



Dedicated:
Journal of Community Services
(Pengabdian kepada Masyarakat)
<https://ejournal.upi.edu/index.php/dedicated/>



Improvement of SD Negeri 2 Bojongmenger school library services by Customer Relationship Management (CRM) design

Nanda Khaerunnisa Syafitri¹, Hana Silvana², Dini Suhardini³
^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia, Kota Bandung, Indonesia
nandakhs@upi.edu¹, hanasilva@upi.edu², dini_suhardini@upi.edu³

ABSTRACT

The widespread COVID-19 pandemic has had an impact on the realm of education. The enactment of the Learning From Home (LFH) policy has reduced activities carried out in schools. The school library at SDN 2 Bojongmenger was also affected and began to have fewer visitors, even though limited face-to-face activities were re-implemented at school. Therefore, a Customer Relationship Management (CRM) strategy is needed to properly maintain the school library's function and role. CRM strategy is an effort to attract students and teachers as school library customers to visit the library. The method used in this service is the service improvement method with the results of research and development. With the potential and problem analysis process steps, data analysis, and product design. Based on the results that have been implemented, the results show that the design of the CRM strategy in the school library can be carried out conventionally first by collecting needs data, data processing, collection development, user education, competitions, and rewarding after that it can be carried out developing CRM in a digital direction through the use of media Instagram.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 30 Mar 2023
Revised: 22 May 2023
Accepted: 31 May 2023
Available online: 2 Jun 2023
Publish: 22 Jun 2023

Keyword:

COVID-19 pandemic; CRM; customer relationship management; learn from home; LFH; school library service; service improvement

Open access

Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat) is a peer-reviewed open-access journal.

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 yang meluas menyebabkan berdampak pada ranah pendidikan. Dengan diberlakukannya kebijakan Belajar Dari Rumah (BDR) yang menyebabkan berkurangnya kegiatan yang dilaksanakan di sekolah. Perpustakaan sekolah di SDN 2 Bojongmenger pun ikut terdampak dan mulai minim pengunjung meski sudah kembali diberlakukan kegiatan tatap muka terbatas di sekolah. Oleh karena itu, agar dapat mempertahankan fungsi dan peran perpustakaan sekolah dengan baik, diperlukan sebuah strategi Customer Relationship Management (CRM). Hal ini sebagai upaya untuk dapat menarik minat siswa dan guru sebagai pelanggan perpustakaan sekolah untuk dapat mengunjungi perpustakaan. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode peningkatan layanan dengan hasil research and development. Dengan langkah proses analisis potensi dan masalah, analisis data dan membuat desain produk. Berdasarkan hasil yang telah dilaksanakan, didapatkan hasil bahwa rancangan strategi CRM di perpustakaan sekolah dapat dilaksanakan secara konvensional terlebih dahulu dengan kegiatan pendataan kebutuhan, pengolahan data, pengembangan koleksi, user education, perlombaan dan rewarding setelah itu dapat dilakukan pengembangan CRM ke arah digital melalui pemanfaatan media sosial instagram.

Kata Kunci: Belajar dari Rumah; BDR; Customer Relationship Management; CRM; Pandemi COVID-19; Peningkatan Layanan; Layanan Perpustakaan Sekolah.

How to cite (APA 7)

Syafitri, N. K., Silvana, H., & Suhardini, D. (2023). Improvement of SD Negeri 2 Bojongmenger school library services by Customer Relationship Management (CRM) design. *Dedicated: Journal of Community Services (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 1(1), 1-16.

Peer review

This article has been peer-reviewed through the journal's standard double-blind peer review, where both the reviewers and authors are anonymised during review.



Copyright 2023, Nanda Khaerunnisa Syafitri, Hana Silvana, Dini Suhardini. This an open-access is article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author, and source are credited. *Corresponding author: nandakhs@upi.edu

INTRODUCTION

Penyebaran virus COVID-19 yang mulai meluas di Indonesia sejak bulan Maret tahun 2020 tidak dapat dipungkiri menyebabkan perubahan besar terjadi di berbagai sektor penting. Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diberlakukan oleh Pemerintah pun menjadi salah satu solusi agar penyebaran virus COVID-19 ini dapat menurun. Tidak hanya sektor kesehatan atau ekonomi saja yang terdampak dengan diberlakukannya berbagai kebijakan-kebijakan baru dari munculnya virus ini, namun sektor pendidikan pun ikut beradaptasi dan membentuk sebuah kebijakan baru.

Berdasarkan hal ini Kementerian pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menerbitkan peraturan Nomor 4 Tahun 2020 tentang Pelaksanaan Kebijakan Pendidikan dalam Masa Darurat Penyebaran Coronavirus Disease (COVID-19) yang salah satu ketentuan menyatakan bahwa proses belajar dilaksanakan dari rumah. Kebijakan ini yang menjadi alasan kuat dilaksanakannya kegiatan Belajar Dari Rumah (BDR). Kegiatan pembelajaran mulai dari jenjang pendidikan anak usia dini hingga perguruan tinggi mengalami perubahan terutama dalam keberlangsungan kegiatan belajar dan mengajar antara pendidik dan peserta didik. Pembelajaran yang biasanya dilakukan secara tatap muka, kini mulai dialihkan menjadi pembelajaran dalam jaringan atau daring sesuai dengan anjuran pemerintah (Novianto *et al.*, 2021; Ratu *et al.*, 2020).

Kegiatan pembelajaran yang dilaksanakan secara tatap muka ini menyebabkan tidak adanya kegiatan yang berlangsung di sekolah dan dengan kata lain sekolah menjadi sebuah bangunan yang tidak berpenghuni. Hal ini menyebabkan munculnya permasalahan baru dengan kurang terawatnya sarana dan prasarana yang ada di sekolah. Meskipun terdapat guru yang piket secara bergantian datang ke sekolah, sarana dan prasarana yang ada di sekolah seperti kelas, perpustakaan dan lain sebagainya tetap tidak digunakan secara maksimal. Padahal sarana dan prasarana yang lengkap termasuk salah satunya adalah dengan adanya perpustakaan sekolah ini menjadi poin penting dalam kegiatan akreditasi sekolah (Mafar & Sudiar., 2017). Kasus seperti ini banyak terjadi pasca diberlakukannya kebijakan pembelajaran daring sehingga menyebabkan banyak perubahan yang terjadi di sekolah. Tidak lengkapnya sarana dan prasarana perpustakaan sekolah dasar pun selaras dengan pernyataan Bramasta & Irawan (2018) yang menyatakan bahwa kondisi sarana dan prasarana perpustakaan sekolah masih banyak yang kurang dan belum mampu untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan jumlah peserta didik yang ada.

