

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI
PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN BOGOR
(Studi Kasus pada Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Sains Informasi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi



oleh

Haiva Rahmaningrum

NIM 1804918

PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2023

LEMBAR HAK CIPTA

**PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI
PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN BOGOR
(Studi Kasus pada Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor)**

Oleh

Haiva Rahmaningrum

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Sains Informasi pada Fakultas Ilmu Pendidikan

© Haiva Rahmaningrum 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
Desember 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN
HAIVA RAHMANINGRUM (1804918)
PENERAPAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DI
PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN BOGOR
(Studi Kasus pada Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor)

Disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



Dr. Linda Setiawati, M.Pd.

NIP. 19690802 199412 2 001

Pembimbing II



Hana Silvana, S.Pd., M.Si.

NIP. 19730324 201012 2 001

Mengetahui,

Kepala Program Studi
Perpustakaan dan Sains Informasi



Dr. Linda Setiawati, M.Pd.

NIP. 19690802 199412 2 001

ABSTRAK

Haiva Rahmaningrum (1804918). Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor. Skripsi Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2023). Penelitian yang dilakukan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor ini bertujuan untuk mengetahui penerapan kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor. Khususnya penerapan dalam tercapainya tiga target *Customer Relationship Management* (CRM) menurut Kalakota dan Robinson CRM yang terdiri dari mengidentifikasi pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*Retain*). Penelitian dilakukan menggunakan jenis pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Dalam menentukan informan dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan informan yang tepat untuk membagikan data yang dibutuhkan secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara kepada informan yang telah ditentukan berjumlah 4 (empat) orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor mampu menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan cukup baik walaupun masih terdapat beberapa keterbatasan. Penerapan ini mampu meningkatkan kualitas hubungan dengan pemustaka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor dan membantu kinerja pustakawan dalam melayani dan upaya memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Penelitian ini memberikan implikasi dalam hal penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mengidentifikasi pelanggan baru, penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada, serta penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dalam mempertahankan pelanggan sesuai dengan pernyataan tiga target CRM yang terdiri dari mengidentifikasi pelanggan baru (*Acquire*), meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada (*Enhance*), dan mempertahankan pelanggan (*Retain*). Upaya yang dilakukan oleh perpustakaan untuk menarik perhatian pemustaka baru adalah salah satunya dengan giat melakukan promosi. Meningkatkan hubungan dengan pemustaka yang sudah ada dengan cara menjaga hubungan dengan kolega perpustakaan dan menerima rekomendasi koleksi yang dibutuhkan dari pemustaka, Upaya untuk mempertahankan pemustaka dengan memberikan hadiah kepada pemustaka sebagai bentuk loyalitas pemustaka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan rekomendasi bagi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor, penulis, dan penulis lain.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, Loyalitas, Pemasaran, Perpustakaan.

Haiva Rahmaningrum, 2023

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN BOGOR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Haiva Rahmaningrum (1804918). Implementation of Customer Relationship Management (CRM) in Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor. Thesis Library and Information Science Study Program, Faculty of Education, Universitas Pendidikan Indonesia (2023). The research conducted at Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor aims to find out the application of Customer Relationship Management (CRM) activities at the Bogor Regency Regional Public Library. Especially the application in achieving the three targets of Customer Relationship Management (CRM) according to Kalakota and Robinson CRM which consists of identifying new customers (Acquire), improving relationships with existing customers (Enhance), and retaining customers (Retain). The research was conducted using a qualitative approach with a case study research method. In determining informants, purposive sampling method was used with the aim of getting the right informants to share the required data in depth. Data collection was carried out using interview techniques to informants who had been determined totaling 4 (four) people. The results showed that the for Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor was able to implement Customer Relationship Management (CRM) quite well even though there were still some limitations. This application is able to improve the quality of relationships with library users of for Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor and help the performance of librarians in serving and fulfilling library information needs. This research provides implications in terms of the application of Customer Relationship Management (CRM) in identifying new customers, the application of Customer Relationship Management (CRM) in improving relationships with existing customers, and the application of Customer Relationship Management (CRM) in retaining customers in accordance with the statement of the three CRM targets consisting of identifying new customers (Acquire), improving relationships with existing customers (Enhance), and retaining customers (Retain). Efforts made by the library to attract new users are one of them by actively promoting. Improving relationships with existing users by maintaining relationships with library colleagues and receiving recommendations for collections needed from users, Efforts to retain users by giving gifts to visitors as a form of library loyalty. The results of this study are expected to provide benefits and recommendations for the Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor, writer, and other writers.

