

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehadiran perpustakaan di tengah masyarakat menjadi penting tatkala diterbitkan dan disahkannya kebijakan pemerintah yakni Undang – undang No. 43 tahun 2007 tentang perpustakaan. Dalam undang – undang tersebut, dikatakan bahwa jenis – jenis perpustakaan adalah sebagai berikut: “(1) Perpustakaan Nasional Umum, (2) Perpustakaan Umum, (3) Perpustakaan Sekolah, (4) Perpustakaan Perguruan Tinggi, (5) Perpustakaan Khusus”. Dengan hadirnya beragam jenis perpustakaan di tengah masyarakat, tentunya memperluas kesempatan kepada masyarakat untuk mampu meningkatkan pengetahuan dan wawasan (Peraturan Pemerintah No.43 Tahun 2007).

Perpustakaan yang paling dekat dengan masyarakat adalah perpustakaan umum. Melalui kehadiran perpustakaan umum di tengah masyarakat, pemerintah berharap dapat menciptakan masyarakat yang terdidik dan terpelajar, terbiasa dengan kegiatan membaca dan mendorong terciptanya pembelajaran sepanjang hayat. Oleh karena itu, kehadiran perpustakaan umum merupakan bagian penting untuk sebuah peradaban dan masa depan yang lebih baik.

Perpustakaan umum berperan sebagai pusat sumber penelusuran informasi yang dibutuhkan dalam bidang pendidikan, hiburan, dan penelitian. Peran perpustakaan umum di masyarakat tidak hanya sebatas pada bidang pendidikan, dan penelitian. Perpustakaan umum juga memiliki peran lain dalam melakukan pelayanan kepada pemustaka seperti pelestarian sumber informasi, rekreasi, hiburan, penelitian dan penyedia sumber informasi. Dengan adanya peran perpustakaan umum dalam lingkungan masyarakat, dapat membantu masyarakat untuk memperluas wawasan melalui beragam sumber pengetahuan dan informasi. Sehingga perpustakaan umum dituntut untuk mampu melayani pemustaka demi pemenuhan kebutuhan informasi.

Ketika seseorang dirasa membutuhkan informasi, biasanya akan terdapat dorongan atau motivasi yang memunculkan perilaku mencari informasi. Wilson (dalam Rumata, 2017, hlm. 94) menjelaskan bahwa “Faktor yang berpengaruh dalam memunculkan kebutuhan informasi yakni (1) pengaruh social; (2) mengetahui informasi yang dibutuhkan; (3) dan analisa kebutuhan informasi untuk menyelesaikan suatu pekerjaan”. Secara tidak sadar, masyarakat yang merasa butuh akan suatu informasi yang relevan akan memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhannya, dan perpustakaan harus memenuhi kebutuhan informasi tersebut dalam kegiatan pelayanannya. Foster (dalam GAOL, 2019) mengatakan bahwa “Pelayanan yang baik bagi pelanggan adalah menghormati keinginan mereka”. Dengan demikian perpustakaan sebagai lembaga informasi akan diuntungkan apabila mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat melalui pelayanan yang diberikan.

Terpenuhinya kebutuhan informasi pemustaka tentunya perlu didukung dengan setiap elemen perpustakaan seperti fasilitas, fisik, kualitas layanan serta teknologi informasi yang dapat membantu kegiatan pelayanan perpustakaan. Menurut Martin (dalam Husaini, 2019, hlm. 3) mengatakan bahwa “Teknologi informasi bukan hanya sebatas teknologi komputer, seperti perangkat lunak dan perangkat keras yang dapat dipakai demi penyimpanan serta proses informasi, namun juga mencakup teknologi komunikasi demi mengirim dan menyebarkan informasi”. Demikian keterlibatan teknologi pada pelayanan perpustakaan bisa menjadi upaya untuk terpenuhinya kebutuhan pemustaka dan tidak menutup kemungkinan menciptakan hubungan yang baik dengan pemustaka.

