

EVALUASI LAYANAN *GRAB AND GO* PUSTAKALANA *CHILDREN'S LIBRARY* BERDASARKAN MODEL *CRM VALUE CHAIN*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Sains Informasi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Departemen Kurikulum dan Teknologi Pendidikan



Disusun oleh:

Rika Maysani

1704605

PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI

DEPARTEMEN KURIKULUM DAN TEKNOLOGI PENDIDIKAN

FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2021

EVALUASI LAYANAN *GRAB AND GO* PUSTAKALANA *CHILDREN'S LIBRARY* BERDASARKAN MODEL *CRM VALUE CHAIN*

Oleh

Rika Maysani

1704605

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

© **Rika Maysani**

Universitas Pendidikan Indonesia

Desember 2021

Hak Ciptas 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

RIKA MAYSANI

1704605

" EVALUASI LAYANAN *GRAB AND GO* PUSTAKALANA *CHILDREN'S LIBRARY* BERDASARKAN MODEL *CRM VALUE CHAIN*"

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Prof. Dr. Dinn Wahyudin, M.A.
19540206 198703 1 003

Pembimbing II



Dini Suhardini, M.I.Kom.
19710312 200112 2

Mengetahui

**Ketua Program Studi,
Perpustakaan dan Sains Informasi**



Dr. Linda Setiawati, M.Pd
NIP. 196908021994122002

ABSTRAK

Rika Maysani (1704605). Evaluasi Layanan Grab and Go Pustakalana Children's Library Berdasarkan Model CRM Value Chain. Skripsi Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia (2021).

Dengan adanya pandemi yang terjadi maka Pustakalana *Children's Library* membuat sebuah layanan baru yaitu layanan *Grab and Go*. Layanan *Grab and Go* merupakan layanan sirkulasi dengan sistem tertutup dengan memberikan pilihan jenis bacaan kepada pemustaka. Penelitian dilakukan dengan mengevaluasi layanan *Grab and Go* berdasarkan model CRM yaitu model *value chain*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kesesuaian *customer relationship management* di layanan *Grab and Go* Pustakalana. Dengan diketahuinya evaluasi layanan *Grab and Go* berdasarkan model CRM *value chain* dapat menjadi referensi dan evaluasi bagi pihak perpustakaan untuk meningkatkan kualitas dari layanan khususnya pada *Grab and Go*. Selain itu, menjadi referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya mengenai evaluasi CRM pada model *value chain*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan statistik deskriptif dimana pengambilan data menggunakan angket yang disebarakan kepada responden. Indikator yang digunakan untuk pengambilan data adalah analisis portofolio, perkembangan nilai proporsi dan siklus hidup pelanggan. Dari hasil penemuan diketahui bahwa layanan *Grab and Go* sudah sesuai dengan model CRM *value chain*. Adapun evaluasi layanan *Grab and Go* dalam aspek analisis portofolio sudah sangat sesuai. Pada evaluasi layanan *Grab and Go* dalam aspek perkembangan proporsi sudah sesuai. Terakhir evaluasi layanan *Grab and Go* pada siklus hidup pelanggan sudah sesuai.

Kata Kunci: CRM, Layanan *Grab and Go*, Pemustaka

ABSTRACT

Rika Maysani (1704605). The Implementation of Customer Relationship Management on Grab and Go Service of Pustakalana Children's Library.

Thesis, Library and Information Science, Department of Curriculum and Educational Technology, Faculty of Education, Indonesia University of Education (2021).

By the existence of the pandemics which happen, so Pustakalana Children's Library creates a new service that is Grab and Go service. Grab and Go service is a circulation service with a closed system in which the librarian chooses the book according to the user's request through a google form, which is shared on a user-only group of Pustakalana Children's library. Therefore, the library needs to comprehend how far the service has been given to the users. The objective of this research was to comprehend how was the implementation of customer relationship management on Grab and Go service. Knowledgeable of CRM implementation on Grab and Go could be a reference and evaluation for the library party to improve quality from its special service on Grab and Go. The research method used was a quantitative approach with the data analysis method used a descriptive statistic in which the data collection used a questionnaire that was distributed to the respondent. The indicators used for data collection were portfolio analysis, proportion value development, and customer life cycle. From the result of the research, it was known that CRM implementation in Grab and Go service was in a good category. The portfolio analysis implementation on Grab and Go service was also in an excellent category. The value proportion development was in a good category as well. And the last life cycle implementation in the Grab and Go service was in a good category.

