

## MEMBISNISKAN LAYANAN PERPUSTAKAAN MENGUNAKAN E-COMMERCE

Irma Elvina  
Pustakawan Muda pada Perpustakaan IPB

### Abstrak

Perpustakaan sebagai pusat informasi tidak saja mengemban fungsi sosial sebagai salah satu sarana pembelajaran bangsa, akan tetapi juga memiliki nilai jual ekonomi yang tinggi. Selaras dengan fungsinya sebagai pusat informasi, maka informasi yang dimilikinya dapat dijual. Dengan melakukan beberapa perencanaan yang matang, dengan pemilihan komoditi bisnis yang akan dijual dan bagaimana komoditi tersebut dikemas ulang sehingga bernilai jual tinggi, serta dengan memperhatikan kebutuhan pemakai akan yang menggunakannya serta memperhatikan faktor sekuriti dalam mengakses, melakukan transaksi dan ketika informasi tersebut dimanfaatkan diharapkan perpustakaan dapat menghidupi dirinya sendiri.

**Kata kunci:** *Marketing Information, Bisnis Informasi, Library Services*

### Definisi Bisnis Informasi

Michael Lavin dalam bukunya *Business Information : how to find it, how to use it* yang terbit pada tahun 1992 yang dikutip oleh Wendy Diamond dan Michael Oppenheim dalam bukunya *Marketing information : a strategic guide for business and finance libraries* mengatakan bahwa sejak informasi menjadi kunci sukses suatu bisnis, dan para manajer mau membayar ketika membutuhkannya. Bayangkan kondisi saat ini dimana semua serba dikomersialisasikan, mulai dari barang, jasa hingga informasi. Pergeseran paradigma ini merupakan efek sampingan globalisasi politik ekonomi dunia yang kapitalis. Kehadiran paham kapitalis yang sekarang menguasai dunia dengan cepat meresap ke setiap sektor kehidupan manusia. Hal inilah yang menyebabkan semua institusi harus mau tidak mau menerapkan konsep ini agar bisa tetap hidup. Kendala masalah finansial institusi tersebutlah alasan utama mereka menerapkan sistem tersebut. Sebenarnya sudah begitu banyak layanan yang diberikan perpustakaan, namun adakah konsep komersial atau basis bisnis untuk layanan-layanan tersebut? Mengapa hampir semua perpustakaan tidak menerapkan konsep ini dalam perpustakaan? Itulah pertanyaan mendasar yang perlu dijawab oleh semua kalangan kepustakawanan Indonesia saat ini.

### Membangun Perpustakaan yang Berorientasi Bisnis

Revolusi teknologi informasi tidak hanya mengubah konsep perkuliahan di kelas tetapi juga membuka dunia baru bagi dunia

perpustakaan. Perpustakaan yang biasanya merupakan arsip buku-buku - dengan dibantu teknologi informasi & internet dapat dengan mudah mengubah konsep perpustakaan yang pasif menjadi lebih agresif dalam berinteraksi dengan pengguna. Beberapa konsekuensi menarik dengan banyaknya perpustakaan tersambung ke internet menurut Onno Purbo adalah:

- Sumber ilmu pengetahuan yang biasanya terbatas ada di perpustakaan di sekolah/universitas lokal menjadi tidak terbatas dengan adanya akses internet.
- Buku, laporan penelitian & berbagai hal yang umumnya sangat terbatas ada di perpustakaan lokal menjadi tidak terbatas karena dapat dicari di berbagai perpustakaan yang ada di internet.
- Perpustakaan tidak lagi terbatas pada koleksi buku/informasi; akan tetapi menjadi pusat disseminasi informasi maupun pangkalan data penelitian & aktifitas yang ada di universitas tersebut.

