

ANALISIS IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) PADA APLIKASI CANDIL

Rani Supartini

Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan,
Email: ranisupartini@upi.edu

Angga Hadiapurwa

Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Pendidikan
Email: angga@upi.edu

Received: 14-12-2022

Revised: 21-12-2022

Accepted: 29-12-2022

DOI: 10.24036/ib.v4i1.367

Abstract

This article discusses the implementation of CRM in West Java Dispusipda. CRM in the library is very effective to do, because the main focus of the library is the user. The research method used in this article is a qualitative research method. The results of the analysis carried out are the implementation of CRM on the Candil application by providing interesting features, namely giving appreciation, requesting books, and bookshelves. It aims to achieve user satisfaction, which based on the analysis of the assessment of the Play Store application shows a good category.

Keywords: CRM, West Java Dispusipda Library, Customer satisfaction, and Candil.

Abstrak

Artikel ini membahas implementasi CRM di Dispusipda Jawa Barat. CRM di perpustakaan sangat efektif untuk dilakukan, karena fokus utama perpustakaan adalah pengguna. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian kualitatif. Hasil analisis yang dilakukan adalah penerapan CRM pada aplikasi Candil dengan menyediakan fitur-fitur menarik yaitu pemberian apresiasi, permintaan buku, dan rak buku. Hal tersebut bertujuan untuk mencapai kepuasan pengguna yang berdasarkan analisis penilaian terhadap aplikasi Play Store menunjukkan kategori baik.

Kata kunci: CRM, Perpustakaan Dispusipda Jawa Barat, Kepuasan pelanggan, dan Candil.

PENDAHULUAN

Suatu institusi, lembaga, atau perusahaan sudah dapat dipastikan berorientasi pada tujuan awal institusi tersebut didirikan, ada yang berorientasi pada bisnis perdagangan, ada yang berorientasi pada layanan jasa, ada pula yang berorientasi pada layanan

informasi. Namun ada beberapa hal yang tidak luput dari tujuan dan orientasi mereka untuk tetap memastikan bahwa lembaga yang mereka bangun tidak hancur begitu saja. Salah satu kiat yang dipakai untuk mempertahankan layanan atau produk mereka tetap sampai pada konsumen adalah mempertahankan

konsumen itu sendiri dengan membangun relasi pada pelanggan. Dalam dunia bisnis, relasi pelanggan dapat dikenal dengan manajemen relasi pelanggan yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *Customer Relationship Management* (CRM).

Customer Relationship Management atau selanjutnya akan disingkat CRM merupakan sistem informasi sebuah perusahaan yang berfokus pada manajemen pemasaran yang menitikberatkan pada pelanggan sebagai suatu *stakeholder* yang sangat berpengaruh pada keberlangsungan rantai bisnis suatu perusahaan. Pada CRM, pelanggan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam dunia bisnis, market yang dibidik oleh CRM adalah pelanggan, bagaimana seorang pelanggan dapat memilih perusahaan A untuk mereka gunakan jasa pelayanannya, atau mereka pilih produknya. Kekuatan yang dipakai oleh CRM adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat menjalin hubungan dengan pelanggan agar terciptanya kegiatan ekonomi secara berulang. Namun, pada buku *Secrets of Customer Relationship Management* yang

ditulis oleh James G. Barnes tahun 2001 menjelaskan bahwa hubungan pelanggan tidak hanya ditandai dengan berulangnya kegiatan ekonomi, lebih dari itu hubungan pelanggan menjalin hubungan sejati dengan para pelanggan yang biasa kita temukan pada perusahaan kecil yang benar-benar dekat dengan pelanggan mereka. James juga menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan besar dapat mengadopsi kedekatan perusahaan kecil dengan pelanggan mereka dengan syarat semua pihak yang terlibat dalam perusahaan itu harus menerima fakta bahwa menjalin hubungan dengan pelanggan itu merupakan suatu hal yang penting, juga harus dapat menghargai proses menjalani hubungan dengan pelanggan itu sendiri, serta semua *stakeholder* perusahaan harus memahami hubungan dari perspektif pelanggan untuk kemudian dapat benar-benar mempraktikkan konsep CRM (Winardi, 2003).