Salah satu sekolah yang terdampak dengan adanya pandemi COVID-19 ini adalah SDN 2 Bojongmengger yang berlokasi di Jl. Raya Ciamis-Banjar No. 575, Kec. Cijeungjing, Kab. Ciamis. Di sekolah ini pada awalnya terlihat hidup dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh siswa dan juga guru. Namun, sejak munculnya pandemi COVID-19 yang menyebabkan diberhentikannya kegiatan tatap muka di sekolah beberapa perubahan terjadi. Tidak hanya dari ruangan kelas yang mulai berdebu namun Perpustakaan Sekolahnya pun ikut terdampak. Perpustakaan sekolah yang pada awalnya ramai dikunjungi siswa kini sudah sangat sepi tanpa pemustaka maupun tenaga perpustakaan. Bahkan banyak koleksi perpustakaan yang sudah tidak layak pakai karena usang sehingga diperlukan kegiatan pengelolaan kembali. Perpustakaan sekolah sebelumnya dikelola secara konvensional. Dalam pengelolaan perpustakaan secara konvensional, kegiatan seperti pengolahan dan penataan koleksi, pencatatan peminjaman dan pengembalian buku, serta penyusunan laporan dilakukan secara manual. Hal ini sering kali membutuhkan waktu dan tenaga yang lebih besar serta rentan terhadap kesalahan manusia. Selain itu, aksesibilitas informasi dan interaksi dengan pengunjung mungkin terbatas, karena keterbatasan dalam penyimpanan dan pengelolaan data pengunjung serta kurangnya kemampuan untuk memberikan layanan yang personal.

Kegiatan pengelolaan perpustakaan kembali dapat diberlakukan di SDN 2 Bojongmengger ketika mulai diberlakukannya peraturan pelaksanaan kegiatan Pembelajaran Tatap Muka (PTM) Terbatas untuk

jenjang sekolah dasar yang ada di Kabupaten Ciamis pada September 2021. Perpustakaan sekolah mulai kembali dikelola dari segi pengolahan koleksi perpustakaan hingga administrasi untuk perpustakaan. Kegiatan pengelolaan yang baru terlaksana di Perpustakaan SDN 2 Bojongmengger pun baru meliputi tahap pengembangan awal dengan baru terkelolanya koleksi buku di perpustakaan. Koleksi baru selesai pada tahap inventarisasi, klasifikasi dan shelving sesuai dengan pedoman klasifikasi DDC saja.

Minimnya pemanfaatan teknologi, informasi dan komunikasi yang dikarenakan kurangnya keterampilan TIK yang dimiliki sumber daya manusia yang ada di sekolah menyebabkan pengelolaan perpustakaan lebih sering dilaksanakan secara konvensional. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang minim di sekolah menghambat kemajuan pengelolaan perpustakaan, yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi penggunaan sumber daya informasi. Peningkatan keterampilan TIK di kalangan sumber daya manusia sekolah adalah suatu keharusan untuk memanfaatkan potensi TIK dalam pengelolaan perpustakaan guna menghadapi tantangan dan tuntutan era digital yang semakin berkembang. Pemanfaatan teknologi yang terlihat oleh penulis saat observasi adalah adanya penggunaan aplikasi otomasi Perpustakaan yaitu SLiMS secara local untuk membuat barcode, labeling dan data koleksi buku serta pendataan koleksi buku perpustakaan yang baru dengan menggunakan excel.

Berdasarkan hasil observasi langsung yang dilakukan oleh penulis, kegiatan yang dilaksanakan di perpustakaan masih tampak belum maksimal terutama dalam pelayanan sirkulasi atau layanan perpustakaan lainnya karena kurangnya sumber daya manusia dan sarana prasarana yang ada di sekolah serta kurangnya pemanfaatan bahan koleksi perpustakaan oleh warga sekolah. Di sisi lain, layanan yang diberlakukan di perpustakaan SDN 2 Bojongmengger pun belum terlihat serta minimnya pengunjung perpustakaan baik dari siswa maupun guru. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa perpustakaan sekolah belum sepenuhnya dapat berkembang. Padahal perpustakaan seharusnya menjadi motor penggerak proses pembelajaran yang maksimal sehingga dapat membantu siswa di sekolah untuk meningkatkan kemampuan belajar dan mengembangkan imajinasi mereka (Lattuputy, 2003).

Perpustakaan sekolah juga merupakan fasilitas yang dapat membantu proses kegiatan pendidikan dengan menyediakan sumber daya pembelajaran (Komara & Hadiapurwa, 2022; Ningrum *et al.*, 2018), selain itu perpustakaan juga berperan sebagai tempat untuk belajar serta mendapatkan informasi bagi para siswanya (Zohriah, 2017). Berdasarkan paparan tersebut dapat diketahui bahwa keberadaan perpustakaan sekolah ini sangatlah penting dalam dunia pendidikan, termasuk untuk membangun generasi penerus yang melek literasi. Sehingga, perlu adanya pengembangan untuk perpustakaan sekolah agar menjadi lebih layak, mudah dan nyaman dalam memperoleh sumber informasi (Setyawatira, 2009; Soulen & Tedrow, 2022).

Oleh karena itu, agar dapat mempertahankan fungsi dan peran perpustakaan sekolah dengan baik, diperlukan sebuah strategi agar dapat menarik minat siswa dan guru sebagai pelanggan perpustakaan sekolah untuk dapat mengunjungi perpustakaan. Strategi yang dimaksudkan disini adalah customer relationship management (CRM). Customer relationship management atau manajemen hubungan pelanggan ini dapat diartikan sebagai sebuah strategi untuk meningkatkan pelayanan agar dapat meningkatkan minat pelanggan. Menurut Warsela *et al.* (2021), CRM ini diartikan sebagai sebuah proses mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan yang baik sehingga dapat memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Konsep manajemen hubungan pelanggan ini dapat diterapkan juga di perpustakaan. bahkan menurut Komariah (2018), konsep manajemen hubungan pelanggan ini tepat untuk diterapkan di perpustakaan yang merupakan sebuah layanan informasi sehingga perpustakaan dapat memberikan layanan informasi

yang memuaskan pemustakanya dan menciptakan komunitas pengguna yang royal. Penerapan manajemen hubungan pelanggan di ruang lingkup perpustakaan sekolah ini dapat menjadi salah satu solusi terlebih untuk perpustakaan sekolah yang telah terdampak pandemi sehingga hampir tidak ada pengunjung sama sekali. Diharapkan dengan adanya manajemen hubungan pelanggan yang diaplikasikan di perpustakaan sekolah ini dapat membantu tercapainya tujuan perpustakaan sekolah dalam menciptakan generasi bangsa yang berliterasi.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya penulis maksud untuk membuat sebuah rancangan customer relationship management atau manajemen hubungan pelanggan untuk perpustakaan sekolah. Pembuatan rancangan customer relationship management ini dikhususkan untuk perpustakaan sekolah SD Negeri 2 Bojongmengger dengan berdasarkan pada kondisi yang terjadi di perpustakaan sekolah tersebut. Terdapat beberapa teori yang dapat mendukung dalam terlaksanakannya program ini. Teori maupun pendapat dari penelitian terdahulu diantaranya terkait dengan topik manajemen perpustakaan sekolah serta customer relationship management yang dilaksanakan di perpustakaan.

