

PENINGKATAN MUTU MANAJEMEN PERPUSTAKAAN DI PERGURUAN TINGGI

Nurwarniatun, S.H., M.H.
email: nurwarni_ten@ymail.com

Abstrak:

Beberapa aspek di antaranya adalah manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen koleksi dan manajemen pemasaran. Karena luasnya aspek manajemen di perpustakaan, maka dalam makalah ini penulis hanya akan menekankan pembahasan dalam satu aspek yaitu manajemen pemasarannya. Keberadaan perguruan tinggi sebagai salah satu ujung tombak peningkatan sumber daya manusia dibidang pendidikan adalah suatu kenyataan yang tidak terbantahkan. Perguruan tinggi sebagai salah satu institusi yang berperan memajukan pembangunan bangsa memerlukan sebuah sarana pusat informasi dan dokumentasi sebagai sumber belajar yang dikelola secara baik, mudah, cepat dan tepat. Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan oleh penulis, maka dapat disimpulkan bahwa: Mutu perpustakaan merupakan sebuah pencapaian yang dilakukan melalui serangkaian proses baik dalam kegiatan jangka pendek maupun jangka panjang. Dilihat dari dimensi proses pencapaian mutu, terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan oleh sebuah perpustakaan perguruan tinggi, yaitu: mutu input, mutu proses dan konteks, serta mutu *outcome*. Pada sisi lain, perpustakaan dalam meningkatkan mutu layanan memerlukan strategi khusus, di antaranya adalah: pertama, perencanaan sebagai sebuah tindakan dilakukan untuk membuat masa depan yang diinginkan lebih baik dari masa sekarang. Kedua, *learning organization* sebagai prinsip untuk tetap belajar secara terus menerus berkelanjutan serta tidak takut dengan perubahan dan persaingan. Serta ketiga, senantiasa berorientasi terhadap kebutuhan pengguna melalui pendekatan TQM dengan berbekal menyediakan SDM, koleksi, dan layanan yang berkualitas serta didukung oleh komitmen petugas dan dana yang cukup. Yang terpenting dari konsep pemasaran di perpustakaan adalah adanya jasa yang berorientasi kepada kebutuhan pengguna, adanya harga (kalau dapat diterapkan) yang layak dan dapat dipertanggungjawabkan, adanya tempat yang strategis dan nyaman, dan adanya pemasaran yang memadai. Kalau kombinasi ke empat variable di atas telah dikembangkan secara baik, maka niscaya untuk mencapai tujuan perpustakaan secara efektif akan mudah tercapai. Oleh karena itu kami merekomendasikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan Perpustakaan untuk menindaklanjuti konsep pemasaran ini supaya diterapkan secara benar.

Kata kunci: Mutu manajemen perpustakaan, Perguruan Tinggi.

PENDAHULUAN

Kegiatan perpustakaan ruang lingkupnya meliputi pengembangan bahan pustaka,

pengolahan bahan pustaka, penyimpanan dan pendistribusian informasi. Semua kegiatan tersebut tentunya harus kita

kelola dengan baik. Untuk mengelola kegiatan tersebut dengan baik kita membutuhkan suatu ilmu yang dinamakan dengan ilmu manajemen.

Beberapa aspek manajemen perpustakaan dapat ditinjau dari beberapa aspek diantaranya adalah manajemen keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen koleksi dan manajemen pemasaran. Karena luasnya aspek manajemen di perpustakaan, maka dalam makalah ini penulis hanya akan menekankan pembahasan dalam satu aspek yaitu manajemen pemasarannya.

Keberadaan perguruan tinggi sebagai ujung tombak peningkatan sumber daya manusia dibidang pendidikan adalah suatu kenyataan yang tidak terbantahkan. Perguruan tinggi sebagai salah satu institusi yang berperan memajukan pembangunan bangsa memerlukan sebuah sarana pusat informasi dan dokumentasi sebagai sumber belajar yang dikelola secara baik, mudah, cepat dan tepat. Keberadaan perpustakaan sebagai salah satu pusat sumber belajar pada perguruan tinggi merupakan amanah Undang-Undang No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada pasal 1 butir 20, yang menyatakan bahwa pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan

pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar. Pada sisi yang sama, peraturan pemerintah No. 19 tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan pasal 42 juga dinyatakan bahwa setiap satuan pendidikan wajib memiliki antara lain buku dan sumber belajar lainnya.

Dari peraturan perundang-undangan di atas dapat dikatakan bahwa disetiap satuan pendidikan khususnya lembaga pendidikan tinggi baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun masyarakat harus menyediakan pusat sumber belajar berupa perpustakaan sebagai pendukung proses pembelajaran sekaligus sebagai pusat informasi akademik. Apalagi perpustakaan sebagai jantung sekaligus pusat sumber belajar pada perguruan tinggi mutlak diperlukan.

