

TIK Ilmeu Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi	Vol. 9. No. 2, 2025 ISSN: 2580-3654 (p), 2580-3662(e) http://journal.iaincurup.ac.id/index.php/TI/index dex
DOI: 10.29240/tik.v9i2.14971	

Manajemen Relasi Pemustaka Berbasis CRM sebagai Kunci Kepercayaan dan Loyalitas di Perpustakaan Vokasi UGM

***Dyah Ayu Kusuma Dewandaru¹, Marina Rospitasari², Lusi Puspitasari³**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta (UPNVJ), Jakarta, Indonesia
Jalan RS. Fatmawati Raya, Pondok Labu, Cilandak, South Jakarta City, Jakarta 12450

Corresponding author: [*dyahayukd@upnvj.ac.id](mailto:dyahayukd@upnvj.ac.id)

Abstract

The rapid development of information technology (IT) often correlates with a decline in academic library visits. However, the Vocational School (SV) Library at Gadjah Mada University (UGM) reported a significant increase in visitor and borrower numbers post-COVID-19. This phenomenon prompted a study to examine the effect of Customer Relationship Management (CRM) on user trust and the subsequent effect of trust on user loyalty. This quantitative study used a Path Analysis within a Structural Equation Model (SEM), with data collected from 357 SV UGM students. The analysis showed that CRM had a positive and significant effect on user trust, explaining 81.4% of the trust variability. This success was supported by five CRM indicators, including internal capabilities and customer interaction. Furthermore, user trust significantly influenced user loyalty, explaining 72% of the loyalty variability. Loyalty is built through the three factors of trust: librarian ability, benevolence, and integrity. High loyalty was evident in the frequent visits reported by users. In conclusion, CRM enhances trust, which ultimately fosters user loyalty. Libraries are advised to continually assess user needs to provide satisfactory services and maintain this trust and loyalty.

Keywords: CRM; Trust; Loyalty; User Relationship Management; Vocational School Library.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi (TI) sering dikaitkan dengan penurunan kunjungan ke perpustakaan akademis. Namun, Perpustakaan Sekolah Vokasi (SV) UGM mencatat peningkatan signifikan jumlah pengunjung dan peminjam pasca-COVID-19. Fenomena ini memicu penelitian untuk menguji pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap kepercayaan dan loyalitas pemustaka. Penelitian kuantitatif ini menggunakan Path Analysis pada model Structural Equation Model (SEM), dengan data diperoleh dari kuesioner yang disebar kepada 357 mahasiswa SV UGM. Hasilnya menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pemustaka sebesar 81,4% variabilitas kepercayaan. Keberhasilan ini didukung oleh lima indikator CRM, termasuk kapabilitas internal dan interaksi pelanggan. Lebih lanjut, kepercayaan pemustaka berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menjelaskan 72% variabilitas loyalitas. Loyalitas terbangun melalui kemampuan, kebaikan hati, dan integritas pustakawan. Tingginya loyalitas tercermin dari frekuensi kunjungan pemustaka. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa CRM meningkatkan kepercayaan yang kemudian berimplikasi untuk menumbuhkan loyalitas pemustaka. Perpustakaan disarankan untuk terus mengkaji kebutuhan pemustaka guna mempertahankan hubungan yang memuaskan ini.

Kata Kunci: CRM; Kepercayaan; Loyalitas; Manajemen Hubungan Pemustaka; Perpustakaan Sekolah Vokasi.

A. Pendahuluan

Customer Relationship Management (CRM) adalah suatu pendekatan untuk memahami perilaku pelanggan melalui komunikasi yang intens antara lembaga dengan pelanggan. Peran CRM di Perpustakaan Sekolah Vokasi UGM untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pemustaka sangatlah penting. Keberhasilan implementasi CRM di Perpustakaan Sekolah Vokasi UGM dalam menjalin hubungan erat dengan mahasiswa dievaluasi berdasarkan tiga dimensi utama yakni Manusia; Proses; dan Teknologi. Keberhasilan CRM pada perpustakaan dapat memberikan dampak yang besar bagi pemustaka, terutama kebermanfaatan perpustakaan yang dapat optimal. Perpustakaan memiliki nilai kebermanfaatan yang esensial sebagai sumber layanan informasi bagi masyarakat. Lebih jauh lagi, perpustakaan berkontribusi dalam meningkatkan kecerdasan bangsa. Sebagai pintu gerbang menuju pengetahuan dan informasi, perpustakaan membantu pembelajaran seumur hidup, pengembangan masyarakat, dan pengambilan keputusan yang tepat. Oleh karena itu, penyediaan layanan dan sumber daya perpustakaan menjadi sangat penting, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007, yang menyatakan bahwa perpustakaan bertujuan memberikan layanan informasi kepada masyarakat.

Perpustakaan perguruan tinggi berfungsi sebagai media utama dan sumber pengetahuan untuk memenuhi keperluan informasi bagi seluruh sivitas akademik. Beberapa institusi hanya mengoperasikan satu perpustakaan (yaitu perpustakaan pusat atau universitas), sementara institusi lain memiliki sistem yang mencakup perpustakaan tingkat universitas dan juga fakultas. Bahkan, ada juga yang memperluasnya hingga ke tingkat program studi.

