

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perpustakaan umumnya adalah tempat yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan baik dalam pendidikan, penelitian, maupun hiburan. Peran perpustakaan pada lingkungan pendidikan tidak hanya sebatas gedung dan buku, tetapi perpustakaan berperan sebagai penyedia berbagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh pemustaka dalam ragam tercetak maupun elektronik. Perpustakaan sebuah lembaga atau institusi pusat pengelolaan informasi yang melayani beragam sumber informasi yang bertujuan untuk dapat memenuhi kebutuhan informasi pemustakanya. Sebagai salah satu lembaga pusat pengelolaan informasi, perpustakaan dituntut untuk melayani kebutuhan informasi pemustakanya.

Perpustakaan tentunya perlu mengupayakan sistem layanan yang baik, berkualitas, juga tepat kebergunaannya, sehingga perpustakaan bisa dimanfaatkan secara maksimal. Kegiatan pelayanan perpustakaan ialah suatu kegiatan yang berkaitan langsung dengan pemustaka. Dalam memberikan pelayanan para staf perpustakaan akan menghadapi berbagai karakter, kebiasaan dan adat istiadat pemustaka. Maka staf perpustakaan dalam melayani pemustaka selain harus mempunyai kemampuan dan keterampilan dibidang pengolahan informasi juga diharapkan memahami kreadibilitas yang harus dimiliki dalam berinteraksi dengan pemustaka. Terpenuhinya kebutuhan informasi pemustaka tentunya perlu didukung oleh setiap unsur yang ada di perpustakaan, seperti dukungan fasilitas fisik, kualitas layanan, serta teknologi yang mampu membantu kegiatan layanan perpustakaan. Kegiatan memberikan layanan terbaik kepada pemustaka merupakan kegiatan utama yang harus dilakukan di setiap perpustakaan. Keberhasilan suatu perpustakaan sangat di tentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Sebab kegiatan ini yang berkaitan langsung dengan pemustaka dalam menyebarkan informasi juga memanfaatkan jasa serta fasilitas yang terdapat diperpustakaan.

Hadirnya teknologi dalam perpustakaan dapat dijadikan sebuah upaya untuk tercapainya suatu pemustaka yang loyal atau setia. Dengan perkembangan teknologi dan informasi, perpustakaan akan dengan mudah dalam menciptakan relasi yang baik. Perpustakaan dapat memanfaatkan teknologi melalui berbagai media informasi yang menunjang perpustakaan seperti, *email*, *website*, *SMS*, ataupun saluran telepon untuk memperoleh bentuk keluhan, kritik maupun saran terhadap layanan yang diberikan.

Pelayanan yang terintegrasi secara langsung maupun tidak langsung melalui teknologi informasi dapat menjadi suatu upaya dalam menjalin komunikasi dengan pemustaka. Hal ini dinamakan *Customer Relationship Management* yang selanjutnya disebut CRM. CRM atau manajemen hubungan pelanggan hadir untuk membantu meningkatkan kepuasan dan juga mempertahankan hubungan yang baik dengan pemustaka agar terciptanya loyalitas tinggi terhadap perpustakaan.

CRM adalah sebuah strategi yang menggunakan teknologi informasi dalam menyediakan sebuah upaya yang menyeluruh, handal serta sangat berperan pada pelanggan yang terintegrasi pada semua proses dan interaksi yang sangat penting dalam mempertahankan hubungan dari kedua pihak antara perusahaan dengan pelanggan. Dengan demikian, CRM ini sangat cocok diterapkan oleh lembaga non-profit seperti pada perpustakaan agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan pemustaka yang terintegrasi dengan kemajuan teknologi.

