

URGENSI KUALITAS PELAYANAN PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI

Rhoni Rodin *

Abstract: This article discusses the importance of providing service quality to user. The importance of service quality is due to the orientation of the library service that user's satisfaction . Therefore, to provide quality service then there are several dimensions that must be considered and addressed i.e tangibles, Reliability, responsiveness, assurance, and empathy. For the creation of the service quality to user, there are four things that must be done by the library, namely : showing a positive attitude , recognizing the user's need, and meet the needs of user, and ensure the user to come back. So, here are a few core that shows how the urgency of quality services at the library.

Keywords: *service quality, college libraries*

Pendahuluan

Kegiatan layanan selalu berorientasi kepada kepuasan penggunaannya. Untuk menghasilkan kinerja yang memuaskan penggunaannya maka pelayanan yang diberikan harus berkualitas. Untuk menerapkan pelayanan yang berkualitas, maka orang yang melakukan kegiatan pelayanan harus mengetahui apa saja dimensi pelayanan yang bisa menghasilkan kinerja pelayanan yang berkualitas. Begitu juga halnya perpustakaan perguruan tinggi yang merupakan lembaga yang melakukan kegiatan yang berbasis layanan, sudah barang tentu pelayanan yang diberikan harus berkualitas sehingga bisa memuaskan pengguna perpustakaan (pemustaka).

Pemustaka sebagai pengguna perpustakaan atau dalam bahasa bisnisnya konsumen adalah raja. Suatu ungkapan yang sangat familiar di telinga dan pikiran semua orang. Di dunia pemasaran ungkapan tersebut menjadi suatu harga mati yang harus diterapkan. Bahkan

* Pustakawan Muda/ Kepala Perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Curup, Rejang Lebong, Bengkulu.

begitu merasuknya dalam praktek keseharian, ungkapan tersebut sudah menjadi lelucon atau bahan olokan bagi pelaku bisnis. Tidak sedikit pengguna salah menafsirkan ungkapan tersebut sehingga lagak, gaya dan tuntutananya benar-benar mengidentikkan diri sebagai seorang raja. Segala sesuatu harus dilayani dengan sempurna. Kejadian dan sikap berlebihan tersebut seringkali menjadikan seorang karyawan/staf merasa dongkol dan berdampak pelayanan yang diberikan tidak sesuai ketentuan lembaga.

Penyedia layanan (dalam hal ini perpustakaan) yang mampu memahami dan memenuhi kebutuhan pengguna, dan pengguna merasa puas terhadap kinerja dan layanan yang diberikan akan mampu bertahan di era global. Pengguna merupakan faktor kunci sukses (*key succes factor/KSF*). Oleh karena itu, memahami karakteristik pengguna merupakan hal yang sangat fundamental. Maka pola pikir yang dibangun perpustakaan juga harus mengikuti logika pengguna (pemustaka). Pada tataran ini akan timbul konsep yang dikenal dengan *customer value* (nilai konsumen). Mulyadi¹ mendefinisikan *customer value* sebagai selisih antara manfaat yang diperoleh konsumen dari produk barang atau jasa yang dikonsumsi dengan pengorbanan yang dilakukan konsumen untuk memperoleh manfaat itu. Manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dilakukan oleh konsumen ditentukan oleh tingkat kualitas hubungan yang dibangun antara produsen dan konsumen.

Praktik di dunia pemasaran dan jasa tersebut juga terjadi di ranah perpustakaan. Pengguna di perpustakaan disebut pemustaka atau pemakai (*user*). Perpustakaan harus jeli melihat pasar dan menentukan segmentasi pemakainya. Di perpustakaan perguruan tinggi, sivitas akademika perguruan tinggi merupakan segmen utama yang harus dilayani. Pada perpustakaan umum pemakai utamanya adalah penduduk di wilayah perpustakaan umum tersebut, terutama penduduk yang tidak dapat lagi memperoleh akses pada pendidikan formal.

Kualitas layanan perpustakaan mengacu kepada kebutuhan pemustaka. Oleh sebab itu, layanan yang baik adalah layanan yang

¹Mulyadi. *Alat manajemen kontemporer untuk pelipatgandaan kinerja keuangan perusahaan: Balance scorecard*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 230.

dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pemustaka. Maka perpustakaan yang baik merupakan perpustakaan yang dapat memberikan pelayanan kepada setiap pemustaka secara cepat dan tepat. Keberhasilan penyajian fasilitas dan layanan perpustakaan dapat diukur dengan menggunakan kriteria frekuensi atau peminjaman bahan pustaka dan tingkat kepuasan pemustaka, karena itu kebutuhan dan permintaan pemustaka perlu diperhatikan oleh pihak perpustakaan.

