

## Bisnis Model Ruang Baca Upt Perpustakaan Bung Karno X Kedai Kopi

Ningsih Widadari, Arisyahidin

Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Islam Kediri, Kediri.

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

### Abstract

*The quality of a nation is determined by its intelligence and knowledge, while intelligence and knowledge are generated by how much knowledge it obtains. Knowledge is obtained from information which acquire verbally or in writing. Literacy skills are one of the most important needs for individuals to be compete in the 21st Century. The literacy rate of a nation is directly shows to the country's people quality. The extent of a person's interest in reading books influences a person's views, thought patterns and behavior. UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno has a bulk loan service as a means of information for users who are geographically far from the library to obtain permanent information so that they can achieve the vision and mission of the library to improve reading culture in the community by lending books in bulk to institutions, agencies and reading parks so that they can used optimally. Bulk loan's work results report from year to year states that the highest number of service users are students with up to 80% of all users. This case was inspiring the author to conduct research to design a business model as an innovation for equal distribution of bulk loan services so that they can reach people from various circles and backgrounds. The results of the research succeeded in formulating a business canvas model for Reading Rooms in Coffee Shops, which is a collaboration between the Bulkloan service of the UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno as a provider of book collections and the Coffee shops as providers of space and management of reading rooms.*

*Keywords: Bulkloan, Library Management, Innovation, Library Coffee, Learning Cafe.*

### Latar Belakang Teoritis

Tingkat literasi atau angka melek huruf suatu bangsa berbanding lurus dengan kualitas negara. Besarnya minat seseorang terhadap membaca buku mempengaruhi pandangan, pola pikir, dan perilaku seseorang. Angka melek huruf masyarakat Indonesia tergolong rendah, padahal sudah 70 tahun Indonesia merdeka. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya tingkat literasi masyarakat Indonesia perlu ditanggapi dengan serius oleh pemerintah. Perdebatan 'literasi' menjadi perhatian utama di seluruh lapisan masyarakat. Jika literasi menjadi sebuah budaya di Indonesia, bukan tidak mungkin kita bisa menjadi bangsa yang tidak hanya sukses dalam pembangunan namun juga menjadi bangsa yang maju.

Literasi dapat diartikan sebagai sebuah kemampuan membaca dan menulis yang kita kenal dengan melek aksara atau keberaksaraan. Literasi memiliki arti semakin luas, sehingga saat ini keberaksaraan bukan lagi bermakna tunggal melainkan mengandung beragam arti (*multi literacies*). Ada bermacam-macam keberaksaraan atau literasi, misalnya literasi komputer (*computer literacy*), literasi media (*media literacy*), literasi teknologi (*technology literacy*), literasi ekonomi (*economy literacy*), literasi informasi (*information literacy*),

bahkan ada literasi moral (*moral literacy*) (Permatasari, 2015).

Kemendikbud dalam Laporan Indeks Aktivitas Membaca di Indonesia (2019) menyatakan bahwa "mengingat luasnya makna 'literasi' yang berkembang di masyarakat, kajian ini hanya membatasi pada literasi membaca". Kegiatan sederhana pembiasaan membaca dapat menumbuhkan literasi masyarakat dan siswa sekolah. Laporan tersebut juga menyatakan bahwa masalah akses selalu menjadi kendala. Kualitas teks pun menjadi kendala literasi, sehingga proses penerjemahan buku-buku bermutu internasional ke dalam bahasa Indonesia (bahkan bahasa daerah) perlu digalakkan kembali, bahkan juga mencetak ulang karya-karya penulis Indonesia klasik, dari tahun 1950-an, untuk menjadi bacaan-bacaan sastra dan literatur di sekolah, dan tersedia di seluruh perpustakaan di seluruh negeri. Dengan begini, literasi masyarakat Indonesia akan meningkat sekaligus melestarikan penggunaan bahasa nasional yang baik dan benar.

Rendahnya *reading literacy* bangsa menyebabkan Sumber Daya Manusia kita tidak kompetitif karena kurangnya penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi, sebagai akibat lemahnya minat dan

kemampuan membaca dan menulis. Membaca dan menulis belum menjadi kebutuhan hidup dan belum menjadi budaya bangsa. Jumlah perpustakaan dan buku-buku jauh dari mencukupi kebutuhan tuntutan membaca sebagai basis pendidikan permasalahan budaya membaca belum dianggap sebagai *critical problem*, sementara banyak masalah lain yang dianggap lebih mendesak (Teguh, 2017).