Keberadaan perpustakaan di sekolah merupakan sebuah hal yang mutlak untuk membangun minat baca siswa (Wulandari, 2012). Perpustakaan pun memiliki fungsi sebagai sumber informasi, fungsi rekreasi, fungsi kreativitas dan sumber pengetahuan serta budaya (Lal, 2019; Wanti, 2019). Sehingga, memang tidak dapat dipungkiri bahwa perpustakaan sekolah ini dapat dikatakan sebagai jantung sekolah dengan berbagai sumber informasi dan koleksi yang ada di dalamnya. Pada era teknologi dan informasi yang semakin maju, kualitas perpustakaan sekolah pun perlu untuk mengikuti perkembangan zaman. Perpustakaan sekolah dapat memanfaatkan berbagai jenis teknologi untuk dapat meningkatkan layanannya dan secara bertahap mulai mengoptimalkan fungsi perpustakaan sekolah itu sendiri (Rokan, 2017). Karena keberadaan perpustakaan sekolah sendiri bukan hanya tempat mengumpulkan atau mengolah bahan perpustakaan saja, tapi juga membantu siswa dalam menyediakan informasi dalam berbagai jenis dan bentuk serta menyelesaikan tugas sekolah yang sesuai dengan kurikulum (Dewi & Suhardini, 2014).

Di sisi lain, tenaga perpustakaan sekolah merupakan sosok yang harus menciptakan perpustakaan sebagai tempat belajar dan sumber informasi, membimbing pemustakanya serta bersikap ramah bagi para siswa sehingga dapat membentuk siswa yang dapat mencari informasi serta mempergunakan fasilitas yang ada di perpustakaan dengan baik. Agar perpustakaan sekolah dapat menjalankan fungsinya dan tenaga perpustakaan sekolah pun dapat berjalan sesuai dengan tugasnya, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menarik minat pengunjung perpustakaan sekolah, termasuk di antaranya adalah melakukan kolaborasi (Merga *et al.*, 2021).

Ghezzi dalam Rosinar (2014) menyatakan terdapat 12 cara yang dapat dilakukan, di antaranya adalah:

1. Berikan kartu perpustakaan kepada siswa

Pemberian kartu perpustakaan kepada siswa ini dapat menjadi salah satu akses untuk menunjukan kepada siswa bahwa mereka dapat meminjam buku dan koleksi perpustakaan.

2. Ajak siswa untuk sering berkunjung

Tenaga perpustakaan dapat membantu untuk meyakinkan anak bahwa perpustakaan merupakan area yang menyenangkan untuk dikunjungi, dalam hal ini tenaga perpustakaan dapat membuat jadwal kunjungan perpustakaan untuk siswa secara teratur.

3. Ajari siswa cara untuk mencari buku dan media di perpustakaan

Pada hal ini, siswa dapat diajari mengenai simbol-simbol atau sistematika penyusunan perpustakaan sehingga mereka dapat mencari koleksi bahan pustaka yang ada di perpustakaan secara mandiri.

4. Mengunjungi ruang lingkup perpustakaan yang lain

Tidak hanya selalu perpustakaan sekolah, tenaga perpustakaan pun dapat mengajak siswa untuk mengunjungi perpustakaan lain untuk mendapatkan pengalaman baru.

5. Dapatkan agenda kegiatan

Tenaga perpustakaan dapat menempelkan jadwal kunjungan, jadwal peminjaman atau jadwal buka layanan perpustakaan sehingga siswa dapat mengetahui informasi-informasi yang ada di perpustakaan dengan melihat papan informasi atau pamflet yang ditempelkan tersebut.

6. Pertimbangkan minat siswa

Tenaga perpustakaan dapat membantu siswa untuk memilih bahan bacaan yang disukai. Pada poin inilah penting bagi tenaga perpustakaan untuk mengetahui minat dan juga kesukaan yang dimiliki oleh siswa.

7. Jika mereka menyukai film, mereka juga menyukai buku

Jika siswa menyukai untuk menonton film, tenaga perpustakaan dapat memberikan saran kepada siswa untuk menonton atau membaca buku lain dengan tema yang sama.

8. Jelajahi majalah

Selain koleksi buku, tenaga perpustakaan pun dapat memberikan majalah sesuai dengan tema yang ada kepada siswa. Sehingga siswa tetap dapat membaca dan mengunjungi perpustakaan.

9. Jadilah sosok panutan

Seorang tenaga perpustakaan baik seorang guru maupun pustakawan harus memberikan contoh yang baik, termasuk memberikan kesan kepada siswa bahwa membaca dan mengunjungi perpustakaan merupakan hal yang menyenangkan.

10. Memberikan saran untuk peningkatan

Perpustakaan tidak dapat berdiri sendirinya, oleh karena itu langkah baiknya perpustakaan dapat menerima saran dari siswa agar dapat melakukan pengembangan perpustakaan demi kemajuan perpustakaan dalam memberikan layanan.

11. Jadilah seorang advokat

Tenaga perpustakaan dapat meyakinkan para *stakeholder* baik itu komite sekolah maupun kepala sekolah untuk dapat mengambil keputusan mengenai perpustakaan dengan bijaksana dan memberikan saran atau masukan mengenai pentingnya perpustakaan bagi sekolah.

12. Jadikan perpustakaan sebagai sebuah prioritas

Tenaga perpustakaan juga dapat meyakinkan siswa untuk dapat menjadikan perpustakaan sebagai salah satu sarana prioritas yang dapat dikunjungi.

Istilah *customer relationship management* ini berkaitan dengan sebuah sistematis strategi bisnis untuk menangani hubungan pelanggan, *customer relationship management* dirancang untuk meningkatkan layanan yang ditujukan kepada pelanggan. Rata-rata penerapan *customer relationship management* pada sebuah perusahaan memang bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan sehingga dapat membentuk layanan yang berkualitas dan menciptakan kepuasan serta kelayakan pelanggan (Gil-Gomez *et al.*, 2020; Kamaludin *et al.*, 2019). Konsep CRM sendiri berasal dari konsep *marketing* layanan jasa dapat digambarkan bahwa *customer relationship management* merupakan bagian dari *marketing* layanan jasa dimana dalam prosesnya melibatkan bagaimana perusahaan memberikan layanan jasa kepada pelanggan berdasarkan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan tujuan untuk membentuk hubungan yang positif bagi kedua pihak. Disisi lain, konsep CRM juga banyak diadopsi oleh perusahaan yang bekerja di bidang layanan jasa (Saha *et al.*, 2021; Utomo, 2018).

Penerapan *customer relationship management* yang ada di ruang lingkup jasa diharapkan dapat meningkatkan pengguna untuk menggunakan layanan jasa tersebut secara terus menerus. Perpustakaan sebagai salah satu organisasi atau perusahaan yang melayankan jasa tentu cocok untuk menggunakan

strategi *customer relationship management* didalamnya. Sehingga, penerapan *customer relationship management* dalam ruang lingkup perpustakaan ini dapat dilakukan dengan personalisasi pengguna jasa perpustakaan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pemustaka sehingga perpustakaan dapat memberikan layanan yang baik kepada pemustakanya (Gaol, 2019; Gul & Bano, 2019; Yang & Shieh, 2019).

Tujuan penerapan CRM di Perpustakaan SDN 2 Bojongmengger adalah untuk meningkatkan layanan dan pengelolaan perpustakaan secara efektif, memperkuat interaksi dengan pengunjung, dan meningkatkan kepuasan pengguna. Peningkatan penerapan CRM diperlukan karena dapat mempermudah pengelolaan data dan informasi pengunjung, memungkinkan perpustakaan untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna, serta memperbaiki komunikasi dan interaksi dengan pengunjung secara proaktif. Dampak yang mungkin akan diterima oleh perpustakaan apabila penerapan CRM ditingkatkan adalah meningkatnya efisiensi dan akurasi pengelolaan data dan informasi pengunjung, meningkatnya kepuasan pengguna karena adanya pelayanan yang lebih personal, peningkatan partisipasi pengguna dalam program perpustakaan, dan meningkatnya loyalitas pengunjung. Selain itu, dengan adanya CRM yang terintegrasi, perpustakaan dapat meningkatkan promosi dan pemasaran layanan serta membangun hubungan jangka panjang dengan pengguna, yang pada gilirannya dapat meningkatkan citra perpustakaan dan daya tariknya bagi masyarakat.