Dalam dunia perpustakaan, kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diwujudkan, karena merupakan ujung tombak perpustakaan. Seperti yang disampaikan Soeatminah² yang mengatakan bahwa, baik dan tidaknya perpustakaan tergantung bagaimana pelayanannya, sebab bagian pelayanan inilah yang berhubungan langsung dengan pengguna perpustakaan. Oleh sebab itu, kegiatan pelayanan dalam organisasi apapun termasuk di dalamnya perpustakaan, harus senantiasa memperhatikan kualitas pelayanannya. Karena hal ini menjadi tolak ukur dan *first image* bagi sebuah organisasi. Apakah organisasi itu baik atau buruk, semuanya sangat bergantung dari pelayanannya.

Kualitas Layanan Perpustakaan

1. Kualitas Pelayanan

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan dalam proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain, oleh karena itu pelayanan merupakan proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan.³ Ini berarti bahwa pelayanan berlangsung tidak hanya satu kali melainkan berkali-kali, sehingga pengguna dapat merasakan perbedaan antara pelayanan ketika pertama datang ke perpustakaan dengan pelayanan untuk yang kedua kali dan seterusnya.

Pelayanan merupakan pemenuhan kebutuhan anggotanya, baik pemenuhan material maupun spiritual. Itu artinya bahwa kepuasan dari pengguna layanan adalah ketika kebutuhan para pengguna dapat dipenuhi oleh perpustakaan, dimana dalam hal ini yang dilihat adalah

²Soeatminah. *Perpustakaan, Kepustakawanan dan Pustakawan*. (Jogjakarta. Kanisius, 1992), hal. 129.

³Moenir, A. S. *Manajemen Pelayanan Umum*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal. 27.

salah satunya dimensi kualitas layanan yang diberikan kepada pemustaka. Sedangkan Kotler merumuskan bahwa pelayanan sebagai tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.⁴

Menurut Olsen dan Wyekoff, kualitas pelayanan merupakan suatu perbandingan antara harapan pemakai jasa dengan kualitas kinerja jasa pelayanan. Dengan kata lain bahwa faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah kinerja karyawan yang hasilnya dirasakan oleh pengguna jasa. Harapan disini diartikan sebagai keinginan terhadap layanan yang diberikan oleh pihak penyedia jasa dalam hal ini perpustakaan kepada penggunanya. Sedangkan kualitas kinerja layanan merupakan kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah lembaga jasa.⁵

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli, bahwa yang menjadi penekanan utama dalam hal pelayanan adalah bagaimana upaya untuk menerapkan pelayanan yang berkualitas kepada pengguna, sehingga pengguna merasa puas. Sehingga ketika kita tarik dalam konteks perpustakaan, artinya bagaimana caranya para pustakawan menerapkan pelayanan yang berkualitas ketika melayani para pemustaka.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terpusat pada upaya pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah-tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-

⁴Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing management ; thirteenth edition*. (New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2009), hal. 83.

⁵Itmamuddin. *Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Diunduh dari <http://itmamblog.blogspot.co.id/2011/05/kualitas-pelayanan-perpustakaan.html> pada tanggal 02/10/2015

nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu lembaga. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi⁶ terdapat lima dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu organisasi dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik organisasi dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
- b. *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan organisasi (perusahaan) untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus disesuaikan untuk pelanggan, seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, *kesopansantunan* dan kemampuan pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan perusahaan (organisasi). Dimana jaminan ini terdiri dari beberapa komponen; komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Suatu perusahaan (organisasi) diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan

⁶Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. (Jakarta: Salemba Empat, . 2001), hal. 148.

pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Beberapa hal diatas merupakan dimensi kualitas pelayanan, namun di sisi lain menurut Moenir⁷ banyak kemungkinan tidak adanya layanan yang memadai karena:

- a. tidak/kurang adanya kesadaran terhadap tugas atau kewajiban yang menjadi tanggung jawabnya. Akibatnya mereka bekerja dan melayani seenaknya; Sistem, prosedur dan metode kerja yang ada tidak memadai sehingga mekanisme kerja tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan dan tidak berjalan sebagaimana mestinya;
- b. pengorganisasian tugas pelayanan yang belum serasi, sehingga terjadi simpang siur penanganan tugas, tumpang tindih atau tercecernya suatu tugas tidak ada yang menangani;
- c. pendapatan pegawai tidak mencukupi memenuhi kebutuhan hidupnya. Akibatnya pegawai tidak tenang dalam bekerja, berusaha mencari tambahan pendapatan dalam jam kerja;
- d. kemampuan pegawai yang tidak memadai untuk tugas yang dibebankan kepadanya. Akibatnya hasil pekerjaan tidak memenuhi standar yang telah ditetapkan;
- e. tidak tersedianya sarana pelayanan yang memadai, yang mengakibatkan pekerjaan menjadi lamban, waktu banyak yang hilang dan penyelesaian masalah terlambat.