Pelayanan perpustakaan yang secara tidak langsung atau langsung terintegrasi dengan teknologi informasi mampu menjadi kunci dalam strategi menjalin hubungan baik dengan pemustaka. Hal ini biasa disebut dengan *Customer Relationship Management* atau umumnya disebut CRM. Gaffar (dalam Utomo, 2018, hlm. 178) mengatakan bahwa “Konsep ini menekankan untuk menjalin hubungan baik dengan *customer*, karena *customer* dianggap sebagai tombak suatu bisnis.” CRM merupakan hal yang lumrah untuk di implementasikan pada lembaga

profit, namun tidak menutup kemungkinan konsep CRM diterapkan pada lembaga nonprofit seperti perpustakaan. CRM hadir untuk menjaga hubungan baik dengan pemustaka dan tidak menutup kemungkinan menciptakan pemustaka yang setia.

Keberhasilan CRM tentunya tidaklah mudah. Menurut Buttler (2004, hlm. 42) mengatakakan bahwa “Terdapat kondisi pendukung dalam keberhasilan implementasi CRM yakni; “(1) data dan teknologi (information technology), (2) sumber daya manusia, dan (3) proses dalam menjalankan kegiatan *Customer Relationship Management* (CRM). Ketiga kondisi pendukung ini akan menentukan keberhasilan implementasi CRM pada perpustakaan.

Salah satu faktor pendukung keberhasilan CRM yang pertama adalah dimensi data dan teknologi. Demi mendukung implementasi CRM, data dan teknologi memiliki peranan penting. Buttle (2004, hlm. 13) mengatakan bahwa “Data diperlukan untuk mengidentifikasi pelanggan seperti apa yang dapat menghasilkan nilai di masa depan dan demi membagi basis pelanggan kepada beberapa segmentasi”. Perpustakaan hendaknya memiliki portofolio identitas pemustaka serta teknologi yang mendukung kegiatan perpustakaan semisal kontak pemustaka, alamat e-mail pemustaka, atau identitas lain yang bisa dihubungi dengan melibatkan teknologi. Perpustakaan dapat memanfaatkan aplikasi selain teknologi yang telah lama digunakan semisal *Short Messages Service* menjadi media sosial untuk berhubungan dengan pemustaka, demi mengembangkan hubungan baik dengan pemustaka yang beragam.

Faktor lain yang mendukung keberhasilan CRM adalah sumber daya manusia. Fatmawati (2017, hlm. 3) mengatakan bahwa “Pustakawan berperan sebagai pengawal arus informasi”. Sebagai SDM di perpustakaan, perlu adanya keterampilan pustakawan dalam memanfaatkan teknologi dengan baik. Keterampilan serta pengetahuan SDM diperlukan untuk keberhasilan CRM. Dengan demikian, salah satu kondisi pendukung keberhasilan CRM adalah SDM yang berkualitas,

Faktor terakhir adalah proses, yakni pelayanan *front office*, dan *back office*. *Front office* merupakan proses yang ditemui oleh pelanggan, semisal proses

pengaduan layanan. *Back office* merupakan proses yang tidak ditemui oleh pelanggan semisal pengadaan. Demikian penting untuk diketahui bahwa proses menjadi kondisi pendukung keberhasilan CRM di perpustakaan.

Perkembangan pelayanan dengan memanfaatkan teknologi informasi juga memungkinkan perpustakaan menciptakan hubungan yang baik dengan pemustaka. Perpustakaan dapat memanfaatkan teknologi informasi melalui berbagai media informasi yang menunjang perpustakaan seperti pemanfaatan media sosial instagram yang terkoneksi dengan internet.

Instagram memang umumnya dipakai oleh pelaku bisnis dalam memasarkan produknya agar dapat menyentuh sasaran promosi terdekat yakni para pengikutnya. Sejalan dengan hal tersebut, Indika & Jovita (dalam Suharso & Pramesti, 2020, hlm. 69) mengungkapkan bahwa “Hal yang menarik dari melakukan promosi melalui instagram adalah memberikan keuntungan baik bagi pelaku usaha maupun calon pembeli”. Dalam dunia perpustakaan, perpustakaan dapat di anggap sebagai produsen yang menawarkan produknya berupa informasi serta layanan, kemudian pemustaka dapat di anggap sebagai *customer* atau calon pembeli. Melalui instagram, perpustakaan dapat melakukan kegiatan promosi kepada pemustaka dengan memberikan informasi berupa koleksi yang dimiliki seperti, buku – buku atau layanan yang ada di perpustakaan tersebut, sehingga pemustaka dapat melihat apa saja produk dan layanan yang diberikan perpustakaan.

