

Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan yang Berorientasi Pada Kepuasan Pemakai

Oleh:
Hari Santoso ^{**)}

Pendahuluan

Perpustakaan sebagai lembaga yang bergerak dalam bidang jasa informasi dituntut untuk dapat menerapkan strategi layanan yang berorientasi kepada pemakai (*user oriented*) dalam upaya memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pemakai.

Masalah kepuasan pemakai perlu mendapat perhatian mengingat banyaknya keluhan berkaitan dengan kinerja perpustakaan, antara lain sulitnya mencari literatur di perpustakaan, terbatasnya koleksi, sistem layanan yang lamban dan terlalu birokratis, sikap pustakawan yang tidak simpatik dan tidak profesional, suasana yang gaduh, tempat penitipan tas yang tidak aman, mahal biaya *foto copy*, banyaknya bahan pustaka yang rusak dan robek, kamar kecil yang kotor dan lain-lain.

Berbagai keluhan tersebut sesungguhnya merupakan cerminan ketidakpuasan pemakai terhadap kinerja perpustakaan. Ketidakmampuan perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan pemakai akan berakibat tidak tercapainya kepuasan, menurunnya minat serta hilangnya kepercayaan pemakai terhadap kinerja perpustakaan dan pada akhirnya dapat merusak citra perpustakaan sebagai pusat informasi.

Oleh karenanya kepuasan pemakai perlu mendapat perhatian yang serius agar perpustakaan dapat memiliki keunggulan kompetitif dengan lembaga informasi yang lain. Dalam hal ini manajemen perpustakaan perlu mengadakan perubahan-perubahan yang berfokus pada pelanggan baik internal maupun eksternal; memiliki obsesi yang tinggi terhadap kualitas; menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah; membangun kerjasama tim; memperbaiki proses secara berkesinambungan, menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan; memberikan kebebasan yang terkendali; memiliki kesatuan tujuan dan melakukan pemberdayaan staf.

Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pemakai

Kualitas Layanan

Secara definitif layanan dapat dijabarkan sebagai usaha membantu menyiapkan mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang dan mengacu pada: (a) upaya membuat kepuasan orang yang membutuhkan layanan, terkait kualitas (b) aktivitas yang ditawarkan perorangan/organisasi kepada konsumen, (c) terkait dengan suatu produk berupa barang dan atau jasa.¹ Kata “ kualitas “ mengandung banyak pengertian, diantaranya : (a) kesesuaian dengan persyaratan; (b) kecocokan untuk pemakaian (c) perbaikan berkelanjutan; (d) bebas dari kerusakan/cacat (e) pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak

^{**)} Pustakawan Madya pada Perpustakaan Universitas Negeri Malang

¹ Sutopo. 2000. Pelayanan Prima. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara

awal dan setiap saat; (f) melakukan segala sesuatu secara benar; dan (g) sesuatu yang membahagiakan pelanggan.²

Kualitas pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan. Kualitas juga merupakan totalitas suatu produk (barang dan/atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Elemen dasar kualitas terdiri dari tiga aspek, yaitu: (a) kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan; (b) kualitas menunjuk produk barang dan jasa, manusia proses dan lingkungan, (c) kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Adapun ciri-ciri atau atribut yang ada dalam kualitas adalah:

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses;
2. Akurasi layanan, yang meliputi bebas dari kesalahan-kesalahan;
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan;
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer;
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain;
6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan dan lain-lain.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas dapat diberi pengertian sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan/atau jasa) yang menunjang kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Kualitas sering kali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan.