Perpustakaan perguruan tinggi, termasuk di Universitas Gadjah Mada (UGM), berfungsi sebagai media dan sumber pengetahuan bagi sivitas akademika dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka. Sebagai contoh, Universitas Gadjah Mada (UGM) memiliki struktur perpustakaan yang lengkap, mulai dari tingkat universitas, fakultas, program studi, hingga pusat studi. Di antara perpustakaan tingkat fakultas, Perpustakaan Sekolah Vokasi (Perpustakaan SV UGM) sangat menarik. Perpustakaan SV UGM memegang peran krusial sebagai penyedia sumber daya informasi bagi seluruh civitas Sekolah Vokasi, termasuk mahasiswa, dosen, dan staf kependidikan. Dengan banyaknya sivitas akademika yang harus dilayani, perpustakaan ini terus berupaya menambah dan melengkapi koleksinya.

Perpustakaan Sekolah Vokasi UGM dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki kekhasan koleksi, yaitu fokus pada ilmu-ilmu terapan, yang membedakannya dari perpustakaan lain. Selain itu, Perpustakaan SV UGM melayani mahasiswa dari beragam disiplin ilmu yang secara spesifik membutuhkan pengetahuan teknis dan koleksi yang berisi informasi sesuai dengan bidang keahlian program studi mereka. Sekolah Vokasi (SV) UGM memiliki kedudukan yang setara dengan fakultas. Meskipun disebut sekolah, SV UGM dikarakteristikan dengan adanya sejumlah departemen dan program studi yang memiliki disiplin ilmu yang beragam dan bersifat interdisipliner. Sekolah Vokasi UGM saat ini menaungi delapan departemen yang di dalamnya terdapat total dua puluh dua program studi.

Tabel 2 Program Studi di Sekolah Vokasi UGM

No	Departemen	Program Studi
1	Departemen Teknologi Kebumihan	Sistem Informasi Geografis
		Teknologi Survei dan Pemetaan Dasar
2	Departemen Ekonomika dan Bisnis	Manajemen dan Penilaian Properti
		Perbankan

		Akuntansi Sektor Publik
		Pembangunan Ekonomi Kewilayahan
3	Departemen Layanan dan Informasi Kesehatan	Manajemen Informasi Kesehatan
4	Departemen Bahasa, Seni, dan Manajemen Budaya	Pengelolaan Arsip dan Rekaman Informasi
		Bahasa Inggris
		Bisnis Perjalanan Wisata
		Bahasa Jepang untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional
5	Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner	Pengelolaan Hutan
		Teknologi Veteriner
		Pengembangan Produk Argoindustri
6	Departemen Teknik Sipil	Teknik Pengelolaan dan Pemeliharaan Infrastruktur Sipil
		Teknik Rekayasa Pelaksanaan Bangunan Sipil
7	Departemen Teknik Mesin	Teknologi Rekayasa Mesin
		Teknik Pengelolaan dan Perawatan Alat Berat
8	Departemen Teknik Elektro dan Informatika	Teknologi Rekayasa Perangkat Lunak
		Teknologi Rekayasa Elektro
		Teknologi Rekayasa Instrumentasi dan Kontrol
		Teknologi Rekayasa Internet

Sumber: Laman resmi Sekolah Vokasi UGM (<https://sv.ugm.ac.id/pendidikan/>)

Perpustakaan SV UGM menyediakan koleksi yang terdiri dari 5.853 judul buku (dengan total 8.300 eksemplar) untuk melayani seluruh sivitas akademika di delapan departemen Sekolah Vokasi. Tingginya jumlah pengguna yang harus dilayani mendorong perpustakaan ini untuk terus berupaya menambah dan melengkapi koleksinya demi memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. Upaya ini sejalan dengan Pasal 24 (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007, n.d.) tentang Perpustakaan, yang menetapkan bahwa perpustakaan perguruan tinggi wajib memiliki koleksi (baik jumlah judul maupun eksemplar) yang memadai untuk menunjang kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Namun, perpustakaan menghadapi tantangan signifikan dari perkembangan pesat teknologi informasi (TI). TI memungkinkan informasi tersedia tidak hanya di perpustakaan, tetapi juga secara online dari berbagai sumber yang mudah diakses menggunakan perangkat teknologi. Pencarian informasi melalui internet dirasa lebih mudah dan efisien, dapat dilakukan kapan pun dan di mana pun. Kondisi ini diperkuat oleh penelitian yang menemukan bahwa kemajuan teknologi membuat siswa lebih menyukai pencarian pada sumber online dibandingkan di perpustakaan. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Muhtadien & Krismayani, 2019 bahwa kemajuan teknologi memberikan kemudahan dalam pencarian informasi online sehingga membuat siswa menjadi lebih menyukai pencarian pada sumber online dibanding dengan pencarian informasi di perpustakaan.

Tantangan ini semakin dipertegas oleh temuan penelitian yang menunjukkan bahwa sumber informasi online sering disebut sebagai faktor menurunnya tingkat kunjungan pemustaka ke perpustakaan. Bahkan, penelitian oleh (Gad & Gopakumar, 2019) menunjukkan 80% dari 300 responden setuju bahwa sumber informasi online

berdampak pada penurunan kunjungan, dan 66% memilih sumber online sebagai rujukan informasi. Meskipun demikian, beberapa perpustakaan belum menunjukkan tindakan nyata terkait informasi yang mereka sediakan seiring dengan perkembangan teknologi. Kemajuan dalam teknologi informasi ini telah memacu berbagai perpustakaan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, untuk secara berkelanjutan meningkatkan fasilitas teknologi mereka. Peningkatan ini difokuskan terutama pada otomasi, kemudahan akses, dan layanan untuk pemustaka. Pemanfaatan teknologi informasi di perpustakaan, khususnya pada bagian layanan, diharapkan memudahkan pemustaka dalam proses penelusuran informasi.