Berdasarkan Undang-Undang nomor 43 tahun 2007, perpustakaan merupakan institusi pengelola karya tulis, karya rekam, dan atau karya cetak untuk memenuhi kebutuhan pemustaka

dan memberikan fungsi pendidikan, penelitian, informasi, pelestarian, dan rekreasi kepada pemustaka. Pada konsep ini, dapat ditarik fakta bahwa perpustakaan merupakan lembaga informasi yang menyediakan informasi dan layanan yang orientasi utamanya adalah pemustaka atau dalam dunia bisnis disebut pelanggan/konsumen. Meskipun CRM di dunia perpustakaan kurang populer dikarenakan orientasi CRM yang biasa dipakai pada perusahaan profit, sedangkan perpustakaan adalah lembaga non-profit, namun pada konsep perpustakaan, CRM sangat efektif untuk dilakukan, karena konsep-konsep dalam CRM ini sangat efektif dan sesuai untuk perpustakaan yang berorientasi pada pemustaka.

Barner dalam (Mahmunah, 2018, hlm. 20) menyebutkan jika sebuah organisasi menerapkan CRM dalam strategi marketing, sebuah organisasi tersebut mempunyai nilai tambah, yakni : relasi organisasi, kenyamanan pelanggan, sumber iklan gratis, biaya pelanggan murah, dan menghindari pelanggan sensitive. *Customer Relationship Management* memberikan manfaat bagi

kedua pihak, dalam konsep perpustakaan adalah pihak pemustaka dan pihak perpustakaan. Maka dari itu, perpustakaan hendaknya mengembangkan hubungan baik dengan pemustaka demi membawa keuntungan lebih bagi perpustakaan itu sendiri. Hal tersebut yang menjadi latar belakang penulisan ini.

Dalam dekade terakhir, tidak ada inovasi yang benar-benar berdampak dalam dunia bisnis dan perilaku pelanggan sebesar internet memberikan dampak pada dunia bisnis dan perilaku pelanggan (Hamel & Jeff, 1998). Meskipun pada awalnya konsep hubungan pelanggan melalui internet bertentangan dengan segala hal yang diketahui tentang hubungan, dimana hubungan biasa terikat dengan hal-hal yang nyata dan dekat. Namun dapat kita lihat, 10 tahun terakhir, dunia internet telah berdampak besar pada dunia bisnis dalam menghubungkan perusahaan mereka dengan pelanggan. Pada saat ini, teknologi dan internet tidak hanya dapat kita temukan dalam dunia bisnis saja, namun perpustakaan juga telah mengadaptasi perkembangan teknologi

dengan adanya konsep perpustakaan digital, seperti perpustakaan Dispusipda Jabar yang mengembangkan sebuah aplikasi perpustakaan yang menyediakan informasi untuk dapat diakses dimanapun dan kapanpun meskipun tidak berada pada sekitar perpustakaan. Dengan fenomena seperti ini, maka penulis dalam artikel ini membahas mengenai analisis *customer relationship management* yang diimplementasikan pada aplikasi Candil (Maca dina Digital Library) yang dikembangkan oleh perpustakaan dan kearsipan daerah Jawa Barat.

Sebelum artikel ini ditulis, ada beberapa penelitian terdahulu yang meneliti topik serupa, yakni penelitian yang dilakukan oleh Tri Susilowati dan Agus Suryana yang menulis artikel berjudul “analisis penerapan *customer relationship management* (crm) pada perpustakaan STMIK Pringsewu dalam upaya meningkatkan kepuasan mahasiswa”. Artikel ini menyatakan analisis terkait manajemen perpustakaan dan kegiatan di perpustakaan dalam hubungannya dengan kepuasan pemustaka, dimana pemustaka di

perpustakaan STMIK Pringsewu adalah dominan mahasiswa STMIK. Hasil dari analisis yang dilakukan terkait kepuasan pemustaka yaitu perpustakaan STMIK Pringsewu merumuskan strategi-strategi dalam upaya menciptakan loyalitas pemustaka, yakni strategi defensif berupa *switching barriers* atau pembentukan rintangan pengalihan, strategi ini dilakukan perpustakaan dengan membuat otomasi perpustakaan (*library online*) yang bertujuan untuk memudahkan pemustaka dalam mengakses informasi dimanapun dan kapanpun. Strategi kedua yang dilakukan adalah penanganan keluhan atau *customer voice*, bertujuan untuk menampung keluhan serta kritik yang disampaikan oleh pemustaka agar perpustakaan dapat terus berkembang menjadi lebih baik (Susilowati & Suryana, 2012). Karena penelitian ini melakukan sebuah wawancara kepada para mahasiswa, maka berdasarkan hasil wawancara, perpustakaan STMIK Pringsewu dinilai baik dalam menyediakan layanan untuk menjaga loyalitas pemustaka, yang dimana pemustaka yang dimaksud adalah