Ada tiga kriteria untuk kualitas pelayanan yang terbaik³

1. Profesionalisme dan Keterampilan (*Professionalism and Skills*)
Para pelanggan menyadari bahwa pemberi pelayanan dan para petugas memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah secara profesional (*outcome-related criteria*).
2. Sikap dan Perilaku (*Attitudes and Behavior*)
Para pelanggan merasakan bahwa petugas pelayanan (*contact person*) memperhatikan dan tertarik untuk memecahkan masalah mereka (pelanggan) secara spontan dan ramah (*process-related criteria*).
3. Aksesibilitas dan Fleksibilitas (*Accessibility and Flexibility*)
Para pelanggan merasakan bahwa pemberi pelayanan, lokasinya, waktu kegiatan, para pegawai dan sistem operasionalnya dirancang dan beroperasi dengan baik sehingga mudah memiliki akses kepada pelayanan serta kesemuanya dipersiapkan agar sesuai dengan permintaan dan keinginan pelanggan (*Process-related criteria*).

² Tjiptono, Fandy. 1997. Total Quality Management. Yogyakarta: Andi

³ Gronroos, Christian. 1990. service Management and Marketing. Toronto: Lexington Books

Kepuasan Pemakai

Tujuan layanan perpustakaan adalah membantu memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat pemakainya dan layanan pemakai dapat dikatakan berhasil apabila terdapat pertemuan atau *'meeting of mind'* antara apa yang ditargetkan dari sumber pokok layanan dengan manifestasi pendayaguna sumber-sumber dari fasilitas perpustakaan oleh para pemakainya. Oleh karenanya dalam layanan pemakai dituntut adanya aktivitas dan kreativitas pustakawan untuk menentukan cara dan bentuk layanan yang bagaimanakah yang perlu digunakan agar layanan pemakai dapat mencapai sasaran yang diharapkan.

Suatu lembaga agar sukses dalam persaingan harus dapat menciptakan dan mempertahankan pelanggan dengan membuat suatu kondisi agar para pelanggan merasa puas. Tingkat kepuasan dapat dijabarkan sebagai suatu keadaan terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan yang dilayani melalui layanan yang diberikan.

Rasio persamaan tingkat kepuasan pelanggan dapat dirumuskan sebagai berikut ⁴

$$Z = \frac{X}{Y}$$

Keterangan:

Z = tingkat kepuasan pelanggan

X = kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan

Y = kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan atas kualitas layanan

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut⁵:

1. Keberadaan sarana dan prasarana layanan (*availability of service*)
Yaitu suatu kondisi ketersediaan perlengkapan kerja dan fasilitas-fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat bantu pelaksanaan layanan kepada masyarakat.
2. Ketanggapan staf layanan (*responsiveness of the staf*)
Yaitu kemauan staf layanan untuk tanggap dan bersedia membantu kepentingan pelanggan yang memerlukan layanan.
3. Keahlian staf layanan (*professionalism of the staf*)
Yaitu kemampuan dan keterampilan staf layanan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan di bidangnya.
4. Ketuntasan layanan yang diberikan (*completeness of service*)
Yaitu kemauan aparat layanan untuk menjamin bahwa layanan yang diharapkan pelanggan dapat diselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku.

⁴ Soepranto. 1997. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar

⁵ Sulistyanto, Edy. 2001. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat terhadap Layanan Sertifikasi Tanah. Kritis: Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin. Salatiga: Program Pasca Sarjana UKSW

Ada beberapa faktor dalam perilaku kerja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diterima, yaitu: *diligence, dedication, integrity, responsiveness, versality, carefulness, innovativeness, completeness, cooperativeness* dan *professionalism*.⁶ Penciptaan kepuasan pelanggan pada dasarnya merupakan tujuan dari organisasi baik yang bergerak dalam bidang bisnis maupun jasa.⁷ Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa terciptanya kepuasan pelanggan akan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya adalah: (1) terjalinnya hubungan antara lembaga dan pelanggan menjadi harmonis, (2) memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, (3) terciptanya loyalitas pelanggan, (4) membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan lembaga, dan (5) reputasi lembaga menjadi baik di mata pelanggan.⁸