METHODS

Pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk menerapkan rancangan strategi *customer relationship management* di perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmengger. Metode penelitian yang sudah digunakan dalam penelitian sebelumnya adalah *research and development*. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul "*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*" penelitian *research and development* atau penelitian dan pengembangan merupakan sebuah metode penelitian untuk menghasilkan produk tertentu. Produk yang dimaksudkan disini merupakan produk administrasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan sistem kerja yang baru diciptakan dan dapat meningkatkan kepuasan pihak-pihak yang dilayani.

Langkah yang dilakukan dalam penelitian *research and development* untuk merancang strategi *customer relationship management* di perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmengger diantaranya:

1. Proses analisis potensi dan masalah

Kegiatan proses analisis potensi dan masalah yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan menggunakan metode observasi langsung ke lapangan. Peneliti melihat fenomena yang terjadi di lapangan kemudian menganalisa potensi serta masalah yang dimiliki di lapangan.

2. Mengumpulkan data

Proses pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara observasi langsung ke lapangan dan studi pustaka untuk mengkaji teori serta menganalisa rancangan strategi *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmengger.

3. Membuat desain produk.

Produk yang didesain oleh penulis merupakan produk berupa rancangan sistem kerja baru strategi *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmengger yang didasarkan penilaian terhadap kondisi yang terjadi dilapangan.

RESULTS AND DISCUSSION

Rancangan *Customer Relationship Management* di Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger secara Konvensional

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh penulis, Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger baru dibuka kembali pasca diberlakukannya kegiatan Pembelajaran Tatap Muka (PTM) terbatas yang dimulai pada bulan September 2021. Kegiatan pengelolaan yang baru terlaksana di Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger sendiri baru meliputi tahap pengembangan awal dengan baru terkelolanya koleksi buku di perpustakaan. Koleksi baru selesai pada tahap inventarisasi, klasifikasi dan shelving sesuai dengan pedoman klasifikasi DDC saja. Kegiatan yang dilaksanakan di perpustakaan masih tampak belum maksimal terutama dalam pelaksanaan layanannya kurangnya sumber daya manusia dan sarana prasarana yang ada di sekolah serta kurangnya pemanfaatan bahan koleksi perpustakaan oleh warga sekolah. Kurang maksimalnya perpustakaan sekolah dalam memberikan layanan di perpustakaan menyebabkan minimnya pemustaka yang datang ke perpustakaan sekolah.

Menurut Santoso (2007), perpustakaan tidak dapat maksimal dalam menjalankan tugas dan fungsinya dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya adalah: (1) kurangnya pemahaman/pengertian terhadap esensi perpustakaan sebagai infrastruktur dalam menyediakan informasi (2) pengelola perpustakaan sekolah tidak optimal dalam memberikan jasa layanan terutama rangka memenuhi kebutuhan informasi pemakai, (3) kurang terpeliharanya komunikasi antara perpustakaan sekolah dengan masyarakat pemakainya. Berdasarkan pernyataan tersebut terutama pada poin ketiga, dapat diartikan bahwa komunikasi antara perpustakaan sekolah dan penggunanya sangatlah penting. Jika perpustakaan sekolah dapat menjaga hubungan dengan pemustakanya dengan baik, maka fungsi dan tugas perpustakaan dapat berjalan dengan benar. Sehingga, dibutuhkan rancangan strategi *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmenger. Tidak hanya untuk dapat menarik minat siswa dan juga guru SDN 2 Bojongmenger sebagai pelanggan perpustakaan untuk datang ke perpustakaan, namun juga agar perpustakaan sekolah dapat berjalan sesuai dengan fungsi dan tugasnya.

Sebagaimana menurut Nurhidayah (2015), *customer relationship management* pada perpustakaan dapat disebut sebagai pendekatan *customer relationship management* di perpustakaan sebagai Langkah menyusun suatu strategi pemasaran di perpustakaan, selain itu *customer relationship management* ini juga dimaksudkan sebagai upaya perpustakaan dalam meningkatkan nilai dan mencapai kepuasan bersama. Kegiatan *customer relationship management* ini dibutuhkan untuk diterapkan dalam sebuah perusahaan. Tanpa hubungan yang kuat dengan pelanggan, perusahaan saat ini tidak dapat menjamin kesuksesan mereka, atau bahkan kelangsungan hidup mereka. Tidak terkecuali dengan perpustakaan, karena perpustakaan juga ada untuk penggunanya, yaitu pemustakanya (Lee, 2016).

Menurut Kalakota dan Robinson dalam Siahaan (2008), *customer relationship management* memiliki 3 target, yaitu: 1) Mendapatkan pelanggan baru (*Acquire*), pelanggan baru didapatkan dengan memberikan kemudahan pengaksesan informasi, inovasi baru dan pelayanan yang menarik. 2) Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada (*Enhance*), perusahaan berusaha menjalin hubungan dengan pelanggan melalui pemberian layanan yang baik terhadap pelanggannya (*customer service*). Penerapan cross selling dan up selling pada tahap kedua dapat meningkatkan pendapatan perusahaan dan mengurangi biaya untuk memperoleh pelanggan (*reduce cost*). 3) Mempertahankan pelanggan (*Retain*), tahap ini merupakan usaha mendapatkan loyalitas pelanggan dengan mendengarkan pelanggan dan berusaha memenuhi keinginan pelanggan. Hal di atas juga diperkuat oleh Guerola-Navarro et al., (2021) yang juga menyatakan bahwa keberadaan konsep *customer relationship management* mendorong terjadinya perubahan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan.

Berdasarkan target di atas, konsep *customer relationship management* di perpustakaan ini dapat diartikan berasal dari konsep marketing layanan jasa. *Marketing* atau pemasaran menurut Shinta dalam bukunya yang berjudul “Manajemen pemasaran” merupakan sebuah proses yang di dalamnya terdapat kegiatan manajerial yang membuat individu atau sebuah kelompok bisa mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkannya dengan melalui proses menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk atau jasa dari produsen sampai ke konsumen. Kegiatan pemasaran dilaksanakan tidak hanya untuk kepentingan perusahaan atau produsen saja namun berkaitan erat juga dengan pelanggan atau konsumen. Pemasaran juga tidak hanya proses memasarkan produk barang namun terdapat juga pemasaran layanan jasa karena pemasaran tidak hanya terpaku kepada bisnis saja namun lembaga dan organisasi *non-profit* seperti perpustakaan yang memberikan layanan jasa informasi sekalipun (Szabo & Webster, 2021; Widuri, 2000).