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Peraturan Menteri nomor 23 tahun 2013 meluncurkan sebuah gerakan literasi sekolah untuk menumbuhkan sikap budi pekerti luhur kepada anak-anak melalui bahasa. Sederhananya, setiap anak di sekolah dasar diwajibkan membaca buku-buku bacaan cerita lokal dan cerita rakyat yang memiliki kearifan lokal dalam materi bacaannya sebelum proses pembelajaran di kelas dimulai. Kegiatan yang terkait dengan penguatan literasi masyarakat masih terfokus pada lembaga-lembaga pendidikan dan belum dilakukan secara masif untuk mendekat kepada masyarakat secara umum, khususnya pemuda. Padahal, tingkat baca pemuda akan memberikan sumbangsih kepada masyarakat secara jangka panjang dan juga memungkinkan untuk menjadi momentum dalam menumbuhkan intelektual generasi selanjutnya. Peran pemuda sebagai ujung tombak menuntutnya untuk terus melakukan suplai pengetahuan terbaru kepada masyarakat sekitarnya (Prabowo, 2021).

Kegiatan menyesap secangkir kopi di coffee shop langganan kini sedang menjadi tren. Pertumbuhan gerai-gerai kopi modern ini melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah. Dikutip dari *Financial Times*, jumlah kedai kopi artisan dan gerai kopi di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam lima tahun terakhir. Bukan tanpa alasan, peningkatan jumlah kedai kopi ini dibarengi dengan adanya pergeseran budaya dalam mengkonsumsi kopi. Terlepas dari banyaknya anggapan bahwa coffee shop hanya tren semata, nyatanya ‘ngopi’ di kedai dan gerai kopi tersebut malah menjadi kebiasaan baru di zaman serba modern ini.

Fenomena mewabahnya kedai kopi sebagai pusat tempat berkumpul pemuda ini menjadi inspirasi bagi penulis merancang sebuah model bisnis untuk mengembangkan inovasi literasi Ruang Baca di kedai-kedai

kopi sebagai upaya mendekatkan sumber literasi kepada masyarakat dengan memanfaatkan program *bulkloan* UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Penelitian kualitatif ini dilakukan sebagai perancangan konsep inovasi pemerataan layanan dan peningkatan kuantitas pengguna layanan bulkloan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno. Pengambilan data dilakukan melalui observasi dan *in-depth interview* untuk mendeskripsikan layanan bulkloan sehingga dapat merancang sebuah Inovasi peningkatan kuantitas realisasi *bulk-loan* UPT Perpustakaan Proklamator

Bung Karno dan pemerataan pengguna layanan agar dapat menjangkau lebih masyarakat lebih luas dalam bentuk “Model Bisnis Ruang Baca di Kedai Kopi”.

Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menggalakkan satu program gerakan literasi nasional (GLN), di mana salah satu contohnya adalah gerakan literasi sekolah (GLS) yang melibatkan semua pemangku kepentingan di bidang pendidikan, mulai dari tingkat pusat, provinsi, kabupaten/kota, hingga satuan pendidikan. GLN dikembangkan berdasarkan sembilan agenda prioritas pemerintah (dikenal dengan istilah Nawacita) yang terkait dengan tugas dan fungsi Kemendikbud. Beberapa butir Nawacita terkait erat bagaimana membangun komponen sumber daya manusia berkualitas, produktif, dan berdaya saing, berkarakter, serta nasionalis melalui kegiatan literasi. Merujuk kembali pada deklarasi pemerintah untuk mewujudkan masyarakat yang berliterasi melalui satuan pendidikan, seyogyanya perlu menimbang kembali program GLN yang telah digalakkan oleh pemerintah dapat mencapai tujuan yang telah dicanangkan (Hidayah, *et al.*, 2019). Secara etimologis, istilah literasi sendiri berasal dari bahasa Latin “literatus” yang berarti orang yang belajar. Dalam hal ini, literasi memang sangat berhubungan dengan proses membaca dan menulis.

Layanan perpustakaan keliling merupakan perluasan layanan perpustakaan yang dilakukan menggunakan mobil keliling pada lapisan masyarakat di desa maupun di sekolah-sekolah. Sedangkan layanan *bulkloan* merupakan perluasan layanan perpustakaan

yang dilakukan dengan menggunakan kotak yang secara berantai dalam proses peminjaman dan pengembalian. Layanan ekstensi dan *bulkloan* mampu mempromosikan dan mensosialisasikan arti penting keberadaan Perpustakaan Proklamator Bung Karno bagi masyarakat, sekaligus menjangkau pemustaka dalam memberikan informasi yang belum atau tidak memiliki kesempatan untuk datang ke perpustakaan. Dengan layanan perpustakaan keliling dan *bulkloan* diharapkan pemanfaatan koleksi meningkat dan aksesibilitas informasi semakin luas dan menyentuh bagi masyarakat.

Layanan *bulkloan* merupakan perluasan layanan perpustakaan yang dilakukan dengan menggunakan kotak yang secara berantai dalam proses peminjaman. Layanan ini bertujuan sebagai media promosi dan sosialisasi keberadaan Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada masyarakat luas (pemustaka), menumbuhkan dan meningkatkan minat baca pada masyarakat, menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat pengguna dengan koleksi-koleksi yang disajikan layanan ekstensi koleksi khusus Bung Karno dan *bulkloan*, meningkatkan kerjasama yang baik antar instansi atau pihak lain yang mendukung layanan ekstensi koleksi khusus Bung Karno dan *bulkloan*, meningkatkan dan memperluas jangkauan pelayanan perpustakaan, dan membentuk karakter masyarakat yang berbudaya dengan gemar membaca.