Perpustakaan SV UGM telah dilengkapi dengan fasilitas yang terintegrasi dengan teknologi informasi. Hal ini mencakup sistem layanan digital untuk pencarian dan peminjaman koleksi, serta layanan *Electronic Theses & Dissertations* (ETD), yang semuanya berfungsi untuk memudahkan pemustaka dalam menemukan informasi. Selain itu, Perpustakaan SV UGM juga menyediakan berbagai fasilitas fisik seperti ruang baca dan ruang diskusi, serta koleksi yang memadai untuk memenuhi kebutuhan informasi seluruh sivitas akademika yang berasal dari delapan departemen yang ada.

Penelitian CRM di perpustakaan pernah dilakukan sebelumnya, tetapi tidak terlalu banyak penelitian CRM terkait perpustakaan di Indonesia. Sebagai contoh, penelitian CRM oleh Pertiwi & Kurniawan, 2016 yang membahas tentang pengaruh variabel CRM terhadap loyalitas pengguna UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta dan Kamaludin, Tjuparmah & Hana Silvana, 2019 yang membahas tentang pengaruh CRM terhadap citra UPT Perpustakaan ITB dari data dan teknologi, sumber daya manusia, serta proses manajemen hubungan pelanggan.

Kepercayaan adalah unsur fundamental bagi keberhasilan hubungan, dan tanpanya hubungan tidak dapat bertahan lama. Kepercayaan pemustaka sangat penting bagi perpustakaan, dan timbulnya kepercayaan dapat menjadi tolak ukur kualitas layanan. Kepercayaan yang berhasil dibangun akan menghasilkan loyalitas yang ditandai dengan repeat purchase (pemanfaatan layanan berulang), retention (tetap setia menggunakan layanan), dan referrals (merekomendasikan perpustakaan kepada orang lain). Dipertegas pendapat Najm, 2015 yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan sebagai ukuran tingkat pembelian ulang suatu merek tertentu oleh pelanggan. Loyalitas ini pada dasarnya adalah kesetiaan yang ditunjukkan melalui sikap pemustaka dalam memanfaatkan layanan perpustakaan secara berulang. Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, jumlah pengunjung Perpustakaan SV UGM terus menunjukkan peningkatan yang berarti. Fenomena ini mengindikasikan adanya kepercayaan yang tumbuh dari para pemustaka terhadap kualitas layanan yang disediakan. Timbulnya rasa percaya ini dapat mendorong terbentuknya loyalitas pemustaka terhadap perpustakaan.

Berdasarkan kerangka konseptual yang menghubungkan CRM, Kepercayaan, dan Loyalitas, hipotesis penelitian ditetapkan menjadi Hipotesis 1 berupa CRM berpengaruh positif pada kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM, dan Hipotesis 2 berupa Kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM berpengaruh positif pada loyalitas pemustaka.

Mengingat belum adanya penelitian mengenai CRM di Perpustakaan SV UGM untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pemustaka, penelitian ini menjadi penting untuk memberikan kontribusi bagi pengembangan perpustakaan.

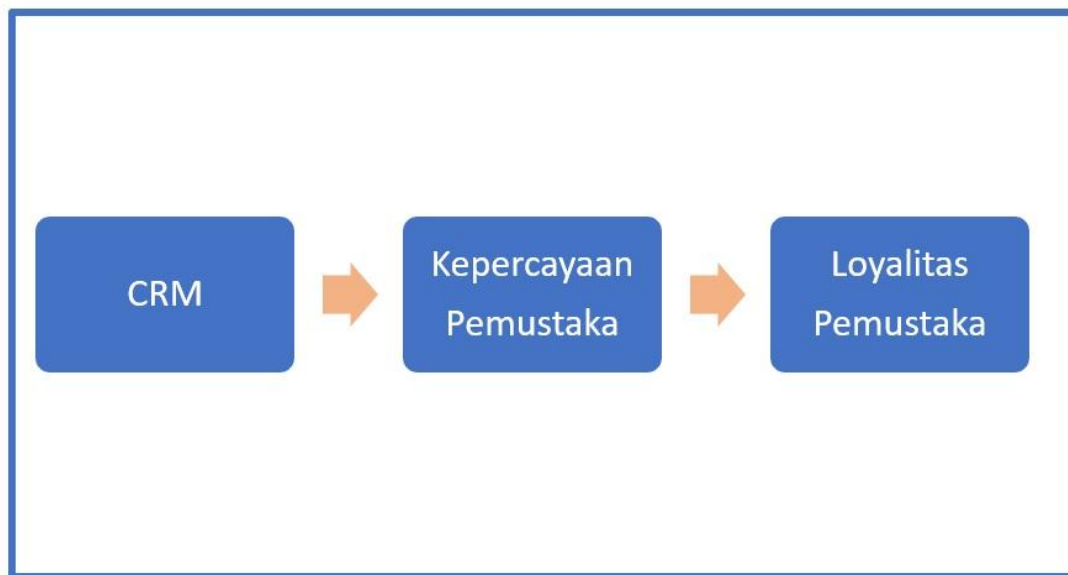
Berdasarkan penjabaran di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Bagaimana pengaruh penerapan CRM terhadap kepercayaan pemustaka di Perpustakaan SV UGM? 2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan SV UGM?