Salah satu bentuk penerapan CRM dalam perpustakaan yaitu dapat dilakukan melalui bentuk pelayanan prima yang difokuskan pada menjalin hubungan yang baik kepada pemustaka agar memperoleh kepuasan dari berbagai aspek yaitu kebutuhan koleksi, pelayanan teknis hingga kepuasan emosional. Tentunya dalam menerapkan CRM di perpustakaan tentunya perlu memperhatikan berbagai indikator atau dimensi pendukung keberhasilan CRM tersebut, yaitu dimensi data dan *information technology* (IT), sumber daya manusia (SDM), serta proses dalam menjalankan kegiatan CRM (Buttle, F. 2004). CRM di perpustakaan yang paling utama harus memiliki data yang berhubungan dengan pemustaka, seperti portofolio dari pemustaka, dan yang dimaksud dengan IT yaitu teknologi yang mendukung dalam proses kegiatan CRM untuk menjalin hubungan dengan pemustaka contohnya

seperti *website*, *email*, SMS, ataupun bentuk layanan yang berbasis teknologi lainnya.

Salah satu unsur penting dalam berjalannya CRM di perpustakaan yaitu perlu adanya sumber daya manusia atau pustakawan yang terampil atau memahami pemanfaatan teknologi secara baik. Karena dalam CRM terdapat kegiatan pelayanan *front office*, *back office* atau mengelola *website* perpustakaan. Selanjutnya, bentuk proses dalam kegiatan CRM di perpustakaan dapat dilihat pada proses selama pelayanan dalam menjalin hubungan yang baik dengan pemustaka.

Loyalitas pemustaka berawal dari pelayanan yang memuaskan, sehingga pemustaka menjadi setia atau loyal terhadap jasa atau layanan yang digunakan. Sebagai penyedia informasi, perpustakaan perlu mengetahui sejauh mana kepuasan pemustaka akan layanan yang dimanfaatkan, karena kepuasan ataupun ketidakpuasan pemustaka akan mempengaruhi perilaku pemustaka selanjutnya. Salah satu contoh pengaruh positif dari perilaku pemustaka yaitu mengarahkan dan mempengaruhi orang lain untuk menggunakan atau memanfaatkan layanan tersebut. Dengan demikian, perpustakaan akan merasa diuntungkan apabila terdapat pemustaka yang merasa puas secara emosional terhadap pelayanan digunakan.

Loyalitas pemustaka akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan atau perpustakaan, hal ini karena produk atau jasa yang dimanfaatkan secara terus-menerus oleh pengguna. Pemustaka yang loyal adalah orang yang melakukan kunjungan dan memanfaatkan layanan secara berulang-ulang pada suatu perpustakaan. Pengguna yang loyal menurut Griffin, J (2005, hlm.31) ialah orang yang melakukan pembelian secara berulang dan teratur, menjadikan perusahaan sebagai referensi kepada orang lain, memberikan sikap kebal atas tarikan dari pesaing, membeli diluar lini produk/jasa. Loyalitas tidak akan begitu saja tumbuh, melainkan harus melalui hubungan interaksi yang terjadi berapa kali antara pemustaka dengan pihak perpustakaan sepanjang waktu sehingga dapat meningkatkan suatu keuntungan. Loyalitas pemustaka akan sangat berarti bagi perpustakaan, pemustaka loyal tidak hanya akan kembali lagi memanfaatkan perpustakaan, tetapi dia akan merekomendasikan perpustakaan kepada orang lain.

Hal ini dikarenakan loyalitas merupakan tujuan akhir dari penyedia jasa seperti perpustakaan.

Untuk memperoleh pemustaka yang loyal tentunya tidak mudah, pustakawan tidak hanya memberikan pelayanan yang baik dalam menjawab tersedia atau tidak tersedianya sebuah koleksi yang dibutuhkan pemustaka, namun pustakawan juga harus memperhatikan dari aspek komunikasi atau interaksi yang harus dibangun antar pustakawan dengan pemustaka untuk menciptakan suatu relasi yang baik dengan pemustaka. Dengan demikian, perlu adanya suatu relasi yang baik kepada pemustaka agar pihak perpustakaan dapat memperoleh segala bentuk keluhan, kritik, maupun komentar terhadap pelayanan.