Keywords: CRM, Grab and Go Service, User

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR GRAFIK..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 6 |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 9 |
| 2.1. Customer Relationship Management | 9 |
| 2.1.1. Pengertian..... | 9 |
| 2.1.2. Jenis..... | 11 |
| 2.1.3. Model Value Chain | 12 |
| 2.1.4. <i>Social Customer Relationship Management</i> | 16 |
| 2.2. Perpustakaan Anak | 17 |
| 2.2.1. Pengertian Perpustakaan Anak..... | 17 |
| 2.2.2. Tujuan Perpustakaan Anak..... | 18 |
| 2.2.3. Layanan Perpustakaan..... | 19 |
| 2.2.4. Pengertian Literatur Anak..... | 21 |
| 2.2.5. Jenis Literatur Anak | 22 |
| 2.3. Analisis Penelitian Terdahulu | 27 |
| 2.4. Kerangka Berpikir | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 30 |
| 3.1. Desain Penelitian | 30 |

| | |
|--|----|
| 3.2. Partisipan | 30 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.4. Instrumen Penelitian..... | 32 |
| 3.5. Uji Validitas | 34 |
| 3.6. Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.7. Teknis Analisis Data | 41 |
| BAB IV Temuan dan Pembahasan | 44 |
| 4. Hasil Temuan Penelitian..... | 44 |
| 4.1. Deskripsi Umum Karakteristik Responden | 44 |
| 4.1.1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia | 44 |
| 4.1.2. Karakteristik Reponden berdasarkan Jenis Kelamin | 45 |
| 4.2. Tanggapan Responden | 46 |
| 4.2.1. Analisis Portofolio Pelanggan pada Layanan <i>Grab and Go</i> | 46 |
| 4.2.2. Perkembangan Proporsi Nilai..... | 50 |
| 4.2.3. Siklus Hidup Pelanggan di Pustakalana <i>Children's Library</i> | 59 |
| 4.2.4. Skor Total Data Keseluruhan | 63 |
| 4.3. Pembahasan Hasil Penelitian..... | 65 |
| 4.3.1. Evaluasi Analisis Portofolio pada Layanan <i>Grab and Go</i> | 65 |
| 4.3.2. Evaluasi Proporsi Nilai pada Layanan <i>Grab and Go</i> | 67 |
| 4.3.3. Evaluasi Siklus Hidup Pelanggan pada Layanan <i>Grab and Go</i> | 71 |
| Bab V Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi | 74 |
| 5.1. Simpulan..... | 74 |
| 5.1.1. Simpulan Umum..... | 74 |
| 5.1.1. Simpulan Khusus..... | 74 |
| 5.2. Implikasi dan Rekomendasi | 75 |
| 5.2.1. Implikasi | 75 |
| 5.1.1. Rekomendasi..... | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |
| LAMPIRAN | 80 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Skala Likert | 32 |
|-------------------------------|----|