#### **Business Model Canvas**

*Business Model Canvas* menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai sebagai sesuatu yang dapat dikelola, distrukturkan dalam proses dan digunakan untuk mengakomodir potensi kreatif menjadi sebuah inovasi bisnis (Alexander Osterwalder & Yves Pigneur, 2012). Terdapat Sembilan blok bangunan dasar yang menunjukkan cara berpikir bagaimana bisnis/ organisasi berjalan mencakup empat bidang utama yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kelangsungan finansial. Model bisnis diibaratkan cetak biru strategi yang diimplementasikan melalui struktur

organisasi, proses dan sistem. Model bisnis bukanlah keadaan bisnis saat ini melainkan metode untuk meneliti guna memahami apa yang perlu dilakukan selanjutnya dengan kunci utama pengujian dan pengulangan. Metode ini mampu menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan pada organisasi atau bisnis.

#### **Hasil & Pembahasan**

Layanan Perpustakaan Keliling dan *bulkloan* merupakan perluasan layanan perpustakaan yang dilakukan menggunakan mobil keliling. Sedangkan layanan *bulkloan* merupakan perluasan layanan perpustakaan yang dilakukan dengan menggunakan kotak yang secara berantai dalam proses peminjaman. Kemudian Layanan Perpustakaan Keliling dan *bulkloan* bertujuan sebagai berikut pertama, mempromosikan dan mensosialisasikan arti penting keberadaan Perpustakaan Proklamator Bung Karno bagi masyarakat, kedua, menjangkau pemustaka dalam memberikan informasi yang belum atau tidak memiliki kesempatan untuk datang ke perpustakaan, serta menyediakan buku-buku yang dapat dimanfaatkan masyarakat. Dan ketiga, mendayagunakan seluruh koleksi yang dimiliki Perpustakaan Proklamator Bung Karno.

Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara nomor : PER/20/M.PAN/04/2006 tentang Pedoman Penyusunan Standar Pelayanan Publik menjelaskan bahwa standar pelayanan publik adalah suatu tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilaian kualitas pelayanan sebagai komitmen atau janji dari penyelenggara pelayan kepada masyarakat untuk memberikan pelayanan berkualitas. Salah satu komponen standar pelayanan publik adalah Prosedur Penyelenggaraan Pelayanan Publik. Untuk itu maka perlu disusun sebuah Pedoman Teknis Layanan Perpustakaan Keliling dan *bulkloan* di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno yang akan menjadi rujukan dalam pelaksanaan layanan.

Perpustakaan Proklamator Bung Karno merupakan Unit Pelaksana Teknis dari Perpustakaan Nasional RI yang salah satu tugasnya adalah melaksanakan pelayanan

dalam rangka mengembangkan dan mendayagunakan koleksi Perpustakaan Proklamator Bung Karno. Pelayanan yang diberikan ditujukan bagi seluruh lapisan masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai berbagai disiplin ilmu pengetahuan dan teknologi, budaya dan sejarah dan sebagainya. Sebagai lembaga layanan publik, Perpustakaan Proklamator Bung Karno memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan prima guna memuaskan pemustaka. Layanan perpustakaan adalah pemberian informasi kepada pemustaka. Melalui layanan perpustakaan, pemustaka diharapkan dapat memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan secara maksimal.

Layanan Perpustakaan Keliling dan bulkloan bertujuan sebagai berikut: pertama, mempromosikan dan mensosialisasikan keberadaan Perpustakaan Proklamator Bung Karno kepada masyarakat luas (pemustaka), kedua, dapat menumbuhkan dan meningkatkan minat baca pada masyarakat. Ketiga, Menambah wawasan, pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat pengguna dengan koleksi-koleksi yang disajikan layanan ekstensi koleksi khusus Bung Karno dan bulkloan. Keempat, dapat meningkatkan kerjasama yang baik antar instansi atau pihak lain yang mendukung layanan ekstensi koleksi khusus Bung Karno dan bulkloan., kelima meningkatkan dan memperluas jangkauan pelayanan perpustakaan, dan keenam, membentuk karakter masyarakat yang berbudaya dengan gemar membaca.



Gambar 1. Layanan Bulkloan ke Sekolah

Angka tertinggi klasifikasi pemustaka layanan bulkloan berdasarkan statistik jumlah pemustaka layanan bulkloan tahun 2022, sebagaimana disampaikan Hendriyanto

adalah 6.150 pemustaka pelajar dari total keseluruhan 7.685 yang berarti mencapai 80%.