mahasiswa dari STMIK Pringsewu itu sendiri.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rindang dan Amin, dengan judul artikel “analisis pendekatan *customer relationship management* dalam upaya membangun loyalitas pengguna di UPT perpustakaan muhammadiyah Surakarta”. Rindang dalam artikel ini meneliti tentang korelasi antara CRM dengan loyalitas pengguna (pemustaka) di perpustakaan universitas muhammadiyah Surakarta dengan menggunakan metode kuantitatif, maka hasil yang diperoleh didasarkan pada uji hipotesis dan analisis data. Setelah dilakukan uji hipotesis dan analisis data, mereka mendapatkan hasil positif, bahwa adanya korelasi antara CRM di UPT Perpustakaan UMS. Namun hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa tingkat korelasi antara dua variabel tersebut cukup rendah, meskipun rendah tapi hasil korelasi antara dua variabel ini bersifat pasti. Angka nilai korelasi antara kedua variabel ini sebesar 0,343, sedangkan nilai interval CRM di UPT Perpustakaan UMS menunjukkan angka sebesar 3,38-4,20. Dan nilai interval

loyalitas pengguna menunjukkan nilai sebesar 2,62-4,18. Hasil tersebut menunjukkan bukti korelasi cukup rendah antara dua variabel yang diuji, namun adanya nilai *mean* yang bisa disebabkan oleh faktor-faktor lain dalam layanan perpustakaan, seperti kualitas layanan dan kepercayaan pemustaka, sehingga dapat menciptakan jaminan perpustakaan dan kepuasan akumulatif atas layanan yang diberikan kepada pemustaka. Indikator-indikator lainnya juga termasuk kepada kategori baik, yaitu diantaranya SDM, proses layanan, dan teknologi (Rindang, n.d).

Dari beberapa urgensi yang telah dipaparkan pada paragraf-paragraf awal dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka artikel ini akan membahas mengenai Customer Relationship Management di Dispusipda Jabar dan juga menganalisis kepuasan pelanggan dilihat dari review aplikasi perpustakaan digital yang dimiliki oleh Dispusipda Jabar yaitu aplikasi Candil ditinjau dari ulasan dan *rating* pengguna aplikasi Candil di playstore. Artikel analisis implementasi customer relationship ini bertujuan untuk

mengetahui seperti apa implementasi crm yang diterapkan dalam perpustakaan dan arsip daerah Jawa Barat dan menilik kepuasan pelanggan pengguna aplikasi perpustakaan digital Candil (Maca dina Digital Library) yang dikembangkan oleh Dispusipda Jabar.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif Menurut Erickson (1968) dalam (Albi & Johan, 2018, hlm.7) penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan bagi kehidupan mereka. Teknik pengambilan data pada artikel ini adalah pengamatan pada objek penelitian. Penulis akan melakukan pengamatan pada aplikasi Candil (Maca dina Digital Library) berkaitan dengan Customer Relationship Management yang diterapkan oleh Perpustakaan Dispusipda Jabar melalui aplikasi perpustakaan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Relationship Management (CRM) di Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Jawa Barat

Customer Relationship Management (CRM) hadir menjadi salah satu strategi pemasaran yang fokus utamanya adalah pelanggan. CRM dihadirkan tidak lain untuk menjalin hubungan yang menguntungkan antara pemasar dengan konsumen dengan cara meningkatkan kinerja dalam melayani pelanggan, memberikan gencaran pendekatan-pendekatan kepada pelanggan dengan beberapa pendekatan menarik agar terciptanya hubungan sejati dengan pelanggan. Selain pendekatan-pendekatan kepada pelanggan, pemasar juga diharuskan untuk memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan, juga harus meningkatkan kualitas yang diberikan pada pelanggan agar menciptakan loyalitas pelanggan secara tidak langsung. (Kamaludin, Tjuparmah, & Silvana, 2019) memaparkan dalam kajiannya, bahwa untuk meningkatkan relasi antara pelanggan dengan perusahaan, perusahaan dapat memperhatikan tiga aspek utama, yakni teknologi, penerapan CRM dalam strategi marketing, dan *global competition*. Dalam perpustakaan, CRM dapat diimplementasikan dengan

memberikan pelayanan prima kepada pemustaka yang difokuskan untuk menjalin hubungan harmonis dengan pemustaka agar tercapainya tujuan pembangunan perpustakaan yakni memberikan fungsi-fungsi kepada pemustaka juga mencapai kepuasan pemustaka baik dari segi pelayanan, koleksi, juga emosional.