| | |
|---|----|
| Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen..... | 33 |
| Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas..... | 35 |
| Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas..... | 41 |
| Tabel 3. 5 Penafsiran Persentase..... | 43 |
| Tabel 4. 1 Penafsiran Persentase..... | 46 |
| Tabel 4. 2 Rekapitulasi Analisis Profolio Pelanggan Diterapkan pada Layanan Grab and Go..... | 47 |
| Tabel 4. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Indikator Segmentasi Pasar | 48 |
| Tabel 4. 4 Rekapitulasi Jawaban Indikator Perkiraan Pasar | 49 |
| Tabel 4. 5 Penerapan Perkembangan Proporsi Nilai..... | 50 |
| Tabel 4. 6 Rekapitulasi Jawaban Indikator Perkiraan Pasar | 53 |
| Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Indikator Layanan | 54 |
| Tabel 4. 8 Rekapitulasi Jawaban Indikator Proses..... | 55 |
| Tabel 4. 9 Rekapitulasi Jawaban Indikator Sumber Daya Manusia..... | 56 |
| Tabel 4. 10 Rekapitulasi Jawaban Indikator Bukti Fisik | 57 |
| Tabel 4. 11 Rekapitulasi Jawaban Indikator Komunikasi dengan Pelanggan | 58 |
| Tabel 4. 12 Penerapan Siklus Hidup Pelanggan | 59 |
| Tabel 4. 13 Rekapitulasi Jawaban Indikator Akuisisi | 61 |
| Tabel 4. 14 Rekapitulasi Jawaban Indikator Retensi | 62 |
| Tabel 4. 15 Rekapitulasi Jawaban Indikator Pengembangan Konsumen | 63 |
| Tabel 4. 16 Total Skor Keseluruhan | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Hasil Survey APJII Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2019-2020 | 2 |
| Gambar 2. 1 CRM Value Chain..... | 13 |
| Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir Penelitian..... | 29 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|---|----|
| Grafik 4. 1 Usia Pemustaka..... | 45 |
| Grafik 4. 2 Jenis Kelamin Pemustaka | 45 |
| Grafik 4. 3 Analisis Portofolio | 48 |
| Grafik 4. 4 Segmentasi Pasar | 49 |
| Grafik 4. 5 Perkiraan Pasar | 50 |
| Grafik 4. 6 Perkembangan Proporsi Nilai | 52 |
| Grafik 4. 7 Indikator Produk | 54 |
| Grafik 4. 8 Indikator Layanan | 55 |
| Grafik 4. 9 Indikator Proses | 55 |
| Grafik 4. 10 Indikator Sumber Daya Manusia | 56 |
| Grafik 4. 11 Indikator Bukti Fisik..... | 57 |
| Grafik 4. 12 Indikator Komunikasi dengan Pelanggan | 58 |
| Grafik 4. 13 Siklus Hidup Pelanggan..... | 60 |
| Grafik 4. 14 Indikator Akuisisi | 61 |
| Grafik 4. 15 Indikator Retensi..... | 62 |
| Grafik 4. 16 Indikator Pengembangan Konsumen | 63 |
| Grafik 4. 17 Penerapan Customer Relationship Management | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I

1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian
2. Kuesioner Penelitian
3. Tabulasi Penelitian
4. Hasil Uji Validitas
5. Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Uji Normalitas
7. Surat Pernyataan *Expert Judgement*
8. Surat Pernyataan Cek *Index Similarity*

Lampiran II

1. SK Pengangkatan Dosen Pembimbing
2. Surat Izin Penelitian

Lampiran III

Riwayat Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. (2017). *Perpustakaan Prasekolahku Seru* (Sutomo (ed.)). CV. Restu Bumi Kencana.
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. In *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia* (Vol. 2020). <https://apjii.or.id/survei>
- Astuti, A., Purba, B., Sriwiyanti, E., Damanik, E. O. P., Robin, R., Herawati, M., Pande, J. S., Supatmin, S., Sudarmanto, E., & Hariyanti, A. I. (2021). *Teori Penganggaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *KBBI Daring*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/literatur>
- Balci, G., & Cetin, I. B. (2017). Market segmentation in container shipping services: a qualitative study. *Management Research Review*, 40(10), 1100–1116. <https://doi.org/10.1108/MRR-01-2017-0012/FULL/PDF>
- Basuki, S. (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Buttle, F. (2004). Customer Relationship Management: Concept and Tools. In *Elvisier*. Elvisier.
- Buttle, F., & Maklan, S. (2015). Customer Relationship Management : Concepts and Technologies. In *Routledge* (Ketiga). Routledge.
- Cudby, A. (2020). *Keep Your Customers : How to Stop Customer Turnover, Improve Retention and Get Lucrative, Long-Term Loyalty*. Morgan James Publishing.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 43 TAHUN 2007 TENTANG PERPUSTAKAAN, 45 (2007).
- Dewnarain, S., Ramkissoon, H., & Mavondo, F. (2019). Social customer relationship management: An integrated conceptual framework. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(2), 172–188. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1516588>
- Ekawati, M. N. (2019). *Hubungan Customer Relationship Management (CRM) Dengan Loyalitas Pemustaka: Studi Kuantitatif Deskriptif pada Website Perpustakaan Telkom University*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fouad, N., & Al-Goblan, N. (2017). Using customer relationship management systems at university libraries. *IFLA Journal*, 43(2), 158–170. <https://doi.org/10.1177/0340035216685103>
- Guha, S., Harrigan, P., & Soutar, G. (2018). Linking social media to customer relationship management (CRM): a qualitative study on SMEs. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 30(3), 193–214. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1399628>
- Hidayat, F. N. (2020). *Evaluasi Perpustakaan Anak Berdasarkan Ifla Guidelines*

For Library Services To Children Aged 0-18 Years Old (Deskriptif Kuantitatif Di Pustakalana Children's Library). Universitas Pendidikan Indonesia.