Berdasarkan hasil observasi dalam studi pendahuluan yang dilaksanakan pada 15 April 2021 di DISPUSIPDA JABAR oleh peneliti, diketahui bahwa DISPUSIPDA JABAR memiliki jadwal operasional layanan perpustakaan yang berlangsung selama hari Senin s/d Jumat pada pukul 08.00 – 16.00 WIB serta Istirahat pada pukul 12.00 – 13.00 WIB dan tutup pada hari Sabtu dan Minggu. DISPUSIPDA JABAR juga memiliki fasilitas perpustakaan seperti ruang baca. Adapun ruang baca yang dimaksud adalah ruang baca anak, ruang baca dewasa 1, ruang baca dewasa 2, dan ruang baca remaja. Selain fasilitas membaca tersebut, DISPUSIPDA JABAR juga memiliki layanan informasi tematik seperti pojok gubernur dan *hall of fame*. Dengan beberapa fasilitas yang diberikan oleh

DISPUSIPDA JABAR, hendaknya perpustakaan dapat meningkatkan hubungan baik dengan pemustaka dan dapat dimanfaatkan baik oleh pemustaka untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu pihak pustakawan di perpustakaan, DISPUSIPDA JABAR telah menerapkan beberapa teknologi pendukung pelayanan perpustakaan yang terintegrasi dengan teknologi demi meningkatkan kualitas layanan perpustakaan. Salah satu bentuk penerapan teknologi di bidang perpustakaan adalah aplikasi CANDIL, website DISPUSIPDA JABAR, dan akun instagram resmi dengan nama user @dispusipdajabar. Ketiga bentuk layanan fasilitas tersebut menyajikan beragam informasi seputar layanan, koleksi, serta kegiatan yang ada di perpustakaan.

Penerapan teknologi dukungan dalam pelayanan yang dilakukan oleh DISPUSIPDA JABAR seperti aplikasi CANDIL, website DISPUSIPDA JABAR, serta akun instagram resmi @dispusipdajabar telah menempatkan keberadaan teknologi menjadi bagian penting dalam pelayanan demi menciptakan hubungan baik dengan pemustaka. Hal ini dapat menimbulkan kesalah pahaman bahwa hanya dengan teknologi dapat membuat perpustakaan mengembangkan hubungan baik dengan pemustaka.

Melirik pada data dari *We Are Social*, sebuah perusahaan dari Agensi yang berpusat di Singapura merilis “Digital in 2016” yang menampilkan data penggunaan internet di 30 negara, termasuk Indonesia. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa: Penggunaan platform sosial mencakup: BBM (19%), Facebook (15%), WhatsApp (14%), Facebook Messenger (13%), Google+ (12%), Line (12%), Twitter (11%), Instagram (10%), Wechat (8%) dan Pinterest (7%) (Kurniasih, 2017, hlm. 2). Besarnya penggunaan media sosial di masyarakat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi perpustakaan dalam menjalankan fungsinya yang harus selalu berorientasi kepada pemustaka, termasuk DISPUSIPDA JABAR

Sejalan dengan hal tersebut, Rachman (dalam Suharso & Pramesti, 2020, hlm. 69) mengatakan bahwa “Peran penting media sosial dalam pelayanan perpustakaan

telah menjadi penting dalam memberikan sebagian jasa layanan yang tersedia”. Peran penting media sosial ini yang kemudian diadaptasi oleh DISPUSIPDA JABAR sebagai salah satu strategi menjalin hubungan baik dengan masyarakat atau pemustakanya. Peneliti menganggap bahwa hal tersebut merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti tentang bagaimana implementasi CRM dalam promosi perpustakaan berbasis instagram yang dilakukan oleh DISPUSIPDA JABAR yang telah memiliki 19.000 pengikut di instagram dengan jumlah postingan sebanyak 1.873 pada 15 April 2021.