*“..berdasarkan statistik jumlah pemustaka layanan bulkloan tahun 2022 yang ada di laporan kegiatan layanan perpustakaan keliling dan bulkloan itu untuk yang tertinggi yaitu 6.150 orang merupakan pelajar dari total 7.685 pemustaka tercatat. Ini berarti mencapai 80% lebih sedikit, kemudian sisanya dari pemustaka umum, PNS, mahasiswa dan TNI/POLRI.”* (Hendriyanto, Pustakawan)

*“...26 dari total 34 lembaga/instansi yang bekerja sama di tahun 2024 adalah lembaga pendidikan formal sekolah atau madrasah. Maka bisa dianggap sekitar 76,5% penggunaannya adalah pelajar.”* (Suhartoyo, Pustakawan)

Fakta bahwa sebaran pengguna layanan bulkloan menunjukkan bahwa lembaga pendidikan formal merupakan angka tertinggi sebagai pengguna layanan selama beberapa tahun, maka penelitian ini bermaksud untuk menyusun inovasi bisnis model kerjasama dengan kedai kopi melalui penyediaan Ruang Baca berisi bacaan-bacaan semua kategori di kedai-kedai kopi dengan tujuan pemerataan layanan khususnya mendekati sumber literasi/buku-buku ke masyarakat umum pengunjung kedai kopi.

Penyusunan konsep model bisnis yang dirancang, dimulai dengan melakukan wawancara pada beberapa informan yang merupakan pengunjung/pelanggan di kedai-kedai kopi untuk memberikan respon pada wacana Ruang Baca di kedai kopi dengan memanfaatkan layanan bulkloan UPT Perpustakaan Bung Karno. Tidak semua informan merasa suka membaca buku maupun berkunjung ke perpustakaan untuk membaca, namun seluruh informan menyatakan bahwa wacana pengadaan Ruang Baca di kedai kopi ini merupakan sebuah inovasi yang layak dilaksanakan.

*“...Menarik, kalo bisa ada novel juga kak, enak dibaca sambil nyantai pas nongkrong sama temen-temen juga buat selingan ngobrol itu bagus.”* (Bilqis, Pelajar)

*“...Bagus sib. Kalo saya ngopi begini kan biasanya sambil ngumpul ketemu temen-temen bisnis. Seperti hari ini saya nemenin istri ketemuan sama anak-anak himpunan pengusaha muda indonesia (HIPMI) Blitar buat diskusi dan sharing session disini, jadi bagus juga kalo ada Ruang Baca sambil nunggu yang lain dateng bisa baca baca dulu*

ya.. atau mungkin akan lebih menarik juga jika dari perpustakaan karno bikin bedah buku tematik di kedai-kedai kopi, membantu pengunjung memahami isi buku lebih mudah.” (Wahkid, Wiraswasta)

“...Bagus juga, kalo ada buku motivasi buat yang lagi nyari kerjaan seperti saya juga bagus. Tips-tips mengerjakan tes kerja, interview, atau belajar bahasa inggris juga.hebe.” (Silfi, Jobseeker).

“...Boleh dicoba itu kak, bagus juga kalo ada buku anak mungkin ya. Bisa dipadukan dengan playground kecil buat anak-anak biar kalo ortunya ngopi bawa bocil jadi betah lama-lama.” (Aqsha, Karyawan Swasta)

“...Sangat menarik, mendekatkan buku ke masyarakat. Semoga dengan adanya Ruang Baca bisa memberi akses masyarakat umum kepada buku-buku berkualitas yang mudah tanpa harus ke perpustakaan. Karena kan kadang orang itu mager ya kak ke perpustakaan, apalagi kebalayak umum yang udah capek urusan kerja-rumah-kerja-rumah. Kalo nggak ada alasan kebusus, nggak banget seperti ke perpustakaan. Jadi menurut saya jika Ruang Baca direalisasikan di kedai-kedai kopi itu keren banget.” (Luthfiana, Wiraswasta)

Kunjungan studi banding dilakukan penulis ke sebuah kedai kopi yang memiliki perpustakaan atau Ruang Baca di kedainya yaitu bernama ‘Dongeng Kopi Jogja’. Observasi dan wawancara dilakukan penulis bersama pemilik sekaligus pendiri Dongeng Kopi Jogja yang bernama Ranggo Darsono. Pemilik kedai yang sejak usia mudanya memang bergelut di dunia literasi dengan pernah bekerja di penerbitan, menyatakan bahwa dengan adanya perpustakaan di kedai miliknya merupakan sebuah

implementasi penerapan

STP (*segmenting, targeting, positioning*) kedainya yaitu “Buku, Kopi,

Komunitas”. Ranggo menyatakan bahwa dengan adanya fasilitas ini mengantarkan Dongeng Kopi Jogja sangat signifikan memengaruhi jumlah pelanggan yang datang ke kedainya,

“...adanya sarana dan prasarana yang tersedia di lokasi kedai memang menambah dorongan konsumen untuk dapat menghabiskan waktunya di kedai kopi karena fasilitas yang baik akan mendukung konsumen untuk menikmati secangkir kopi yang dipesan.. di ruang bacaan buku terdapat kursi dan meja panjang yang disediakan untuk konsumen yang ingin menikmati kopinya dengan membaca beberapa referensi buku yang ada.