- Hurlock, E. B. (2009). Psikologi perkembangan: suatu perkembangan sepanjang rentang kehidupan. In *Jakarta: Erlangga* (Kelima). Erlangga.
- Kamaludin. (2018). *Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Citra Perpustakaan* [Universitas Pendidikan Indonesia]. <http://repository.upi.edu/44780/>
- Kapooria, P. J. (2017). *Customer relationship management: Key to customer sovereignty*. Idea Publishing.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer Relationship Management* (Third). Springer.
- Kusumastuti, E. D., Lestari, F., Politeknik, A. A., & Bandung, N. (2021). Analisis Perbandingan Tiga Metode Peramalan Penjualan Pada Umkm Adorable Project. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 6(02). <https://journal.unsika.ac.id/index.php/accounthink/article/view/5270>
- Lim, W. M. (2020). A marketing mix typology for integrated care: the 10 Ps. *Https://Doi.Org/10.1080/0965254X.2020.1775683*, 29(5), 453–469. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2020.1775683>
- Lipson, E. R. (2000). *The New York Times parent's guide to the best books for children* (ketiga). Three Rivers Press.
- Lynch-Brown, C., Tomlinson, C. M., & Short, K. (2014). *Essentials of children's literature* (Ketujuh). Pearson.
- Ni'mah, I. T. (2017). *Penerapan Program Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan: Studi Deskriptif pada Layanan Chinese Corner UPT Perpustakaan Institut Teknologi Nasional*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nugraha, A. D. (2018). *Pola Pengelolaan Arsip Audio Visual : Studi Kualitatif Deskriptif di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawa Barat*.
- Pujianto, I. (2020). *Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Customer Relationship Management (Crm) Di Klinik Seroja Medika Bandung* [Universitas Komputer Indonesia]. <http://elibrary.unikom.ac.id>
- Putra, A. R. (2019). *Peranan Literatur Anak Dalam Pengembangan Kecerdasan Sosial Di Mi Madrasah Pembangunan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta: Studi Kasus Anak Usia 8-9 Tahun*. Fakultas Adab & Humaniora.
- Rahma, E. (2018). *Akses dan Layanan Perpustakaan*. Prenadamedia Group. https://www.google.co.id/books/edition/Akses_dan_Layanan_Perpustakaan/G-FiDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=layanan+perpustakaan&printsec=frontcover
- Rahmat, A., Suharyono, & Priambada, S. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Service

- Kendaraan AUTO2000 Kediri Suharmadji). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 64(1), 153–160.
- Rankin, C. (2018). Guidelines for Library Services to Children aged 0-18. In *International Federation of Library Association and Institutions (Revisi)*. International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA).
- Setyaleksana, B., Suharyono, S., & Yulianto, E. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan GraPARI Telkomsel di Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 46(1), 45–51.
- Sigala, M. (2018a). Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 30, Issue 7, pp. 2698–2726). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0536>
- Sigala, M. (2018b). Implementing social customer relationship management: A process framework and implications in tourism and hospitality. In *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 30, Issue 7, pp. 2698–2726). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0536>
- Soley, J., & Wilms, T. (2019). *Beyond Product: How Exceptional Founders Embrace Marketing to Create and Capture Value for their Business*. Morgan James Publishing.
- Subana, & Sudrajat. (2011). *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Kedua). Alfabeta.
- Xu, J., Wang, P., Sturm, B. W., & Wu, Y. (2018). How preschool children think about libraries: Evidence from six children's libraries in China. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(2), 428–440. <https://doi.org/10.1177/0961000618818887>
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Zare, M., & Honarvar, A. R. (2021). Internet Services: Customer Relationship Management (CRM) Using Internet of Things (IoT). *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(3), 1–24.