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang telah dikemukakan, harus dilaksanakan dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara organisasi (perusahaan) dan pelanggan karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Menurut Lupiyoadi⁸ ada lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Kesenjangan persepsi manajemen. Terjadi adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.

⁷Moenir, A. S. *Manajemen Pelayanan Umum*. (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hal. 40.

⁸Op.cit. hal. 150.

- b. Kesenjangan spesifikasi kualitas. Terjadi kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
- c. Kesenjangan penyampaian pelayanan. Terjadi kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor: (1) ambisius peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan pelanggan; (2) konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (3) kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakannya; (4) kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai; (5) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dari sistem imbalan; (6) *perceived control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan; (7) *team work*, yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
- d. Kesenjangan komunikasi. Terjadi kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadainya komunikasi horinzontal dan adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.
- e. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan. Terjadi perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan.

3. Faktor Penentu Kualitas Pelayanan

Menurut Osborn dan Plastrik dalam hernon⁹ menyatakan bahwa kualitas pelayan suatu organisasi dipengaruhi oleh tujuan

⁹Hernon, Petter and Ellen Altman. *Assesing Service Quality:Satisfaying the Expectations of Library Customer*. (Chicago:American Library Association, 1998), hal. 116.

organisasi, sistem insentif yang dipakai, sistem akuntabilitas dan struktur kekuasaan.

Terdapat konsep lain yang memiliki kaitan erat dan berdampak langsung terhadap keberhasilan pendekatan kualitas pelayanan dalam menyediakan informasi adalah bahwa, tiap organisasi haruslah memperhatikan dan mendengarkan pendapat yang dikeluarkan oleh pelanggan mengenai jasanya. Seperti yang disampaikan Berry dan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001: 182), dalam mengembangkan kualitas pelayanan yang efektif melalui sistem informasi, ada lima petunjuk yang perlu dilakukan, yaitu:

- a. Mengukur besarnya harapan pelanggan atas pelayanan. *Perusahaan* atau suatu organisasi harus dapat mengukur besarnya harapan yang muncul atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
- b. Menentukan di mana titik berat kualitas informasi. Perusahaan atau organisasi harus mampu menetapkan titik berat kualitas informasi yang ingin dicapai. Penitikberatan kualitas informasi ada pada proses keputusan pihak manajemen yang berkaitan dengan peningkatan pelayanan yang diharapkan.
- c. Mengetahui saran pelanggan. Perusahaan atau organisasi dituntut untuk dapat mendengarkan dan memahami saran pelanggan mengenai produk atau jasanya. Menghubungkan kinerja pelayanan dan *output* yang dihasilkan oleh perusahaan
- d. Organisasi diharapkan mampu mengkaitkan kinerja pelayanan dengan tujuan organisasi.
- e. Menjangkau seluruh pegawai. Penerapan sistem informasi dalam kualitas pelayanan harus mampu mencakup keseluruhan individu yang terkait di dalam hierarki organisasi. Sistem tersebut harus didesain sedemikian rupa agar semua pegawai yang berada dalam fungsi yang berbeda mendapatkan informasi yang sesuai.

4. Pengawasan

Salah satu faktor yang terkadang membuat suatu pelayanan tidak berjalan dengan baik adalah buruknya sistem pengawasan yang diterapkan. Jika pengawasan baik maka niscaya kegiatan pelayanan juga akan berjalan sesuai harapan, dan sebaliknya jika pengawanan buruk, maka kegiatan pelayanan juga berjalan tidak sesuai harapan.

Seringkali terjadi beberapa penyimpangan yang dilakukan oleh para pegawai dilapangan jika sistem pengawasan tidak berjalan dengan baik. Menurut Yuniardi¹⁰ terdapat beberapa hal yang memungkinkan terjadinya penyimpangan diantaranya : 1) unsur ketidaktentuan, 2) peristiwa yang tidak terduga sebelumnya, 3) Unsur kegagalan, 4) unsur kesalahan manusia. Keempat hal ini sangat memungkinkan terjadinya penyimpangan dalam kegiatan pelayanan. Oleh sebab itu, pengawasan merupakan harga mati bagi sebuah kegiatan pelayanan, agar kegiatan pelayanan dapat berjalan dengan maksimal sesuai dengan harapan organisasi.

Adapun tujuan pengawasan menurut Siagian¹¹ ada beberapa hal :

- a) Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan dengan rencana yang digariskan
- b) Untuk mengetahui kesulitan-kesulitan dan kelemahan dalam bekerja
- c) Untuk mengetahui apakah segala sesuatu dilaksanakan dengan instruksi serta apa-apa yang telah diinstruksikan
- d) Untuk mengetahui apakah segala sesuatu berjalan dengan efisien
- e) Untuk mengetahui jalan keluar jika ternyata dijumpai kesulitan, kelemahan dan kegagalan untuk menuju ke arah perbaikan.