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh CRM terhadap kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM, serta menguji adanya Pengaruh kepercayaan pemustaka terhadap loyalitas pemustaka Perpustakaan SV UGM.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis Structural Equation Model (SEM). SEM adalah salah satu teknik analisis yang digunakan untuk menguji variabel laten maupun konstruk manifes baik endogen ataupun eksogen untuk menggambarkan hubungan simultan oleh peneliti (Suharto, 2018).

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap kepercayaan pemustaka, dan selanjutnya menguji dampak kepercayaan tersebut pada loyalitas pemustaka.



Gambar 1. Model Penelitian
Sumber: Penulis

Dalam pelaksanaan sebuah penelitian, penentuan populasi dan sampel merupakan tahapan yang krusial. Kedua elemen ini (populasi dan sampel) berfungsi sebagai subjek studi yang vital, berperan penting dalam mengatasi masalah penelitian serta mendukung keberhasilan hasil yang dicapai. Saat melaksanakan penelitian, penting untuk menetapkan objek yang akan dikaji sekaligus menentukan siapa yang akan menjadi populasi penelitian tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Sekolah Vokasi (SV) UGM yang tersebar di delapan departemen, dengan total 5.764 orang. Dalam melaksanakan sebuah penelitian, tidak semua anggota populasi harus dijadikan objek studi. Oleh karena itu, diperlukan proses pengambilan sampel yang representatif (mewakili) keseluruhan populasi. Menurut Suharto, 2018) sampel adalah bagian yang diambil dari populasi, yang memiliki jumlah dan karakteristik yang serupa dengan populasi aslinya. Jumlah sampel untuk penelitian ini ditetapkan berdasarkan Tabel Krejcie (lihat Gambar 2). Penggunaan metode Tabel Krejcie menghasilkan tingkat kesalahan (toleransi *error*) sebesar 5%, yang berarti sampel yang didapatkan memiliki tingkat kepercayaan 95% terhadap populasi penelitian.

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368

Gambar 2. Tabel Sampel Krejcie

Sumber: Krejcie & Morgan (1970) Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30. 607-610

Penentuan jumlah awal anggota sampel berstrata dilakukan dengan menggunakan rumus *proportionate* (Slovin):

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

ni : Jumlah strata

n : Jumlah sampel

Ni : Jumlah anggota strata

N : Jumlah anggota populasi

Tabel 3. Jumlah Sampel Strata

No.	Departemen	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel Strata
1	Departemen Teknologi Kebumian	473	$ni = \frac{473}{5764} \times 357$ = 29 orang
2	Departemen Ekonomika dan Bisnis	1255	$ni = \frac{1255}{5764} \times 357$ = 78 orang
3	Departemen Layanan dan Informasi Kesehatan	185	$ni = \frac{185}{5764} \times 357$ = 11 orang
4	Departemen Bahasa, Seni, dan Manajemen Budaya	979	$ni = \frac{979}{5764} \times 357$ = 61 orang

5	Departemen Teknologi Hayati dan Veteriner	811	$ni = \frac{811}{5764} \times 357$ = 50 orang
6	Departemen Teknik Sipil	493	$ni = \frac{493}{5764} \times 357$ = 31 orang
7	Departemen Teknik Mesin	515	$ni = \frac{515}{5764} \times 357$ = 32 orang
8	Departemen Teknik Elektro dan Informatika	1053	$ni = \frac{1053}{5764} \times 357$ = 65 orang

Sumber: Penulis

Teknik analisis spesifik yang digunakan adalah Path Analysis, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Variabel eksogen didefinisikan sebagai variabel independen yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Variabel-variabel eksogen yang digunakan dalam penelitian ini adalah CRM dan Kepercayaan Pemustaka.

Dalam penelitian ini, CRM (*Customer Relationship Management*) ditetapkan sebagai variabel independen (bebas) yang pertama. Pengukuran variabel ini telah disesuaikan dengan objek penelitian, yaitu Perpustakaan SV UGM, menggunakan indikator CRM yang diajukan oleh Nykamp (2001). Indikator-indikator variabel CRM tersebut meliputi:

1. Kapabilitas CRM Internal: Digunakan untuk menilai fokus perpustakaan, struktur organisasi, kemampuan berinteraksi dengan pemustaka, serta dukungan teknologi dalam layanan kepada pemustaka.
2. Interaksi dengan Pelanggan: Berfungsi mengukur bagaimana kesan pemustaka terhadap setiap aspek pelayanan yang mereka terima.
3. Dinamika Pelanggan: Bertujuan untuk mengukur perubahan, perkembangan, kesan, dan tingkat loyalitas pemustaka.
4. Efisiensi Operasional: Digunakan untuk menilai efisiensi waktu dan sumber daya yang dicapai melalui peningkatan sistem perpustakaan.
5. Metrik Bisnis: Berfungsi untuk mengukur fluktuasi (peningkatan dan penurunan) jumlah kunjungan dan pemanfaatan perpustakaan oleh pemustaka.

Sementara pada variabel Kepercayaan Pemustaka, pengukuran untuk variabel ini didasarkan pada indikator-indikator yang diperkenalkan oleh (Mayer et al., 1995) yaitu *ability* (kemampuan), *benevolence* (kemurahan hati), dan *integrity* (integritas). Indikator-indikator tersebut kemudian disesuaikan dengan kondisi spesifik objek penelitian, yakni Perpustakaan SV UGM. Berikut adalah indikator-indikator yang digunakan untuk variabel kepercayaan pemustaka:

1. Kemampuan (*Ability*): Dasar dari kemampuan berkaitan dengan keterampilan, kompetensi, dan karakteristik profesional pustakawan. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan diukur dari keahlian pustakawan dalam memotivasi pemustaka untuk memanfaatkan layanan perpustakaan. Keyakinan pemustaka akan tingginya kinerja pustakawan yang bekerja di sana akan terbangun melalui kemampuan ini, sehingga menciptakan kepercayaan.