Mengembangkan loyalitas pemustaka di perpustakaan tentunya bisa dilakukan melalui berbagai cara diantaranya yaitu memberikan pelayanan yang berkualitas dan menjalin hubungan yang baik dengan pemustakanya melalui CRM. Tujuan utama dari CRM yaitu untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pemustaka yang terorganisir dengan baik. Hubungan CRM dengan loyalitas suatu lembaga atau perusahaan telah dibuktikan oleh beberapa penelitian tentang penerapan CRM tersebut.

Setyowiseso, B (2018) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa “Analisis Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening” dalam penelitiannya menunjukkan bahwa manajemen hubungan pelanggan terdapat hubungan yang positif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya dibuktikan oleh Fouad, N. & Al-Goblan, N. (2017) dalam *International Federation of Library Associations and Institutions*, 2017 dengan judul “Using Customer Relationship Management systems at university libraries: A comparative study between Saudi Arabia and Egypt”, Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 99% dari peserta studi dari perpustakaan universitas Mesir dan Saudi yakin akan pentingnya sistem CRM. Selain itu, terdapat beberapa hambatan dalam penerapan sistem CRM seperti kurangnya sumber daya keuangan karena tingginya harga perangkat lunak CRM serta pada resistensi staf yang relevan dari CRM.

Salah satu perpustakaan yang telah menerapkan program CRM yaitu Perpustakaan Telkom *University*. Perpustakaan perguruan tinggi yang menjadi

tempat penelitian peneliti ialah Perpustakaan Telkom *University* yang biasa disingkat dengan Perpustakaan *Tel-U*. Perpustakaan *Tel-U* beralamat di Jalan Telekomunikasi – Terusan Buah Batu No.1 Lt.5, Kecamatan Dayeuhkolot, Kota Bandung, Jawa Barat.

Penerapan CRM merupakan suatu upaya perpustakaan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemustaka dalam memenuhi kebutuhan pemustaka akan informasi yang cepat dan akurat. Perpustakaan *Tel-U* merupakan perpustakaan perguruan tinggi yang harus memperhatikan kebutuhan pemustaka dengan menerapkan CRM dalam memberikan pelayanan. Sejak perpustakaan memberikan fasilitas-fasilitas pada *website* yang merupakan salah satu bentuk penerapan CRM, pihak perpustakaan belum pernah melakukan pengukuran atau dilakukannya penelitian yang dikaitkan dengan loyalitas pemustaka dari segi data, teknologi, sumber daya manusia, dan proses pada *website*. Sejauh ini, pihak perpustakaan *Tel-U* tidak pernah mengetahui langsung tanggapan pemustaka mengenai keberhasilan CRM pada *website* tersebut.

Perpustakaan *Tel-U* menyediakan berbagai macam koleksi diantaranya ialah buku sirkulasi, kamus, ensiklopedia, jurnal, majalah, peraturan perundang-undangan, prosiding dan sebagainya. Selain itu, Perpustakaan *Tel-U* memiliki sejumlah koleksi laporan akhir dan karya tulis ilmiah seperti skripsi, tesis dan disertasi. Khusus untuk koleksi karya tulis ilmiah Perpustakaan *Tel-U* menerima hanya tulisan laporan akhir mahasiswa berupa *soft file* saja.

Kemudian Perpustakaan Telkom University memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai, dan hampir layanan yang diberikan sudah terintegrasi dengan teknologi canggih yang mumpuni. Menurut Iman, H (dalam Kumparan.com., 2018) Perpustakaan *Tel-U* menempati peringkat 1 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Nasional. Perpustakaan *Tel-U* juga meraih peringkat 1 dalam kualitas *website* versi 4ICU yakni www.4icu 4ICU atau 4 International Colleges & Universities.

Perpustakaan *Tel-U* juga telah menerapkan beberapa teknologi penunjang pelayanan perpustakaan yang telah terintegrasi ke dalam *software* untuk meningkatkan kualitas layanan perpustakaan. Salah satu bentuk penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) dengan memanfaatkan teknologi di

bidang pelayanan perpustakaan yaitu *website* Perpustakaan Telkom University yang memadai. Hal tersebut terlihat dari konten yang terdapat pada *Website*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu Pustakawan di Perpustakaan *Tel-U*, narasumber mengemukakan bahwa sistem informasi web dan koleksi berbasis elektronik memadai seperti koleksi *e-book*, *e-journal* dan *e-publications*, begitu pun dengan sistem layanan perpanjangan buku yang bisa secara online dalam *website* tersebut dan terdapat forum diskusi (chat online). Kemudian narasumber juga mengatakan bahwa setiap mahasiswa memiliki *account* pribadi guna mengakses *Website* tersebut.