5. Studi Mengenai Kualitas Jasa Di Perpustakaan

Ilmu perpustakaan dan aktivitas operasional sehari-hari selalu berkaitan dengan disiplin ilmu yang lain. Ada dua disiplin ilmu yang sangat berpengaruh pada kegiatan operasional perpustakaan, pertama teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology*) yang berkaitan dengan kegiatan operasional perpustakaan sehari-hari seperti digitalisasi koleksi, sistem layanan dan *e-library*. Disiplin ilmu yang kedua adalah manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Manajemen pemasaran lebih berkaitan dengan sumber daya manusia seperti

¹⁰ Yuniardi. *Manajemen Pemasaran*. (Bandung:Remaja Rosdakarya, 1984), hal. 137.

¹¹ Siagian, Sondang P. *Fungsi-Fungsi Managerial*. Jakarta:Bumi Aksara, 1992), hal. 170-173.

peningkatan kompetensi, interaksi antar individu dan atau lembaga, kepuasan kerja, kepuasan pemakai, kualitas layanan dan sebagainya.

Beberapa studi dan penelitian mengenai pemasaran yang memfokuskan tentang tingkat kepuasan pemakai dan kualitas layanan perpustakaan telah dilakukan dan diterapkan di banyak perpustakaan negara maju seperti di Amerika Serikat dan beberapa negara Eropa.¹²

a. Di Amerika Serikat

Dipelopori oleh *American Library Association* (ALA) banyak menyelenggarakan seminar dan publikasi tentang fungsi pemasaran untuk perpustakaan. Pada tahun 1876 ALA mengadakan satu konferensi di mana salah satu pembicaranya *Samuel Sweet Green*, mengambil topik pengembangan hubungan personal antara pustakawan dan pembaca. Pada konferensi lain di tahun 1896, *Lutie Stearns* membahas pentingnya periklanan di perpustakaan. Setelah itu banyak sekali seminar tentang pengembangan perpustakaan dengan mengadopsi prinsip-prinsip pemasaran.

The Association of Research Libraries (ARL) yang berdiri tahun 1932 lebih banyak memfokuskan pada penelitian ilmiah di bidang perpustakaan. Konferensi, workshop dan kursus mengenai pemasaran khususnya peningkatan mutu banyak dilakukan. Pelatihan yang cukup fenomenal antara lain penggunaan metode *service quality* (*SERVQUAL*) yang dikembangkan tahun 1980an oleh A. Parasuraman, L.L. Naerry dan V.A. Zeithaml untuk perpustakaan. Metode ini di perpustakaan dinamakan dengan *Library Quality* (*LIQUAL*).

Perpustakaan Universitas Harvard menerapkan metode Total Quality Manajemen (TQM) sejak awal tahun 1980. Sebelum penerapan di perpustakaan metode ini telah diterapkan di lingkungan universitas. Studi mengenai manajemen pemasaran juga banyak dilakukan. Setelah diimplementasikan di perpustakaan, metode TQM mampu memberi manfaat ganda bagi semua pihak yang terkait dengan perpustakaan.

¹²Surtiawan, Dwi. *Kepuasan Pemakai dan Peningkatan Kualitas Berbasis Pemakai*. (Makalah peserta Lomba Penulisan Karya Tulis Ilmiah bagi Pustakawan Tahun 2006), hal. 4.

b. Di Eropa

International Federation of Library Association and Institution (IFLA) memiliki peran yang signifikan dalam mengembangkan prinsip-prinsip pemasaran di perpustakaan terutama di kawasan Benua Eropa. Greta Renbog (1997) dalam satu artikelnya menulis bahwa Andrian Schack Steenberg, seorang pustakawan Denmark, setelah menamatkan belajar di Amerika Serikat pada tahun 1903 memelopori istilah "tugas lanjutan (*extention work*)" untuk perpustakaan. Menurut Harrod's *The Librarians "extention work"* didefinisikan sebagai: "*activities which are undertaken with the object of reaching group of people who might otherwise be unaware of the library*". Aktifitas lanjutan yang dimaksud tersebut banyak berkaitan dengan fungsi-fungsi pada manajemen pemasaran, yang antara lain berupa kegiatan periklanan, hubungan masyarakat dan publikasi. Tahun 1963 IFLA memelopori adanya konferensi tentang pengembangan perpustakaan terutama berkaitan dengan hubungan masyarakat.

Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan perpustakaan yang bertugas sebagai suatu unit pelaksana teknis, mengemban tugas mendukung tujuan lembaga induknya, yaitu memberikan layanan kepada sivitas akademika dan masyarakat pemakai di sekitarnya, yang relevan dengan program Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Dimana pada umumnya perpustakaan perguruan tinggi merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) dan secara langsung berada dibawah rektorat. Kepala Perpustakaan bertanggung jawab langsung kepada Rektor. Dalam Peraturan Pemerintah No. 30/1990 tentang Pendidikan Tinggi disebutkan bahwa perpustakaan merupakan unsur penunjang Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Menurut Undang-undang No 43 tahun 2007, pasal 24 ayat 1 menyebutkan bahwa setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan Standar Nasional Pendidikan. Selanjutnya pada ayat 2 disebutkan bahwa Perpustakaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memiliki koleksi, baik jumlah judul maupun jumlah eksemplarnya,

yang mencukupi untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.¹³

Menurut Sulistyو Basuki, secara umum tujuan perpustakaan perguruan tinggi adalah: (1) memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi, lazimnya staf pengajar dan mahasiswa. Sering pula mencakup pula tenaga administrasi perguruan tinggi, (2) menyediakan bahan pustaka rujukan (referens) pada semua tingkat akademis, artinya mulai dari mahasiswa tahun pertama hingga ke mahasiswa program pascasarjana dan staf pengajar, (3) menyediakan ruangan belajar untuk pemakai perpustakaan, (4) menyediakan jasa peminjaman yang tepat guna bagi berbagai jenis pemakaian, dan (5) menyediakan jasa informasi aktif yang tidak saja terbatas pada lingkungan perguruan tinggi tetapi juga lembaga industri lokal.¹⁴

Sebagai jantungnya perguruan tinggi, UPT Perpustakaan harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya kepada seluruh sivitas akademika. Hal ini sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 1 Tahun 1995 tentang perbaikan dan Peningkatan Mutu Pelayan Aparatur Pemerintah kepada masyarakat, dan Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993 tentang Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum. Dengan beberapa peraturan ini, mau tidak mau perpustakaan harus berbenah dan melakukan berbagai terobosan agar dapat melakukan pelayanan yang berkualitas kepada pemustaka.

Urgensi Kualitas Layanan Perpustakaan Perguruan Tinggi

Menurut Armand Feigenbaum¹⁵ bahwa kualitas merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi harapan pengguna. Sedangkan Kaoru Ishikawa yang merupakan ahli manajemen mutu dari Jepang mendefinisikan kualitas adalah kepuasan pelanggan.

¹³ Indonesia. Undang-undang No 43 tentang *Perpustakaan*. (Jakarta: Sekretariat Negara, 2007)

¹⁴ Sulistyو Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994), hal. 52.

¹⁵ Mahyudanil Lubis. *Pentingnya menjaga dan meningkatkan Kualitas Jasa dan Pelayanan*. Diakses dari <http://mahyudanil-lubis.blogspot.co.id/2010/01/pentingnya-menjaga-dan-meningkatkan.html> pada tanggal 02/10/2015

Kalau dilihat dari defenisi para ahli tersebut, jelas sudah bahwa kalau kita kita ingin memberikan jasa dan pelayanan yang berkualitas kepada pengguna maka kita harus memuaskan pengguna. Demikian sebaliknya dengan memuaskan pengguna sebenarnya kita sudah memberikan kualitas dalam jasa dan pelayanan kita.

Ketika kita ingin memastikan apakah kita sudah memberikan jasa dan pelayanan yang berkualitas maka kita perlu melakukan pengukuran. Karena kualitas yang semakin tinggi akan menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, sebaliknya kualitas yang semakin rendah akan mengakibatkan keuntungan yang semakin rendah dan menimbulkan biaya yang kelihatan (*visible cost*) maupun tidak (*invisible cost*) bagi perusahaan. Tidak berkualitas akan mengakibatkan biaya tinggi, diantaranya akan mengakibatkan:

- *Biaya untuk melayani komplain pelanggan.* Komplain pelanggan akan menguras waktu, biaya dan tenaga.
- *Biaya yang timbul karena hilangnya pelanggan.* Pelanggan yang ada secara otomatis akan menggerakkan roda bisnis perusahaan. Bisa dibayangkan apabila ada pelanggan yang hilang akibat kualitas jasa dan pelayanan yang buruk.
- *Biaya untuk melakukan pekerjaan ulang (rework).* Apabila terjadi *service breakdown* akibat kualitas jasa dan pelayanan yang buruk pasti akan membutuhkan biaya lebih untuk memperbaikinya.
- *Biaya untuk mengatasi publikasi negatif.* Pelanggan yang tidak puas akan memberitahu ke orang lain mengenai ketidakpuasannya. Hal ini bisa memberikan image yang buruk bagi perusahaan. Dan biaya untuk menumbuhkan kepercayaan dan menarik pelanggan baru akan lebih tinggi.
- *Biaya untuk menggantikan pelanggan yang hilang.* Dari survey yang dilakukan oleh Technical Assistance Research Program (TARP) menunjukkan bahwa mendapatkan pelanggan baru akan membutuhkan biaya lebih tinggi hingga lima kali lipat dibandingkan mempertahankan pelanggan yang ada.
- *Biaya pemasaran yang lebih tinggi.* Kualitas yang buruk tidak akan mendapatkan pemasaran gratis yaitu rekomendasi dari mulut ke mulut para pelanggan yang puas.¹⁶