Pada dasarnya kepuasan pelanggan bergantung pada kualitas layanan (*service quality*) yang diberikan oleh lembaga yang memasarkan produk jasa. Tingkat kualitas layanan yang dirasakan pelanggan adalah derajat perasaan dalam menerima layanan yang diberikan oleh perusahaan.⁹ Sedangkan derajat kualitas layanan yang dirasakan pelanggan adalah tingkat penilaian pelanggan terhadap layanan yang dialami oleh pelanggan. Tingkat kualitas layanan yang menjadi harapan pelanggan merupakan salah satu prasyarat dalam meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu salah satu prasyarat untuk meningkatkan layanan adalah dengan memahami terlebih dahulu ekspektasi atau harapan pelanggan, di samping memahami jenis-jenis pelanggan yang dilayani. Sedangkan layanan yang diinginkan pelanggan adalah layanan yang memiliki karakteristik lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), serta lebih baik (*better*). Dalam hal ini mencakup tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya dan dimensi kualitas produk.

Kualitas layanan mempunyai peranan yang strategis di masa depan. Hal ini dikarenakan dimasa yang akan datang pelanggan akan semakin memegang peranan kunci bagi keberhasilan lembaga. Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan dapat memenuhi keunggulan layanan yang diberikan lembaga. Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Bila kualitas layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan sebaliknya bila kualitas layanan yang diberikan tidak memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Kualitas layanan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Dengan demikian untuk mengukur kualitas layanan dapat dilakukan dengan membandingkan antara kualitas layanan yang diharapkan dengan yang diterima dan dirasakan oleh para pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka layanan yang diberikan dirasakan baik dan memuaskan. Sedangkan bila kualitas yang diterima malampaui harapan, maka kualitas layanan dirasakan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya bila kualitas layanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas

⁶ The Liang Gie. 1987. Etika Administrasi Pemerintah. Jakarta: Karunia

⁷ Schnaars, S.P. 1998. Marketing Strategy: Customers and Competition. New York: Free Press

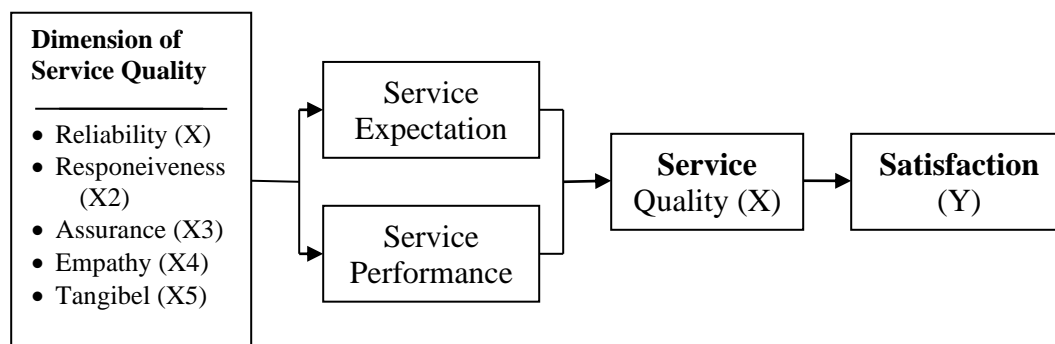
⁸ Tjiptono, Fandy. 1998. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy

⁹ Gasperz, Vincent. 1997. Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-Konsep Kualitas dalam Manajemen Bisnis. Jakarta: Gramedia

layanan dikatakan jelek dan tidak memuaskan. Dengan demikian ideal dan rendahnya kualitas jasa bergantung pada kemampuan organisasi penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.