Dalam era informasi dan komunikasi, di mana antar negara yang satu dan yang lain seakan menjadi satu akibat begitu mudahnya transfer informasi dilakukan menuntut individu-individu masa kini dan institusi perguruan tinggi unggulan menerapkan strategi khusus dalam menghadapinya. Berbagai macam strategi memang perlu dipakai, agar individu dan institusi perguruan tinggi tidak terlindas dan tertinggal jauh dibelakang individu-individu dan institusi

perguruan tinggi lain. Banyak strategi khusus yang dilakukan, misalnya penekanan terhadap pengembangan research bagi seluruh civitas akademika terutama staf pengajarnya sebagai upaya menuju *research university*.

PEMBAHASAN

Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berfalsifikasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya yakni tri dharma perguruan tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat).

Bahwa perguruan tinggi merupakan unsur penunjang perguruan tinggi dalam kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Dalam rangka menunjang kegiatan tri darma tersebut, maka perpustakaan diberi beberapa fungsi di antaranya; fungsi edukasi, sumber informasi, penunjang riset, rekreasi, publikasi, deposit, dan interpretasi informasi. Demikian luasnya fungsi perpustakaan bagi para pemakainya (sivitas akademik). Pada kenyataannya, tugas dan fungsi tersebut di atas belum dapat dilakukan dengan optimal oleh pihak perpustakaan. Hal ini

dikarenakan berbagai kendala yang terkadang sulit dipecahkan misalnya dalam pemenuhan kebutuhan sumberdaya manusia dan sarana dalam pelaksanaan tugas. Berdasarkan aturan-aturan panjang dalam rangka pengadaan sumberdaya manusia atau peralatan perpustakaan. Selain itu, perbandingan antara pemakai yang dilayani dengan petugas yang ada belum sesuai. Petugas dengan kualifikasi pendidikan selain ilmu perpustakaan, kadang kurang pas ditempatkan di perpustakaan, atau mutasi petugas yang tidak berkenaan dengan peran perpustakaan. Akibatnya, peranan sebagai pelayan perpustakaan dijalankan dengan 'semau gue'; karena kurangnya penghayatan/pemahaman tentang perpustakaan. Akhirnya pelayanan yang diberikan kurang ikhlas/sabar. Padahal, peran petugas (dalam hal ini pustakawan) sangatlah menentukan berfungsi tidaknya sebuah perpustakaan. Asumsi kita, apabila pengguna perpustakaan mau menggunakan perpustakaan lebih dari sekali, maka dapat diartikan bahwa perpustakaan berfungsi dalam menjalankan tugasnya, dan pengguna paham peran perpustakaan untuk kepentingannya.

Sering juga perpustakaan perguruan tinggi juga sering disebut

sebagai perpustakaan khusus. Hal ini dikarenakan perpustakaan perguruan tinggi pada umumnya khusus melayani sivitas akademik masing-masing. Di samping itu, koleksi yang dimiliki perpustakaan perguruan tinggi pun khusus untuk konsumsi mahasiswa maupun dosen. Bila dibandingkan dengan perpustakaan umum, maka perpustakaan perguruan tinggi memiliki kelebihan berupa hasil-hasil karya para sivitas akademik.

Pencapaian Mutu Perpustakaan

Mutu perpustakaan pada hakikatnya memang tidak bisa dirumuskan secara mutlak, karena rumusannya akan tergantung pada seberapa luasnya perspektif yang hendak dijangkau dan siapa yang hendak merumuskannya. Namun mutu perpustakaan sering kali dirumuskan sebagai akhir dari sebuah pencapaian yang dilakukan melalui serangkaian proses, baik dalam kegiatan jangka pendek maupun jangka panjang. Bahkan dalam proses pencapaian tersebut melibatkan berbagai unsur lainnya secara internal dan eksternal.

Serangkaian proses pencapaian mutu perpustakaan dapat dispesifikasikan dalam tiga hal, di antaranya:

- a. Mutu input perpustakaan; meliputi kecakapan pustakawan, pengelola/ kepala perpustakaan, staf layanan dan administrasi.
- b. Mutu proses dan konteks; proses pencapaian mutu perpustakaan melalui mutu layanan, mutu koleksi dan mutu efektif serta efisiensi dalam proses penelusuran sebuah informasi, serta dukungan lembaga dan masyarakat.
- c. Mutu *outcome*; layanan perpustakaan yang prima, memuaskan dan koleksi yang bermutu serta sangat menunjang terhadap proses pembelajaran civitas akademiknya. Secara konsep, kesemua unsur tersebut saling berinteraksi dan ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya.¹

Ketiga dimensi penentu mutu perpustakaan secara fundamental merupakan suatu *setting* dari perpustakaan yang mencerminkan kualitas proses dan *outcomes*. Oleh karena itu rangkaian logis (*logical sequence*) proses pencapaian mutu perpustakaan

¹ Griffin Jill, *Customer Loyalty, How to Earn; How to Keep It* (Lexington Books, an Imprint of the Free Press, 2013), 34.

adalah adanya input yang memiliki kesiapan mental, adanya proses layanan yang didukung dan disesuaikan dengan kebutuhan pengguna serta menghasilkan *outcomes* yang berkualitas sebagai produk dari rangkaian proses sebelumnya.