2. Kebaikan Hati (*Benevolence*): Pustakawan dapat menarik hati pemustaka melalui sikap baik dan tulus saat memberikan pelayanan. Bagi perpustakaan, hal ini tidak hanya bertujuan mengejar manfaat sosial, tetapi juga meraih kepercayaan pemustaka yang didorong oleh ketulusan (kebaikan hati) dari para pustakawan.
3. Integritas (*Integrity*): Integritas merujuk pada komitmen yang senantiasa dipertahankan oleh perpustakaan dalam menyajikan pelayanan yang optimal dan selalu sesuai dengan kebutuhan para pemustaka.

Untuk variabel endogen pada penelitian ini adalah variabel Loyalitas Pemustaka. Dalam penelitian ini, loyalitas pemustaka ditetapkan sebagai variabel terikat (*dependen*). Pengukurannya menggunakan indikator-indikator yang dikemukakan oleh (Kotler et al., 2022) yaitu

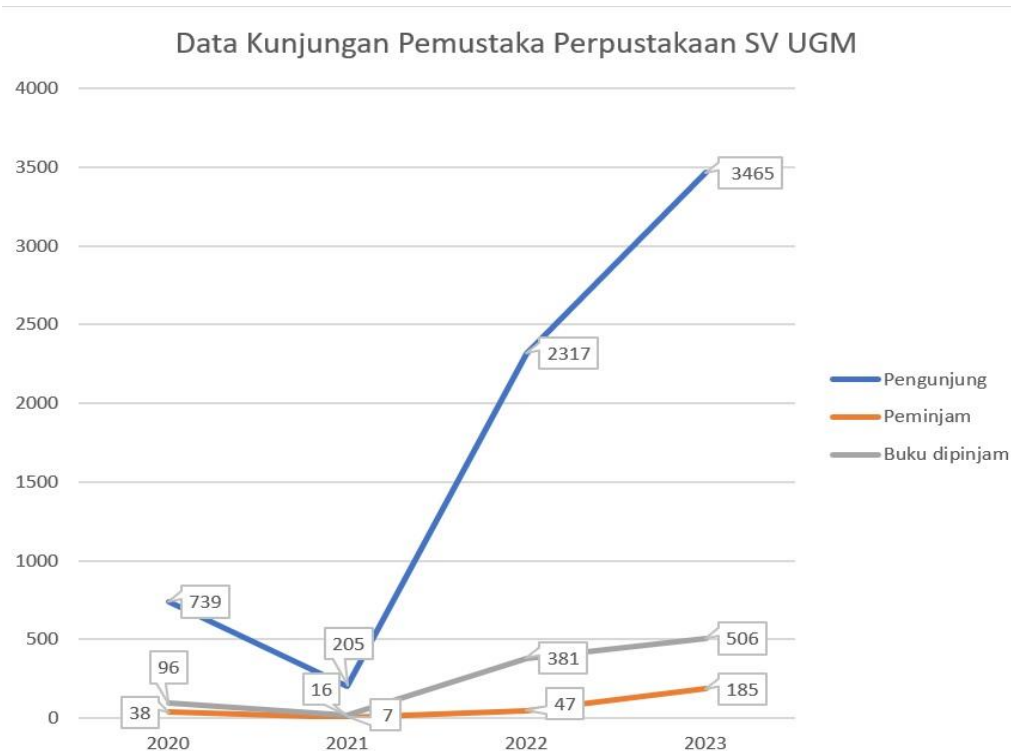
1. Pemanfaatan Berulang (*Repeat Purchase*): Dalam konteks lembaga layanan sosial seperti perpustakaan, *repeat purchase* diartikan sebagai pemanfaatan layanan secara berulang oleh pemustaka, yang merupakan salah satu wujud perilaku loyalitas.
2. Kebertahanan (*Retention*): *Retention* pada lembaga layanan sosial (perpustakaan) merujuk pada kesetiaan pemustaka untuk terus menggunakan layanan perpustakaan. Kesetiaan ini dipertahankan meskipun terjadi peningkatan pesat ketersediaan informasi secara daring (*online*).
3. Rekomendasi (*Referrals*): *Referrals* adalah tindakan di mana pemustaka menyebarkan informasi tentang perpustakaan dan merekomendasikan orang lain untuk turut memanfaatkan layanan yang tersedia.

Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner (Google Form) kepada 357 mahasiswa Sekolah Vokasi UGM. Dalam kuesioner ini, setiap indikator variabel diukur menggunakan skala Likert. Instrumen penelitian akan berbentuk kalimat pernyataan yang merepresentasikan masing-masing variabel. Skala Likert ini digunakan untuk mengukur setiap indikator dari variabel yang ada, dan secara khusus berfungsi dalam penelitian ini untuk menilai sikap, pendapat, atau persepsi responden terhadap suatu fenomena sosial.

Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas (*content validity* dan *construct validity*) dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban responden konsisten.