Berbagai jenis maupun topik buku yang disediakan menjadi daya tarik tersendiri seperti halnya buku sejarah, ilmu dan teknologi modern hingga buku-buku yang berhubungan dengan sosial politik. Dampaknya positif banget ke penjualan. Sebenarnya dari awal kita bicara STP Dongeng Kopi ini di Kopi, Buku dan Komunitas. Kalo bicara kunjungan, isinya kunjungan kan temen-temen yang arahnya kesana.. yang suka ngopi dan suka baca. Jadi ya cukup signifikan. Awalnya sistem kita boleh dipinjem, tapi ternyata banyak yang tidak kembali.. pernah kehilangan sampai 300 judul buku-buku yang susah dicari. Akhirnya saya putuskan untuk cuma bisa baca di tempat, jadi akhirnya kita ketemu temen-temen yang menamatkan satu buku itu dia datang rutin di dongeng untuk minum kopi dan membaca. ” (Ranggo, Pemilik Dongeng Kopi)



Gambar 2. TB Alimin, Dongeng Kopi Jogja

Hal ini didukung dengan pernyataan para pelanggan kedai-kedai kopi di Blitar direpresentasikan melalui hasil wawancara informan yang sepakat bahwa dengan adanya Ruang Baca akan memengaruhi durasi pengunjung untuk lebih lama berada di kedai.

“.. Kalo aku iya, biasanya kan kalo ngopi aku tuh nggak terlalu suka rame-rame. Seru juga kalo ada bacaan yang disediakan disini. Nggak perlu jauh-jauh atau mengkhususkan waktu buat ke perpustakaan kalo mau baca bukunya bisa disini kan. Trus buat property foto-foto ngonten kaya buku dan kopi gitu juga lucu sih bagiku sama atemen-temenku.” (Bilqis, pelajar)

“...Bisa jadi, karena sepengamatan saya nggak semua yang ngopi di kedai itu mau nongkrong sama temennya. Kadang ya pengen nyantai aja nyari suasana beda dari di rumah atau tempat kerja. Jadi ya bener sih kalo ada bukunya mungkin bisa menarik bagi kalangan tertentu biar ga usah repot repot datang ke perpustakaan kalo mau baca buku tapi yang nggak perlu beli bukunya. Btw saya juga punya kedai kopi tapi nggak di Blitar kak, dan saya sediakan beberapa buku juga, cuma 6 judul buku.

*Memang nggak banyak, tapi sering kepegang sama pengunjung tertentu, kadang dipake property foto-foto juga biasanya sama mereka, seperti konsep buku dan kopi itu estetik bagi anak sekarang isi buku lebih mudah.”* (Wahkid, Wiraswasta)

*“...Saya introvert kak, jadi suka dan bisa duduk lebih lama disini kalo ada bacaan menarik.”* (Silfia, Jobseeker)

*“...Kalo seperti yang saya sebutkan di atas tadi, bener sih bisa bikin nambah lama bagi saya yang punya bocil tp saya dan istri suka nongkrong di kedai kopi. Butuh sih support semacam itu biar bisa lama ngopi dan bocilnya nggak rewel bosan. Dan sebenarnya kalo kita bisa berlama-lama karena nyaman di kedai kopi gini kan akhirnya beli beli lagi pesen makanan minuman lagi. Win win solution menurutku sih, kitanya dapet fasilitas dan kedainya juga meningkatkan durasi pengunjung kesini ya meningkatkan pembelian. Soalnya kalo saya bawa anak istri dan lama di satu tempat gitu kan anak-anak juga gampang lapar, jd order lagi order lagi..biasanya gitu..”* (Aqsha, Karyawan Swasta)

*“...Kalo bagi saya, jelas iya. Saya kalo lagi baca buku itu sekali duduk nyeleseiin satu buku bisa habis 2-3 cangkir kopi. Jadi menurut saya juga secara nggak langsung pasti nambah boros order lagi order lagi kalo disediakan buku bacaan yang bagus dan saya baca itu disini. Borosnya pengunjung, otomatis nambah profitya owner kan ya? Satu lagi, di beberapa kedai kopi dengan Ruang Baca atau semacam perpustakaan kecil sebagai fasilitasnya, biasanya banyak pengunjung yang posting foto ke story atau nulis review di google maps dengan upload foto estetik kopi dan buku di kedai tersebut. Menurut saya juga bakal nambah value nya kedai tersebut sekalian setali dua uang juga buat perpustakaan meningkatkan dan meluaskan layanan mendekatkan sumber literasi ke masyarakat.”* (Luthfiana, Wiraswasta)

Pelaksanaan dan pengawasan program adalah bagian penting untuk menilai kebermanfaatan, pencapaian yang telah dilakukan. Pengadaan perpustakaan/Ruang Baca di kedai-kedai kopi Bangka Belitung yang bekerjasama dengan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Provinsi Bangka Belitung dan Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung menyatakan bahwa 80% pengunjung merasa antusias dengan keberadaan Ruang Baca disana (Suryadin, *et al.*, 2021)

Sebagai aspirasi dalam menyusun model bisnis Ruang Baca di kedai kopi, informan menyampaikan beberapa ide dan

saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam merancang yaitu mengusulkan untuk menjaga buku-buku up to date, berkualitas, dan menarik sehingga mudah dibaca dan dipahami oleh orang-orang yang mungkin awam dengan bacaan tekstual. Saran terkait memberikan informasi kegiatan perpustakaan juga teretus dari salah satu informan, harapannya pengunjung yang mungkin membutuhkan informasi tersebut mendapatkan yang dibutuhkan tanpa harus menyimak di sosial media karena kemungkinan mereka tidak mengikuti di sana.