Sejalan dengan yang dipaparkan oleh Kamaludin, CRM di perpustakaan dan kearsipan daerah Jabar diimplementasikan dengan memfokuskan pada pelayanan prima kepada pemustaka guna untuk mencapai kepuasan pemustaka dari segi kebutuhan koleksi, pelayanan teknis, dan kepuasan emosional yang dirasakan oleh pemustaka. Untuk strategi-strategi yang diimplementasikan, ada banyak strategi CRM yang diupayakan untuk menjadlin hubungan dengan pemustaka, namun terkhusus pada artikel ini, penulis menyebutkan bahwa strategi yang terus ditingkatkan dan dikembangkan adalah aplikasi Candil (Maca dina Digital Library).

Implementasi CRM dalam aplikasi Candil dinilai sudah cukup baik dengan

pelayanan prima ditujukan kepada pemustaka. Fitur-fitur yang diberikan dalam aplikasi Candil sudah cukup menarik untuk ukuran sebuah aplikasi lembaga informasi. Dalam hal koleksi, Candil sudah cukup memenuhi kebutuhan pemustaka dari beberapa kategori, apalagi pemustaka diberikan kemudahan untuk mencari-cari buku berdasarkan kategori yang tentu mengefektifkan waktu pemustaka dalam pencarian informasi, dan disamping itu terdapat pula *tools* cari untuk menemukan koleksi. Meskipun dalam pengalaman pribadi, beberapa kali mencari koleksi, dan tidak menemukan, namun ada solusi untuk itu yaitu permintaan koleksi. Dari segi pelayanan teknis, aplikasi Candil cukup mudah digunakan, cepat dalam mengakses informasi, dan mempunyai performa yang mumpuni dalam segi pengembangan aplikasi. Perpustakaan dan Kearsipan Jawa Barat juga baik dalam menanggapi keluhan para pemustaka yang terdapat pada komentar-komentar penilaian di play store mengenai aplikasi Candil.

Implementasi CRM pada Aplikasi Digital Library Candil (Maca dina Digital Library)

Topik CRM dalam perkembangan teknologi sudah tidak asing lagi, bahwa sekarang hubungan pelanggan tidak hanya bisa dikatakan sebagai membangun hubungan pelanggan melalui pendekatan-pendekatan yang nyata, yang dimana si perusahaan harus bertemu langsung pelanggan mereka untuk menciptakan hubungan sejati berlanjut pada loyalitas pelanggan. Namun dengan perkembangan teknologi saat ini, hubungan pelanggan bisa dibangun tanpa melihat langsung satu sama lain, dengan bermodal *gadget* dan internet, hubungan pelanggan dapat dibangun dan dikatakan sukses. CRM sering dikembangkan pada sosial media, *website*, aplikasi, dan media lainnya dalam internet. Seperti halnya sebuah aplikasi, CRM yang diterapkan dalam sebuah aplikasi adalah mencakup kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menilai segmentasi pasar, mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan kesetiaan pelanggan pada perusahaan melalui aplikasi, dan

meningkatkan kepuasan pelanggan melalui aplikasi.

Melihat dari laman jabarprov, Candil merupakan singkatan dari Maca dina Digital Library adalah aplikasi perpustakaan digital resmi yang dimiliki oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Dispusipda mengembangkan aplikasi perpustakaan digital ini dengan sedemikian rupa, yang bertujuan untuk melayani pemustaka, memudahkan pemustaka dalam mengakses informasi, dan mengefektifkan waktu pemustaka karena dapat diakses dari jauh. Aplikasi Candil memuat beragam fitur menarik seperti tentunya koleksi buku, novel, buku pengayaan, pengetahuan, dan lain sebagainya yang saat ini sudah ada kurang lebih hingga 1.500 judul buku berasal dari penulis Jawa Barat hingga nasional. Hal ini dilakukan tidak lain adalah sebagai bentuk layanan terbaik perpustakaan agar pemustaka dapat meminjam buku melalui media elektronik (Jabarprov, 2017). Sampai artikel ini dibuat, aplikasi Candil telah di unduh sebanyak lebih dari 10 ribu pengguna di playstore dan telah diulas oleh 198 pengguna dengan rata-rata

rating terbanyak memberikan *rating* bintang lima. Sedangkan pada pengguna iPhone, aplikasi candil hanya diulas oleh 2 pengguna di Appstore dengan rata-rata *rating* terbanyak memberikan bintang satu.

Berikut ini akan penulis paparkan beberapa strategi hubungan pelanggan yang diimplementasikan oleh Dispusipda pada aplikasi perpustakaan digitalnya.

