbayar yaitu kirim.email. Meskipun bisa dikatakan *email* itu adalah cara klasik namun salah satu kelebihanannya adalah bersifat pribadi.

#### DAFTAR PUSTAKA

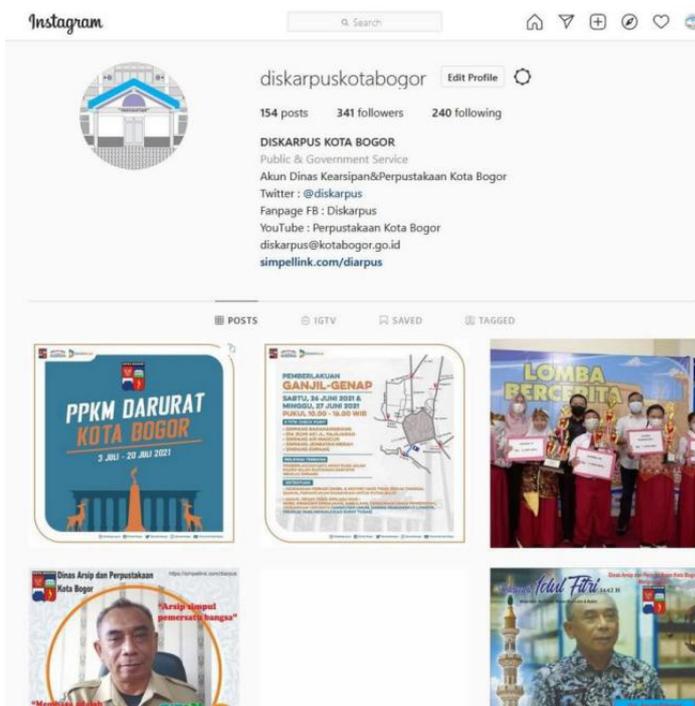
- Afrina, M., & Ibrahim, A. 2013. Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi Dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer Unsri. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 5(2), 629–644.
- Cahyono, N. 2014. Implementasi Fitur Electronic Customer Relationship Management pada Rekam Medis. *Jnteti*, 3(3), 168–173.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. 2014. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bandung Sport Distro Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Dyantina, O., Afrina, M., & Ibrahim, A. 2012. Penerapan Customer Relationship Management (CRM) Berbasis Web (Studi Kasus Pada Sistem Informasi Pemasaran di Toko YEN-YEN). *Sistem Informasi*, 4(2), 516–529.
- Fardhani, K. F., Rachmawati, I., & Prabowo, F. S. 2016. Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan English First Samarinda The Effect Of Customer Relationship Management (CRM) On Customer's Loyalty Of English First Samarinda. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 986–989.
- Kamaludin, Yooke Tjuparmah, & Hana Silvana. 2019. Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap citra perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41-59.
- Kemp, Simon. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> Diakses tanggal 10 Juni 2022).
- Lexy J. Moleong. 2001. *Metodologi Pendidikan Kualitatif*. Bandung : Remaja Roesdakarya.
- Nurtiar, Haryo. 2020. *Customer Relationship Management Pada Perpustakaan*. Jakarta : Perpustakaan Nasional Republik Indonesia.
- Republik Indonesia (2007). *Undang-Undang Nomor 43 tahun 2007 tentang Perpustakaan*.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.



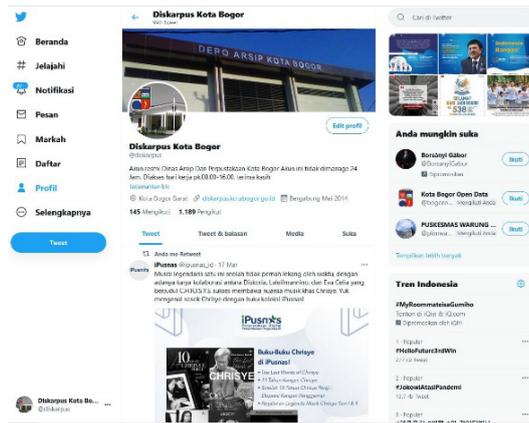
**Gambar 1.** Aplikasi pengirim pesan Whatsapp



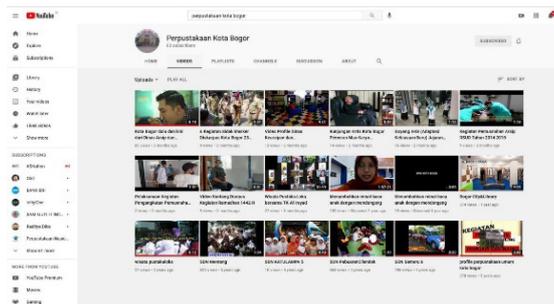
**Gambar 2.** Aplikasi Media Sosial Facebook



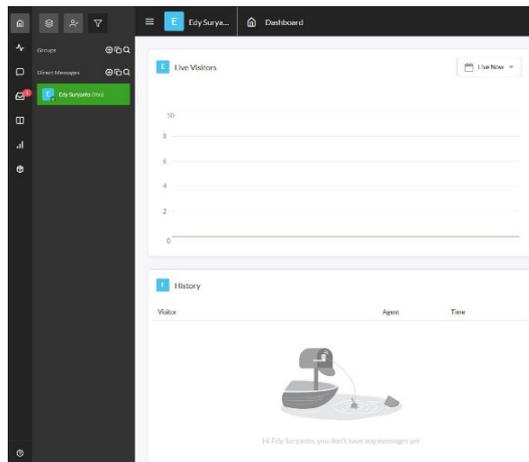
**Gambar 3.** Aplikasi Media Sosial Instagram



Gambar 4. Aplikasi Media Sosial Twitter



Gambar 5. Aplikasi Media Sosial Youtube



Gambar 6. Aplikasi Percakapan Online melalui Website