¹⁶ Ibid.

Ketika berbicara dalam konteks perpustakaan, pemustaka merupakan pelanggan atau pengguna layanan perpustakaan. Oleh karena itu, walaupun perpustakaan tidak berorientasi kepada profit, tentunya dalam konteks dunia pendidikan hal ini harus menjadi perhatian. Beberapa hal diatas harus menjadi *interest* dan menjadi *starting point* bagi perpustakaan ketika ingin menciptakan layanan berkualitas.

Pemustaka ketika ditanya tentang kualitas layanan perpustakaan, tentunya akan muncul beberapa jawaban yang berbeda. Setiap pemustaka akan berlainan, memahami, menilai dan merasakan kualitas layanan. Tetapi terdapat beberapa hal yang sama berkaitan dengan kualitas layanan perpustakaan yang diharapkan. Diantara persamaan itu adalah:

1. Pemustaka mengharapkan kenyamanan dalam menggunakan seluruh layanan perpustakaan.
2. Pemustaka mengharapkan koleksi yang tersedia memenuhi kebutuhannya.
3. Pemustaka mengharapkan sikap yang ramah, bersahabat dan responsif dari petugas.
4. Pemustaka mengharapkan perpustakaan memiliki akses internet yang cepat.

Setiap pemustaka pasti mempunyai harapan tersendiri ketika mendatangi perpustakaan. Namun tingkat pengharapan dan prioritas layanan yang diharapkan antar pemustaka berlainan. Adanya kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diperoleh merupakan definisi sederhana dari kualitas.

Layanan yang berkualitas merupakan aset penting dalam dunia layanan perpustakaan. Layanan pemustaka memiliki konsep bahwa dengan mengerti dan memenuhi kebutuhan pemustaka, maka perpustakaan dapat meningkatkan kualitas layanannya. Perpustakaan yang memberikan layanan yang berkualitas kepada pemustaka berarti memberikan bantuan kepada pemustaka guna meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan oleh pihak perpustakaan.

Memang tidak mudah untuk mendefinisikan kualitas dengan tepat, akan tetapi kualitas dapat dirinci. Goetsh dan Davis (1994) menjelaskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan

yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁷ Kemudian Kotler¹⁸ mendefinisikan “Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”.

Kualitas menurut ISO 9000 sebagaimana dikutip oleh Lupiyoadi¹⁹ adalah *degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements*, derajat yang dicapai oleh karakteristik yang melekat dalam memenuhi persyaratan. Jadi kualitas yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauhmana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan menilai sampai sejauh mana sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifiknya. Juran (1992) memberikan definisi kualitas sebagai berikut “*Quality as product features which meet costumer needs and freedom from deficiencies. The features of product or service play an important part in satisfying costumers’ needs*”.²⁰ Yang artinya kualitas didefinisikan sebagai fitur produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebebasan dari kekurangan. Fitur dari produk atau jasa memainkan peranan penting dalam memuaskan kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya menurut Tjiptono²¹ bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Oleh karena itu, dalam kaitannya dengan persepsi terhadap kualitas, citra dapat dipandang sebagai filter yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas keseluruhan.

¹⁷ Tjiptono, Fandy. *Manajemen jasa*. Yogyakarta : Andi, 2007), hal. 51.

¹⁸ Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Ed., (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc., 1997), hal. 49.

¹⁹ Lupiyoadi, Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat, 2006), hal. 175

²⁰ Lim, T.E & Niew, B.C. *Quality management system : assessment to ISO 9000:1994 series*. (Singapore : Prentice Hall, 1995), hal. 8.

²¹ Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama. (Malang: Bayu Media Publishing, 2005), hal. 260.

Berdasarkan pemaparan di atas, jadi inti dari kualitas layanan itu adalah bagaimana penyedia jasa memberikan layanan terbaik dan maksimal kepada pelanggan sehingga akhirnya akan menimbulkan persepsi dari pelanggan tersebut.