Terdapat lima unsur atau dimensi yang dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan dan analisis untuk mengukur kualitas layanan sehingga pelanggan merasa puas atau tidak terhadap layanan yang diberikan lembaga, yaitu: (1) *reability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten dan memuaskan; (2) *responsiveness* (daya tanggap), yaitu keinginan atau kesediaan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap; (3) *assurance* (jaminan), yaitu mencakup pengetahuan kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dapat dimiliki para staf, bebas dari bahaya resiko dan keraguan; (4) *empathy* (empati), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan; (5) *tangibles* (bukti fisik), yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.¹⁰

Hal ini sejalan dengan teori yang dikembangkan oleh Gronroos (1990) bahwa kualitas total suatu layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tersebut meliputi dua dimensi, yaitu: (1) *technical quality* yang berkaitan dengan kualitas *output* layanan yang dipersepsikan oleh pelanggan, dan (2) *functional quality*, yaitu berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa atau hasil akhir jasa dari penyedia jasa kepada pelanggan. Sedangkan *rechnical quality*, menurut Zeithaml (1990) meliputi: (1) *search quality*, yaitu dapat dievaluasi sebelum dibeli, (2) *experience quality*, yaitu hanya dapat dievaluasi setelah dikonsumsi: dan (3) *credence quality*, yaitu sukar dievaluasi pelanggan sekalipun telah mengkonsumsi jasa. Model kerangka konseptual pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:¹¹



Definisi operasional untuk setiap dimensi kualitas layanan sebagai berikut: Bukti fisik (XI) adalah dimensi kualitas layanan perpustakaan berdasarkan persepsi pemakai terhadap penampilan fisik atau wujud nyata dari semua unsur layanan yang diberikan oleh perpustakaan. Kendala (X2) adalah dimensi kualitas layanan perpustakaan berdasarkan persepsi pemakai yang berkaitan dengan kendala

¹⁰ Fitzsimmons, A.A. 1994. Measuring Service Quality: Reexamination and Extention. Journal of Marketing Vol.56 (July): 55-68

¹¹ Suyono, Bambang. 200. Pengaruh Kulitas Layanan Aklademik dan Administrasi terhadap keputusan Mahasiswa Universitas Negeri Malang. Ilmu Pengetahuan Sosial Tahun 35 No.2 Desember 2001. Malang: Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

atau kemampuan perpustakaan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Ketanggapan (X3) adalah dimensi kualitas layanan perpustakaan berdasarkan persepsi pemakai terhadap ketanggapan dan kecepatan personil perpustakaan dalam membantu dan memberikan layanan kepada pemakai. Jaminan (X4) adalah dimensi kualitas layanan perpustakaan berdasarkan persepsi pemakai terhadap jaminan atau layanan dari perpustakaan, yang ditunjukkan dengan pengetahuan, wawasan dan kemampuan, sikap percaya diri personil perpustakaan dalam memberikan layanan kepada pemakai. Empati (X5) adalah dimensi kualitas layanan perpustakaan berdasarkan persepsi pemakai terhadap empati personil perpustakaan terhadap pemakai. Keputusan (Y) adalah perasaan puas pemakai terhadap layanan yang diberikan perpustakaan.

Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Perpustakaan

Untuk mewujudkan misi perpustakaan, ada 3 (tiga) langkah strategis yang harus dilakukan, yaitu (1) memberikan pelayanan terbaik (*provide the best quality service*), (2) menjalankan usaha dengan sederhana, mudah dan menyenangkan (*be easy to do business with*), (3) menumbuhkan rasa kepemilikan dan loyalitas staf terhadap perpustakaan. Strategi tersebut dijalankan atas dasar 3 komponen pula, yaitu: (1) bekerja sama sebagai tim yang kompak dan padu (*working as a team*), (2) unggul dalam eksekusi atau pelaksanaan keputusan (*excelling in execution*) dan (3) berbagai nilai dengan adil dan bijaksana (*sharing values*).

Ada tiga unsur strategi yang harus dilakukan oleh lembaga dengan kesungguhan hati, yaitu *operasional excellence*, *customer intimacy* dan *innovation*. Kedekatan/keintiman dengan pelanggan (*customer intimacy*) harus dibangun tidak sebatas wacana, namun dihidupkan dengan penuh dedikasi oleh semua staf secara konsisten dan berkesinambungan. Bila hanya sebatas wacana atau ide tanpa ada keinginan yang kuat untuk mengimplementasikannya, maka *customer intimacy* itu tinggal sebatas konsep. Oleh karenanya dia harus dioperasionalkan dan dijadikan nafas perpustakaan.