*“...Bukunya yang bagus-bagus dan kekinian aja sih kak, jangan yang judul bukunya.”* (Bilqis, pelajar)

*“...Bukunya up to date dan relevan sama segmen pengunjung kedai kopi sini ya, biar bener-bener menarik dibaca pengunjungnya.”* (Wahkid, wiraswasta)

*“...Bukunya yang bagus, baru, dan dirawat baik biar menarik juga estetik. Ini dari perpustakaan karno kan ya kak? Saya pernah ikut kegiatan inklusi sosial disana, menarik itu kak. Tapi informasi kegiatannya kayae kurang dekat dan mudah diakses masyarakat umum cz saya taunya aja ditag kakak saya di instagram. Mungkin informasi terkait kegiatan perpustakaan karno bisa juga dipasang X banner di Ruang Baca yang ada di kedai kopi supaya orang-orang yang sebenarnya butuh ikut kegiatan itu bisa tau dan mendaftar.”* (Silfia, jobseeker)

*“...Dicoba dulu aja kak, belum bisa komentar kalo belum dicoba running.”* (Aqsha, karyawan swasta)

*“...Buku-bukunya yang populer, menarik, buku-buku yang bisa dijadikan sumber inspirasi bagi masyarakat umum mungkin seperti peluang bisnis, terkait mental wiraswasta, buku tentang skill-skill khusus, yang menginspirasi tapi mudah dipahami dan jangan yang melulu tekstual karena mengingat segmen pembaca di kedai kopi begini kan nggak semua berpendidikan tinggi. Jadi kemungkinan minat baca masih rendah, sebaiknya dikasih yang ringan-ringan tapi solutif di permasalahan hidup, kerjaan, dll yg erat dengan kehidupan.”* (Luthfiana, wiraswasta)

Kunjungan ke kedai kopi untuk melakukan wawancara dengan pemiliknya menghasilkan beberapa sudut pandang berbeda dari rencana penyelenggaraan Ruang Baca di kedai-kedai mereka. Sebagaimana pada umumnya, pemilik usaha akan lebih mempertimbangkan resiko lebih dari pada

orang lain yang tidak berkewajiban atas bisnis proses di usaha tersebut. Kekhawatiran akan manajemen administrasi dan pengelolaan buku menjadi pertimbangan utama terkait dengan resiko yang dipertimbangkan oleh Agus, pemilik BonBon Kahve.

*“...Kalo saya pribadi gimana ya, kita kan dipinjam dari perpustakaan tapi kita nggak bisa monitoring buku-bukunya. Takutnya yaudah, udah.. pinjem itu kan belum tentu balikin juga kan ke sesuai tempatnya gitu. Kalo mau saya malah oke jika kontrolnya dari pihak perpustakaan. Tapi jika memang mau direalisasikan nanti bisa saya diskusikan dengan tim dulu.”* (Agus, pemilik BonBon Kahve)

Kedai Tanatiga berada di Sanankulon, tepat di tepi jalan raya Blitar-Kediri ternyata justru sudah pernah menolak pengajuan Bung Karno Corner di tempatnya karena beberapa alasan, adapun yang paling penting karena buku yang diberikan hanya tentang Bung Karno (teks). Penolakan ini bukan tanpa sebab, mengingat segmen target kedainya adalah usia dewasa yang cenderung sudah berkeluarga sehingga jenis buku ini dianggap kurang menjawab kebutuhan. Di sisi lain, kedai Tanatiga termasuk merupakan kedai yang aktif bergerak dalam pendidikan untuk pengkapasitasan individu.

Beberapa kegiatan pelatihan diadakan di sana seperti kelas merangkai bunga, kelas membuat handmade parfum dengan essential oil, dan lain sebagainya.