Secara konkret, mutu perpustakaan dapat dipakai dan diinterpretasikan dengan beberapa hal:

- a. Sebuah perpustakaan perguruan tinggi harus merencanakan dan memiliki tujuan yang jelas, pasti dan berpandangan secara luas.
- b. Adanya suatu pendekatan pengukuran atau pelaksanaan evaluasi secara rutin yang memungkinkan variabel penting dapat diidentifikasi, dipertimbangkan dan diukur.
- c. Adanya suatu kerangka kerja untuk proses penyempurnaan, yang secara komprehensif meliputi komponen-komponen yang berkaitan dengan sistem perpustakaan dan memberikan peluang bagi perubahan.²

Perencanaan yang Strategis

Perencanaan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk membuat masa depan yang diinginkan lebih baik

dari masa sekarang. Menurut Bryson perencanaan memiliki tiga tahapan: *pertama*, pemikiran strategis untuk menemukan aspek visi, misi, strategi yang akan digunakan. *Kedua*, perencanaan jangka panjang untuk mengkombinasikan pemikiran intuitif dan pemikiran analitis sehingga menghasilkan proyeksi pemikiran masa depan dalam upaya mewujudkan visi, misi dan strategi. *Ketiga*, tahap perencanaan taktis yang merupakan langkah operasional sehari-hari dari suatu organisasi.³

Setelah selesai analisa visi, misi maupun mandat, langkah selanjutnya menurut Bryson adalah analisa SWOT untuk menganalisa lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Sumber daya yang terdiri dari sumber daya manusia, sumber daya fisik, sumber daya dana, dan sumber daya teknologi.
- b. Proses
- c. *Output*. Sedangkan lingkungan eksternal adalah perubahan lingkungan dari sisi sosial, ekonomi, politik, maupun teknologi dan

² Christopher Lovelock, dkk., *Service Marketing in Asia: Managing People, Technology and Strategy*, 2012, 52.

³ John M. Bryson, *Strategic Planning For Public and Nonprofit Organizations* (San Fransisco: Jossey Bass, 2015), 100.

lingkungan pelanggan, pesaing, dan kerjasama.⁴

Analisis SWOT merupakan instrumen perencanaan strategi yang biasa dipergunakan pada dunia pendidikan, termasuk juga perpustakaan di dalamnya.⁵

Dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan perpustakaan, akan didapatkan peluang untuk mengatasi ancaman dan meminimalkan kelemahan. Dalam hal ini sekedar sebagai pandangan, untuk kasus perpustakaan perguruan tinggi misalnya, faktor kekuatan, kelemahan dan peluang bisa digambarkan antara lain sebagai berikut:

a. Kekuatan

- 1) Kepemilikan koleksi yang banyak
- 2) Sistem otomasi perpustakaan (dapat diperoleh secara gratis, seperti: program Senayan).
- 3) Pustakawan dan pengelola berijazah ilmu perpustakaan dan informasi.

b. Kelemahan

- 1) Kualitas pelayanan belum optimal
- 2) Minimnya upaya pemasaran jasa perpustakaan.
- 3) Anggaran perpustakaan kurang dari standar (kurang dari 5%) dari anggaran perguruan tinggi.

- 4) Rendahnya kemampuan berbahasa asing bagi pustakawan
- 5) Rendahnya kemampuan menulis dan meneliti bagi pustakawan
- 6) Respon pada kebutuhan user masih rendah
- 7) Sarana dan prasarana yang terbatas.

c. Tantangan

- 1) Pimpinan dan pengambil kebijakan yang tidak memahami pentingnya perpustakaan
- 2) Jumlah anggota yang banyak, yakni seluruh civitas akademika perguruan tinggi yang bersangkutan.
- 3) Petugas layanan yang berpenampilan kaku, serta tidak ramah.
- 4) Beragamnya pemustaka yang terdiri atas mahasiswa, dosen, peneliti, guru besar dan sebagainya.

d. Peluang

- 1) Dana bantuan dari pemerintah dan luar negeri
- 2) Melimpahnya jumlah anggota perpustakaan perguruan tinggi
- 3) Pustakawan yang berpengalaman dan berijazah ilmu perpustakaan
- 4) Kerja sama dengan perpustakaan lain, atau pusat sumber belajar, pusat

⁴ Ibid., 103.

⁵ O'hara B.S., Johnston, Bolesand M.W. *The Influence of Personal Variables on Salesperson*

Selling Orientation. Journal of Personal Selling and Sales Management. Vol. XI No. 1, 1991.

penjaminan mutu akademik dilingkungan kampus.

- 5) Kepemilikan sistem otomasi perpustakaan secara online.
- 6) Adanya pusat badan kerja sama (Pusbangker) pada tiap-tiap perguruan tinggi sebagai fasilitator dalam melakukan hubungan kerjasama antar pusat informasi, dokumentasi dan perpustakaan.⁶

Kelemahan-kelemahan yang secara umum terdapat pada perpustakaan perguruan tinggi haruslah segera diupayakan jalan keluarnya. Upaya memasarkan produk perpustakaan perguruan tinggi bisa lebih gencar dilakukan dengan cara yang lebih kreatif dan menarik. Pencarian dana juga harus dilakukan dengan lebih kreatif tidak semata-mata mengandalkan bantuan dari pemerintah. Pelayanan lebih ditingkatkan disemua segmen dan lini. Koleksi yang ada lebih disesuaikan dengan kebutuhan pemustaka utama atau civitas akademika. Kemampuan meneliti, menulis dan berbahasa asing dapat ditingkatkan dengan diklat ataupun kursus jurnalistik dan bahasa asing.