Untuk itu penulis menawarkan penelitian yang berkaitan dengan keunikan dan kondisi layanan Perpustakaan *Tel-U* yang terdapat dilapangan, hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai CRM untuk mengetahui loyalitas pemustaka pada *website* perpustakaan.

Dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji dan membahas hal ini pada sebuah penelitian serta berdasarkan latar belakang yang telah diutarakan, peneliti mengangkat dan merefleksikan penelitian ini dengan memilih judul “**Hubungan Customer Relationship Management (CRM) Dengan Loyalitas Pemustaka**” (**Studi Kuantitatif Deskriptif pada Website Perpustakaan Telkom University**).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Rumusan masalah umum

Bagaimana hubungan antara CRM dengan Loyalitas Pemustaka di Perpustakaan Telkom University?

2. Rumusan masalah khusus

a. Adakah hubungan antara data CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University?

b. Adakah hubungan antara teknologi CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University?

c. Adakah hubungan antara sumber daya manusia CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University?

- d. Adakah hubungan antara proses CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom *University*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang disebutkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mendeskripsikan bagaimana hubungan antara CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University.

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui adakah hubungan antara data CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University
- b. Untuk mendeskripsikan adakah hubungan antara teknologi CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University
- c. Untuk mengetahui adakah hubungan antara sumber daya manusia CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University
- d. Untuk mendeskripsikan adakah hubungan antara proses CRM dengan loyalitas pemustaka di Perpustakaan Telkom University.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat dalam upaya pengembangan disiplin ilmu Perpustakaan dan Sains Informasi terutama dalam bidang manajemen hubungan pemustaka pada perpustakaan

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Kepala Perpustakaan Telkom University

Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi landasan bagi kepala perpustakaan dalam membuat kebijakan mengenai mendayagunakan CRM agar tetap digunakan.

b. Bagi Pustakawan Perpustakaan Telkom University

Penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk pustakawan agar lebih berkomitmen dalam mengoperasikan CRM agar tetap menjadi pilihan pemustaka.

c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana implementasi atas pengetahuan dan pengalaman yang telah peneliti peroleh selama perkuliahan.

d. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dan juga rujukan bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan CRM maupun yang berkaitan dengan loyalitas pemustaka.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Struktur penulisan pada skripsi ini tersusun ke dalam lima bab yang terdiri dari; BAB I Pendahuluan, yang berisi penjelasan secara umum dan merupakan bagian awal dari skripsi. BAB I yang meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Pada Bab ini akan menjadi acuan dalam kajian teori yang akan dibahas pada Bab II, menjadi dasar dalam menentukan metode dan desain penelitian yang akan dipaparkan pada Bab III, sebagai konsep awal dalam memaparkan hasil temuan dalam penelitian pada Bab IV, dan berakhir kesimpulan pada Bab V.

BAB II Kajian Pustaka, yang meliputi kajian teoritis, kerangka berfikir, hipotesis penelitian, dan berbagai penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel pada penelitian ini yaitu *Customer Relationship Management (CRM)* dan loyalitas pemustaka.

BAB III Metode Penelitian, yang meliputi desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data. Data yang didapat akan diolah dan dipaparkan pada Bab IV.

BAB IV Temuan dan Pembahasan, pada Bab ini peneliti menjelaskan temuan penelitian berdasarkan dengan hasil pengolahan dan analisis data sesuai dengan perumusan masalah yang telah ada, serta pembahasan temuan penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan pada Bab I.

BAB V Simpulan dan Rekomendasi, pada Bab ini berisi ikhtisar yang didasarkan pada keseluruhan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang terkait maupun bagi peneliti selanjutnya.