*“...Jadi kenapa ga berani ambil yg pojok bung karno kmren karena, bacaannya tentang bung karno aja (teks), di kedai tanatiga itu customernya lebih ke keluarga jd mungkin bacaan range nya sampai ke anak-anak juga, mereka ga menyediakan rak dari mereka, harus ada ngisi form untuk customer yg baca, yang paling penting ini mba, kita disuruh ganti kalo ada kerusakan / kehilangan. Karena beberapa point itu aku belum berani nerima buku dari bung karno. Jadi sekarang ini aku taruh bacaan dari buku2 pribadi ku yg ternyata juga banyak yg datang gitu sambillihat2 buku dan baca.”* (Vian, pemilik kedai Tanatiga)

Ketersediaan fasilitas lokal yang sudah eksis dapat dioptimalkan dalam tujuan pendidikan dan pemberdayaan dengan menerapkan pendekatan berbasis komunitas (Suhariyanti, *et al.*, 2024). Renggo Darsono, pemilik kedai Dongeng Kopi Jogta telah melalui fase kekhawatiran akan manajemen resiko kedainya ketika awal menjalankan

konsep Ruang Baca di perpustakaan. Strategi yang dilakukan Renggo adalah mengalokasikan *right man on the right place* yaitu dengan merekrut sumber daya manusia yang ditugaskan khusus untuk pengelolaan buku-buku di perpustakaan kecilnya, TB Alimin. Keterbatasan anggaran dana ternyata bukan sebuah masalah besar jika dapat mengambil celah dengan jejaring sosial dan kolaborasi seperti yang dilakukan Renggo di Dongeng Kopi Jogja.

*“...dulu kami rekrut khusus pustakawan dari teman-teman jurusan ilmu perpustakaan UIN jadi penjaga perpustakaan sekaligus merawat dan mengkategorikan, tapi pas pandemi kita harus melakukan pengurangan termasuk pegawai.. dulu 14 sekarang jadi sisa 7. itu termasuk tenaga perpustakaan yang merangkap manajemen komunitas. Jadi ini terpaksa sementara kita kelola mandiri dengan gotong royong. Tapi akhirnya ada beberapa buku yang mulai lembab mengingat kita berada di kaki gunung merapi.*

*Langkah berikutnya kami akan bekerjasama dengan mahasiswa ilmu perpustakaan dari UIN, kemaren sudah ketemu dan kita akan melanjutkan kerjasama jadi nanti teman-teman dari UIN secara bergantian mengelola TB Alimin sebagai bagian dari kerja-kerja kolektif sebenarnya nanti dari dongeng kita cuma bisa ngasih uang saku, bukan gaji, jadi ya kolaborasi komunitas.”* (Renggo Darsono, pemilik Dongeng Kopi Jogja)

Tujuan utama melakukan upaya peningkatan minat baca masyarakat adalah untuk turut mencerdaskan kehidupan masyarakat menuju kuliatas sumber daya manusia sebagai tokoh kunci pembangunan nasional demi mencapai masyarakat madani. Pasca diskusi panjang dan beberapa obrolan ringan membahas pentingnya gerakan literasi yang perlu diperjuangkan untuk mendorong pertumbuhan minat baca masyarakat Indonesia, kesimpulan pada akhirnya yang didapatkan dari pemilik-pemilik kedai kopi di Blitar menyatakan kesiapannya untuk menemukan solusi bersama-sama jika project ini dilakukan mengingat manfaat dan sisi positifnya bagi mereka dan kedai kopinya.

*“...Sisi positifnya nambah value ke kedai saya, dan minat baca saat ini kan rendah jadi ya gapapa jadi satu tren positif supaya orang mau baca lagi. Sisi beratnya bagi saya terkait maintenance itu..resikonya bagaimana. Tapi kalo untuk kedepannya oke, program itu dijalani kayanya*

worth it banget. Segmentasi disini pekerja, kalo weekend itu anak-anak muda kaya anak sekolah. Mungkin kalo udah running lebih bisa sambil dibenahi, kalo masih wacana kan samar-samar.” (Agus, pemilik BonBon Kahve)

“...kita pemilik kafe senang2 aja ada program itu, dan pasti kita tanggung jawab juga untuk menjaga buku2 itu, jd solusinya dikasih sticker kafe atau apapun ada identitasnya. Kalo pojok bung karno itu wacananya bukunya itu di rolling dari satu kafe ke kafe lain nah jadi ga bisa di kasih identitas itu.

Mungkin kalo bisa running, bukunya bisa disampulin plastik gitu ya mba trus ditempelin stiker inventaris. Jadi misal nanti waktunya dikembalikan atau geser lokasi bisa diganti stiker baru tanpa merusak cover bukunya.” (Vian, pemilik kedai Tanatiga)

### **Business Model Ruang Baca di Kedai Kopi**

Kedai kopi berbasis literasi menjadi sebuah model inovasi perpustakaan yang berpeluang dikembangkan untuk meningkatkan literasi masyarakat dan sebagai media berinteraksi sosial sembari membaca sumber ilmu yang disediakan demi meningkatkan kualitas hidup, kecerdasan dan daya saing bangsa (Fakih, 2024). Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan serta dilanjutkan dengan analisis oleh peneliti, akhirnya dituangkan dalam sebuah rancangan model bisnis Ruang Baca di kedai kopi sebagai berikut:

#### **1. Aktivitas Kunci**

Indikator utama yang ditarik sebagai benang merah dalam konsep ini adalah adanya ikatan antara “kopi dan buku” yang kemudian diikat dengan komunitas sosial sebagai kumpulan individu-individu yang menikmati keduanya. Aktivitas kunci dalam model bisnis ini adalah menikmati minum kopi sembari membaca buku.