⁶ Robert, Johnson. *The Determinant of Service Quality: Satisfies and Dissatisfiers*, International Journal of Service Industry Management. Vol.6, No. 5, 2005.

Peluang yang ada diperpustakaan perguruan tinggi hendaknya dioptimalkan untuk mengatasi kelemahan. Apa yang menjadi penyebab meningkatnya animo mahasiswa ataupun masyarakat berkunjung dan mempergunakan jasa perpustakaan bisa dijadikan bahan evaluasi. Peluang dana bantuan dan kerjasama dengan lembaga lain baik dalam maupun luar negeri harus diapresiasi dan dimanfaatkan se-efektif mungkin. Kekuatan yang sudah ada di perpustakaan perguruan tinggi haruslah dipertahankan bahkan ditingkatkan lagi. Tantangan juga harus diantisipasi dengan berbagai usaha.⁷

Learning Organization

Perpustakaan perguruan tinggi haruslah mau belajar terus menerus berkelanjutan dan tidak takut dengan perubahan dan persaingan, seperti kata pepatah *If you don't change you die*. Oleh karena itu dibutuhkan kejelian dalam mengelola perpustakaan perguruan tinggi. Peluang harus diditangkap dengan cermat, strategi harus dicanangkan, dan promosi perpustakaan harus dilakukan dengan cepat dan teliti.

⁷ Kenneth Schatz and Linda Schatz, *Managing by Influence* (New Jersey: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs, 2010), 25.

Untuk itu institusi perpustakaan perguruan tinggi harus dikondisikan untuk siap menghadapi berbagai tantangan.⁸ Tantangan dijadikan sebuah peluang. Inovasi harus terus berjalan karena belajar atau *learning* bagi suatu institusi adalah syarat mutlak untuk mempertahankan eksistensi dan menaikkan mutu organisasi perpustakaan.

Slater M. Senge berteori tentang disiplin kelima (*The Fifth Discipline*), yaitu:

- a. Keahlian pribadi (*personal mastery*), yaitu belajar untuk meningkatkan kualitas pribadi yang mendorong semua anggota untuk mengembangkan diri mereka ke arah sasaran dan tujuan yang mereka pilih serta senantiasa menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan (*change*).
- b. Model mental, yang dilakukan dengan terus melakukan perenungan, mengklarifikasi, memperbaiki gambaran dan senantiasa menyenangkan pihak lain.
- c. Membangun visi bersama, yaitu komitmen dalam kelompok tentang

masa depan yang direncanakan bersama.

- d. *Learning organization*, yaitu mengubah keahlian berkata dan berfikir secara kolektif sehingga kelompok manusia dapat lebih mengembangkan kecerdasan dan kemampuannya.
- e. Berfikir sistemik (*system thinking*), yaitu suatu kekuatan berfikir untuk menguraikan atau memahami kekuatan antar hubungan yang membentuk perilaku sistem.⁹

Berorientasi Pengguna

Dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing dalam strategi bersaing, David Osborne dan Ted Gaebler menandakan bahwa kebiasaan yang harus dikembangkan pada pelanggan adalah: (a) selalu tepat waktu. (b) selalu menindaklanjuti janji. (c) tidak mengumbar janji. (d) selalu berusaha berbuat baik lagi. (e) memberikan pilihan. (f) memperlakukan pelanggan dengan baik, serta (g) kontak langsung secara ramah.¹⁰ Konsep berorientasi kepada pelanggan menurut Lovelock, Wirtz dan Keh harus senantiasa memberikan informasi kepada pelanggan, memberikan

⁸ Hermawan Kertajaya et.al, *Mark Plus on Strategy* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 67.

⁹ Peter M.Senge, *The Fifth Discipline Book* (Batam: Interaksa, 2012), 10-11.

¹⁰ O'hara B.S., Johnston, Bolesand M.W. *The Influence of Personal Variables on Salesperson Selling Orientation*. Journal of Personal Selling and Sales Management. Vol. XI No. 1, 1991.

penawaran yang terbaik, dan mampu menyelesaikan permasalahan pelanggan yang berhubungan dengan pelayanan.¹¹

Di antara prinsip dari TQM adalah: mengutamakan kepuasan pelanggan, respek terhadap setiap orang, manajemen berdasarkan fakta dan perbaikan secara terus menerus.¹²

Menurut Andrew Taylor & Frances Hill mengungkapkan bahwa prinsip TQM mencakup antara lain: TQM membutuhkan komitmen dan keterlibatan semua anggota organisasi secara terus menerus, TQM membutuhkan sistem informasi yang akurat, makna pelanggan disini adalah pelanggan internal dan eksternal serta mendukung pentingnya hubungan internal para pegawai.¹³

Dari seperangkat prinsip di atas, TQM memiliki keuntungan: *Pertama*, memfokuskan pada pentingnya tim antar bidang dengan kombinasi staf akademik dan administrasi. *Kedua*, menyokong perbaikan pengorganisasian secara berkelanjutan.