Kualitas total suatu jasa menurut Gronroos²² terdiri atas dua komponen utama, yaitu:

1. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan.
2. *Functional Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

Sehubungan dengan kualitas jasa, diidentifikasi bahwa ada dua komponen dasar dalam kualitas jasa yaitu kualitas teknis dan kualitas fungsional. Kualitas teknis merupakan elemen yang relatif mudah diukur secara objektif, baik oleh konsumen maupun oleh perusahaan sebagai penyedia jasa. Komponen ini menjadi dasar bagi konsumen dalam menilai kualitas jasa, tetapi karena adanya interaksi langsung antara konsumen dengan produsen maka kualitas fungsional seperti lingkungan atau penanganan oleh perusahaan akan sangat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yang diterimanya.

Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa adalah membandingkan harapan mereka atas suatu pelayanan dengan pengalaman yang mereka dapatkan atas pelayanan tersebut. Kualitas jasa dinilai atas dua hal yaitu: 1. Kualitas proses, yaitu dari cara penyampaian pelayanan. 2. Kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil akhir pelayanan tersebut.

Selanjutnya menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry²³ faktor-faktor yang dapat mempengaruhi ekspektasi pengguna jasa terhadap suatu pelayanan atau produk yang ditawarkan adalah :

1. *Word of mouth communication* (cerita dari mulut ke mulut). Faktor ini sangat signifikan mempengaruhi harapan pelanggan atau pengguna terhadap suatu layanan. Hal ini disebabkan

²²Gronroos, Christian. *Service management and marketing : managing the moments of truth in service competition*. Singapore : Maxwell Macmillan, 1990), hal. 38.

²³Zeithaml, A. Valarie, Parasuraman, A., dan Berry, L. *Delivering quality service: balancing customer perceptions and expectations*. New York: The Free Press, 1990), hal. 19.

karena jika seorang pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh suatu pihak penyedia jasa, maka seorang pelanggan akan bercerita mengenai bagusnyanya pelayanan yang ia terima. Akan tetapi sebaliknya, jika pelayanan yang ia terima kurang memuaskan maka ia pun menyampaikannya kepada yang lain.

2. *Personal need* (kebutuhan diri). Harapan pelanggan muncul dalam hal ini karena karakteristik dan kebutuhan dalam diri mereka.
3. *Past experience* (pengalaman masa lalu). Faktor pengalaman sebelumnya sangat mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa atau layanan tertentu. Pengalaman ketika pernah menggunakan suatu layanan akan memberikan pelajaran kepada seorang pelanggan apakah akan menggunakan layanan tersebut lagi atautkah pindah ke jasa layanan yang lain.
4. *External communications to costumers* (komunikasi eksternal). Sebagai contoh dari komunikasi eksternal ini adalah tayangan iklan di media massa baik cetak maupun elektronik. Hal ini sangat berpengaruh bagi pelanggan dalam menilai kualitas suatu layanan.

Kualitas layanan perpustakaan mengacu kepada kebutuhan pemustaka. Oleh sebab itu, layanan yang baik adalah layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pemustaka. Maka perpustakaan yang baik merupakan perpustakaan yang dapat memberikan pelayanan kepada setiap pemustaka secara cepat dan tepat. Keberhasilan penyajian fasilitas dan layanan perpustakaan dapat diukur dengan menggunakan kriteria frekuensi atau peminjaman bahan pustaka dan tingkat kepuasan pemustaka, karena itu kebutuhan dan permintaan pemustaka perlu diperhatikan oleh pihak perpustakaan. Dalam kegiatan pelayanan memerlukan suatu sikap positif di hadapan pelanggan. Senyum, tutur kata, gerak gerik, cara berpakaian, dan kecekatan dalam melayani pelanggan akan memberikan nilai tambah yang besar bagi kepuasan pelanggan.

Pelayanan pemustaka yang bermutu merupakan kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dan keuntungan bagi perpustakaan. Namun hal itu di masa kini banyak yang hanya lebih memfokuskan pada hal-hal yang teknis dan seputar kinerja

perpustakaan dan hanya sedikit sekali yang memperhatikan dari sisi manusianya. Itu sebabnya sangat diperlukan juga mengenai pelayanan yang bermutu atau berkualitas. Maka untuk terciptanya suatu pelayanan yang berkualitas kepada pemustaka, ada 4 hal yang harus dilakukan oleh perpustakaan atau para pustakawan dan staf perpustakaan, yaitu:

a. Menunjukkan sikap positif

Sikap positif dimulai dari sapaan, sikap selama melayani sampai menangani keluhan. Hal ini harus dilakukan baik ketika bertemu langsung maupun ketika pemustaka menghubungi melalui telepon, bahkan juga dalam komunikasi melalui bahasa tulisan harus tetap menunjukkan sikap yang positif terhadap pemustaka.