Sedangkan layanan jasa adalah kegiatan ekonomi berupa aktivitas yang dapat membawa manfaat dan memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam waktu dan tempat tertentu, jasa juga merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen. Menurut Fatihudin & Firmansyah dalam bukunya dengan judul “Pemasaran Jasa” terdapat berbagai jenis jasa, salah satunya adalah jasa pelayanan. Sehingga Konsep manajemen hubungan pelanggan tidak lepas dari perspektif Relationship Marketing yang sama-sama berasumsi bahwa membangun relasi jangka panjang merupakan cara terbaik untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Karena Relationship Marketing merupakan sebuah konsep pemasaran yang mengaitkan kegiatan pemasaran dengan hubungan pelanggan dimana didalamnya terdapat aspek mengkomunikasikan produk dan jasa secara efektif untuk mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan (Caliskan, 2019; Steinhoff & Palmatier, 2021).

Memahami pelanggan dan menciptakan nilai pelanggan sangatlah penting untuk dapat membuat perusahaan termasuk perpustakaan menjadi sukses, salah satu kunci untuk mencapai hal tersebut adalah dengan memahami sistematika dan implementasi strategi pelanggan (Leligdon et al., 2015). Aspek langkah-langkah merancang strategi *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah, langkah setelah melakukan analisis masalah adalah mengumpulkan data yang ada di lapangan. Berdasarkan data yang didapatkan **Tabel 1** berikut adalah hasil analisis SWOT yang dilakukan di perpustakaan SD Negeri 2 Bojongmenger.

Tabel 1. Analisis SWOT Perpustakaan SDN Bojongmenger 2

No	Aspek	Deskripsi
1	Strength	<ul style="list-style-type: none"> - Kepala sekolah dan guru yang mudah diajak koordinasi - Sekolah masih menerima bantuan pemberian buku baru dari pemerintah - Pemustaka yang memiliki sifat kompetitif
2	Weakness	<ul style="list-style-type: none"> - Banyak koleksi tidak terbarukan - Tidak ada tempat penyimpanan koleksi lagi (rak hanya 1)
3	Opportunities	<ul style="list-style-type: none"> - Proses pengelolaan administratif koleksi perpustakaan dibuat dari awal - Membuat pohon GeLiS (Gerakan Literasi Sekolah) - Memiliki banyak koleksi non-fiksi Text Isi tabel
4	Threats	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya minat baca siswa (bahkan banyak yang masih tidak bisa membaca) - Tidak ada sarana dan prasarana TIK di perpustakaan

Sumber: Pengabdian 2021

Berdasarkan hasil analisis yang ada pada **Tabel 1**, dapat diperoleh data yang menjadi dasar untuk membentuk strategi *customer relationship management*. Pembentukan strategi *customer relationship management* di perpustakaan sekolah ini berpusat pada membangun hubungan dengan pelanggan agar

sesuai dengan fokus pelanggan dalam operasi dan manajemen perpustakaan baik dalam waktu fisik maupun virtual (Bahader *et al.*, 2021; Chiou *et al.*, 2008). Pembuatan strategi *customer relationship management* tentu tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tenaga perpustakaan perlu untuk mengetahui dasar dan juga aspek latar belakang hingga dapat membentuk strategi *customer relationship management* yang dapat membangun interaksi baik antara perpustakaan dan pemustaka.

Terdapat beberapa aspek kerangka kerja *customer relationship management* yang perlu diperhatikan. Kotler & Keller dalam bukunya yang berjudul “*Manajemen Pemasaran*” menyebutkan bahwa CRM merupakan kerangka kerja yang terdiri dari empat langkah yaitu: (1) Identifikasi calon dan pelanggan, (2) bedakan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan nilai mereka bagi perusahaan, (3) berinteraksi dengan masing-masing pelanggan untuk memperbaiki pengetahuan tentang kebutuhan mereka untuk membangun relasi yang lebih kuat, dan (4) sesuaikan produk, layanan, dan pesan dengan kebutuhan masing-masing pelanggan. Berdasarkan teori itu, Komariah (2018) memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah pengaplikasian kegiatan CRM di perpustakaan yang meliputi:

1. Menyiapkan database pengguna

Basis data pengguna merupakan salah satu bagian penting dari kegiatan CRM. Dalam database pengguna ini setidaknya harus dimuat tiga aspek yaitu:

- Demografi yang meliputi nama, alamat, tanggal lahir nomor telepon, umur, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, jumlah anggota keluarga.
- Psikografik yang meliputi minat, pendapat dan kegiatan
- Mediagrafik yang meliputi koleksi yang disukai atau jenis media koleksi perpustakaan yang disukai.

2. Menyeleksi pengguna

Kegiatan penyeleksian pengguna dapat dilaksanakan dengan memberikan kelas-kelas pada pengguna atau pemustaka. Contohnya berdasarkan tingkat kunjungan ke perpustakaan, jumlah koleksi perpustakaan yang dipinjam, jenis koleksi perpustakaan yang sering dipinjam, frekuensi berkonsultasi dengan pustakawan sirkulasi atau frekuensi mencari informasi di perpustakaan dan lain sebagainya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk memperoleh siapa saja pemustaka yang masuk ke dalam kriteria pengguna setia.

3. Berinteraksi dengan pengguna

Langkah selanjutnya adalah berinteraksi dengan pengguna. Kegiatan interaksi ini dapat dilaksanakan secara daring melalui sosial media, email, telfon atau sms dan secara langsung atau luring. pada langkah ini pustakawan dapat berkomunikasi dengan pemustaka secara private dan individual untuk menggali informasi lebih lanjut mengenai kebutuhan dan minat pemustaka terhadap layanan yang telah diberikan oleh perpustakaan.

4. Menyesuaikan jasa layanan informasi

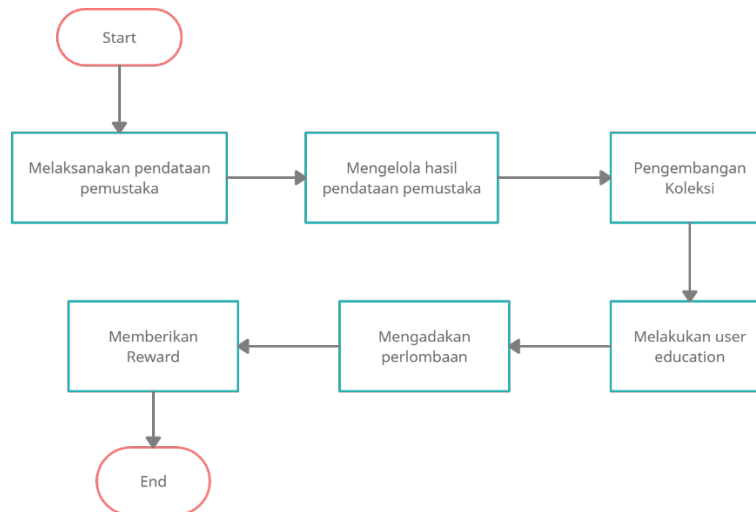
Setelah itu, perpustakaan dapat melakukan kegiatan pengembangan atau menyesuaikan jasa layanan informasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pemustaka. Misalnya menyesuaikan isi informasi, kemasan informasi, bentuk penyampaian informasi kepada pemustaka dan lain sebagainya.

5. Menyampaikan Informasi yang dibutuhkan

Setelah menyesuaikan dengan kebutuhan pemustaka, perpustakaan dapat melakukan pengumuman atau menyampaikan informasi yang relevan dengan kebutuhan pemustaka kepada pemustaka dengan cepat dan tepat.