Ketiga, adalah meningkatkan tingkat kepuasan eksternal pelanggan. *Keempat*, Menghemat biaya operasional

secara nyata. *Kelima*, memperbaiki komitmen, moral, dan motivasi pegawai.

Keenam, bahwa sebuah cara baru dalam memenej organisasi yang mengunggulkan tujuan kesamaan yang luas, akuntabel, dan keterlibatan seluruh anggota organisasi.¹⁴

Kegiatan mencari akar persoalan, dan memilih solusinya kemudian mengimplementasikan pada perbaikan-perbaikan dilakukan oleh semua pustakawan ini biasanya didukung oleh tim pengembangan yang memfokuskan kepada tujuan perpustakaan. TQM mempunyai banyak arti, terutama berkaitan dengan perbaikan institusi perpustakaan dengan memfokuskan kepada pelanggan berupa pemustaka yang dicapai melalui pengelompokan pustakawan dan staf perpustakaan dalam berbagai tingkatan di struktur organisasi perpustakaan. TQM berpandangan bahwa semua pustakawan dan staf perpustakaan berdampak pada kualitas layanan dan penyediaan informasi yang disajikan. Sistem dan proses dari perpustakaan dianggap sama tingginya dengan

¹¹ Lovelock, Christopher, dkk. *Service Marketing in Asia: Managing People, Technology and Strategy*, 2012.

¹² Lasa HS. *Manajemen Perpustakaan* (Yogyakarta: Gama Media, 2015), 24.

¹³ Husaini Usman, *Manajemen, Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, 49.

¹⁴ *Ibid.*, 55.

informasi yang disediakan, layanan yang disajikan dan *output*-nya.¹⁵

Agar pemustaka merasa puas, perpustakaan perguruan tinggi bekerja keras menjamin mutu layanan dan penyediaan informasi setidaknya dalam tiga hal, yaitu pustakawan, program kerja dan proses (fasilitas atau sarana dan prasarana penunjang kegiatan layanan, penyediaan informasi berbasis TI, sarana belajar bagi pemustaka yang nyaman dan sebagainya). Pustakawan harus mempunyai kompetensi yang kuat dibidang perpustakaan dan pengembangannya. Program kerja harus disesuaikan dengan kebutuhan pemustaka, khususnya untung menunjang dan mendukung kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.

Parasuraman, et.al. dalam Fitzsimmons menyatakan bahwa kualitas pelayanan suatu organisasi bisa diukur dengan ukuran-ukuran yang baku, yaitu antara lain:

a. *Tangibles*, yaitu bukti fisik kemampuan suatu organisasi dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan kemampuan suatu organisasi dalam

sarana dan prasarana fisik dan keadaan lingkungan menjadi bukti nyata pelayanan yang meliputi fasilitas fisik seperti gedung, infrastruktur, sarana dan prasarana lainnya.

- b. *Reliabilitas*, atau keandalan organisasi dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja sesuai dengan yang diharapkan pelanggan seperti tepat waktu, simpatik, tidak berbuat kesalahan, dan sebagainya.
- c. *Responsiveness*, yaitu ketanggapan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian berupa pengetahuan maupun sikap sopan santun, dan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Komponennya yaitu terdiri dari komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Emphaty*, adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada

¹⁵ Djoyonegoro dan Suryadi, *Peningkatan Kualitas SDM untuk Pembangunan* (Jakarta: Depdikbud, 2012), 23.

konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.¹⁶

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gronroos, pada tahun 1990 menunjukkan bahwa setidaknya terdapat enam kriteria yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas suatu pelayanan, yaitu:

- a. Profesionalisme dan keterampilan karyawan. *Kedua*, sikap dan perilaku.
- b. Fleksibilitas dan kelenturan
- c. Keandalan dan kepercayaan.
- d. Pemulihan atau recovery, dan keenam, reputasi dan kredibilitas.¹⁷

Rogers menyatakan bahwa, faktor kunci pembentuk kapabilitas internal organisasi, dalam hal pelayanan jasa adalah sumber daya manusia yang terlibat langsung dalam pelayanan kepada pelanggan.¹⁸

Pustakawan

Penyelenggaraan perpustakaan perguruan tinggi yang baik tidak mungkin terlaksana jika tidak tersedia pustakawan

yang memiliki perilaku (pengetahuan, keterampilan, dan sikap) yang baik guna membantu suksesnya pelaksanaan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Artinya pustakawan yang profesional adalah pustakawan yang melaksanakan tugas kepustakawannya dengan kemampuan tinggi (*high proficiency*) serta dituntut mempunyai keragaman kecakapan (*various competencies*) yang bersifat psikologis yang meliputi tiga dimensi, yaitu *cognitive competence* (kecakapan ranah cipta), *affective competence* (kecakapan ranah rasa) dan *psychomotorik competence* (kecakapan ranah karsa).¹⁹

Strategi peningkatan mutu pustakawan pada perpustakaan perguruan tinggi bisa dilakukan dengan:

- 1) Rekrutmen calon pustakawan yang berijazah ilmu perpustakaan dan informasi.
- 2) Memiliki keterampilan computer
- 3) Pemberian izin studi lanjut S2 dan S3 di dalam dan luar negeri.