Pemberian *reward*, pada kenyataannya manusia itu adalah makhluk yang sangat suka jika diberikan hadiah, pemberian hadiah ini tidak hanya sebagai bentuk apresiasi satu orang untuk orang lainnya, namun juga memberikan kesan bahwa orang tersebut adalah orang yang istimewa dalam kehidupan kita. Begitu pula hal yang dilakukan oleh Dispusipda Jabar pada aplikasi Candil, mereka memberikan apresiasi pada pemustaka-pemustaka dengan peringkat membaca tertinggi. Apresiasi ini diberikan kepada 10 pembaca terbaik dan dapat ditemukan pada halaman awal aplikasi Candil.



(gambar 1 pembaca terbaik. Sumber : aplikasi candil)

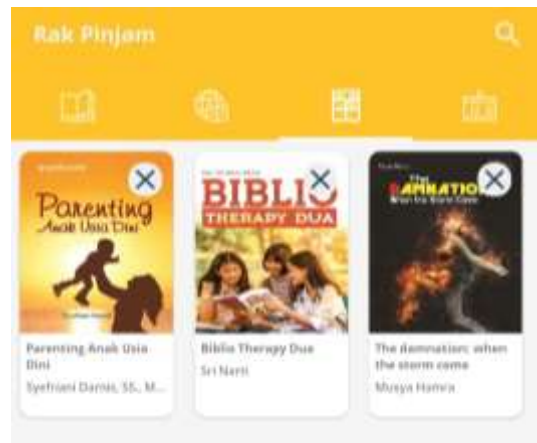
Kegiatan menarik, Dispusipda Jabar juga menawarkan kegiatan-kegiatan yang menarik untuk dapat diikuti oleh seluruh pemustaka yang ingin bergabung pada kegiatan tersebut. Seperti yang sudah dipaparkan bahwa CRM itu merupakan pendekatan dari satu orang ke orang lainnya untuk menjalin hubungan dengan seseorang, maka Dispusipda pun melakukan strategi tersebut untuk dapat terhubung dengan pemustaka, dengan melalui media online. Kegiatan-kegiatan menarik tersebut dapat ditemukan pada halaman berita aplikasi Candil.



(gambar 2 berita kegiatan, sumber : aplikasi candil)

Rak pinjam, untuk memberikan kepuasan kepada pemustaka, tentu sang pemegang perusahaan harus sebaik-baiknya dalam memberikan kinerja kepada pelanggan. Begitu juga dalam lembaga informasi yang memberikan pelayanan kepada pemustaka, maka pelayanan yang diberikan harus sebaik-baiknya pelayanan. Rak pinjam di aplikasi Candil bertujuan untuk memudahkan pemustaka dalam mencari buku yang sudah dipinjam, hal ini terlihat

sederhana, dan sudah dipastikan ada dalam aplikasi penyedia informasi seperti Candil, namun lebih dari itu, dampaknya sangat besar, karena merupakan fitur dasar untuk memudahkan pemustaka agar terciptanya kepuasan pemustaka. Rak pinjam dapat ditemukan di bagian laman ketiga yang bisa langsung terlihat pada laman *home* aplikasi candil, hanya klik satu kali, maka buku yang dipinjam akan langsung bisa ditemukan



(gambar 3 rak pinjam, sumber : aplikasi candil)

Permintaan buku, sebagai salah satu bentuk strategi CRM yang dilakukan untuk memberikan kesan pelanggan adalah salah satu *stakeholder* yang sangat penting dan dapat memberikan hak menyuarakan pendapat, Dispusipda mengemas itu dalam satu fitur menarik yaitu permintaan buku. Hal ini dilakukan

Dispusipda Jabar untuk menjalin hubungan dengan pemustaka agar pemustaka dapat bertahan dan setia dengan aplikasi Candil. Selain untuk menjalin hubungan dengan pelanggan, informasi ini juga sangat penting untuk mengembangkan aplikasi dalam hal koleksi, juga memenuhi salah satu program perpustakaan yakni memenuhi kebutuhan pemustaka. Dengan informasi ini, perpustakaan dapat terus menambah koleksi-koleksi yang sesuai dengan kebutuhan pemustaka, dan bertujuan untuk memberikan kepuasan pada pemustaka. Fitur permintaan buku dapat ditemukan pada laman profil, dan pengisian instrumen pertanyaan seperti yang dapat dilihat pada gambar.