Berdasarkan aspek kerangka kerja di atas, penulis membentuk sebuah flowcart yang dapat digunakan oleh tenaga perpustakaan di SDN 2 Bojongmenger sebagai sebuah strategi dalam merancang customer

relationship management di perpustakaan. Berikut pada **Gambar 1** adalah alur kerja *Customer Relationship Management* yang dapat diterapkan:



Gambar 1. Rancangan *customer relationship management* Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger

Sumber: Pengabdian 2021

Berdasarkan rancangan *customer relationship management* di perpustakaan sekolah pada **Gambar 1** di atas, langkah pertama yang dapat dilaksanakan adalah melaksanakan pendataan pemustaka. Kegiatan pendataan kepada pemustaka di sekolah ini bertujuan untuk mengetahui data yang dimiliki oleh masing-masing pemustaka, termasuk kebutuhan informasi dan koleksi yang dibutuhkan baik oleh siswa maupun guru. Langkah ini dilakukan karena perusahaan perlu untuk memahami bagaimana kebutuhan yang diperlukan oleh pemustaka agar paling tidak dapat memenuhi harapan dasar yang dimiliki mereka sehingga dapat membentuk kepuasan pelanggan (Stokić et al., 2019).

Langkah berikutnya adalah mengelola hasil data yang sudah dikumpulkan. Tenaga perpustakaan dapat mengelola data tersebut dengan membaginya berdasarkan kebutuhan koleksi. Misalkan siswa kelas bawah membutuhkan koleksi buku cerita fiksi yang memiliki banyak gambar, sedangkan untuk siswa kelas atas membutuhkan koleksi buku cerita yang bertemakan hewan serta tumbuhan. Setelah mendapatkan hasil olahan data, tenaga perpustakaan dapat mengajukan kegiatan pengembangan koleksi perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan pemustaka kepada Kepala Sekolah.

Setelah kegiatan pemenuhan kebutuhan pemustaka terpenuhi, langkah selanjutnya yang dapat dilaksanakan oleh tenaga perpustakaan sekolah adalah melakukan *user education*. Kegiatan ini tidak hanya untuk mengenalkan atau memberitahu pemustaka bahwa di perpustakaan terdapat koleksi terbaru atau memberitahu mengenai layanan yang ada di perpustakaan, namun melalui *user education* pun dapat menjadi jembatan bagi perpustakaan untuk menjalin hubungan baik dengan pemustaka.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis terhadap kondisi yang ada di lapangan, salah satu aspek kekuatan yang ada di lingkungan perpustakaan SDN 2 Bojongmenger ini adalah adanya sifat kompetitif yang dimiliki oleh siswa. Oleh karena itu salah satu strategi untuk menjaga hubungan pelanggan dengan pemustaka SDN 2 Bojongmenger ini adalah dengan mengadakan kegiatan perlombaan. Contoh perlombaannya sendiri tidak perlu bersifat formal, namun dapat berupa perlombaan seperti perlombaan membuat ringkasan dari buku yang sudah di baca atau membuat lomba *storytelling based on book* untuk kelas 4, kelas 5 dan kelas 6. Kegiatan perlombaan ini tentu tetap dalam pengawasan dan pemustaka tetap berinteraksi dengan tenaga perpustakaan.

Langkah berikutnya adalah dengan memberikan *reward* atau hadiah kepada pemustaka. Jenis hadiah yang diberikan kepada pemustaka pun dapat berbagai macam hadiah dengan kategori yang berbeda-beda. Misalnya, tenaga perpustakaan dapat memberikan hadiah kepada pemustaka yang rajin mengunjungi perpustakaan, pemustaka yang rajin meminjam buku dalam kurun waktu satu bulan atau bahkan kepada pemustaka yang rajin mengisi pohon Gerakan Literasi Sekolah.

Rancangan pengembangan *Customer Relationship Management* di Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger secara Digital

Berdasarkan hasil observasi sebelumnya, diketahui bahwa Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger belum melakukan CRM secara digital, dan masih menggunakan cara konvensional oleh karena itu dengan adanya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dirancang dan diimplementasikan CRM secara digital melalui media sosial instagram.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era serba digital ini memang tidak dapat terhindarkan, begitu pun dengan *customer relationship management* yang perlu diadaptasi ke dalam sistem TIK. CRM membutuhkan teknologi berbasis komputer terutama Internet dengan harapan bahwa proses CRM dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien agar dapat menghubungkan pelanggan dengan perusahaan secara interaktif melalui media komunikasi secara sinkronus dan asinkronus (Komariah, 2018).

Pada perkembangannya, strategi *customer relationship management* ini dapat dikembangkan dengan memanfaatkan teknologi dan informasi. Salah satu aspek dari teknologi dan informasi yang dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan sekolah adalah dengan menggunakan media baru, yaitu media sosial. Karena salah satu cara terbaik untuk dapat memasarkan perpustakaan sekolah adalah dengan memanfaatkan media sosial (Koulouris *et al.*, 2020; Mehta & Wang, 2020). Perpustakaan sekolah dapat menggunakan berbagai jenis media sosial yang dapat digunakan untuk bertukar pesan maupun bertukar suara. Seperti menggunakan *email*, SMS atau bentuk komunikasi melalui ponsel, menggunakan brosur atau pamflet (Masuchika, 2013).

Salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan SDN 2 Bojongmenger adalah menggunakan media sosial instagram. Penggunaan media sosial instagram sebagai salah satu rancangan perkembangan *customer relationship management* di perpustakaan sekolah dapat menjadi solusi karena untuk siswa tingkat sekolah dasar yang masih belum sepenuhnya menggunakan ponsel setidaknya bagi orang tua muda atau saudaranya tetap dapat mengakses melalui instagram untuk mengetahui informasi-informasi mengenai perpustakaan SDN 2 Bojongmenger ini.

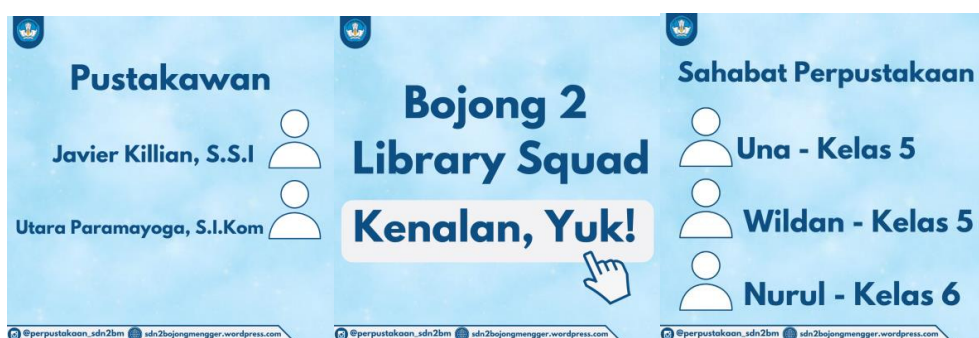
Pengemasan informasi melalui media sosial instagram pun terlihat lebih menarik secara visual karena dibungkus dengan desain infografis. Berikut adalah contoh desain untuk strategi *customer relationship management* di perpustakaan sekolah:



Gambar 2. Rancangan desain untuk CRM melalui media sosial instagram - desain akun informasi instagram perpustakaan SDN 2 Bojongmenger.
Sumber: Pengabdian 2021



Gambar 3. Rancangan desain untuk CRM melalui media sosial instagram - informasi mengenai jam buka layanan perpustakaan dan *contact person*
Sumber: Pengabdian 2021



Gambar 4. Rancangan desain untuk CRM melalui media sosial instagram - pengenalan tenaga perpustakaan dan sahabat perpustakaan sekolah
Sumber: Pengabdian 2021

Rancangan desain *customer relationship management* di perpustakaan sekolah SDN 2 Bojongmenger ini dapat digunakan sebagai bahan *posting* di media sosial instagram, jika perpustakaan sekolah sudah menerapkan *customer relationship management* secara konvensional dan berhasil, penerapan *customer relationship management* ini dapat menjadi pilihan agar perpustakaan tidak hanya menjangkau pemustakanya secara luar jaringan saja, namun di dalam jaringan juga. Selain itu melalui *customer relationship management* secara digital ini, perpustakaan sekolah pun tetap dapat menjaga hubungan pelanggan dengan siswa, guru bahkan alumni sekolah.