C. Pembahasan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi secara langsung memengaruhi cara mahasiswa Sekolah Vokasi (SV) UGM mencari informasi dan jenis-jenis sumber yang mereka manfaatkan. Berdasarkan data kunjungan yang tercatat, terjadi peningkatan yang signifikan pada jumlah pengunjung serta tingkat pemanfaatan sumber-sumber informasi yang dimiliki oleh SV UGM. Meskipun demikian, Perpustakaan SV UGM menunjukkan fenomena menarik. Data kunjungan perpustakaan menunjukkan terjadi peningkatan jumlah pengunjung dan pemanfaatan sumber informasi, bahkan saat dan setelah pandemi Covid-19. Peningkatan jumlah kunjungan tercatat dari 205 pada tahun 2021, menjadi 2.317 pada tahun 2022, dan mencapai 3.465 pemustaka pada tahun 2023. Peminjaman koleksi juga meningkat, dari 7 peminjam (16 koleksi) pada 2021, menjadi 185 peminjam (506 koleksi) pada 2023. Peningkatan ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai tingkat kepercayaan dan loyalitas sivitas akademika terhadap Perpustakaan SV UGM.



Grafik 1. Data Kunjungan Pemustaka Perpustakaan SV UGM (2020-2023)

Sumber: Database Perpustakaan SV UGM

Untuk mempertahankan dan memahami dinamika hubungan dengan pemustaka, diperlukan sebuah strategi manajemen yang berfokus pada hubungan, yaitu Customer Relationship Management (CRM). CRM adalah suatu pendekatan untuk memahami perilaku pelanggan melalui komunikasi yang intens antara lembaga dengan pelanggan. Penerapan CRM diyakini dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dengan membangun program yang bertujuan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Penerapan CRM melibatkan tiga aspek utama yakni orang, proses, dan teknologi. Dalam mengukur kesuksesan penerapan CRM, digunakan lima aspek yang disesuaikan untuk Perpustakaan SV UGM, antara lain Kapabilitas CRM internal (fokus perpustakaan, struktur, interaksi pemustaka, dan teknologi), Interaksi dengan pelanggan (kesan pemustaka terhadap pelayanan), Dinamika pelanggan (perubahan, perkembangan, dan loyalitas pemustaka), Efisiensi operasional (efisiensi waktu dan sumber daya melalui peningkatan sistem), dan Metrik bisnis (pengukuran peningkatan/penurunan kunjungan dan pemanfaatan). Oleh karena itu, apabila CRM diterapkan di perpustakaan, hal itu diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan yang pada akhirnya akan membangun loyalitas pemustaka.

Penelitian ini melalui banyak tahapan untuk memperoleh hasil. Salah satu tahapannya yakni uji deskriptif. Uji deskriptif adalah prosedur pengujian yang memanfaatkan statistik deskriptif. Statistik deskriptif berfungsi untuk menganalisis data dan menghasilkan gambaran atau deskripsi ringkas dari data tersebut. Uji deskriptif dalam penelitian ini melibatkan karakteristik responden, yang datanya disajikan dalam bentuk statistik deskriptif. Data statistik deskriptif dari para responden yang telah berpartisipasi diolah menggunakan SPSS 27. Informasi yang dianalisis meliputi jenis kelamin, departemen, semester, frekuensi kunjungan ke Perpustakaan SV UGM, serta faktor-faktor pendorong responden dalam mengunjungi perpustakaan.

Selain uji deskriptif, ada pula uji validitas dan uji reliabilitas. Pada tahap ini, dilakukan uji validitas konstruk, yang meliputi validitas konvergen dan validitas

diskriminan. Uji validitas konstruk dilaksanakan dengan memperhatikan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Menurut HAIR, (2018), suatu konstruk dianggap valid secara konvergen jika nilai AVE-nya mencapai 0.50 atau lebih, dan nilai *factor loading*-nya melebihi 0.50. Pada penelitian ini hasilnya menunjukkan nilai AVE 0.50.

Uji reliabilitas dilaksanakan untuk memastikan bahwa item-item pengukuran yang digunakan tetap konsisten hasilnya dari waktu ke waktu. Konsistensi ini harus terjaga meskipun terdapat faktor-faktor yang tidak terkontrol dalam kondisi pengujian atau adanya perubahan pada keadaan responden—hal ini merupakan penanda dari tingkat reliabilitas.

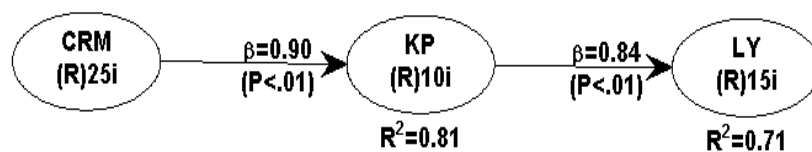
Tabel 1. Tabel Uji Reliabilitas

VARIABEL	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
CRM	0,965	0,968	Reliabel
KEPERCAYAAN	0,944	0,952	Reliabel
LOYALITAS	0,949	0,955	Reliabel

Sumber: Penulis

Tabel yang diatas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk ketiga variabel, yaitu CRM, Kepercayaan, dan Loyalitas. Karena nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk semua variabel tersebut melebihi ambang batas 0.70, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini bersifat reliabel. Artinya, pengukuran yang dilakukan menunjukkan konsistensi dari waktu ke waktu, meskipun terdapat kondisi pengujian yang tidak terkendali atau perubahan pada keadaan responden.