Customer intimacy terdiri dua unsur dasar, yaitu *core service* (pelayanan inti) dan *extended service* (pelayanan pendukung) yang keduanya diwujudkan dalam berbagai bentuk seperti : (a) *information*, yaitu memberikan pelayanan informasi yang andal melalui sumber daya manusia dan teknologi berkualitas yang terus menerus dievaluasi dan disempurnakan, (b) *consultation*, yaitu memberikan pelayanan konsultatif kepada para pemakai, (c) *order taking*, yaitu melayani sebaik mungkin, termasuk pemakai yang tidak teridentifikasi dan di-maintenance secara administrative, (d) *hospitality* (kehangatan dan keramahan) semua pemakai diperlakukan dengan hangat dan ramah, (e) *caretaking* (kepedulian), yaitu berbagai bentuk kepedulian perpustakaan terhadap pemakai, (f) *exception* (pengecualian), yaitu tak ada pemakai yang diistimewakan karena semuanya istimewa, yang membedakan mereka hanya kadar kualitasnya, yang diukur secara seksama dengan pertimbangan yang obyektif, bukan berdasarkan kelas ekonomi ataupun kepentingan tertentu.

Dari uraian di atas terlihat bahwa dalam upaya memberikan kepuasan kepada pemakai, tidak ada cara lain selain perpustakaan harus membangun layanan prima yang merupakan terjemahan dari *Excellent Service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau layanan yang terbaik. Layanan prima merupakan upaya maksimal yang mampu diberikan oleh staf perpustakaan dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pemakai sehingga tercapai suatu kepuasan. Tujuan memberikan layanan prima kepada pemakai adalah untuk memenangkan persaingan sehingga upaya meningkatkan keberhasilan jasa layanan di perpustakaan tercapai.

Untuk mendukung terwujudnya layanan prima, ada beberapa langkah yang harus dilakukan perpustakaan, yaitu:

1. Memodernisasi fasilitas perpustakaan

Sesuai dengan perkembangan IPTEK, maka perpustakaan dituntut untuk memodernisasi semua fasilitas yang dimilikinya. Pemanfaatan teknologi informasi dalam mengelola perpustakaan sudah merupakan kebutuhan karena cara-cara konvensional sudah tidak bisa diharapkan lagi terutama dalam memenuhi kebutuhan pemakai yang semakin meningkat dan kompleks. Penerapan otomatisasi di perpustakaan juga merupakan kebutuhan terutama dalam menunjang sistem layanan yang mudah, cepat, akurat dan aman. Beberapa fasilitas pendukung juga diperlukan antara lain: peralatan sistem pendeteksi buku yang keluar dari ruang perpustakaan, foto copy, internet, kantin, alat penjilidan, peralatan AV, ruang *home theater* dan fasilitas lain.

2. Membangun koleksi yang kuat sesuai tuntutan kurikulum dan pemakai

Dalam membangun koleksi perpustakaan, hendaknya semua komponen mendapatkan perhatian yang proporsional baik untuk kepentingan lembaga induk sebagai penyelenggara pendidikan maupun kepentingan pemakai perpustakaan. Dalam hal ini perpustakaan dituntut untuk mendukung terciptanya masyarakat ilmiah dan maju dengan menyediakan bahan pustaka berkualitas yang menjadi pilihannya dengan tetap memperhatikan *the needs, interest* dan selera pemakai sehingga tercipta koleksi yang lengkap, kuat, tepat dan berkualitas tinggi (*needs, demand, taste*) dan terbinanya koleksi yang sesuai dengan realitas tuntutan pemakainya.

3. Penataan sistem layanan yang cepat, mudah dan aman

Sistem layanan yang dipergunakan hendaknya memperhatikan aspek-aspek yang menyangkut kemudahan, kecepatan dan keamanan sehingga birokrasi yang dibangun dalam sistem layanan harus mengabdikan pada kelancaran pelaksanaan kegiatan layanan.