¹⁶ James A. Fitzsimmons, *Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology* (McGraww-Hill International Edition, 2011), 16.

¹⁷ Robert, Johnson. *The Determinant of Service Quality: Satisfies and Dissatisfiers*. International Journal of Service Industry Management. Vol.6, no. 5, 2005, 55.

¹⁸ Rogers, et.al. *Increasing Job Satisfaction of Service Personnel*. The journal of Service Marketing. Vol. 8, no. 1, h. 14, 1994, 14.

¹⁹ Dreher, *Human Resource Strategy, A Behavioral Perspective for the General Manager* (Mc Graww-Hill international Edition, 2011), 30.

- 4) Pelatihan pustakawan yang bekerja sama dengan Perpustakaan Nasional
- 5) Kunjungan atau studi banding ke perpustakaan perguruan tinggi yang lebih besar dan maju baik dalam maupun luar negeri.
- 6) Peningkatan kompetensi berbahasa asing, minimalnya bahasa Inggris.
- 7) Memperhitungkan rasio pustakawan dan jumlah pemustaka yang dilayani.
- 8) Peningkatan jumlah dan kualitas terbitan ilmiah dan penelitian bagi pustakawan.²⁰

Perpustakaan perguruan tinggi sebagai organisasi jasa nirlaba yang bertugas membantu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan tinggi sudah seharusnya menyediakan sumber daya manusia yang bekerja secara profesional.

Staf Perpustakaan

Selain pustakawan, perpustakaan perguruan tinggi juga memerlukan tenaga karyawan atau staf perpustakaan non fungsional yang profesional dan berkualitas. Djoyonegoro dan Suryadi

mengemukakan beberapa ciri individu yang berkualitas, yaitu apabila memiliki sikap, perilaku, wawasan, kemampuan, keahlian, serta keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan berbagai bidang dalam sektor pembangunan.

Pimpinan/Kepala Perpustakaan

Peran kepemimpinan dalam membawa keberhasilan suatu perpustakaan perguruan tinggi sangatlah menentukan. Kualitas dan karakteristik pimpinan dalam lingkup akademik harus mendorong kepada tercapainya tujuan perpustakaan. Menurut Ramsden, karakteristik pimpinan atau kepala diharapkan mempunyai visi, imajinasi, integritas akademik, inspirasi, jaringan kerja, percaya diri, dan kolaborasi.²¹

Selain aspek di atas, untuk tercapainya keberhasilan perpustakaan perguruan tinggi diperlukan pula gaya kepemimpinan yang tepat yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi setempat. Disisi lain seorang kepala perpustakaan perguruan tinggi harus mempunyai pandangan kedepan (*visioner*) dan mampu menciptakan kerjasama kemitraan, saling mendukung

²⁰ Slaughter, Sheila and Laslie, Lary L. *Academic Capitalism: Politics, Policies and The Entrepreneurial University*. London: The Johnson Hopkins University Press, 2012.

²¹ P. Ramsden, *Leading Academics* (Buckingham: Society for Research Into Higher Education and the Open University Press, 2011), 82.

dan sharing. Untuk mengetahui lebih pasti pelayanan seperti apa yang harus diberikan kepada pemustaka maka setidaknya perpustakaan perguruan tinggi menggunakan metode atau pendekatan yang bisa mengukur secara langsung aspek-aspek:

- 1) Kualitas pelayanan yang diharapkan pemustaka
- 2) Pelayanan yang diharapkan pemustaka.
- 3) Tingkat kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kenyataan yang dihadapi pemustaka.²²

Loyalitas Pemustaka

Pemasaran adalah perang. Fakta yang mendukung pernyataan tersebut adalah makin maraknya aktifitas mata-mata (khususnya diperusahaan-perusahaan berskala besar) dan informasi pesaing (*marketing intelligence*). Hermawan Kertajaya menyatakan bahwa di *era of choices* saat ini kepuasan hanyalah proses, bukan hasil akhir. *Moving target* dari setiap *the marketing company* adalah loyalitas pelanggan.²³

Bersikap Entrepreneurship

Semua upaya dalam strategi yang sudah dikemukakan sebelumnya akan

lebih mantap apabila semua yang terlibat dalam pengelolaan perpustakaan perguruan tinggi mampu bersikap *entrepreneurship*. Sebuah sikap yang biasanya hanya dipakai didunia usaha ini sangat mendukung untuk diterapkan sebagai upaya memajukan dan meningkatkan daya saing perpustakaan perguruan tinggi yang bersangkutan.

Pendanaan dan Komitmen

Dukungan dana untuk sektor pengembangan perpustakaan perguruan tinggi sangatlah penting. Tampak jelas bahwa sebagian sumber dana pengelolaan dan pengembangan perpustakaan perguruan tinggi berasal dari mahasiswa (pendaftaran anggota, wakaf, hadiah, hibah dan sebagainya). Adapun anggaran dana dari pemerintah bukan rahasia lagi jumlahnya, yaitu belum setara dengan alokasi standar pengembangan dan pengelolaan perpustakaan (5% dari anggaran operasional perguruan tinggi tersebut).