Konsep hubungan atau kedekatan yang dimaksudkan disini adalah hubungan yang memiliki kemungkinan bertahan lama. Menurut ahli psikolog sosial, beberapa hubungan lebih dekat daripada hubungan yang lain, dan kelompok individu yang berlainan akan kurang atau bahkan cenderung untuk menjadlin hubungan dekat, hubungan dekat ini tentu melibatkan aspek emosional yang ditandai dengan hal yang positif serta intensitas yang kuat (Fiske, 2020).

Pengembangan *customer relationship management* di perpustakaan sekolah dengan memanfaatkan sarana digital ini salah satunya adalah untuk memicu kepuasan pelanggan secara bertahap. Hal tersebut dapat diartikan bahwa perpustakaan perlu melakukan pengembangan-pengembangan dan memperhatikan tindak *customer relationship management* di perpustakaan sekolah. Perancangan *customer relationship management* di perpustakaan sekolah ini dapat dibuat dengan tenaga perpustakaan yang memberikan atau menawarkan layanan koleksi perpustakaan terlebih dahulu kepada pemustaka, kemudian ia dapat melakukan layanan pendukung dengan adanya *user education* serta bimbingan pemustaka. Setelah itu dalam menjalani pemicu kepuasan pelanggan ini, tenaga perpustakaan dapat mengembangkan perpustakaan dalam hal teknis. Setelah itu dilaksanakan juga interaksi antara tenaga perpustakaan dan pemustaka seperti diadakannya tindakan *sharing*, perlombaan dan *rewarding*. Ketika memasuki level lima, tenaga perpustakaan dapat bersikap dan menjadi contoh atau panutan bagi pemustakanya.

Oleh karena itu, dengan adanya rancangan strategi *customer relationship management* ini perpustakaan sekolah dapat memasarkan perpustakaannya. Terutama perpustakaan SD Negeri 2 Bojongmenger, dapat memasarkan perpustakaan sekolahnya baik kepada guru dan juga muridnya. Sebagai pelanggan perpustakaan sekolah memiliki pemahaman yang mendalam tentang program dan kegiatan yang disediakan oleh perpustakaan sekolah, dan memiliki kepercayaan pada staf perpustakaan karena kebutuhan mereka telah terpenuhi. Selain itu, hasil dari keberhasilan pembuatan dan implementasi cerita pemasaran perpustakaan, perpustakaan sekolah menjadi tujuan bagi siswa, guru, orang tua, administrator, dan masyarakat, sementara staf perpustakaan dianggap penting untuk keberhasilan ini (Houghton, 2016).

CONCLUSION

Berdasarkan pemaparan di atas disimpulkan bahwa untuk meningkatkan penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) di Perpustakaan SDN 2 Bojongmenger, dapat dilakukan beberapa langkah. Pertama, melakukan survei atau pendataan kebutuhan pengguna secara sistematis untuk memahami preferensi dan harapan mereka terhadap perpustakaan. Selanjutnya, mengoptimalkan pengolahan data pengunjung untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat mengenai aktivitas mereka, seperti riwayat peminjaman dan minat baca. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan koleksi dengan mengikuti tren dan kebutuhan pembaca, serta menyediakan program *user education* yang relevan untuk meningkatkan literasi informasi. Perpustakaan juga dapat mengadakan perlombaan dan *rewarding* sebagai bentuk apresiasi terhadap pengunjung yang aktif dan berkontribusi dalam

penggunaan perpustakaan. Setelah langkah-langkah konvensional berhasil, perpustakaan SDN 2 Bojongmengger dapat melangkah ke arah pengembangan CRM digital dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana untuk berinteraksi dengan pengunjung, mempromosikan koleksi dan program perpustakaan, serta membangun komunitas yang aktif dan terlibat. Dengan mengadopsi pendekatan ini, diharapkan perpustakaan mampu meningkatkan hubungan dengan pengguna, meningkatkan partisipasi, serta memberikan layanan yang lebih personal dan responsif sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pengguna saat ini.

Diharapkan dari program pengabdian ini dapat menjadi rekomendasi untuk melakukan peningkatan serta perbaikan dalam kajian keilmuan mengenai *customer relationship management*. Berikut adalah beberapa saran atau rekomendasi yang penulis sampaikan dalam program ini: Bagi pihak pengelola perpustakaan SD Negeri 2 Bojongmengger: (1) diharapkan dapat mengembangkan strategi *customer relationship management* di perpustakaan sekolah, (2) diharapkan dapat mengembangkan sumber daya manusia baik pustakawan maupun tenaga perpustakaan, (3) diharapkan dapat meningkatkan penggunaan teknologi dan informasi di perpustakaan sekolah, (4) diharapkan dapat meningkatkan sarana dan prasarana khususnya untuk perpustakaan sekolah, (5) diharapkan dapat tetap melanjutkan pendataan untuk pemustaka termasuk administrasi perpustakaan sehingga kelak dapat menjadi salah satu sumber data untuk menentukan atau membuat keputusan terkait manajemen perpustakaan. Bagi peneliti atau pengembang program selanjutnya yaitu (1) diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai strategi *customer relationship management* khususnya untuk perpustakaan sekolah, (2) diharapkan dapat melakukan pengembangan terhadap sistem kerja *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah, dan (3) diharapkan dapat melakukan pengembangan terhadap desain *customer relationship management* untuk perpustakaan sekolah melalui media sosial instagram.

AUTHOR'S NOTE

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada SDN 2 Bojongmengger yang telah senantiasa mendukung penuh sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan program Kampus Mengajar dan pengembangan perpustakaan secara optimal. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang mendukung hingga artikel penelitian ini dapat dipublikasikan. Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan terkait publikasi artikel ini. Penulis menegaskan bahwa data dan isi artikel bebas dari plagiarisme

REFERENCES

- Bahader, M., Idrees, H., & Naveed, M. A. (2021). Customer relationship management practices in university libraries of Pakistan. *Library Philosophy and Practice*, 19, 1-24.
- Bramasta, D., & Irawan, D. (2018). Persebaran sarana dan prasarana perpustakaan sekolah dasar berbasis sistem informasi geografis. *Khazanah Pendidikan*, 11(1), 39-67.
- Caliskan, A. (2019). Applying the right relationship marketing strategy through big five personality traits. *Journal of Relationship Marketing*, 18(3), 196-215.
- Chiou, W. C., Perng, C., Wang, S. L., & Tsai, J. T. (2008). A conceptual framework of library reader service from customer relationship management perspective. *Proceedings of the 2008 2nd International Conference on Future Generation Communication and Networking, FGCN 2008*, 1(1), 41-46.
- Dewi, L., & Suhardini, D. (2014). Peran perpustakaan dan tenaga perpustakaan sekolah/madrasah dalam meningkatkan mutu pendidikan di sekolah/madrasah. *EduLib*, 4(2), 57-83.