4. Penataan kondisi fisik perpustakaan (*Atmospheric*)

Perancangan lingkungan organisasi harus diperhitungkan sedemikian rupa, agar menimbulkan dampak kognitif dan/atau emosional kepada pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan pada waktu pelanggan memanfaatkan jasa itu.¹² Penataan lingkungan perpustakaan dalam hal ini mencakup penataan interior dan eksterior sehingga tercipta suasana yang asri termasuk di dalamnya fasilitas yang digunakan untuk menciptakan suasana yang kondusif sehingga pemakai yang datang ke perpustakaan merasa senang, tenang dan nyaman. Untuk memberikan kegairahan sekaligus suasana segar, pada jam tertentu dialunkan musik-musik lembut yang tidak mengganggu bahkan disukai oleh pemakai pada saat belajar di perpustakaan.

5. Peningkatan profesionalisme staf

Pada era globalisasi ini ketersediaan fasilitas yang disediakan perpustakaan bukan merupakan suatu jaminan untuk dapat memenangkan persaingan sehingga pemakai memilih untuk mengakses sumberdaya yang ada di perpustakaan. Ada faktor lain yang memberikan kontribusi yang sangat besar dalam memenangkan persaingan, yaitu sentuhan manusia yang dapat menghidupkan suasana layanan dan nilai-nilai fasilitas yang disediakan. Apa yang bisa

¹² Kotler, Philip. 1995. Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba. Yogyakarta: Gajah Mada University Press

diberikan oleh staf perpustakaan kepada pemakai merupakan hasil dari dari berbagai proses yang saling mendukung, antara lain manajemen yang membangun, meningkatkan dan membentuk hubungan yang saling menguntungkan antara perpustakaan dengan pihak-pihak lain.

Oleh karena itu dalam membangun layanan prima di perpustakaan perlu ada upaya peningkatan kualitas staf yang pada gilirannya diharapkan memiliki kemampuan dalam memberikan layanan kepada pemakai. Peningkatan kualitas staf harus juga dibarengi dengan upaya memberikan kepuasan kepada staf sehingga kondisi tersebut akan memberikan dampak pada produktivitas kerja. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh suatu keadaan dimana kepuasan kerja staf berhubungan erat dengan kinerjanya. Semakin tinggi tingkat kepuasan kerja staf maka semakin baik kinerjanya demikian juga sebaliknya semakin rendah kepuasan kerja staf semakin rendah pula kinerjanya. Karena tidak puas dalam bekerja, tidak jarang seorang staf sering absen, mudah marah kepada pelanggan maupun sesama staf dan sulit diatur. Kepuasan kerja (*job satisfaction*) staf adalah sikap staf terhadap pekerjaannya (*job attitude*). Sikap adalah suatu organisasi keyakinan yang relatif tetap mengenai suatu obyek atau situasi, yang melahirkan suatu respon dengan cara tertentu. Sedangkan kepuasan kerja adalah suatu pernyataan senang atau tidak senang pada pekerjaannya sesuai atau tidak sesuai dengan pekerjaan yang ia nilai atau sesuai dengan kebutuhannya atau reaksi seseorang terhadap pekerjaannya dan reaksi tersebut bergantung kepada, bagaimana pekerjaan tersebut diterima untuk memenuhi atau mengarahkan pemenuhan kebutuhan seseorang. Dengan kata lain kepuasan kerja adalah kecenderungan tingkah laku yang ditimbulkan oleh sikap kerjanya. Dengan terpenuhinya kepuasan kerja, diharapkan staf memiliki tanggung jawab sosial dan kesetiakawanan, memiliki etos kerja yang tinggi, mandiri, loyalitas tinggi terhadap profesi, luwes, komunikatif dan bersikap suka melayani, ramah dan simpatik, terbuka terhadap kritik dan saran, selalu siaga dan tanggap terhadap kemajuan dan perkembangan ilmu dan teknologi, berdisiplin tinggi dan menjunjung tinggi etika pustakawan Indonesia