Oleh karenanya dalam hal pendanaan, perpustakaan perguruan tinggi memang harus lebih kreatif. Artinya perpustakaan perguruan tinggi

²² Ibid., 83.

²³ Hermawan Kertajaya et.al, *Mark Plus on Strategy* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 43.

harus banyak bekerja sama dengan banyak kalangan untuk memenuhi kekurangan dana. Misalnya mengembangkan kewirausahaan (*entrepreneurial*) dan kemampuan mencari sumber-sumber penerimaan.

Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi

Murphy mengartikan pemasaran sebagai berikut: “*A marketing concept as an integral part of strategic planning that starts with identification of customer need and ends with the successful sale and distribution of the product or service.*”

Pemasaran adalah sebuah konsep yang merupakan bagian integral dari suatu perencanaan strategis yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan diakhiri dengan suksesnya penjualan dan pendistribusian dari suatu produk atau jasa.

Yinjauan konsep pemasaran untuk perpustakaan perlu kita ulas apa yang dinamakan dengan “*marketing mix*”. Ada empat variabel yang perlu didiskusikan dalam membahas *marketing mix* yaitu: *product, price, place, dan promotion*.

a. Product

Product/produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memperoleh kepuasan. Dalam konteks perpustakaan, produk ini

dapat berupa layanan jasa perpustakaan antara lain:

- 1) Layanan sirkulasi (peminjaman dan pengembalian koleksi)
- 2) Layanan majalah
- 3) Layanan referensi
- 4) Layanan administrasi
- 5) Layanan internet
- 6) Layanan CD-ROM
- 7) Layanan fotokopi
- 8) Layanan skripsi, tesis, dan disertasi

Usaha-usaha pemasaran yang sukses tergantung pada kualitas dan keunggulan dari produk/jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu jasa layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan harus berorientasi kepada kebutuhan pengguna seperti yang sudah diuraikan di atas.

b. Price

Free or fee? to charge or not to charge? adalah pertanyaan yang sering diperdebatkan dalam perpustakaan. Idealnya perpustakaan adalah bebas tanpa bayar untuk segala layanannya. Namun demikian banyak perpustakaan yang telah melakukan layanan yang tidak gratis seperti misalnya, layanan internet, layanan CD-ROM, layanan fotokopi. Semua layanan tersebut pada perpustakaan tertentu telah mampu membantu untuk menutup sebagian dana operasional perpustakaan, walaupun

tentunya tidak akan menutup biaya secara keseluruhan.

Keterbatasan dana adalah persoalan yang dihadapi hampir semua perpustakaan di Indonesia termasuk di perpustakaan-perpustakaan umum. Lebih-lebih dalam masa krisis sekarang ini, dana pengadaan bahan pustaka pasti semakin berkurang kecuali pada perpustakaan-perpustakaan yang dapat bantuan dari Bank Dunia.

Di beberapa perpustakaan perguruan tinggi di Indonesia, dana operasional termasuk dana pengadaan buku ditarik langsung dari mahasiswa. Dengan cara ini, perpustakaan sudah bisa menyediakan buku yang di pesan oleh pengguna (mahasiswa atau dosen) sampai di rak dalam jangka waktu relatif pendek. Kebijakan ini barangkali bisa di adopsi oleh perpustakaan-perpustakaan umum.

c. Promotion

Produk yang baik, harga yang layak, tempat yang strategis belum bisa menjamin akan lakunya jasa yang kita tawarkan kepada pengguna tanpa adanya promosi yang memadai. Promosi dalam perpustakaan umum dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:

1) Orientasi siswa baru

Siswa baru merupakan pasar yang sangat potensial untuk diperkenalkan kepada perpustakaan. Mereka adalah siswa yang masih penuh semangat dan perlu diberitahu tentang, misalnya pengertian perpustakaan, bagaimana cara menelusur informasi yang benar, persyaratan apa yang diperlukan untuk menjadi anggota perpustakaan dan lain sebagainya. Orientasi perpustakaan ini dapat dilakukan dengan kerjasama dengan sekolah-sekolah yang ada di sekitar perpustakaan.

2) Pemajangan buku baru

Pemajangan buku baru adalah cara yang mudah untuk dilaksanakan dan juga merupakan cara yang efektif untuk mempublikasikan layanan perpustakaan. Agar supaya dapat mudah terlihat dan menarik perhatian oleh pengguna, buku-buku baru diletakkan pada rak khusus dan tempat khusus pula. Sehingga para pengguna segera mengerti kalau seandainya buku-buku baru datang.

3) Papan pengumuman

Jangan sepelekan papan pengumuman, karena media ini adalah media yang murah walaupun kurang efektif untuk publikasi layanan perpustakaan. Sering pengguna perpustakaan mengabaikan pengumuman yang dipasang. Namun demikian media

ini bermanfaat bagi perpustakaan untuk menarik pengunjung, asalkan informasinya selektif dan variatif.