Adapun sebelum melaksanakan penelitian ini, terdapat beberapa penelitian yang membahas hal serupa mengenai implementasi CRM. Penelitian pertama, dilaksanakan oleh Ismi Tashilatun Ni'mah dalam skripsi Perpustakaan dan Sains Informasi UPI (2017) dengan judul “Penerapan Program Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan (Studi Deskriptif pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan program CRM pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan ITENAS. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode studi deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa penerapan program CRM pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan ITENAS dilakukan melalui pengembangan layanan yang berorientasi kepada pemustaka dan memenuhi kebutuhan pemustaka. Layanan Chinese Corner memiliki tiga indikator penerapan CRM yaitu layanan yang berorientasi kepada pemustaka, terdapat desain proses menjalin hubungan dengan pemustaka, dan penerapan TIK sebagai media CRM.

Penelitian kedua, dilaksanakan oleh Rizma Rizqiyah Sabatini dalam skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2018) dengan judul “Penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* Berbasis Website Di CV Plakat Jaya Di Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk dan penerapan *Customer Relationship Management (CRM)* berbasis website di CV Riz Plakat Jaya. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian penerapan *Customer Relationship Management* di Riz

Plakat diketahui bahwa hubungan pelanggan selalu dijaga agar semakin baik dan meningkatkan pembelian produk-produk. Hubungan pelanggan yang terjalin di media sosial membuat pelanggan mengetahui produk-produk dengan varian baru dan tidak menutup kemungkinan akan pelanggan yang datang kembali ke Riz Plakat Jaya untuk memesa lagi karena iming-iming informasi yang menarik tentang produk.

Penelitian ketiga dilaksanakan oleh Najah Goblan dan Nehak Fouad dalam jurnal *International Federation of Library Assosciations and Institutions* (2017) dengan judul “*Using customer relationship management systems at university libraries: A comparative study between Saudi Arabia and Egypt*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi implementasi *customer relationship management* di perpustakaan universitas Saudi Arabia dan *Egypt*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa 99% peserta study dari perpustakaan universitas *Egypt* da Saudi Arabia berkeyakinan akan pentingnya sistem *customer relationship management*.

Penelitian keempat, dilaksanakan oleh Mei Yu dalam jurnal *Emerald Insight: Library Management* dengan judul “*Introducing Customer Relationship Management into an academic library*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan yang dapat diketahui dalam penerapan konsep *Customer Relationship Management* di perpustakaan dan mengeksplorasi efektivitas dan efisiensi implementasi program *Customer Relationship Management* di perpustakaan. Penelitian ini menggunakan metode analisa deskriptif atau studi kasus penelitian implementasi *Customer Relationship Management* di perpustakaan unversitas. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen perpustakaan kurang berpengalaman menerapkan konsep *Customer Relationship Management* dikarenakan pemahaman sumber daya manusia yang tidak mempuni.

Hasil dari beberapa penelitian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa setiap perpustakaan memiliki cara dan strategi masing – masing dalam mengimplementasikan CRM, termasuk pada perpustakaan DISPUSIPDA JABAR. Berdasar pada pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dan membahas

hal ini dalam sebuah penelitian yang berlandaskan latar belakang yang sudah diutarakan. Sampel penelitian yang akan dilaksanakan diambil dari pengikut akun instagram @dispusipdajabar. Selanjutnya fokus pada penelitian ini adalah tentang seberapa baik implementasi CRM yang dilakukan perpustakaan DISPUSIPDA JABAR untuk kemudian diukur melalui tiga indikator sesuai dengan yang dikemukakan oleh Francis Buttle (2004) yakni data dan teknologi, sumber daya manusia, serta proses.

Pada kesempatan ini, penulis melaksanakan penelitian dengan judul “Implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) Dalam Promosi Perpustakaan Berbasis Instagram”. Penulis tertarik untuk meneliti bagaimana jika implementasi CRM dilaksanakan di perpustakaan DISPUSIPDA JABAR yang menempatkan keberadaan teknologi menjadi bagian penting dalam pelayanan demi menciptakan hubungan baik dengan pemustaka, padahal hal ini dapat menimbulkan kesalah pahaman bahwa hanya dengan teknologi dapat membuat perpustakaan menjadi berkembang dan lebih baik.