Perpustakaan di internet bukan lagi suatu keniscayaan, dan juga pendapat yang mengatakan bahwa perpustakaan adalah lembaga non profit juga sudah terbantahkan dengan sendirinya, dengan berpegang pada pendapat bahwa informasi itu mahal, maka perpustakaan dapat dengan elegan melakukan fungsi bisnis

Sebenarnya telah terjadi kesalahpahaman penerapan konsep bisnis di perpustakaan oleh pustakawan Indonesia. Hampir semua pustakawan di Indonesia menolak sistem komersialisasi, bahkan

mengharamkan dipraktekkan di perpustakaan. Ini semua akibat pengaruh penerapan konsep teori pemikiran Urquhart atas masalah bisnis di perpustakaan.

Urquhart berpendapat, bahwa posisi pekerjaan yang berhubungan dengan informasi (tenaga pengelola informasi) sangat berbeda dengan para ekonom, hal ini merujuk dari cara pandang terhadap informasi. Menurutnya seharusnya informasi itu dianggap bukan komoditi, sehingga dianggap perlu untuk memperlakukannya berbeda dengan layaknya benda (produk) ekonomi (1976:125). Konsep teori inilah yang kebanyakan dipegang oleh pustakawan Indonesia saat itu, bahkan lambat laun mengakar membentuk paradigma tersendiri mereka terhadap layanan perpustakaan yang non komersial sampai saat ini.

Berdasarkan paradigma teori tersebut, terciptalah tren bahwa pustakawan haram menyentuh aspek bisnis, dan harus menjadi tenaga non komersial yang sangat peduli dengan dunia pendidikan.

Ketakutan ini sebenarnya tak beralasan bila mereka memandang pada esensi paradigma bisnis terhadap informasi dunia yang telah mengglobal saat ini. Sudah saatnya pustakawan Indonesia mulai menyentuh aspek bisnis dan kemajuan teknologi informasi dengan serius. Menurut David W. Levis dalam "*Bringing the Market to Libraries*" (1986:73), yang pertama kali yang perlu dipikirkan dalam menerapkan komersialisasi di perpustakaan adalah memilah layanan perpustakaan mana yang akan dikomersialisasikan dan yang mana yang tidak?

Menurutnya layanan perpustakaan yang dapat dikomersilkan adalah; *inter library loan* (pinjam antar perpustakaan), penelusuran terpasang (*online*), layanan referensi, bibliografi, salinan bahan (fotokopi), layanan antar bahan koleksi dan jasa kesiagaan informasi. Namun sesuai perkembangan zaman dengan masuknya konsep perpustakaan maya (*virtual library*), maka terjadi pergeseran bahwa pada kenyataannya semua layanan itu dapat dikomersilkan. Mulai dari masalah menjadi anggota (member), pinjam buku, mendownload koleksi, layanan antar bahan koleksi, kemas ulang bahan koleksi, sampai pada surat elektronik (*e-mail*), chatting sampai forum bila tersedia. Namun di sini ditekankan

dalam menerapkan sistem perpustakaan yang komersial pihak pengelola perpustakaan perlu memperhatikan aspek-aspek penting, seperti; bentuk permintaan pemakai yang sering diminta, sistem keamanan informasi pribadi anggotanya, kecanggihan sistem automasi perpustakaan, hingga studi kelayakan kepuasan pemakai (lebih pada *user studies*). Hal-hal sederhana ini memang sebenarnya harus dianut oleh semua pemain bisnis di dunia internet. Sejalan hal tersebut menurut cara pandang Philip Elliot manusia dalam menggunakan media elektronik (internet) untuk keperluan komunikasi sangat tergantung oleh dua hal, yakni; masalah akses informasi dan arti komunikasi itu sendiri bagi mereka (1986:107). Sesuai dengan pendapat tersebut, berarti perpustakaan harus memiliki kemampuan teknis bagi pemakai untuk dapat mengakses informasi yang mereka miliki mereka dengan tinggi dan leluasa.

Dari sisi komunikasi, terlihat tidak semua pemakai atau *netter* perpustakaan maya menggunakan *website* perpustakaan untuk menelusur dan urusan koleksi semata-mata. Namun kadang mereka gunakan juga untuk berkomunikasi satu dengan lainnya dalam upaya menyelaraskan pengetahuan mereka yang telah ada. Menurut teori Shannon tentang komunikasi, bahwa manusia dalam berkomunikasi berusaha melengkapi kekurangan-kekurangan pengetahuan yang dimilikinya (1999:48).

Oleh karenanya tingkah laku berkomunikasi dapat disamakan dengan proses pencarian informasi bagi para pemakai atau *netter* nantinya. Proses berkomunikasi para pemakai dapat melalui penyediaan email, forum online atau ruang diskusi dan chatting bagi sesama pemakai atau *netter* (anggotanya sendiri). Memang untuk mewujudkan bentuk perpustakaan bisnis yang ideal, pengelola perpustakaan akan menghadapi benturan-benturan masalah yang cukup pelik. Seperti masalah kelemahan SDM (Sumber Daya Manusia) pustakawan yang tidak handal menghadapi globalisasi, belum adanya regulasi dan program resmi dari pemerintah tentang masalah-masalah perpustakaan maya bagi dunia kepustakawanan di Indonesia, sehingga banyak pustakawan yang masih takut untuk terjun ke dalamnya. Namun sayang sekali, mengapa pihak-pihak yang berkompeten dan

bertanggungjawab dalam menangani masalah ini, seperti; Perpustakaan Nasional Republik Indonesia dan Ikatan Pustakawan Indonesia hanya diam saja? Apakah memang dunia perpustakaan Indonesia disengaja berkondisi seperti saat ini, yang hanya selalu berjalan di tempat? Apakah kondisi ini dibiarkan begitu saja, menurut pendapat saya perpustakaan dapat menerapkan konsep bisnis dalam pengelolaan informasi sehingga dapat menjadi nilai tambah yang amat mahal harganya.

### **Web sebagai Sarana Promosi yang Andal**

Ketika memutuskan melakukan bisnis informasi membuat *website* merupakan keharusan, ada setidaknya tiga hal yang harus diperhatikan ketika membangun website, yaitu:

- a. Model bisnis yang akan digunakan sebaiknya ditentukan dulu
- b. Bagaimana membuat website untuk memasarkan dan mempromosikan bisnis perpustakaan
- c. Bagaimana website tersebut dapat menarik sebanyak mungkin pengunjung

Ada beberapa alasan mengapa web menjadi pilihan, yaitu karena :

1. Pesan yang disampaikan. Keleluasaan waktu dan akses membuat media online dapat memberikan informasi dan pesan yang lebih lengkap kepada para sasaran audiensnya bila dibandingkan dengan media periklanan konvensional lainnya. Hal ini membuat media online bersifat informatif.
2. Respon yang diharapkan. Iklan di media online memiliki sebuah perbedaan mendasar bila dibandingkan dengan media periklanan konvensional. Konsumen dapat langsung mengklik untuk berinteraksi langsung. Hal ini membuat media online bersifat interaktif.
3. Umpan balik yang diperoleh. Tidak seperti media periklanan konvensional, media online dapat mengenali para pengunjungnya, sehingga informasi mengenai sasaran audiens dapat langsung diperoleh demi peningkatan kampanye di masa datang. Hal ini membuat media online bersifat efektif.
4. Sasaran yang dituju. Media online memiliki sebuah keunggulan untuk memasuki pangsa pasar yang lebih

terfokus, dan keunggulan ini tidak dimiliki media periklanan konvensional lain yang bersifat lebih massal dan umum. Hal ini membuat media online bersifat tepat sasaran

5. Waktu yang dimiliki. Internet merupakan sebuah sarana komunikasi yang tidak terbatas ruang dan waktu, yang merupakan salah satu dari berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh media periklanan konvensional. Hal ini membuat media *online* bersifat efisien.

### **Community Model**

Apabila penelusur informasi puas dengan temuan yang diperolehnya, maka diharapkan akan terus loyal dengan untuk terus menggunakan web milik perpustakaan apabila mencari informasi, hanya saja untuk itu perpustakaan harus selalu memperbaharui *content* yang dimilikinya dan selalu mencari terobosan baru sehingga dapat memuaskan penggunaannya, karena sekali saja pencari informasi dikecewakan dengan temuan informasi yang didapatnya, dengan secepat itu pula pengguna akan berpaling pada web-web lain yang bertebaran di dunia maya

### **Mekanisme Kegiatan yang Dilakukan**

Memang tidak semua kegiatan yang ada dan dilakukan oleh perpustakaan dapat dengan serta merta dijual atau bernilai jual, karena fungsi sejatinya sebagai pusat pembelajaran dan lumbung pengetahuan suatu bangsa atau masyarakat tetap ada dan tak mungkin dihilangkan. Akan tetapi apabila diperhatikan semua proses bisnis yang ada perpustakaan ternyata dapat dijual, mulai dari proses pendaftaran sampai dengan penelusuran informasi dan bagaimana informasi itu dapat ditemukan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika akan memulai bisnis ini, yaitu melakukan pengkajian terhadap proses bisnis yang akan dijual dengan memperhatikan hal-hal berikut ini :

1. Mencari Informasi. Proses mencari informasi terbagi lagi dalam:

✓ Mendefinisikan kebutuhan informasi. Yaitu: mengidentifikasi kebutuhan pemakai, mengenali beragam jenis penggunaan informasi oleh pemakai, menempatkan informasi yang dibutuhkan dalam suatu kerangka referensi (*Who, what, when, where, how, why*), menghubungkan informasi yang

dibutuhkan dengan domain pengetahuan, dan mendefinisikan masalah informasi menggunakan beragam skill tanya jawab.

- ✓ Melakukan penelusuran. Yaitu: mempunyai skill dasar penelusuran informasi, kemampuan navigasi sistem dan sumberdaya elektronik, dan pengetahuan dasar tentang beragam sumber informasi yang tidak tersedia bentuk elektronik seperti bentuk cetak, orang (people and colleagues), dan lain-lain. Mengetahui sumber-sumber informasi baik eksternal maupun internal, mengetahui sumber mana saja yang dapat diandalkan dan memberikan nilai tambah.
  - ✓ Memformulasikan Strategi Penelusuran. Mensyaratkan pengetahuan yang mendasar dan komperhensif yang sumberdaya informasi yang tepat termasuk strukturnya. Skill tentang suatu subjek juga perlu. Kemampuan lain yang dibutuhkan: mampu mendiskusikan ide-ide untuk mencari berbagai masukan, memilih alat penelusuran, mengidentifikasi katakunci, konsep, tajuk subyek, deksriptor, dan mengidentifikasi kriteria untuk mengevaluasi sumber informasi.
2. Menggunakan Informasi. Proses menggunakan informasi terbagi lagi dalam:
- ✓ Evaluasi informasi yang didapat. Yaitu: menentukan otoritatif, kebaruan, dan kehandalan, relevansi, kualitas.
  - ✓ Menilai informasi yang didapat. Yaitu: melihat secara cepat ide utama dan katakunci, membedakan antara fakta, opini, propaganda, sudut pandang dan bias, melihat kesalahan dalam logika. Akan lebih baik bila pustakawan juga punya skill dalam melakukan Framing Analysis yang akan sangat berguna melihat beragam sudut pandang media.
  - ✓ Mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber berbeda. Yaitu: klasifikasi informasi, mengenali hubungan antar konsep, meng-identifikasi konflik dan kesamaan berbagai sumber.
  - ✓ Memilah informasi. Yaitu: kemampuan memilah dan membuang informasi yang dianggap tidak perlu.
  - ✓ Interpretasi informasi. Yaitu: meringkas dan identifikasi detail informasi yang relevan, organisasi dan analisa informasi, membandingkan dengan sumber permasalahan yang ingin dipecahkan dan menggambar sebuah kesimpulan atau konklusi.

## Keluaran

Membuat/Menciptakan Informasi. Output dari pembuatan informasi adalah produk yang bisa membantu pemakai dalam mengambil keputusan. Format yang digunakan bisa beragam tergantung preferensi pemakai. Dalam membuat informasi, skill yang penting adalah: Kemas Ulang Informasi. Dalam melakukan kemas ulang informasi, hal-hal penting yang harus diperhatikan adalah : 1) menentukan tujuan kemas ulang informasi; 2) menentukan isi yang dianggap penting (*key content*); 3) memilih format yang tepat (tertulis, oral, visual) tergantung audiens dan tujuan; 4) mengerti implikasi legal dari suatu proses kemas ulang informasi; dan 5) menyediakan panduan, dokumentasi dan referensi.

Adapun *Content* yang akan dikemas ulang adalah semua dokumen, aplikasi, dan layanan yang akan kita “sajikan” kepada pemakai termasuk dalam dokumen seperti buku, majalah, jurnal, prospektus, laporan keuangan, dan berbagai bentuk media lain baik tercetak maupun elektronik.

Aplikasi adalah sistem (biasanya menggunakan komputer) yang dibuat dengan tujuan tertentu. Misalnya: aplikasi administrasi perpustakaan, aplikasi untuk menyimpan artikel yang didownload dari internet, aplikasi administrasi majalah, dan aplikasi perpustakaan digital.

Sedang Layanan adalah jenis “produk” atau “jualan”-nya perpustakaan. Misalnya: Layanan peminjaman buku, layanan pinjam antar perpustakaan, layanan pemberitahuan buku baru via e-mail, dan lain-lain.

Hal lain yang perlu diperhatikan adalah, perpustakaan jangan lagi hanya fokus ke penyediaan *Content* Manajemen Informasi. Contohnya: Buku (dokumen), Aplikasi arsip artikel elektronik (aplikasi) dan Layanan peminjaman buku (layanan). Tapi juga mulai secara serius memberikan *Content* Manajemen Pengetahuan. Contoh: Dokumen yang sudah dikemas ulang dan diberikan nilai tambah sehingga pemakai mudah dalam pengambil keputusan yang spesifik (dokumen), Aplikasi-aplikasi yang memungkinkan orang bekerja secara kolaborasi dalam penulisan (aplikasi), dan Layanan Asistensi dalam melakukan riset (layanan).

### Menentukan Pemakai Informasi

Perpustakaan pun butuh pemakai. Percuma saja semua layanan dibuat bila tidak ada yang menggunakan. Seperti layaknya institusi bisnis, perpustakaan pun harus punya profil pemakai potensialnya. Siapa target pemakainya? Bagaimana *image* perpustakaan dimata mereka? Bagaimana *positioning* perpustakaan selama ini? Apa saja kebutuhan mereka? Bagaimana pola pembelajarannya? Survei pemakai semacam segmentasi psikografis bisa membantu perpustakaan melihat pola pembelajaran pemakai potensialnya berdasarkan Nilai dan gaya hidup yang dianut Dengan pengetahuan yang mendalam tentang pemakai, maka perpustakaan bisa melakukan aktifitas promosi dan memberikan layanan yang tepat bagi pemakai.

### Bagaimana Revenue Diperoleh

Informasi adalah komoditi yang mahal harganya, pemilik informasi akan menjadi kaya karena informasi yang dimilikinya. Perpustakaan sebagai pusat disseminasi informasi dengan koleksi-koleksi khas dan spesifik yang dimilikinya memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Ketika sebuah perusahaan akan mengembangkan suatu *product* tertentu misalnya sekarang *biodisel*, maka perusahaan tadi akan mencari informasi mengenai penelitian-penelitian yang telah dan sedang dilakukan tentang biodisel tersebut, perpustakaan akan memberikan informasi-informasi mengenai penelitian tersebut dengan meminta *fee* pada jasa penelusuran yang dilakukan perpustakaan, atau bisa juga *revenue* itu diperoleh dari pemilik informasi karena telah menghubungkannya dengan industri sehingga informasi, paten dan sebagainya dapat dijual dan aplikasikan dalam kehidupan di dunia nyata.

### Skope Network yang Digunakan

Jaringan atau network yang digunakan adalah ekstranet. Mengapa demikian? Ekstranet adalah jaringan yang menggunakan protokol internet dan sistem telekomunikasi publik untuk membagi sebagian informasi bisnis atau operasi secara aman kepada penyalur (*supplier*), penjual (*vendor*), mitra (*partner*), pelanggan dan lain-lain. Ekstranet dapat juga diartikan sebagai intranet sebuah perusahaan yang

dilebarkan bagi pengguna di luar perusahaan. Perusahaan yang membangun extranet dapat bertukar data bervolume besar dengan EDI (*Electronic Data Interchange*), berkolaborasi dengan perusahaan lain dalam suatu jaringan kerjasama dan lain-lain. Contoh aplikasi yang dapat digunakan untuk extranet adalah Lotus Notes.

### Database yang Digunakan

Database yang digunakan sebaiknya bersifat terbuka (*open source*) yang memang dirancang untuk digunakan untuk menelusur database dengan mengadopsi fungsi-fungsi *serch engine*, penulis tidak banyak tahu mengenai database mana yang tepat untuk proses bisnis ini, tapi setidaknya database yang akan digunakan harus dapat mengaplikasikan kebutuhan pencari informasi dengan setepat mungkin dan dalam waktu yang seefisien mungkin

### Sekuriti di Internet

Salah satu aturan yang harus didefinisikan ketika melakukan transaksi proses bisnis di internet adalah faktor keamanan ketika bertransaksi ataupun ketika melakukan browsing di internet. Ada beberapa langkah yang dapat dilakukan, yaitu dengan melakukan penggunaan password ketika akan mengunduh informasi sehingga hanya pengguna yang telah terdaftar dan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan sebelumnya yang dapat memanfaatkannya. Untuk keamanan web diperlukan satu metode tertentu sehingga pengguna tidak bisa mengubah tampilan website.

### Penutup

Kebutuhan orang mencari informasi sudah seperti makan atau sarapan. **Bill Gates dan Paul Allen memulai Microsoft HANYA dengan sebuah informasi.** yaitu sepotong paragraf dari sebuah majalah komputer yaitu Popular Electronic tahun 1975. Kisahnya bermula ketika Allen menyerahkan majalah tersebut pada Gates, yang langsung membaca paragraf yang dimaksud. Dan langsung paham pada sebuah peluang bisnis yang belum ada sama sekali yaitu menjual *software*, karena saat itu baru muncul PC pertama kali di dunia yaitu Altair 8800. Intinya, hanya dari 1 paragraf

informasi di sebuah majalah saja Bill Gates dan Paul Allen dapat menjadi 2 manusia terkaya di dunia. Inti dari bisnis informasi adalah informasi tepat di tangan yang tepat, dengan metode tepat dan intuisi tepat akan menghasilkan keuntungan dan kekayaan.

**Daftar Bacaan**

**Diamond**, Wendy ; Michael R. Oppenheim  
(2004) Marketing information : a  
strategic guide foe business and finance  
library

**Purbo**, Onno W. Teknologi Informasi &  
Internet Wahana Berpacu di Era

Mendatang.

<http://onno.vlsm.org/v09/onno-ind-1/application/teknologi-informasi-dan-internet-wahana-berpacu-di-era-mendat.rtf> . [Diakses tanggal 12 Januari 2008]

**Rahardjo**, Budi (2002) Memahami Teknologi Informasi. Jakarta : Elex Media Komputindo.

**Soetardi**, Ilham Prisgunanto. Menciptakan Perpustakaan yang Berorientasi Bisnis. Harian Sore Sinar Harapan, Sabtu 2 Desember 2001.