4) *Personal Selling*

Metode ini biasanya sangat efektif untuk menarik pengguna agar berkunjung ke perpustakaan. Personal selling ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pustakawan secara proaktif membuat data tentang pengguna perpustakaan yang aktif atau yang mau aktif untuk diketahui tentang, misalnya, nama, nomor telepon, alamat rumah dan buku-buku bacaan yang digemari. Selanjutnya kita mengikuti perkembangan buku-buku bacaan atau informasi yang terbit saat ini. Mengibaratkan pengguna itu adalah konsumen sebagai raja yang patut kita layani dengan penuh kegembiraan. Dan oleh karena itu perpustakaan.

PENUTUP

Mutu perpustakaan adalah sebuah pencapaian yang dilakukan melalui serangkaian proses baik dalam kegiatan jangka pendek maupun jangka panjang. Dilihat dari dimensi proses pencapaian mutu, terdapat tiga hal yang perlu diperhatikan oleh sebuah perpustakaan perguruan tinggi, yaitu: mutu input, mutu

proses dan konteks, serta mutu *outcome*.

Perpustakaan untuk meningkatkan mutu layanan memerlukan suatu strategi khusus, di antaranya: pertama, perencanaan sebagai sebuah tindakan yang dilakukan untuk membuat masa depan yang diinginkan lebih baik dari masa sekarang. Kedua, *learning organization* sebagai prinsip untuk tetap belajar secara terus menerus berkelanjutan serta tidak takut dengan perubahan dan persaingan. Serta ketiga, senantiasa berorientasi terhadap kebutuhan pengguna melalui pendekatan TQM dengan berbekal menyediakan SDM, koleksi, dan layanan yang berkualitas serta didukung oleh komitmen petugas dan dana yang cukup. Dengan upaya dan usaha tersebut, maka perpustakaan perguruan tinggi akan tampak bermutu dan melakukan perubahan kedepan guna mensukseskan kegiatan pendidikan dan penelitian di tiap-tiap perguruan tinggi.

Kata kunci dari konsep pemasaran di perpustakaan adalah adanya jasa yang berorientasi kepada kebutuhan pengguna, adanya harga (kalau dapat diterapkan) yang layak dan dapat dipertanggungjawabkan, adanya tempat yang strategis dan nyaman, dan adanya

pemasaran yang memadai. Kalau kombinasi ke empat variable di atas telah dikembangkan secara baik, maka niscaya untuk mencapai tujuan perpustakaan secara efektif akan mudah tercapai. Oleh karena itu direkomendasikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan Perpustakaan untuk menindaklanjuti konsep pemasaran ini supaya diterapkan secara benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bryson, John M. *Strategic Planning For Public and Nonprofit Organizations*. San Fransisco: Jossey Bass, 2015.
- Djoyonegoro dan Suryadi. *Peningkatan Kualitas SDM untuk Pembangunan*. Jakarta: Depdikbud, 2012.
- Dreher. *Human Resource Strategy, A Behavioral Perspective for the General Manager*. Mc Graww-Hill international Edition, 2011.
- Fitzsimmons, James A. *Service Management: Operations, Strategy, and Information Technology*. McGraww-Hill International Edition, 2011.
- Hoy, Wayne K. and Miskel, Cecil G. *Educational Administration*. New York: Mc Graww Hill Inc, 2014.
- Jill, Griffin. *Customer Loyalty, How to Earn; How to Keep It*. Lexington Books, an Imprint of the Free Press, 2013.
- Kertajaya, Hermawan et.al. *Mark Plus on Strategy*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Lasa HS. *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media, 2015.
- Lovelock, Christoper, dkk. *Service Marketing in Asia: Managing People, Technology and Strategy*, 2012.
- O'hara B.S., Johnston, Bolesand M.W. *The Influence of Personal Variables on Salesperson Selling Orientation*. Journal of Perdonal Selling and Sales Management. Vol. XI No. 1, 1991.
- P. Ramsden. *Leading Academics*. Buckingham: Society for Research Into Higher Education and the Open University Press, 2011.
- Robert, Johnson. *The Determinant of Service Quality: Satisfies and Dissatisfiers*. International Journal of Service Industry Management. Vol.6, no. 5, 2005.
- Rogers, et.al. *Increasing Job Satisfaction of Service Personnel*. The journal of Service Marketing. Vol. 8, no. 1, h. 14, 1994.
- Schatz, Kenneth and Schatz, Linda. *Managing by Influence*. New Jersey: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs, 2010.
- Senge, Peter M. *The Fifth Discipline Book*. Batam: Interaksa, 2012.
- Slater, S.F. and Narver J.C. *Market Orientation dan the Learning Organization*. Journal of

- Marketing. Vol. 59 (July), 2015.
- Slauter, Sheila and Laslie, Lary L. *Academic Capitalism: Politics, Policies and The Enterpreneurial University*. London: The Johnson Hopkins University Press, 2012.
- Sulistiyo, Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Sutarno NS. *Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Sagung Seto, 2016.
- Usman, Husaini. *Manajemen, Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, Jakarta: Bumi Aksara, 2016.