Objek penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial instagram sebagai bentuk penerapan CRM. Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif menggunakan metode deskriptif. Penelitian mengenai implementasi CRM dengan objek berupa pemanfaatan media sosial instagram belum pernah dilakukan. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa baik implementasi CRM di perpustakaan dengan pemanfaatan media sosial instagram.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1.2.1 Rumusan Masalah Umum**

Untuk mengetahui seberapa baik implementasi *Customer Relationship Management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Khusus**



- a. Seberapa baik implementasi dimensi teknologi dan data *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat?
- b. Seberapa baik implementasi dimensi sumber daya manusia *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat?
- c. Seberapa baik implementasi dimensi proses *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian Umum**

Untuk mengetahui seberapa baik implementasi *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat.

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus**

- a. Untuk mengetahui seberapa baik implementasi dimensi data dan teknologi *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat.
- b. Untuk mengetahui seberapa baik implementasi dimensi sumber daya manusia terhadap implementasi *customer relationship management* (CRM) dalam promosi perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat.
- c. Untuk mengetahui seberapa baik implementasi dimensi proses implementasi *customer relationship management* (CRM) dalam promosi

perpustakaan berbasis instagram di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Sehubungan dengan tujuan penelitian yang dipaparkan di atas, maka manfaat penelitian ini adalah:

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti mempunyai harapan pada penelitian ini untuk dapat menjadi manfaat dalam pengembangan ilmu perpustakaan dan sains informasi terutama dalam bidang *Customer Relationship Manajemen (CRM)* pada perpustakaan.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat yang bisa diambil secara praktis dari penelitian ini diantaranya:

a. Bagi Peneliti

Peneliti berharap penelitian ini menjadi sarana pembelajaran dalam bidang ilmu perpustakaan terutama dalam manajemen perpustakaan dan mampu mengimplementasikan pengetahuan yang didapat selama masa perkuliahan.

b. Bagi Instansi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk perubahan yang lebih baik bagi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap penelitian ini menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang *Customer Relationship Management (CRM)* dan/atau promosi perpustakaan.

## 1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Struktur penulisan dalam penelitian dibuat secara sistematis yang berdasar pada organisasi penelitian dimulai dari BAB 1 hingga BAB 5. Keseluruhan bagian BAB tersebut tentunya memiliki pembahasan yang berbeda antara BAB 1 sampai dengan BAB 5. Perbedaan dari keseluruhan BAB tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**, berisi deskripsi umum penelitian yang dimuat dalam latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hingga pada struktur organisasi penelitian skripsi. Penulis, dalam bab ini memaparkan permasalahan yang menjadi latar belakang dan menjadi pegangan dalam penyusunan bab-bab setelahnya, semisal kajian teori, metode penelitian, hasil penelitian, hingga kesimpulan di akhir penelitian nanti.

**BAB II KAJIAN TEORI**, berisi kajian yang bersifat teori, landasan teori, kerangka berpikir, hipotesis penelitian, hingga penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan variable penelitian ini yakni *customer relationship management* (CRM) dan promosi perpustakaan berbasis instagram.

**BAB III METODE PENELITIAN**, berisikan desain penelitian, sampel dan populasi, instrumen penelitian, langkah – langkah penelitian, hingga analisis data. Penulis, dalam bab ini memaparkan olahan data yang sesuai dengan metode penelitian yang sudah ditetapkan.

**BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**, berisikan penjelasan dari temuan yang diteliti berdasar pada hasil analisa dan pengolahan data sesuai dengan rumusan masalah yang sudah ditetapkan sebelumnya. Bersama dengan itu, akan ada pembahasan hasil temuan penelien yang menjawab permasalahan sesuai dengan rumusan masalah yang dituangkan pada bab satu, serta dihubungkan dengan kajian teori yang ada di bab dua.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**, berisikan pandangan ringkas atau ringkasan berdasar pada hasil penelitian secara keseluruhan yang sudah dilaksanakan. Kemudian, terdapat saran yang bisa direkomendasikan untuk pihak-pihak terkait ataupun peneliti selanjutnya.