(gambar 4 permintaan buku, sumber : aplikasi candil)

Kepuasan Pelanggan dari pengguna aplikasi Candil

Pemustaka merupakan satu *stakeholder* yang sangat penting dalam sebuah mata rantai sebuah lembaga informasi, yakni perpustakaan. Pemerintah provinsi Jawa Barat mengelola dan mengembangkan perpustakaan bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pemustaka guna memberikan kepuasan dari pemustaka. Beberapa strategi dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut, salah satu yang dilakukan ialah marketing dengan pendekatan CRM melalui aplikasi Candil (Maca dina Digital Library). Candil memuat beberapa fitur menarik untuk memberi kesan yang baik kepada pemustaka, diantaranya adalah penyediaan buku-buku pengetahuan, informasi, dan rekreasi serta hiburan pemustaka yang saat ini tercatat lebih dari 1.500 judul buku untuk memenuhi kebutuhan pemustaka. Selain itu, ada beberapa fitur lainnya untuk menjalin hubungan dengan pemustaka seperti kegiatan produktivitas yang lebih memberikan kesan “dekat” serta form kebutuhan pemustaka dengan indikator

permintaan buku dalam aplikasi Candil. Size dari aplikasi ini tidak terlalu berat, yakni 11,40 MB dan telah di unduh sebanyak 10.000 lebih pengguna di Play store. Aplikasi ini dirilis pada tanggal 25 November 2019 dan pada terakhir update pada tanggal 14 desember 2021 menjadi versi 3.1.7.

Sampai artikel ini dibuat, aplikasi Candil telah di unduh sebanyak lebih dari 10 pengguna di playstore dan telah di review oleh seratus delapan puluh dua (182) pengguna dengan rata-rata review terbanyak memberikan review bintang lima. Sedangkan pada pengguna iPhone, aplikasi candil hanya di review oleh enam belas pengguna di Appstore dengan rata-rata review terbanyak memberikan bintang satu.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh penulis dalam mengukur kepuasan pemustaka dalam penilaian aplikasi di play store, terdapat dua kategori penilaian yaitu Positive dan Critical. Sedangkan dari segi bintang yang diberikan, ada empat belas (14) pengguna yang memberikan bintang lima, dimana pengguna terbanyak ada pada bintang ini, kategori pengguna yang

memberikan bintang empat ada dua (2) pengguna, untuk bintang tiga dan bintang dua tidak ada pengguna, dan pengguna yang memberikan bintang satu terdapat dua belas (12) pengguna. Untuk dua kategori yang telah disebutkan, penulis akan menyajikannya dalam bentuk tabel.

Kategori Positive	
Nama Pengguna	Penilaian
Pengguna ZI	E library paling easy access
Pengguna RM	Aplikasi yang sangat membantu kalau anak-anak sedang bosan di rumah dan daring terus-terusan, disuruh baca buku anak di aplikasi candil ini dan anaknya suka.
Pengguna GG	Favorit banget buat cari bahan bacaan dikala senggang.
Pengguna PR	Keren banget aplikasinya... sangat bermanfaat sekali.
Pengguna ART	Keren, mudah-mudahan tambah lagi bahan buku bacaannya
Pengguna R99	Saya sudah sekitar 2 bulan pakai candil, tapi sekarang setiap buka buku selalu blank + ada notifikasi "otentikasi gagal silakan login ulang". Setelahnya saya coba login ulang tapi hasilnya sama, terus berulang seperti itu. Mohon segera diperbaiki agar saya bisa pakai lagi aplikasinya, terima kasih.
Pengguna DR	Semoga semakin baik
Pengguna Im	Bagus
Pengguna MFI	Candil dapat menjadi pilihan alternatif untuk mencari bahan bacaan dikala pandemi.
Pengguna FI	Aplikasi yang sangat membantu, anak-anak sangat senang karena banyak sekali buku cerita untuk dibaca..
Pengguna Tm	Sebenarnya bagus sih, koleksinya lumayan memadai buat saya yang lagi skripsian (at least sebagian buku metopen). Cua saya biasa buka di dekstop soanya storage handphone suka tidak cukup, nah entah kenapa berapa bulan lalu tidak bisa dibuka softwrenya dan pas mau download lagi di web tidak bisa. Mohon segera ditangani ya.