Dalam uji hipotesis, penelitian ini menggunakan aplikasi dalam analisis statistik. Untuk menguji hipotesis, penelitian ini menggunakan analisis statistik *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS.08. Hipotesis penelitian dianggap terdukung (diterima) apabila nilai *p-value* yang diperoleh kurang dari 0,05. Hasil dari pengujian hipotesis tersebut disajikan pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3 Hasil Uji Hipotesis

Sumber: Penulis

Pengaruh CRM terhadap Kepercayaan Pemustaka

Penelitian ini, menggunakan Path Analisis, menemukan bahwa penerapan CRM (*Customer Relationship Management*) secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM. Pengaruh ini sangat kuat, di mana CRM menjelaskan 81,4% variabilitas pada kepercayaan pemustaka $R^2 = 0,814$.

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari variabel CRM terhadap variabel Kepercayaan. Dapat dilihat pada tabel bahwa pengaruh variabel CRM pada variabel Kepercayaan memiliki nilai koefisien jalur β 0,902 dan nilai *p-value* 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 (5%), sehingga dapat diartikan bahwa H1 terbukti.

Tabel 5. Tabel Analisis Uji Hipotesis

Variabel	Jalur ke-			
	Kepercayaan		Loyalitas	
	Beta (β)	<i>p-value</i>	Beta (β)	<i>p-value</i>
CRM	0,902	0,001		
Kepercayaan			0,849	0,001
				0,720

Sumber: Penulis

Nilai R^2 sebesar 0,814 menunjukkan bahwa variabel penerapan CRM mampu menjelaskan kepercayaan pemustaka sebesar 81,4%. Ini membuktikan bahwa CRM berhasil meningkatkan kepercayaan pemustaka melalui layanan, fasilitas, serta interaksi antara pustakawan dan pemustaka. Peningkatan kepercayaan tersebut didorong oleh layanan, fasilitas, dan interaksi yang baik antara pustakawan dan pemustaka, sejalan dengan konsep CRM untuk mempertahankan dan melayani pelanggan.

Lima faktor CRM ((Nykamp, 2001) yang berkontribusi pada keberhasilan meliputi:

1. Kapabilitas Internal: Dukungan teknologi informasi (TI) mempermudah akses informasi (didukung oleh 218 pemustaka).
2. Interaksi dengan Pelanggan: Sikap ramah, keakraban pustakawan, dan rasa nyaman yang dirasakan pemustaka (didukung oleh 219 pemustaka yang merasa nyaman).
3. Dinamika Pelanggan: Menciptakan kesan baik yang membuat pemustaka memilih layanan secara sukarela.
4. Efisiensi Operasional: Keterampilan pustakawan, efisiensi waktu layanan, dan kepuasan yang dihasilkan (240 pemustaka setuju pustakawan terampil).
5. Metrik Bisnis: Peningkatan mutu sistem layanan yang terus menerus.

Kepercayaan timbul karena layanan dan fasilitas yang diberikan Perpustakaan SV UGM sesuai dengan fungsinya, dan responden merasa perpustakaan melayani dengan sepenuh hati. Interaksi pustakawan kepada pemustaka secara terus-menerus meningkatkan kepercayaan. Peningkatan kepercayaan ini pada gilirannya memberikan implikasi terhadap loyalitas pemustaka. Oleh karena itu, CRM dinilai mampu meningkatkan kepercayaan dan memberikan pengaruh besar terhadap loyalitas pemustaka.

Pengaruh Kepercayaan Pemustaka terhadap Loyalitas Pemustaka

Pendekatan Analisis Path menunjukkan bahwa kepercayaan pemustaka memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pemustaka di Perpustakaan SV UGM. Hipotesis kedua (H2) memprediksi bahwa Kepercayaan pemustaka di Perpustakaan SV UGM memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pemustaka. Hasil analisis mendukung pernyataan ini. Pengujian menunjukkan koefisien jalur β sebesar 0,849 dan nilai *p-value* 0,001, yang mana nilai *p-value* ini jauh lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 (5%). Temuan ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kepercayaan Pemustaka terhadap Loyalitas Pemustaka, yang secara jelas mendukung dan membuktikan Hipotesis 2 (seperti terlihat pada Tabel 6).

	Hipotesis	Hasil Pengujian Hipotesis
Hipotesis 1	CRM berpengaruh positif pada kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM	Terdukung
Hipotesis 2	Kepercayaan pemustaka Perpustakaan SV UGM berpengaruh positif pada loyalitas pemustaka	Terdukung

Sumber: Penulis

Hasil analisis menggunakan Path Analysis menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari variabel Kepercayaan Pemustaka terhadap variabel Loyalitas Pemustaka. Nilai R^2 sebesar 0,720 menunjukkan bahwa kemampuan variabel kepercayaan pemustaka dalam menjelaskan loyalitas pemustaka adalah 72%. Kepercayaan mampu mendukung terjadinya loyalitas. Di Perpustakaan SV UGM, kepercayaan berhasil menumbuhkan loyalitas melalui tiga faktor penentu (Mayer et al., 1995):

1. Kemampuan pustakawan: 239 dari 357 responden setuju bahwa pustakawan memiliki kemampuan yang tepat dalam memberikan pelayanan.
2. Kebajikan hati pustakawan: 233 responden setuju bahwa Perpustakaan SV UGM memiliki perhatian untuk memberikan layanan terbaik.
3. Integritas pustakawan: Perpustakaan SV UGM berkomitmen untuk memberikan pelayanan optimal agar layanannya sesuai kebutuhan pemustaka.