Keywords : Customer Relationship Management, Library, Loyalty, Marketing.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	vi
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	6
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
2.1 PERPUSTAKAAN UMUM	13
2.2 PERPUSTAKAAN DAN TEKNOLOGI	13
2.3 LOYALITAS PELANGGAN.....	16
2.4 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM).....	17
2.5 PENELITIAN TERDAHULU	21
2.6 KERANGKA BERPIKIR	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian	48
3.2.1 Tempat Penelitian	48
3.2.2 Informan Penelitian	48
3.3. Teknik Pengumpulan Data	50
3.4. Teknik Analisis Data.....	50
3.5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV	55
TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	55

Haiva Rahmaningrum, 2023

*PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH
KABUPATEN BOGOR*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.2 TEMUAN	57
4.2.1 Mengidentifikasi Pelanggan Baru	57
4.2.2 Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan yang Sudah Ada	61
4.2.3 Mempertahankan Pelanggan	64
4.3 PEMBAHASAN	67
4.3.1 Mengidentifikasi Pelanggan Baru	68
4.3.2 Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan yang Sudah Ada	72
4.3.3 Mempertahankan Pelanggan	76
BAB V	81
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	81
5.1 SIMPULAN	81
5.1.1 SIMPULAN UMUM	81
5.1.2 SIMPULAN KHUSUS	81
5.2 IMPLIKASI	83
5.2.1 IMPLIKASI TEORITIS	83
5.2.2 IMPLIKASI PRAKTIS	84
5.3 REKOMENDASI	84
LAMPIRAN	91
RIWAYAT HIDUP PENULIS	127

DAFTAR TABEL

Tabel 1. SDM Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. Informan Wawancara.....	49
Tabel 4. Instrumen Pertanyaan	101
Tabel 5. Transkrip Hasil Wawancara.....	103

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Berpikir	45
Bagan 2. Model Penelitian.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brosur Promosi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Bogor	70
Gambar 2. Brosur Promosi Dinas Arsip.....	71
Gambar 3. Fitur-Fitur Aplikasi iBogorkab.....	75
Gambar 4. Kegiatan Mendongeng di Acara BogorFest	77

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). Validitas Dan Reliabilitas Dalam Penelitian Kualitatif. *Indonesian Journal of Nursing*, 12(2), 137–141. <https://doi.org/10.7454/jki.v12i2.212>
- Afrina, M., & Ibrahim, A. (2013). Rancang Bangun Electronic Costumer Relationship Management (E-CRM) sebagai Sistem Informasi dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital Fakultas Ilmu Komputer UNSRI. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 5(2).
- Albarqi, R. R. (2021). *Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Perpustakaan Universitas Andalas*.
- Azizah, D. Z. (2014). Marketing Mix pada Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya. *Universitas Airlangga*, 71116077, 5–6.
- Batubara, A. K. (2009). Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Perpustakaan. *Igra': Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 9–17.
- Carissa, A. O., Fauzi, A., & Kumadji, S. (2014). Penerapan Customer Relationship Management (CRM) sebagai Upaya untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 15(1).
- Darmawan, D. (2021). *Dinamika Riset Kualitatif: Diskusi Praktis dan Contoh Penerapannya* (1st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Dehghanpouri, H., Soltani, Z., & Rostamzadeh, R. (2020). The Impact of Trust, Privacy and Quality of Service on the Success of E-CRM: The Mediating

Role of Customer Satisfaction. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1831–1847.

Erniwati, S. (2020). Rancang Bangun Electronic Customer Relationship Management (E-CRM) Sebagai Sistem Informasi dalam Peningkatan Layanan Perpustakaan Digital SMAN 1 Sakra. *EXPLORE*, 10(1), 70–78.

Fitriyani, Y., Hidayah, N. A., & Utama, D. N. (2011). Rancang Bangun E-Library Berbasis Customer Relationship Management (CRM) pada Sekolah Menengah Atas (Studi Kasus: SMA Negeri 32 Jakarta). *Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi*, 4(1).

Hananto, B., Raafiudin, R., & Rahayu, T. (2017). Aplikasi Location Based Services (LBS) untuk Pendataan Potensi Daerah dengan Pendekatan Customer Relationship Management (CRM). *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(3), 259–265.