Dari penilaian-penilaian yang telah dipaparkan di atas, dapat kita lihat bahwa penilaian dalam kategori positive hampir semua memberikan komentar baik dan menyoroti manfaat dari aplikasi Candil tersebut. Dari beberapa penilaian terlihat kemudahan dari akses aplikasi, banyaknya sumber yang dapat dimanfaatkan, dan aplikasi yang dipakai banyak memberikan manfaat lainnya untuk pengguna. Selain itu, aplikasi Candil tidak hanya dapat dimanfaatkan oleh orang dewasa saja, namun juga dari berbagai kalangan dari anak-anak, dewasa, hingga orang tua. Terlihat dari komentar yang memanfaatkan aplikasi Candil untuk anak-anaknya dalam pembelajaran atau mengisi waktu dikala bosan melanda, ada juga komentar yang memanfaatkan aplikasi Candil untuk mengerjakan tugas ataupun tugas akhirnya seperti skripsi, dan lain-lain, serta ada pula pengguna yang memanfaatkan aplikasi Candil untuk mencari referensi di waktu senggangnya, terutama untuk orang dewasa. Aplikasi Candil dalam sudut pandang pengguna yang memberikan penilaian dalam kategori positive ini tergolong baik,

karena terlihat dari penilaian mereka dalam bentuk komentar yang positif dan pemberian bintang dengan rata-rata bintang lima dan bintang empat.

Kategori Critical	
Nama Pengguna	Penilaian
Pengguna AP	Sama seperti pengguna lain, email verifikasi ga nyampe. Cek di inbox dan spam tidak ada juga. Tidak ada cara untuk meminta kirim ulang email verifikasi. Daftar ulang dengan email yang sama, tidak bisa juga, tidak ada keterangan apa-apa, hanya di field email jadi berwarna kuning.
Pengguna ACK	Link verifikasi emailnya sama sekali tidak muncul. Emailnya sampai sih (ada di spam) tapi tidak ada notifikasinya
Pengguna NH	Verifikasi emailnya tidak masuk ke alamat email saya, padahal saya sudah pakai berapa tahun
Pengguna Gn	Maaf kenapa ga bisa verifikasi email ya? Saya butuh aplikasi ini untuk tugas
Pengguna MK	Kenapa verifikasinya gak masuk ke alamat email? Sudah beberapa kali coba, dan di cek tidak muncul terus menerus.
Pengguna AR	Serius gak bikin aplikasi tuh? Jangan hanya buat nama saja yang kayaknya keren, lihat semua komentar. Sama saja gak bisa masuk registrasi email.
Pengguna KA	Kagak bisa dipake, buang-buang data download beginian
Pengguna HAG	Ini kan e-book, tapi kenapa dibatas?
Pengguna IH	Tidak bisa verifikasi dari email
Pengguna MEA	Udah coba berulang kali tapi verifikasi emailnya gak nyampe.
Pengguna AA	Kenapa kalau di laptop tidak bisa mendownload dekstop yang di website
Pengguna ARM	Proses sign up gagal terus, entah salahnya dimana..

Dari penilaian-penilaian dengan kategori critical, sebetulnya penulis memberikan pandangan bahwa kategori critical ini sebenarnya adalah penilaian negatif. Namun yang harus kita ketahui adalah, untuk sebuah aplikasi layanan informasi atau sebuah produk/output dari suatu organisasi yang diperuntukkan untuk digunakan oleh massa yang banyak, wajar saja bila di dalamnya terdapat penilaian yang berbeda padahal performa yang diberikan oleh suatu organisasi itu sama. Dalam hal ini adalah penilaian positif dan negatif dari sebuah aplikasi yang bernama aplikasi Candil. Seperti yang kita lihat, bahwa untuk keluhan penyebab pengguna memberikan penilaian negatif. Setelah kita lihat-lihat penilaian tersebut hampir menyuarakan dan mengeluhkan hal yang sama, bahwa tidak adanya email notifikasi jikalau pengguna sedang melakukan registrasi ataupun sedang sign in atau masuk ke aplikasi Candil tersebut. Dari komentar-komentar negatif yang mengeluhkan hal yang sama, upaya pustakawan pihak Dispusipda Jabar sangat baik dalam memberikan tanggapan dari komentar-komentar

tersebut. Hal tersebut menjadi poin plus dalam mempertahankan loyalitas pelanggan, andil karyawan dalam penerapan Customer relationship management (CRM) di aplikasi Candil terbukti dalam kategori baik.