Kepercayaan yang terbangun ini menciptakan loyalitas, ditunjukkan dengan pemanfaatan layanan secara berulang. Tingkat kunjungan yang tinggi memperkuat hal ini: 42,9% responden berkunjung 3 hingga 5 kali per bulan, dan 21% berkunjung 6 hingga 10 kali per bulan. Selain itu, alasan utama kunjungan adalah mencari referensi tugas/tugas akhir (36,7%) dan karena merasa nyaman/tempat bagus/koleksi lengkap (29,1%).

Faktor Pembentuk Kepercayaan menurut Mayer et al., (1995) terdapat tiga yakni kemampuan, kebaikan hati, dan integritas. Dari penelitian ini ditemukan hasil bahwa kepercayaan yang menghasilkan loyalitas dibangun melalui:

1. Kemampuan Pustakawan (*Ability*): Kompetensi dan keahlian pustakawan yang tepat dalam pelayanan menciptakan keyakinan pemustaka (didukung oleh 239 responden).
2. Kebajikan Hati (*Benevolence*): Perhatian dan ketulusan perpustakaan dalam memberikan layanan terbaik menjadi fokus, bukan sekadar keuntungan sosial (didukung oleh 233 responden).
3. Integritas (*Integrity*): Komitmen perpustakaan untuk menjaga reputasi dan memberikan pelayanan optimal sesuai kebutuhan pemustaka.

Dalam penelitian ini diketahui pula bahwa Loyalitas muncul melalui pemanfaatan berulang, keberlanjutan, dan rekomendasi. Adapun besaran nilainya sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Berulang (*Repeat Purchase*): Kepercayaan membuat 240 pemustaka memanfaatkan kembali layanan secara berulang. Tingginya kunjungan (42,9% responden berkunjung 3-5 kali sebulan, 21% berkunjung 6-10 kali).
2. Keberlanjutan (*Retention*): Pemustaka yang loyal akan tetap menggunakan layanan secara sadar, bahkan jika terdapat kekurangan (didukung oleh 233 pemustaka).
3. Rekomendasi (*Referral*): Pemustaka yang puas cenderung merekomendasikan layanan perpustakaan kepada orang lain (didukung oleh 217 pemustaka).

Kepercayaan yang berhasil ditumbuhkan melalui kebaikan hati, integritas, dan kemampuan pustakawan akan menciptakan loyalitas pemustaka. Secara keseluruhan,

keberhasilan penerapan CRM di Perpustakaan SV UGM meningkatkan kepercayaan, yang pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pemustaka.

D. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa Customer Relationship Management (CRM) meningkatkan kepercayaan pemustaka, dan kepercayaan pemustaka pada akhirnya menimbulkan loyalitas pemustaka terhadap Perpustakaan SV UGM.

1. Pengaruh CRM terhadap Kepercayaan: Penerapan CRM melalui layanan, fasilitas, dan interaksi pustakawan-pemustaka secara signifikan meningkatkan kepercayaan. Faktor penentu keberhasilan CRM yang paling berpengaruh adalah kapabilitas CRM internal, interaksi dengan pelanggan, dinamika pelanggan, efisiensi operasional, dan metrik bisnis (Nykamp, 2001)
2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas: Kepercayaan pemustaka menghasilkan loyalitas, yang dibangun melalui faktor-faktor utama: kebaikan hati, integritas, dan kemampuan pustakawan (Mayer et al., 1995) Komitmen Perpustakaan SV UGM untuk memberikan layanan optimal menjadi faktor penting peningkatan kepercayaan dan loyalitas.

Saran bagi Perpustakaan SV UGM adalah untuk terus-menerus melakukan kajian terkait kebutuhan dan keinginan pemustaka. Hal ini penting agar perpustakaan dapat memberikan layanan yang mampu memuaskan pemustaka, sehingga mempertahankan kepercayaan dan loyalitas mereka.

Daftar Pustaka

- Gad, P., & Gopakumar, V. (2019). Impact of Internet on use of Libraries: A Study among academic college libraries of Bardez Taluka (North Goa). In *International Journal of Next Generation Library and Technologies* (Vol. 5, Issue 1). www.ijnlglt.com
- HAIR, J. F. . (2018). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS*. CENGAGE INDIA.
- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., & Chernev, Alexander. (2022). *Marketing management*. Pearson Education Limited.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust* (Vol. 20, Issue 3). <https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1&cid=pdf->
- Muhtadien, S., & Krismayani, I. (2019). FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB RENDAHNYA MINAT KUNJUNG SISWA KE PERPUSTAKAAN SMAN 2 MRANGGEN. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(4), 341–350. <https://doi.org/10.14710/jip.v6i4.341-350>
- Najm, A. (2015). Knowledge Management: Concepts, Strategies, and Operations. *Dar Al-Warraq for Publishing and Distribution*.
- Nykamp, Melinda. (2001). *The customer differential: the complete guide to implementing customer relationship management*. AMACOM.
- Pertiwi, R. I. N., & Kurniawan, A. T. (2016). ANALISIS PENDEKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM UPAYA MEMBANGUN LOYALITAS PENGGUNA DI UPT PERPUSTAKAAN MUHAMMADIYAH SURAKARTA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(3), 31–40. <https://doi.org/10.14710/jip.v5i3.31-40>
- Suharto. (2018). *ANALISIS SEM*. <http://lppm.umm metro.ac.id>
- Tjuparmah, Y., & Hana Silvana, dan. (2019). Pengaruh customer relationship management (CRM) terhadap citra perpustakaan pada UPT Perpustakaan ITB. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4(1), 41–59.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007. (n.d.). *DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA dan PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA*.