Irsan, M. (2017). Aplikasi Perpustakaan Menggunakan Pendekatan Customer Relationship Management (CRM)(Studi Kasus SMPN 196 Jakarta Timur). *STRING (Satuan Tulisan Riset Dan Inovasi Teknologi)*, 1(3), 232–241.

Juanamasta, I. G., Wati, N. M. N., Hendrawati, E., Wahyuni, W., Pramudianti, M., Wisnujati, N. S., Setiawati, A. P., Susetyorini, S., Elan, U., & Rusdiyanto, R. (2019). The Role of Customer Service Through Customer Relationship Management (CRM) to Increase Customer Loyalty and Good Image. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(10), 2004–2007.

- Kamaludin, K., & Silvana, H. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Citra Perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41–59.
- Krismayani, I. (2018). Mewujudkan Fungsi Perpustakaan di Daerah. *Anuva*, 2(2), 233. <https://doi.org/10.14710/anuva.2.2.233-242>
- Marino, V., & Lo Presti, L. (2018). Engagement, Satisfaction and Customer Behavior-based CRM Performance: An Empirical Study of Mobile Instant Messaging. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(5), 682–707.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.
- Ni'mah, I. T. (2017). *Penerapan Program Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan: Studi Deskriptif pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional [PhD Thesis]*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nisa, K., & Wardani, K. R. N. (2020). Analisa Penerapan Teknologi pada Strategi Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) KCP A. YANI PALEMBANG. *Bina Darma Conference on Computer Science (BDCCS)*, 2(1), 156–161.
- Noor, A. Z. (2016). Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno. *Manajemen Pemasaran Perpustakaan Bung Karno*, 1–6.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin dalam Penelitian Arsitektur dan Perilaku. *INERSIA: INformasi dan Ekspose hasil Riset teknik*

SiPil dan Arsitektur, 16(1), 92–104.

<https://doi.org/10.21831/inersia.v16i1.31319>

- Pratiwi, M. (2020). Efektifitas Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Toko Nil Maizar Sport Apparel. *Bit (Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur)*, 16(2), 7–12.
- Rahmah, E., Desriyeni, D., & Marlina, M. (2017). Penerapan Customer Relationship Management di Badan Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Kepustakawanan Dan Masyarakat Membaca Vol*, 33(1), 011–029.
- Rahmatin, B. (2017). *Penerapan Collaborative Customer Relationship Management (CRM) pada CV Komisioner Dharma Bhakti* [PhD Thesis]. STMIK AKAKOM Yogyakarta.
- Saadah, M., Prasetyo, Y. C., & Rahmayati, G. T. (2022). Strategi dalam Menjaga Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif. *AL- 'ADAD*, 1(2), 54–64.
- Saputra, P. A. (2017). *Perancangan dan Implementasi Aplikasi Survei Kepuasan Pengunjung Berbasis Web di Perpustakaan Daerah Kota Salatiga* [PhD Thesis]. Program Studi Sistem Informasi FTI-UKSW.
- Sartika, W. (2015). *Peningkatan Citra Perpustakaan Melalui Public Relations*.
- Sitorus, M. K. D. B., & Elisa, E. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web di SMK NEGERI 5 BATAM. *Computer and Science Industrial Engineering (COMASIE)*, 5(2), 90–96.
- Stokić, A., Stojanović, D., Bogdanović, Z., Despotović-Zrakić, M., & Radenković, B. (2019). Enhancing the Customer Relationship Management in Public

Haiva Rahmaningrum, 2023

PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN BOGOR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Libraries: Findings from Three Developing Countries. *Library Hi Tech*, 37(2), 247–268.

Susilowati, T., & Suryana, A. (2012). Analisis Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Perpustakaan STMIK Pringsewu dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.

Sutanti, A., MZ, M. K., Mustika, M., & Damayanti, P. (2020). Rancang Bangun Aplikasi Perpustakaan Keliling Menggunakan Pendekatan Terstruktur. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 9(1), 1–8.

Thakur, R. (2019). The Moderating Role of Customer Engagement Experiences in Customer Satisfaction–Loyalty Relationship. *European Journal of Marketing*, 53(7), 1278–1310.

Utomo, R. E. P. (2018). Mengembangkan Customer Relationship Marketing di Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 3(2), 177–183.