PENUTUP

Simpulan

Customer Relationship Management (CRM) atau dalam bahasa indonesia kita dapat sebut dengan manajemen hubungan pelanggan merupakan sebuah strategi yang digunakan pihak pemberi layanan untuk menjalin hubungan dengan pihak penerima layanan agar meningkatkan taraf kehidupan perusahaan, strategi yang digunakan dihasilkan dari setiap interaksi yang dilakukan dengan penerima layanan, baik itu transaksional maupun non transaksional. Tujuan utama yang dibidik oleh CRM adalah pelanggan, dalam CRM pelanggan merupakan stakeholder yang sangat penting dalam perusahaan, maka dari itu kebutuhan pelanggan harus terpenuhi untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan. Penerapan atau implementasi CRM di Dispusipda Jabar itu berfokus pada

pelayanan prima yang ditujukan kepada pemustaka agar terciptanya jalinan hubungan harmonis antara perpustakaan dan kearsipan Jawa Barat dengan pemustaka. Media strategi CRM pada Dispusipda Jabar dilakukan melalui berbagai macam media, salah satunya adalah Aplikasi Candil yang merupakan Aplikasi perpustakaan digital yang dikembangkan oleh Dispusipda Jabar. Beberapa strategi yang dilakukan dalam aplikasi Candil ialah pemberian apresiasi pada pemustaka dengan kategori pembaca terbaik, kegiatan yang menarik untuk terus terhubung dengan pemustaka yang dapat ditemukan pada laman berita, rak buku untuk memudahkan pemustaka dalam penyimpanan buku yang sudah dipinjam, serta permintaan buku untuk mewadahi kebutuhan pemustaka.

Kepuasan pelanggan dilihat dari review aplikasi Candil yang dimiliki oleh Dispusipda Jabar dinilai cukup baik, karena melihat dari review atau penilaian pengguna yang terdapat pada aplikasi Candil di play store telah banyak yang menilai baik, meskipun masih ada kendala teknis dalam implementasinya,

namun fitur-fitur lain yang ada pada aplikasi Candil telah dinilai baik oleh pengguna, terlihat dari komentar baik dari para pengguna. Salah satu manfaat yang dirasakan oleh pengguna adalah bahan pustaka yang tersedia dapat bermanfaat untuk membantu pemustaka dalam menemukan sumber referensi yang dibutuhkannya.

Saran

Saran disusun berdasarkan temuan penelitian yang telah dibahas. Saran dapat mengacu pada tindakan praktis, pengembangan teori baru, dan/atau penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, Linadan Lena Ellitan. (2006). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Implementasi Customer Relationship Management*. Jurnal Seminar Nasional Sistem dan Informatika. Bali. SNS 106-010. Bab II. (n.d.). *Landasan teori (CRM)*. 14-50.
- Barnes, James G. 2003. *Secrets of Customer Relationship Management: It's All About How You Make Them Feel*. New York: Mc Graw Hill.

- Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Daerah Provinsi Jawa Barat. (2017). *Kolecer dan Candil di Jawa Barat*. <http://dispusipda.jabarprov.go.id/pengumuman/detail/18120715/185727>
- G. Hamel dan Jeff Sampler. (1998). *The e-Corporation*. Fortune. 80-92.
- Imasari, Kartika. (2011). Op.Cit . vol. 10 No.3. h. 185.
- Kalakota, Ravi dan Robinson, Marcia, (2001). *E – Business 2.0 Roadmap For Succes*. Addison – Wesley , USA.
- 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. <https://doi.org/10.24198/jmk.v4i1.22675>
- Kanaidi, & Ari, K. (2011) Analisis Customer Relationship Management (CRM) pada SBU Pos Admail, Banking and Management Review.
- Kartiningrum, E. D. (2015). Panduan Penyusunan Studi Literatur. *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Politeknik Kesehatan Majapahit, Mojokerto*, 1–9.
- Kodong, F. R. (2011). Pengembangan Customer relationship management. *Telematika*, 7 (2)(0274), 111–118.
- Kotler, P, Kevin Lane Keller, Op.Cit, h. 228.
- Susilowati, T., & Suryana, A. (2012). Analisis Penerapan Customer Relationship Management (CRM) pada Perpustakaan STMIK Pringsewu dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2012 (SNATI 2012)*, 4(1), 9–15. Retrieved from <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>
- Syafnidawaty. (2020). *Analisis*. Diakses dari : <https://raharja.ac.id/2020/11/14/analisis/>
- Wibisana, K.R. (2021) *IMPLEMENTASI CUSTOMER RELATIONSHIP*

MANAGEMENT (CRM) Widjaja Tunggal Amin. (2006). *Customer*
DALAM PROMOSI Relationship Management,
PERPUSTAKAAN BERBASIS Konsep dan Kasus. (Jakarta:
INSTAGRAM. Universitas Harvarindo,2006).
Pendidikan Indonesia.
Repository@upi.edu.