b. Mengenali kebutuhan pemustaka

Mengenali kebutuhan pemustaka dimulai dari mendengarkan, apapun yang disampaikan baik pendapat, pertanyaan maupun keluhan. Apabila dicermati maka akan diketahui kebutuhan-kebutuhan apa yang ada pada pemustaka. Tips sederhana adalah dengan mencatat dan mengkategorikannya dengan baik supaya mudah ditindak lanjuti.

c. Memenuhi kebutuhan pemustaka

Sedapat mungkin kebutuhan pemustaka dipuaskan, khususnya yang terkait langsung dengan koleksi dan layanan perpustakaan. Bahkan sikap “extra miles” atau memberikan lebih daripada yang dibutuhkan harus mulai dilakukan.

d. Memastikan pemustaka kembali lagi

Pemustaka yang puas belum tentu pemustaka yang loyal. Jadi langkah berikutnya yang cukup sulit adalah bagaimana membuat pemustaka kembali lagi. Ini bukan bicara jangka pendek. Pada umumnya harus dilakukan berbagai kegiatan yang merupakan paduan antara perbaikan kualitas koleksi dan berbagai program peningkatan pelayanan.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat dipahami bahwa memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan terfokus pada sikap dan perhatian dari penyedia jasa. Sikap dan perhatian ini akan menjadi tolok ukur sebagai langkah awal dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Jadi betapa pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pemustaka yang

ujungnya akan diupayakan menjadi sarana mempertahankan pemustaka supaya cinta akan buku dan perpustakaan.

PENUTUP

Dari uraian tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Salah satu tugas perpustakaan Perguruan Tinggi adalah melakukan pelayanan kepada seluruh sivitas akademika di perguruan tinggi.
2. Sebagai sebuah lembaga yang melakukan aktifitas pelayanan, maka perpustakaan berkewajiban untuk senantiasa meningkatkan kualitas layanannya, agar dapat memenuhi kebutuhan para pemustaka.
3. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan seperti, *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy* harus dilaksanakan agar tidak menimbulkan kesenjangan antara organisasi (perusahaan) dan pelanggan karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan
4. Ada beberapa faktor yang dapat meningkatkan kualitas layanan pada sebuah lembaga yaitu tujuan organisasi, sistem insentif yang dipakai, sistem akuntabilitas dan struktur kekuasaan
5. Untuk mengetahui apakah kegiatan berjalan sesuai dengan harapan dari rencana organisasi, maka perlu dilaksanakan kegiatan pengawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Gronroos, Christian. *Service management and marketing : managing the moments of truth in service competition*. Singapore : Maxwell Macmillan, 1990.
- Hernon, Petter and Ellen Altman. *Assesing Service Quality:Satisfaying the Expectations of Library Customer*. Chicago: American Library Association, 1998.
- Indonesia. Undang-undang No 43 tentang Perpustakaan, 2007.
- Itmamuddin. *Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Diunduh dari <http://itmamblog.blogspot.co.id/2011/05/kualitas-pelayanan-perpustakaan.html> pada tanggal 02/10/2015

- Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, Inc., 1997
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. *Marketing management ; thirteenth edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2009
- Lim, T.E & Niew, B.C. *Quality management system : assessment to ISO 9000:1994 series*. Singapore : Prentice Hall, 1995
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat, 2001
- .Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua. Jakarta : Salemba Empat, 2006
- Mahyudanil Lubis. *Pentingnya menjaga dan meningkatkan Kualitas Jasa dan Pelayanan*. Diakses dari <http://mahyudanil-lubis.blogspot.co.id/2010/01/pentingnya-menjaga-dan-meningkatkan.html> pada tanggal 02/10/2015
- Moenir, A. S. *Manajemen Pelayanan Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Siagian, Sondang P. *Fungsi-Fungsi Managerial*. Jakarta:Bumi Aksara, 1992.
- Soeatminah. *Perpustakaan, Kepustakawanan dan Pustakawan*. Jogjakarta. Kanisius, 1992.
- Sulistyo-Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Surtiawan, Dwi. *Kepuasan Pemakai dan Peningkatan Kualitas Berbasis Pemakai*. (Makalah Peserta Lomba Penulisan Karya Tulis Ilmiah bagi Pustakawan Tahun 2006)
- Sutarno. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Edisi revisi. Jakarta: Sagung Seto, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama. Malang: Bayu Media Publishing, 2005.
- . Manajemen jasa*. Yogyakarta : Andi, 2007.
- Yuiardi. *Manajemen Pemasaran*. Bandung:Remaja Rosdakarya, 1984.
- Zeithaml, A. Valarie, Parasuraman, A., dan Berry, L. *Delivering quality service: balancing costumer perceptions and expectations*. New York: The Free Press, 1990.