6. Membangun kerjasama dengan perpustakaan/pusat informasi lain
Tidak bisa dipungkiri bahwa tidak ada satupun perpustakaan di dunia ini yang mampu swasembada informasi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat pemakainya. Setiap perpustakaan pasti membutuhkan perpustakaan atau lembaga informasi lain. Oleh karena itu diperlukan kerjasama sinergi dengan perpustakaan/pusat informasi lain sehingga diharapkan perpustakaan dapat menjalankan tugas dan fungsinya secara optimal.
7. Membangun citra yang positif
Untuk membangun citra yang positif, perpustakaan harus secara proaktif membangun komunikasi dengan masyarakat pemakainya melalui promosi agar semua perkembangan yang ada di perpustakaan diketahui dan direspon secara positif oleh pemakainya. Oleh karena itu perpustakaan harus menempatkan kegiatan promosi sebagai salah satu programnya. Selain dari pada itu kegiatan layanan yang diberikan kepada pemakai harus selalu berorientasi kepada kepentingan dan kepuasan pemakai. Dengan cara demikian timbul kepercayaan dan loyalitas dari pemakai terhadap perpustakaan sebagai sumber informasi.

Penutup

Untuk bisa memberikan kepuasan kepada pemakai, idealnya perpustakaan secara konsisten mengadakan evaluasi dan riset terus menerus agar bisa mengukur kualitas layanan yang diberikan. Salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah perpustakaan dapat dilihat dari aspek komunikasi. Perpustakaan dikategorikan berhasil dalam memberikan layanan bila kontak dengan pemakai tetap terjaga, sebaliknya dianggap gagal bila komunikasi dengan pemakai tidak jalan. Karena itu perpustakaan dituntut aktif dalam membina hubungan dengan pemakai. Keluhan pemakai sekecil apapun harus segera ditanggapi secara serius oleh manajemen perpustakaan untuk segera bisa dilakukan perbaikan.

Berbagai bentuk teguran, keluhan, kritik, saran dan pujian dari pemakai, harus ditanggapi dengan bijak. Tidak ada yang dibiarkan lewat, karena seperti kata Tom Peters, “*There is no such thing as an insignificant improvement*”. Tidak ada hal kecil yang tak berarti, betapapun kecilnya sesuatu itu selalu punya makna. Yang protes, marah, mengeluh diberi penjelasan dan solusi yang menyejukkan dalam waktu secepat mungkin. Yang memberi masukan (*customer feedback*) disambut baik dan segera pula diberi tahu pendapat perpustakaan atas sumbang saran mereka itu. Mengapa diterima dan mengapa ditolak selalu harus ada penjelasan dan argumentasi sehingga pemakai merasa dihargai.

Daftar Pustaka

- Fitzsimmons, A.A. dan Fitzsimmons, M.J. 1994. Measuring Service Quality: Reexamination dan Extension. *Journal of Marketing*. Vol .56 (July): 55:68
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas: Penerapan Konsep-konsep Kualitas Dalam Manajemen Bisnis*. Jakarta: Gramedia
- Gronroos, Christian. 1990. *Service Management and Marketing*. Toronto: Lexington Books.
- Kotler, Philip. 1995. Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Schnaars, S.P. 1998. *Marketing Strategy: Customers and Competitions*. Edisi kedua, New York: Free Press.
- Soepranto, J.1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sulistiyanto, Edy. 2001. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat Terhadap layanan Sertifikat Tanah (Studi di kantor Pertanahan Kota Semarang)”. *Kritis: Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin*. Salatiga: Program Pasca Sarjana UKSW
- Sutopo. 2000. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara
- Suyono, Bambang. 2001. *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Administratif terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Malang*. *Ilmu Pengetahuan Sosial Tahun 35 Nomor 2 Desember 2001*. Malang: Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
- The Liang Gie. 1987. *Etika Administrasi Pemerintahan*. Jakarta: Karunia.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- . 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi