

## Optimalisasi Program Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno Bagi Generasi Alfa Di Kota Blitar Melalui Penerapan *Kaizen*

Anna Widyastuti<sup>1</sup>, Khoirul Hikmah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Islam Kadiri, Kediri.

<sup>2</sup>Magister Manajemen UPN Veteran Yogyakarta

Email: [annawd977@gmail.com](mailto:annawd977@gmail.com)

### Abstract

*A library is a source of knowledge that contains elements of buildings, collections, human resources, and equipment. The library is charged with being able to implement the concept of emotional branding to create a nuance that can cultivate emotional closeness between the library and the librarian that make the librarians will get benefit from the services provided and they will be loyal librarians, so the rate of use of the library will increase. The library is claimed to have a large knowledgeable human resources and have the ability to manage the library as an undertaking that does not stand by itself. This qualitative research aims to design a strategy to optimize library human resources as information speakers on the 'Safari Layanan of Bung Karno Library' to Alpha Generation in the Blitar City. The research results show that in general, this activity has gone well and is acceptable, understood by older participants in the Alpha generation classification. However, as an attempt to optimize and deliver more outcomes, the conventional process business used is better with adopt the concept of Kaizen to applying continuous learning from the evaluation of one activity already implemented to be an improvement for the next activity. Keywords: kaizen, library management, alpha generation.*

### Latar Belakang Teoritis

Perpustakaan merupakan sumber informasi pengetahuan yang di dalamnya terdapat unsur gedung, koleksi, sumber daya manusia, peralatan, dan perlengkapan (Undang Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 Tentang Perpustakaan, 2007). Perpustakaan tentu juga harus mampu memberikan jasa layanan kepada pemustaka agar dapat tercapai tujuan utama dari perpustakaan itu sendiri (Elnadi, 2018).

Perpustakaan dituntut mampu mengimplementasikan konsep dari *emotional branding* agar tercipta nuansa yang dapat menumbuhkan kedekatan secara emosional antara perpustakaan dengan pemustaka dengan harapan pemustaka bisa mendapatkan manfaat layanan yang diberikan dan mereka akan menjadi pemustaka yang setia, sehingga tingkat pemanfaatan perpustakaan akan meningkat (Komariah, *et al.*, 2016).

Ketertarikan masyarakat untuk berkunjung ke perpustakaan harus diciptakan melalui berbagai diversifikasi layanan yang membuat nyaman bagi pengunjungnya. Salah satu cara yang dilakukan oleh pustakawan agar perpustakaan dapat diketahui oleh masyarakat yaitu dengan diadakannya kegiatan promosi perpustakaan (Ulumi, *et al.*, 2014). Promosi merupakan bagian terpenting

dari sebuah organisasi untuk menyampaikan informasi dan edukasi tentang sejumlah produk yang dihasilkan (Ulumi, *et al.*, 2014). Promosi perpustakaan dapat dilakukan sebagai kegiatan perpustakaan yang digunakan agar masyarakat menggunakan layanan perpustakaan melalui koleksi atau fasilitas lain yang disediakan. Promosi perpustakaan bersifat mengajak para pengguna untuk lebih dekat

dengan perpustakaan. Pemustaka yang sering berkunjung ke perpustakaan memahami betul apa saja yang bisa didapat di perpustakaan, kewajiban apa yang harus dipenuhi, hak apa yang akan diperoleh, fasilitas yang didapat, informasi apa saja yang dapat diperoleh (*user oriented*) (Yenianti, 2019).

Koleksi khusus Perpustakaan Proklamator Bung Karno mengandung gagasan, ide, cita-cita, dan sejarah perjuangan serta kegigihan Bung Karno dan para pejuang bangsa dalam merebut kemerdekaan Indonesia. Keberadaannya diharapkan dapat menjadi motivasi untuk menggugah rasa nasionalisme dan patriotisme atau meningkatkan wawasan kebangsaan para generasi penerus. Bertujuan memformulasikan ide, gagasan dan cita-cita perjuangan Bung Karno, pada tahun 2024 ini Perpustakaan Proklamator Bung Karno

membuat sebuah program edukasi *product knowledge* oleh perpustakaan dengan melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah setara SMP di Kota Blitar. Inovasi program Safari Layanan dilakukan bertujuan menyampaikan informasi tentang layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno dengan harapan meningkatkan partisipasi dan penggunaan layanan perpustakaan khususnya pada siswa/siswi setara SMP di Kota Blitar.

*Kaizen* telah terkenal menjadi filosofi strategi bisnis untuk membuat perubahan kecil, tetapi terus-menerus menjadi lebih baik dalam operasi perusahaan. Perubahan ini dapat berkisar dari langkah-langkah manufaktur hingga produktivitas, inventaris, atau masalah kontrol kualitas. *Kaizen* didasarkan pada komunikasi dan kerja sama di antara seluruh elemen perusahaan. Penelitian kualitatif konstruktif ini menjadi prioritas untuk peneliti merencanakan, mengerjakan dan melaporkan adalah sebagai upaya mengkaji langkah efektif dan efisien penerapan *kaizen* dalam rangkaian pelaksanaan program safari layanan oleh pustakawan sebagai rekomendasi strategi penutur informasi perpustakaan yang di tahun 2024 berfokus melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah setara SMP/MTs di Kota Blitar.

Penelitian kualitatif ini melakukan studi kasus pada program Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno untuk mengetahui bagaimana prosesnya, kendala-kendala yang dihadapi dan bagaimana optimalisasi Sumber Daya Manusia Pustakawan sebagai Penutur Informasi Layanan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada Generasi Alfa di Kota Blitar dengan penerapan *Kaizen*.

### **Pustakawan sebagai *Key Person* Layanan Perpustakaan**

Pengelolaan perpustakaan sekarang ini, mengikuti era teknologi informasi yang terbaru, untuk mengenal dan memahami peran seorang pustakawan dalam hal penerapan TI di lingkungan atau civitas akademika, semua koleksi yang ada di perpustakaan harus berbasis *open access* atau bisa lihat di internet. Perpustakaan sebagai suatu unik pelaksana teknis dalam memberikan jasa informasi, tentu mempunyai tugas dan misi sesuai dengan fungsi dan tujuan serta jenis perpustakaan itu sendiri.

Agar pelaksanaan tugas-tugas tersebut dapat secara efisien dan efektif maka perlu adanya garis penugasan yang sesuai dengan job masing-masing pustakawan tentang macam, kedudukan, sistem, dan kewenangannya secara hirarkis dalam bentuk organisasi. Bentuk organisasi tergantung dari jenis dan status perpustakaan itu sendiri, serta tujuan dan fungsinya baik secara makro maupun mikro.

Faktor tenaga pustakawan atau yang mengelola perpustakaan sangat menentukan kualitas layanan. Tenaga pustakawan yang berkualitas akan menjadi layanan berkualitas pula dan sebaliknya tenaga pustakawan yang mengelola hanya asal-asalan, akan menjadikan layanan yang tidak memuaskan para pengunjung/pemustaka. Dilihat dari segi pelaksanaan tugas perpustakaan secara garis besarnya dapat dibagi menjadi 2 kategori yang sesuai bidangnya yaitu;

1. Tenaga profesional adalah para pustakawan.
2. Tenaga Non profesional adalah tenaga administratif.

Tenaga profesional/pustakawan biasanya mengerjakan tugas-tugas yang bersifat teknis, sedangkan tenaga administratif adalah tenaga ketatausahaan.

Penyebaran informasi perpustakaan, dimaksudkan untuk meningkatkan pengenalan masyarakat/pemustaka dengan adanya kegiatan berbagai cara yang sifatnya mengajak.

Perpustakaan harus terus-menerus diperkenalkan dengan teratur agar masyarakat/ pemustaka mengetahui peranan perpustakaan dengan lebih baik dan dapat memanfaatkannya secara optimal. Sejalan dengan membanjirnya informasi dan masuknya teknologi informasi ke dalam perpustakaan, banyak hal yang baru di perpustakaan yang meningkatkan layanannya, tetapi kurang dikenal oleh masyarakat/pemustaka.

Kegiatan penyebaran informasi dapat ditujukan kepada pemustaka dan calon pemustaka, baik mahasiswa di institusinya maupun dari luar perguruan tingginya, tujuannya agar makin banyak orang yang menggunakan fasilitas perpustakaan. Makin banyak pemustaka sebuah perpustakaan, makin bermanfaat investasi perpustakaan tersebut.

Promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara seperti melakukan Display/pameran, peragaan, penerbitan, penyebaran poster, serta mengiklankan ke media cetak dan majalah. Dalam usaha ini, pengelola perpustakaan membuat Daftar Tambahan Koleksi perpustakaan, Bibliografi, Indeks Artikel, Abstrak, Buku Pedoman pengelolaan Perpustakaan, menyebarkan Informasi yang dipilih (*Selective Dissemination Of Information*), Buletin Perpustakaan, Jasa Kesiagaan Informasi, Laporan Perpustakaan, dll. Usaha lain yang sering dilakukan adalah mengadakan pameran buku secara berkala, baik diselenggarakan sendiri maupun bersamasama dengan penerbit, toko buku atau lembaga lain. Tujuannya untuk menarik orang agar mencintai buku sehingga tergerak selernya untuk membaca (Baca BUKU, Buka DUNIA), memberikan ceramah di berbagai lingkungan masyarakat, melalui radio dan televisi, menyelenggarakan seminar mengenai perkembangan mutakhir di perpustakaan, menulis artikel mengenai perpustakaan dan menelaah buku merupakan kegiatan promosi yang perlu digalakkan.

Peragaan mengenai berbagai fasilitas perpustakaan dimaksudkan untuk membiasakan pemustaka mencari informasi atau menggunakan peralatan perpustakaan secara lebih terampil, misalnya; memberikan petunjuk tentang cara menggunakan indeks, abstrak, kamus, ensiklopedi, bibliografi, katalog, alat baca pustaka renik (micro-reader), OPAC, (*Online Public Access Catalogue*), CDROM, basis data akses maya, dll.

Kegiatan promosi perpustakaan memerlukan biaya, oleh karena itu perlu perencanaan dengan cermat agar supaya memperoleh hasil yang maksimal dengan biaya yang hemat. Perencanaan promosi perpustakaan meliputi hal-hal di bawah ini (Yusri, *et al.* 2022):

1. Memilih jenis layanan yang disediakan perpustakaan dengan jelas.
2. Menganalisis kebutuhan calon pemustaka dan tingkat kebutuhan pemustaka.
3. Menganalisis keadaan untuk menentukan kiat yang sesuai dengan tujuan promosi.
4. Menyediakan dana dan tenaga yang memadai.
5. Mengevaluasi keberhasilan usaha promosi.

### **Program Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno**

Safari layanan perpustakaan Bung Karno adalah sebuah inovasi baru dalam rangka menyampaikan informasi tentang layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada masyarakat. Tujuan program ini adalah untuk mensosialisasikan serta diharapkan dapat meningkatkan partisipasi dan penggunaan layanan yang disediakan oleh Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Safari layanan dilakukan dengan cara mendatangi sekolah-sekolah, kampus-kampus dan juga melakukan penyebaran informasi melalui media sosial, brosur, poster. Safari layanan ini dilakukan oleh pustakawan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno yang berinteraksi dengan masyarakat dan memberikan informasi tentang layanan perpustakaan. Safari layanan perpustakaan Bung Karno penting untuk dilaksanakan sebagai sarana mempromosikan perpustakaan sebagai tempat sumber informasi dan pengetahuan yang dapat digunakan oleh masyarakat.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang peran perpustakaan dalam memajukan kualitas hidup dan pembangunan intelektual masyarakat. Dengan kegiatan ini para masyarakat dapat menyadari betapa pentingnya peran perpustakaan karena mereka akan mendapatkan akses ke buku-buku, jurnal, dan sumber informasi elektronik. Hal ini akan membantu masyarakat untuk menggunakan layanan perpustakaan dengan lebih efektif dan memaksimalkan manfaat dari fasilitas tersebut.

*“... Safari layanan perpustakaan Bung Karno merupakan bagian penting dari strategi perpustakaan untuk menjangkau dan memengaruhi masyarakat. Rangkaian kegiatan dimulai dengan rapat internal, persiapan bahan dan perlengkapan kegiatan, persiapan pelaksanaan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan diakhiri laporan evaluasi kegiatannya. Nanti saya berikan TOR kegiatannya.”* (Yuhana Gajar Purinda, Pustakawan Terampil)

Tahapan kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno dapat dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Rapat Internal Rapat dilakukan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno, dihadiri Kepala UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno, Koordinator Pelayanan Informasi dan Kerjasama serta para pustakawan terkait. Tujuannya adalah untuk membentuk panitia, pembuatan SK, penentuan tempat yang akan didatangi oleh Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno.
2. Persiapan bahan perlengkapan kegiatan Persiapan bahan perlengkapan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno berupa peralatan *banner signage*, materi sosialisasi layanan dan konsumsi untuk peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi.
3. Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Persiapan tempat kegiatan yang berada di sekolah yang ada di Blitar dengan sasaran utamanya adalah pelajar SMP/MTs di Kota Blitar. Pelaksanaan kegiatan juga dipersiapkan kelengkapan administrasi, daftar hadir peserta, daftar hadir narasumber, kemudian dilakukan pemasangan spanduk informasi grafis tentang UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno.
4. Pelaksanaan Kegiatan Kegiatan dilaksanakan dengan cara seminar, tanya jawab serta penjelasan mengenai layanan Perpustakaan Proklamator Bung Karno
5. Laporan dan Evaluasi Kegiatan, Membuat laporan hasil pelaksanaan kegiatan serta mengevaluasinya sehingga

diperoleh gambaran realistik tentang keberhasilan kegiatan.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno

Gambar 1 menunjukkan ilustrasi proses/tahap pelaksanaan kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno yang sedang berjalan yaitu dimulai dengan rapat

internal, persiapan bahan perlengkapan kegiatan, persiapan perlengkapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan diakhiri dengan laporan dan evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan Safari Layanan UPT Perpustakaan Bung Karno berlangsung selama kurang lebih 2,5 jam. Diawali dengan registrasi peserta, dilanjutkan pembukaan dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya Mars Perpusnas dan Mars Sekolah, kemudian sambutan Kepala Sekolah dan Kepala UPT Perpustakaan Bung Karno. Memasuki inti kegiatan, guru pendamping Gerakan Literasi Sekolah terlebih dahulu memberikan materi kepada peserta yang rata-rata berjumlah 40 siswa selama kurang lebih 30 menit.

Tahap berikutnya, sosialisasi layanan perpustakaan Bung Karno sebagai inti acara Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno dilakukan dengan dipimpin oleh seorang pustakawan yang ditunjuk bertugas menyampaikan informasi layanan perpustakaan pada jadwal kegiatan yang telah ditetapkan dengan dukungan teknologi menggunakan slide presentasi yang ditampilkan pada layar besar di bagian depan ruangan sehingga peserta bisa melihat dan membaca dari tempat duduknya masing-masing. Sebagaimana tertera di jadwal, waktu untuk inti kegiatan ini adalah 30 menit kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.



Gambar 2 Sosialisasi Layanan Perpustakaan Bung Karno

Observasi dilakukan ketika kegiatan berlangsung, acapkali peserta yang merupakan siswa SMP dan MTs mulai kehilangan fokus di sesi inti kegiatan ini yaitu sosialisasi layanan perpustakaan Bung Karno. Revanis Mahriza, siswa kelas IX B SMPN 8 Blitar sebagai salah satu peserta Sosialisasi Layanan Perpustakaan Bung Karno di sekolahnya, mengatakan bahwa ia mendapat

banyak pengetahuan baru terkait dengan filosofi bangunan di perpustakaan Bung Karno dan fasilitas-fasilitas yang disediakan disana. Peserta lain dari MTsN 1 Kota Blitar yaitu Fairuz Aqilah juga menyatakan bahwa hari ini ia mendapat wawasan baru tentang layanan peminjaman buku secara online yang disediakan perpustakaan Bung Karno.

“...dengan mengikuti kegiatan hari ini saya baru tau adanya layanan SILAKAN yang sangat memudahkan akses meminjam buku secara online. Ternyata juga banyak layanan yang bermanfaat bagi pelajar di perpustakaan Bung Karno.” (Fairuz Aqilah)

Khairunnisa Maulina Azzara, peserta Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno di SMPN 3 Kota Blitar menyatakan bahwa selain wawasan tentang fasilitas dan layanan yang disediakan perpustakaan Bung Karno, ia juga mendapat kemudahan dalam membuat kartu anggota perpustakaan Bung Karno.

“...saya jadi tau bagaimana cara menjadi anggota perpustakaan bung karno dan bisa mendaftar langsung disini, tau bahwa banyak jenis buku yang tersedia serta layanan dan fasilitasnya. Informasi baru yang saya dapatkan hari ini adalah bahwa terdapat layanan memorabilia yang berisi buku-buku koleksi khusus milik Bung Karno.” (Khairunnisa Maulina Azzara)

Pemustaka yang bertugas sebagai penutur informasi kadang kala menyematkan *give away* seperti pertanyaan-pertanyaan yang merefleksikan pemahaman peserta atas informasi yang disampaikan atau pengetahuan seputar Bung Karno dan layanan perpustakaan Bung Karno kepada peserta dengan *reward* berupa *merchandise* Perpustakaan Proklamator Bung Karno yang telah disiapkan panitia sebelumnya. Namun, pada faktanya peneliti masih menemukan peserta yang sibuk berbincang dengan teman-teman yang duduk di sekitarnya, sibuk menggunakan gawainya meski tetap diam, juga ditemui siswa/siswi yang menguap sebagai tanda mengantuk atau bosan.

Sesekali pustakawan sebagai penutur informasi di kegiatan ini juga menggunakan gadget atau teknologi untuk melakukan interaksi dengan peserta seperti yang dilakukan ketika Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno di SMPN 8 Kota Blitar yaitu menginformasikan *give away* melalui laman instagram resmi milik UPT Perpustakaan

Bung Karno yaitu dengan menginstruksikan kepada peserta untuk mengikuti laman resmi tersebut, kemudian diberi aba-aba bahwa pertanyaan *give away* diumumkan di *instagram story* terkini akun resmi perpustakaan. Alhasil, peserta antusias dengan gawai masing-masing demi mengakses pertanyaan dan memberikan jawaban yang tepat agar mendapatkan hadiah.

Usai sesi tanya jawab dan *give away* dilaksanakan, kegiatan diakhiri dengan penutupan dan foto bersama. Panitia juga membagikan konsumsi untuk dibawa dinikmati peserta setelah keluar dari ruangan dimana kegiatan berlangsung.

Diskusi bersama beberapa informan yang dilakukan setelah mengikuti kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno, secara umum menarik kesimpulan bahwa kegiatan Safari Layanan Perpustakaan telah berhasil menuntaskan tujuannya yaitu mengenalkan UPT Perpustakaan Bung Karno meliputi sejarah, filosofi, bangunan, fasilitas hingga layanan yang tersedia bagi pemustaka. Namun, peserta juga berharap lebih diperbanyak game-game interaktif agar lebih menarik dan tidak membosankan bagi mereka.

Peserta didik dapat disebut mencapai keberhasilan pembelajaran jika telah mampu mengembangkan pengetahuan, kemampuan dan sikapnya (Ulfah & Arifudin, 2021). Efek kognitif ditunjukkan dengan perubahan pada pengetahuan, pemahaman dan persepsi umum terkait dengan transmisi pengetahuan, kepercayaan atau informasi dan keterampilan. Efek afektif muncul melalui perubahan perasaan senang maupun benci terkait dengan nilai, sikap dan emosi. Efek behavioral adalah tentang perilaku atau sikap nyata yang terlihat dalam pola tindakan, kebiasaan dalam bertindak (Nida, 2014).

Safari Perpustakaan Bung Karno dirasa dan dianggap memberikan dampak positif dalam efek afektif, kognitif dan behavioral yang secara umum bernilai baik berdasarkan pernyataan peserta. Efek afektif memimpin dengan persentase 86,5% yang berarti kegiatan ini cukup membuat peserta menyatakan antusias dan tergerak secara emosional. Angka 82,3% dicapai oleh efek kognitif yang merepresentasikan pernyataan kemampuan peserta dalam memahami pengetahuan, keterampilan baru yang

disampaikan. Sementara efek behavioral meraih persentase terendah yaitu 81,25% yang apabila dikaji lagi, pernyataan kesiapan menyampaikan kembali informasi yang didapatkan kepada orang lain adalah yang paling dirasa sulit dilakukan dibandingkan hal-hal lainnya. Kesulitan menyampaikan kembali ini bisa menjadi sebuah indikator bahwa penyerapan atas informasi yang diperoleh belum sepenuhnya membangun kesadaran untuk bersikap nyata oleh peserta.

Tingkat kepuasan dan pemahaman peserta akan konten yang disampaikan tidak cukup sebagai tolak ukur bahwa kegiatan ini telah berjalan sempurna tanpa perlu perbaikan. Hasil diskusi pada pembahasan terakhir bersama para informan menghasilkan beberapa saran dari siswa-siswi SMP/MTs untuk perbaikan konsep kegiatan agar lebih relevan dengan pemahaman dan kebutuhan siswa di usia mereka antara lain sebagai berikut:

*"...perlu ditambahkan hal-hal menarik di kegiatan ini agar lebih seru, misalnya ditambahkan workshop membuat komik."* (Revanis Mahriza, siswa SMPN 8 Kota Blitar)

*"...saya ingin sekali di kegiatan seperti ini adalah event menulis atau bedah buku agar lebih menyenangkan untuk diikuti."* (Mawaddah Wido, siswa SMPN 3 Kota Blitar)

*"...mungkin menarik kalau ada video yang diputar saat kegiatan seperti ini seolah kita sedang tur di perpustakaan Bung Karno dan melihat-lihat ruangan juga fasilitasnya. Jadi kalo pas kesana langsung itu nggak bingung karena kadang kan kita ke perpustakaan sendirian atau hanya dengan satu dua teman."* (Burhan Doni, siswa MTsN 1 Kota Blitar).

*"...lebih ke penggunaan teknologi digital sih kak untuk lebih digunakan dalam kegiatan seperti ini, karena bosan ya lama-lama kalo cuma lihat slide presentasi dan dengerin orang ngomong. Kasih give away dengan hadiah yang lucu-lucu, diputerin film pendek yang seru meskipun iklan, atau dikasih game-game juga biar bisa tetep fokus.. dan yang penting sepertinya MC nya ngga boleh garing biar kita ngga ngantuk."* (Fedora Citra, siswa SMPN 8 Kota Blitar).

Saran dan masukan dari peserta di SMP maupun MTs secara umum menyampaikan perlunya konsep pemasaran UPT Perpustakaan yang lebih relevan dengan perkembangan zaman khususnya tepat bagi

usia segmentasi kegiatan tersebut. Kegiatan berlangsung dengan lancar merupakan suatu keharusan dalam pelaksanaan kegiatan ini, tapi optimalisasi masih dapat dan perlu dilakukan untuk menambah manfaat dari terselenggaranya kegiatan sehingga memberikan dampak secara langsung bagi peserta dengan tidak hanya

memberikan informasi baru namun juga pengetahuan dan skill literasi.

### **Optimalisasi Sumber Daya Manusia Pustakawan sebagai Penutur Informasi Layanan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada Generasi Alfa di Kota Blitar dengan Penerapan *Kaizen*.**

*Kaizen* merupakan suatu metode yang didasari filosofi perbaikan yang berkelanjutan yang mengubah pola pikir dan budaya kerja. Dalam bahasa Jepang, *kaizen* berasal dari kata *kai* yang artinya terus menerus dan *zen* artinya perbaikan. Pencipta konsep *kaizen* bukan dari warga Jepang tetapi warga Amerika ahli statistik bernama Dr. W. Edwards Deming yang memberikan strategi pemikiran membuat perbaikan kecil dan dilakukan secara berkesinambungan. Lebih lanjut, Tri menjelaskan bahwa *kaizen* dikenal sebagai metode terbaik dalam meningkatkan kinerja pegawai dengan proses perbaikan secara terus menerus, fokus dan terstruktur (Tri, *et al.*, 2019). Metode ini telah diterapkan pada beberapa negara, seperti: Amerika, Eropa dan Asia. Manajemen *kaizen* didedikasikan untuk peningkatan produktivitas, efisiensi, kualitas karyawan pada perusahaan secara umum. Karyawan merupakan komponen terpenting dalam memproduksi sebuah proses.

Penerapan metode ini diharapkan akan menghasilkan keuntungan dan kesuksesan bagi pemanfaat lembaga. Implementasi dari *kaizen* adalah dengan menggunakan 5S yakni *lean management* yang memfasilitasi kerja kelompok. 5S singkatan dari *seiri*, *seiton*, *seiso*, *seiketsu* dan *shitsuke*. 5S dikenal sebagai 5R yakni ringkas, rapi, resik, rawat, rajin. Pemahaman tentang 5R merupakan serangkaian aktivitas untuk menghilangkan pemborosan yang berkontribusi pada kesalahan, kerusakan dan kecelakaan. Penjelasan terhadap 5R tersebut yakni: R1 sampai R4 menekankan pada pendidikan, pelatihan dan penghargaan yang

diperlukan untuk mendorong pekerja dapat mempertahankan dan dapat meningkatkan prosedur operasi di lingkungan tempat kerjanya secara terus menerus. Kemudian yang paling sulit dilakukan adalah R5 yakni diperlukan adanya komitmen budaya kerja yang konsisten dan berkesinambungan antara pekerja dan pimpinan.

Hal terpenting dalam *kaizen* adalah proses penyempurnaan untuk meningkatkan produktivitas. Proses penyempurnaan ini terjadi terus menerus dan tidak berhenti setelah perbaikan diimplementasikan, namun penyempurnaan tetap kembali dilakukan sebagai standar baru untuk perbaikan. Strategi *kaizen* dalam manajemen berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Tri, *et al.*, 2019). Budaya *kaizen* telah banyak diterapkan sebagai metode dalam upaya peningkatan kinerja perusahaan atas dasar penggunaan biaya yang rendah. Penerapan filosofi *kaizen* dapat menyatukan sumber daya manusia perusahaan dalam mengoptimalkan komunikasi, dan menguatkan nilai unik setiap perusahaan.

Heriyanto (2019) dalam penelitiannya merangkum delapan makna profesi pustakawan, diantaranya adalah pustakawan sebagai penolong, pustakawan sebagai pendidik, pustakawan sebagai teman diskusi, pustakawan sebagai konsultan, pustakawan sebagai pembimbing, pustakawan sebagai manajer informasi, pustakawan sebagai fasilitator informasi dan pustakawan sebagai profesi yang menjanjikan. Tantangan pustakawan saat ini adalah bagaimana melayani pengguna secara cepat, berkualitas, murah serta mendengarkan apa yang dikehendaki pengguna.

Sisi lain pustakawan masih dianggap belum mampu menangani lajunya informasi yang berkebaruan di berbagai media. Perubahan status perguruan tinggi yang saat ini sedang marak bertransformasi menuju Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (disingkat PTNBH) dengan harapan perguruan tinggi lebih fleksibel dan bebas dalam mengelola lembaganya. Setiap personal dari level bawah hingga atas yang ada di setiap satuan kerja termasuk perpustakaan, wajib mengikuti dan mendukung perubahan status tersebut. Budaya kerja dan pola pikir personal tidak lagi mengikuti pola lama,

namun perlahan tapi pasti berubah seiring akan terjadinya alih status menuju PTNBH. Perpustakaan perlu mulai mengukur diri terhadap pesaing mereka dan berupaya memiliki kesadaran adanya perubahan dalam organisasi yang tumbuh serta menyadari perpustakaan merupakan bagian dari institusi yang menaunginya.

Safari Layanan Perpustakaan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno telah berjalan sebanyak enam kali kunjungan ke sekolah-sekolah SMP/MTs di Kota Blitar sebagaimana disampaikan oleh Friska Fauzi, seorang Pustakawan Ahli Muda di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno. Kegiatan safari layanan ini memiliki misi mengenalkan filosofi, hingga fasilitas dan layanan yang dimiliki UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada masyarakat dengan tujuan menstimulasi peningkatan kunjungan masyarakat (pemustaka) ke perpustakaan. Sri Hardoko, seorang pustakawan ahli muda di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno menjelaskan bahwa perpustakaan ini memiliki program serupa yang dilakukan setiap tahunnya dengan fokus segmen usia yang beragam, adapun pada tahun 2024 ini memang difokuskan pada target usia setara SMP/MTs. Segmen usia peserta ini dapat diklasifikasikan pada klaster Generasi Alfa.

Generasi Alpha merupakan generasi berkebaruan 2010 hingga 2023 (Novianti, 2019) yang merupakan klaster usia pertama tumbuh bersama teknologi digital modern. Hal ini mengakibatkan pemanfaatan penggunaan teknologi modern memberi pengaruh signifikan terhadap perekonomian Generasi Alpha (Gazali, 2018) meliputi kemampuan melakukan pembaharuan atau inovasi bisnis dengan solusi efektif dan efisien (Cayeni & Utari, 2019). Dinamika perubahan yang pesat di era ini, menuntut pengusaha dan pelaku perekonomian maupun pelayanan untuk aktif berinovasi agar dapat bersaing di pasar global (Lestari, 2019). Generasi Alpha memiliki akses pendidikan maupun pelatihan secara digital dan online yang dapat diakses dari mana saja, dengan waktu yang fleksibel dan biaya murah daripada yang diperoleh dari metode tradisional (Hidayat, 2021).

Kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno telah berjalan dan

terselesaikan dengan baik sesuai dengan rencana. Namun, berdasarkan observasi, wawancara maupun *focused group discussion* yang dilakukan peneliti pada beberapa pelaksanaan kegiatan ini memiliki catatan perbaikan yang dapat dilakukan penyelenggara kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno untuk melakukan optimalisasi sehingga program ini dapat memberikan dampak lebih signifikan bagi peserta yang pada akhirnya diharapkan dapat terjadi peningkatan kunjungan pemustaka generasi Alpha ke perpustakaan. Mengadopsi salah satu pendekatan manajemen strategi pemasaran yaitu *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* (STP), pengelompokan konsumen yang merupakan target perusahaan untuk memposisikan brand bagi pelanggan agar memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan dan memiliki peran penting bagi konsumen merujuk pada persepsi konsumen itu sendiri (Sani & Aslami, 2022). Implementasi strategi ini perlu dilakukan dalam optimalisasi Program Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno dengan melakukan perbaikan terus menerus (*kaizen*) agar dalam jangka panjang dapat menjaga nilai perpustakaan bagi pemustaka generasi Alpha yang kini bersaing dengan berbagai fasilitas literasi yang mudah diakses dimana saja dan kapan saja melalui gawai mereka sehingga kunjungan ke perpustakaan tetap memiliki *value* unik tak tergantikan.

Karakteristik generasi Alpha yaitu digital native, multitasking, beragam ras, etnis, agama dan latar belakang budaya, berwawasan luas, fleksibel, fokus pada nilai/*value*, berorientasi pada keluarga, bossy (dominan, suka mengatur), individualis dan hidup di era dominan sosial media (Sigit, 2018). Karakteristik generasi Alpha yang tumbuh bersama teknologi sejak mereka lahir ini menuntut beberapa tren yang harus diadopsi perusahaan pemilik produk maupun pemberi layanan (Ulfa, *et al.*, 2023) yaitu pemanfaatan teknologi, pendidikan dan keterampilan, peningkatan kesadaran lingkungan, dan konsumsi yang berkelanjutan.

Kesadaran tentang perubahan segmentasi usia pada setiap program serupa Safari Layanan Perpustakaan menunjukkan perlunya dilakukan perbaikan terus menerus yang agresif agar kegiatan tersebut yang telah

memiliki dukungan sumber daya dari lembaga/instansi penyelenggara dapat lebih optimal yaitu tidak hanya mencapai *output* yang diharapkan melainkan juga memiliki *outcome* pada setiap kegiatan yang dilaksanakan. Penerapan budaya *kaizen* menjadi sebuah solusi yang mungkin dilaksanakan dalam upaya perbaikan terus menerus atau *continuous learning* dalam program kegiatan ini.

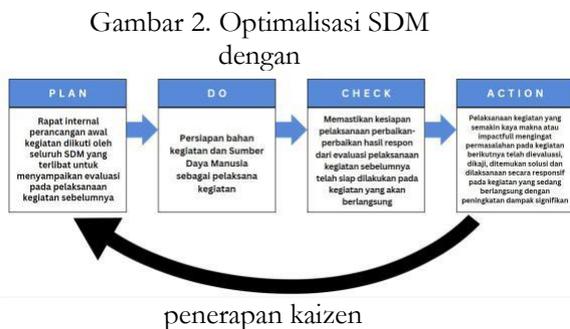
Secara umum, penerapan SDCA yaitu lingkaran *Standardize, Do, Check, Act, Plan* yang merupakan salah satu strategi *kaizen*, penting dilakukan secara terus menerus pada setiap siklus pelaksanaan kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno. Ilustrasi pada gambar 4.16 di bawah menjelaskan bahwa proses kegiatan Safari Layanan Literasi UPT Perpustakaan Bung Karno sebelumnya adalah dimulai dengan Rapat Internal, kemudian dilanjutkan persiapan bahan perlengkapan kegiatan, persiapan perlengkapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan diakhiri dengan laporan dan evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan PDCA Cycle sebagai implementasi *continuous improvement* mengubahnya menjadi siklus berkelanjutan yang digambarkan dalam lingkaran sebagai simbol bahwa seluruh kegiatan yang dilaksanakan adalah berkesinambungan sehingga dapat dilakukan perbaikan terus menerus. **Plan** sebagai awal siklus yaitu dimulai dengan rapat internal perancangan awal kegiatan, kemudian dilanjutkan dengan persiapan bahan dan perlengkapan kegiatan serta Sumber Daya Manusia sebagai pelaksana kegiatan dalam hal ini adalah pustakawan. Tahap berikutnya adalah pengecekan ulang sebelum kegiatan dilaksanakan dan dilanjutkan dengan pelaksanaan kegiatan. Perbedaan signifikan sebelum dan sesudah *kaizen* diterapkan adalah pada kegiatan berikutnya, yaitu pada tahap perencanaan terdapat proses penerapan solusi/inovasi yang dirancang berdasarkan respon hasil evaluasi kegiatan sebelumnya.

Studi kasus hasil evaluasi kegiatan Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno yang telah berlangsung memiliki catatan kurangnya fokus peserta pada penyampaian materi dikarenakan kurangnya pemanfaatan teknologi digital yang interaktif (masih sebatas pemaparan materi menggunakan slide

presentasi di layar), maka pada kegiatan berikutnya perlu dilakukan perbaikan secara langsung misalnya dengan menggunakan video iklan layanan yang lebih menggugah bagi peserta serta memberi pengalaman audio visual seolah mereka sedang berkunjung ke perpustakaan secara langsung melalui video yang ditayangkan.

Hal penting lainnya yaitu keterbatasan pengalaman peserta pada *something to see* dan belum meliputi *something to do*. *Intellectual experience* adalah pengalaman yang menstimulasi pemikiran aktif, menstimulus mental dan pengetahuan seseorang pada hal-hal yang menarik (Gentile, et al., 2007). *Affective experience* dapat membangkitkan emosi dari pengalaman yang memberikan kesenangan dan rasa bahagia (Zarantonello & Schmit, 2010). Pemberian aktivitas sebagai *something to do* bagi peserta diharapkan dapat meningkatkan koneksi dan kebersamaan serta pengalaman baru yang berkesan dan berdampak pada *engagement* peserta terhadap tujuan kegiatan ini mengingat *intellectual experience* dibuktikan berpengaruh positif pada *social brand engagement* (Utami, 2022).



Tahap kedua adalah *Do*, yaitu persiapan bahan kegiatan dan Sumber Daya Manusia sebagai pelaksana kegiatan. Tentu hal ini menjadi tantangan tersendiri ketika merespon perubahan yang dinamis pada setiap kegiatan yang telah berlangsung untuk melakukan inovasi pada kegiatan yang sedang disiapkan. Hal ini membutuhkan persiapan bahan-bahan tertentu baik *knowledge* atau *skill* yang mungkin belum tersedia pada kegiatan sebelumnya. Studi kasus pada Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno misalnya, jika perbaikan yang dilakukan adalah menayangkan video interaktif tentang filosofi, fasilitas serta layanan perpustakaan

maka dibutuhkan bahan yaitu video (yang belum digunakan di kegiatan sebelumnya) serta *skill* penutur informasi agar tidak mati gaya ketika mendampingi peserta menonton video dan menguatkan penjelasan melalui narasi yang asyik dan tidak membosankan.

**Check** dilakukan sebagai upaya memastikan kesiapan perbaikan-perbaikan hasil respon dari evaluasi pelaksanaan kegiatan sebelumnya siap dilakukan pada kegiatan yang akan berlangsung. Tahap berikutnya yaitu **Action**, pelaksanaan kegiatan yang semakin kaya makna atau *impactfull* mengingat permasalahan pada kegiatan berikutnya telah dievaluasi, dikaji, ditemukan solusi dan dilaksanakan secara responsif pada kegiatan yang sedang berlangsung sehingga diharapkan dapat memberikan dampak signifikan bagi peserta dengan segmentasi usia yang setara karena kegiatan dilaksanakan telah menjawab kebutuhan khusus sesuai karakteristik Generasi Alpha.



Gambar 3 Sebelum dan Sesudah *Kaizen* Gambar 3 mengilustrasikan perbedaan

Proses Safari Literasi Perpustakaan Bung Karno saat ini (sebelum *Kaizen*) dan rancangan apabila *kaizen* diterapkan (setelah *Kaizen*). Perubahan signifikan dalam merespon hasil evaluasi diharapkan dapat mengoptimalkan program Safari Layanan Perpustakaan Bung Karno lebih kaya makna dan memiliki dampak positif secara langsung bagi masyarakat, serta dalam jangka panjang meningkatkan *brand awareness* terhadap UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

### Kesimpulan

Pelaksanaan PDCA *Cycle* sebagai implementasi *continuous improvement* mengubahnya menjadi siklus berkelanjutan yang digambarkan dalam

lingkaran sebagai simbol bahwa seluruh kegiatan yang dilaksanakan adalah berkesinambungan sehingga dapat dilakukan perbaikan terus menerus. **Plan** sebagai awal siklus yaitu dimulai dengan rapat internal perancangan awal kegiatan. Perbedaan signifikan sebelum dan sesudah *kaizen* diterapkan adalah pada kegiatan berikutnya, yaitu pada tahap perencanaan terdapat proses penerapan solusi/inovasi yang dirancang berdasarkan respon hasil evaluasi kegiatan sebelumnya. Tahap ketiga adalah **Do**, yaitu persiapan bahan kegiatan dan Sumber Daya Manusia sebagai pelaksana kegiatan. Hal ini membutuhkan persiapan bahan-bahan tertentu baik *knowledge* atau *skill* yang mungkin belum tersedia pada kegiatan sebelumnya. **Check** dilakukan sebagai upaya memastikan kesiapan perbaikan-perbaikan hasil respon dari evaluasi pelaksanaan kegiatan sebelumnya siap dilakukan pada kegiatan yang akan berlangsung. Tahap berikutnya yaitu **Action**, pelaksanaan kegiatan yang semakin kaya makna atau *impactfull* mengingat permasalahan pada kegiatan berikutnya telah dievaluasi, dikaji, ditemukan solusi dan dilaksanakan secara responsif pada kegiatan yang sedang berlangsung.

## Referensi

- Cane. (1998). *Establishing Kaizen Culture*, Circuit Assemble, November, pp. 57-58
- Cruz, A. P. S. (2013). Analisis Strategi SOAR PT ZYX. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Domo, A. M., Zulkarnaini, Z., & Yoswaty, D. (2017). Analisis Kesesuaian dan Daya Dukung Kawasan Wisata Pantai (Studi Pantai Indah Sergang Laut di Pulau Singkep). *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 4(2), 109.
- Elnadi, I. (2018). Upaya Meningkatkan Layanan Pemustaka Di UPT Perpustakaan Universitas Bengkulu. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 3(2), 203-214.
- Fatkhurrohman, Arief & Subawa. (2016). Penerapan Kaizen dalam Meningkatkan Efisiensi dan Kualitas Produk pada Bagian Banbury PT Bridgestone Tire Indonesia. *Jurnal Administrasi Kantor*, Vol. 4, No. 1.
- Fitria Rismawati, F., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2019). STRATEGI PEMASARAN STP (SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING) LARISSA AESTHETIC CENTER CABANG JEMBER. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(2), 68-72.
- Gazali, Erfan. (2018). Pesantren di antara generasi alfa dan tantangan dunia pendidikan era revolusi industri 4.0. *OASIS: Jurnal Ilmiah Kajian Islam*, 2(2), 94–109.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Rahmad. (2021). Strategi Promosi JUPI (*Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Infromasi*), Vol. 6, No.1.
- Ismail, Diva Thea Theodora. (2021). Analisis Elemen AIDA pada Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, Vol. 12, Issue 1, page 37-47.
- Komariah, N., Rodiyah, S., & Saepuddin, E. (2016). Emotional Branding As An Effort To Improve The Quality Of Library Service In Order To Increase The Use Of Library. *Record And Library Journal*, 2(2), 188–197.
- Kregel, Ingo. (2018). Kaizen in university teaching: contiuous course improvement. *International Journal of Lean Six Sigma*, Vol. 10, No.4
- Labibah & Pitri, Uci Elisa. (2022). Pelaksanaan User Education sebagai upaya promosi perpustakaan pada UPT. Perpustakaan Universitas Malikussaleh Lhokseumawe. *Indonesian Journal of Academy Librarianship*, Vol. 5, Issue 2, Pages 1-8.

- Lolytasari & Hayati, Nurul. (2023). Kaizen: Meningkatkan Produktivitas Pustakawan Perguruan Tinggi secara Berkesinambungan dengan Prinsip the Toyota Way. *Pustaloka: Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*, Vol. 15, No. 2.
- Nida, Farma Iaili K. (2014). Persuasi dalam Media Komunikasi Massa. *At-Tabayir, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, Vol. 2, No. 2.
- Oktarisa, Cantika Tasti. (2023). Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. *JIMR: Journal of International Multidisciplinary Research*, 2629-6362.
- Paramita, Patricia Dhiana. (2012). Penerapan Kaizen dalam Perusahaan. *Majalah Ilmiah Universitas Pandanaran*, Vol. 10, No.23.
- Riski, Maydi Aula. (2021). Strategi promosi perpustakaan khusus: studi pada Perpustakaan Museum Senobudoyo Yogyakarta. *Al-Kuttab: Jurnal Kajian Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, Vol. 3, No. 2.
- Tri, Desy, *et al.* (2019). Implementasi Kaizen dalam Peningkatkan Kinerja (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur di Tangerang). *Jurnal Ecodemica*, Vol. 3 No. 2.
- Ulfa, Zahratul., *et al.* (2023). Modernisasi Teknologi Terhadap Perkembangan Ekonomi Generasi Alpha. *Journal of Comprehensive Science*, Vol. 2 No. 6.
- Ulfah & Arifudin, Opan. (2021). Pengaruh Aspek Kognitif, Afektif dan Psikomotor Terhadap Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Al-Amar (JAA)*, Vol. 2, No.1.
- Utami, Wiry. (2022). Pengaruh Intellectual Experience dan Affective Experience pada Social Brand Engagement dengan Komitmen sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 10, No. 1.
- Yenianti, I. (2019). Promosi Perpustakaan Melalui Media Sosial Di Perpustakaan Iain Salatiga. *Pustabilia: Journal Of Library And Information Science*, 3(2), 223–237.
- Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. (2010). Using the brand experience scale to profile consumers and predict consumer behaviour. *Journal of Brand Management*, 17(7), 532–540.