- Fiske, A. P. (2020). The lexical fallacy in emotion research: Mistaking vernacular words for psychological entities. *Psychological review*, 127(1), 95-113.
- Gaol, T. L. (2019). Customer relationship management: Studi perpustakaan Institut Teknologi Del. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(2), 164-170.
- Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: Digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 33(1), 2733-2750.
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R., & Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129, 83-87.
- Gul, S., & Bano, S. (2019). Smart libraries: An emerging and innovative technological habitat of 21st century. *The Electronic Library*, 37(5), 764-783.
- Houghton, B. (2016). Content marketing your library. *CSLA Journal-Official Publication of the California School Library Association*, 1(40), 22-25.
- Kamaludin, K., Tjuparmah, Y., & Silvana, H. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap citra perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41.
- Koulouris, A., Vraimaki, E., & Koloniari, M. (2020). COVID-19 and library social media use. *Reference Services Review*, 49(1), 19-38.
- Komara, D. A., & Hadiapurwa, A. (2022). Improving literacy of junior high school students through revitalization of library in Kampus Mengajar IV activities. *Dwijia Cendekia: Jurnal Riset Pedagogik*, 7(1), 143-152.
- Komariah, N. (2018). Aplikasi Customer Relationship Management (CRM) dalam layanan informasi di perpustakaan. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya*, 2(1), 131-142.
- Lal, J. (2018). The role of public libraries in socio-cultural development in rural areas in India. *Library Progress (International)*, 38(2), 299-313.
- Lattuputy, H. (2003). Perpustakaan sekolah: Perannya dalam menunjang pendidikan siswa di sekolah (catatan untuk para pustakawan sekolah). *Baca: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 27(2), 27-34.
- Lee, S. (2016). Comparative analysis of library marketing studies in Korea and other countries from 2000 to 2013. *Malaysian Journal of Library and Information Science*, 21(3), 71-93.
- Leligdon, L., Quinn, T., & Briggs, L. (2015). Strategic CRM: Improving the business of academic libraries. *College and Undergraduate Libraries*, 22(3), 247-260.
- Mafar, F., & Sudiar, N. (2017). Peta kondisi perpustakaan sekolah dasar di Pekanbaru. *Jurnal Pustaka Budaya*, 4(1), 9-16.
- Masuchika, G. (2013). The reference desk, points-of-sale, and the building of loyalty: Applications of Customer Relationship Management techniques to library marketing. *Reference Librarian*, 54(4), 320-331.
- Mehta, D., & Wang, X. (2020). COVID-19 and digital library services: A case study of a university library. *Digital library perspectives*, 36(4), 351-363.
- Merga, M. K., Roni, S. M., Loh, C. E., & Malpique, A. (2021). Revisiting collaboration within and beyond the school library: New ways of measuring effectiveness. *Journal of Library Administration*, 61(3), 332-346.
- Ningrum, P. T., Suria, O., & Witanti, A. (2018). Perancangan e-resource perpustakaan menggunakan customer relationship management berbasis mobile. *Eksplora Informatika*, 8(1), 59-68.

- Novianto, G. D., Herman, D. A., & Hadiapurwa, A. (2021). Pelaksanaan pendidikan jarak jauh bagi pendidik dan peserta didik di masa pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Pembelajaran Sekolah Dasar*, 4(2), 98-111.
- Nurhidayah, R. (2015). Evaluasi strategi pemasaran dalam upaya membangun loyalitas pengguna di perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta ditinjau dari pendekatan customer relationship management. *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 11(1), 24-44.
- Ratu, D., Uswatun, A., & Pramudibyanto, H. (2020). Pendidikan dalam masa pandemi COVID-19. *Jurnal Sinestesia*, 10(1), 41-48.
- Rokan, M. R. (2017). Manajemen perpustakaan sekolah. *Jurnal Iqra*, 11(1), 5-9.
- Rosinar, E. (2014). Kiat-kiat pemberdayaan perpustakaan sekolah. *EduLib*, 4(1), 113-137.
- Saha, L., Tripathy, H. K., Nayak, S. R., Bhoi, A. K., & Barsocchi, P. (2021). Amalgamation of customer relationship management and data analytics in different business sectors: A systematic literature review. *Sustainability*, 13(9), 5279.
- Santoso, H. (2007). Promosi sebagai media pemberdayaan perpustakaan sekolah. *Jurnal Perpustakaan Sekolah*, 1(1), 1-8.
- Setyawatira, R. (2009). Kondisi minat baca di Indonesia. *Jurnal Media Pustakawan*, 16(2), 28-33.
- Siahaan, H. (2008). Customer Relationship Management (CRM) sebagai sarana meraih image positif untuk perpustakaan. *Pustaka*, 4(2), 34-44.
- Soulen, R. R., & Tedrow, L. (2022). Students' frequency of access to school library materials in transformative times. *Journal of Librarianship and Information Science*, 54(4), 622-639.
- Steinhoff, L., & Palmatier, R. W. (2021). Commentary: Opportunities and challenges of technology in relationship marketing. *Australasian Marketing Journal*, 29(2), 111-117.
- Stokić, A., Stojanović, D., Bogdanović, Z., Despotović-Zrakić, M., & Radenković, B. (2019). Enhancing the customer relationship management in public libraries: Findings from three developing countries. *Library Hi Tech*, 37(2), 247-268.
- Szabo, S., & Webster, J. (2021). Perceived greenwashing: The effects of green marketing on environmental and product perceptions. *Journal of Business Ethics*, 171, 719-739.
- Utomo, R. E. P. (2018). Mengembangkan customer relationship marketing di perpustakaan. *JUPI: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 3(2), 177-183.
- Wanti, V. (2019). Perpustakaan sekolah sebagai rumah kedua bagi warga sekolah. *Unilib: Jurnal Perpustakaan*, 5(1), 28-33.
- Warsela, M., Wahyudi, A. D., & Sulistiyawati, A. (2021). Penerapan customer relationship management untuk mendukung marketing credit executive (studi kasus: PT FIF Group). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(2), 78-87.
- Widuri, N. R. (2000). Pemasaran jasa informasi perpustakaan. *Baca*, 25(4), 68-72.
- Wulandari, D. (2012). Sinergi perpustakaan umum dengan perpustakaan sekolah : Sebuah wacana mewujudkan siswa melek informasi. *Media Pustakawan*, 19(2), 12-15.
- Yang, Y. T., & Shieh, J. C. (2019). Is there the pareto principle in public library circulation? A case study of one public library in Taiwan. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 24(2), 97-113.
- Zohriah, A. (2017). Efektivitas pelayanan perpustakaan sekolah. *Tarbawi*, 3(1), 102-110.