#### **2. Proposisi Nilai**

Kedai kopi sebagai unit usaha yang mencari profit/keuntungan demi keberlanjutan bisnis dan kesejahteraan berkolaborasi dengan perpustakaan yang membawa tujuan literasi untuk mencerdaskan bangsa. Kolaborasi keduanya membentuk sebuah proposisi nilai baru dengan mendekatkan sumber literasi ke masyarakat melalui kedai kopi dengan membunikan

buku agar membaca semudah dan senikmat menyepak secangkir kopi.

#### **3. Pelanggan dan Penerima manfaat**

Segmentasi masing-masing kedai kopi yang mulai ditumbuhkan minatnya dalam literasi didukung dengan suasana nyaman dan kemudahan mengakses buku di kedai kopi. Meski konsep bulkloan memberikan buku dengan klasifikasi lengkap, namun pada praktiknya perlu disesuaikan dengan segmentasi setiap kedai kopi yang bekerjasama dan disediakan buku yang dominan jumlahnya sesuai dengan kebutuhan segmen kedai.

#### **4. Keterikatan Pelanggan dan Penerima Manfaat**

Keterikatan ini merupakan timbal balik dari pelanggan dan penerima manfaat yang dalam situasi ini ada dua yaitu perpustakaan sebagai penyedia buku-buku dan kedai kopi sebagai penyedia tempat di sudut kedai kopinya. *Engagement* ini dapat dibangun dengan interaksi ketiganya secara konsisten melalui komunikasi, diskusi, dan mungkin giat bersama. Secara berkala dan berkelanjutan perlu diadakan workshop atau bedah buku sesuai dengan kecenderungan kebutuhan segmentasi di kedai kopi sehingga buku-buku akan terasa lebih hidup dalam keseharian konsumen karena mampu menjadi wawasan baru dan solusi permasalahannya yang didapatkan sembari menikmati kopi seperti kebiasannya. Permintaan judul buku khusus yang diinginkan pelanggan untuk diadakan di Ruang Baca juga dapat ditampung oleh pengelola Ruang Baca di kedai kopi untuk menambah interaksi dengan pelanggan sehingga meningkatkan *engagement*. Pengelola Ruang Baca juga dapat berjejaring, berkolaborasi dengan komunitas-komunitas lokal yang sering berkunjung untuk berkegiatan di kedai kopi sekaligus memanfaatkan Ruang Baca sebagai sumber ilmu dan informasi.

#### **5. Saluran**

Media sosial merupakan saluran utama yang mudah dijangkau dan berbiaya murah bagi pelaku usaha. Penggunaan sosial media sebagai saluran pemasaran perlu dilakukan secara intens untuk mengedukasi pelanggan tentang menu dan layanan di kedai kopi, fasilitas Ruang Baca dan koleksi-koleksi buku yang menarik bagi segmen pasar kedai kopi, juga informasi kegiatan yang akan

dilaksanakan di kedai kopi. Begitu juga di sosial media perpustakaan juga membagikan informasi tentang kedai yang menjalankan Ruang Baca menggunakan fasilitas layanan bulkloan perpustakaan sehingga saling membagi pelanggan antara perpustakaan dan kedai kopi dengan harapan meningkatkan kunjungan di keduanya.

#### 6. Pemasok Kunci

Pemilik kedai kopi sebagai penyedia tempat dan perpustakaan sebagai penyedia koleksi buku merupakan pemasok kunci dari rancangan konsep Ruang Baca di kedai kopi sebagai pemerataan dan ekspansi layanan bulkloan.

#### 7. Tata Kelola

Pengelolaan Ruang Baca semestinya diwakilkan sepenuhnya kepada pemilik kedai kopi sebagai pemilik dan penyedia tempat. Namun dalam praktiknya diperlukan kolaborasi dari perpustakaan untuk memberikan pendampingan pengelolaan kepada pihak pemilik kedai agar Ruang Baca dapat terkelola dengan baik, rapi, nyaman, dan sesuai kaidah penyimpanan koleksi buku sehingga administrasi peminjaman buku dapat dilaksanakan dengan baik.

#### 8. Revenue Stream

Pendapatan operasional yang didapatkan dari Ruang Baca ini bagi pemilik kedai kopi adalah biaya perawatan buku yang dibebankan menjadi kewajiban pemilik kedai untuk merawatnya. Adapun benefit yang diperoleh bagi pemilik kedai adalah penciptaan nilai bagi *brand image* kedai kopinya yang secara tidak langsung menaikkan nilai menjadi memiliki misi edukasi untuk mencerdaskan bangsa.

#### 9. Struktur Biaya

Struktur biaya yang dikeluarkan adalah biaya perawatan koleksi buku dan pengadaan rak buku untuk penyimpanan sekaligus display di Ruang Baca kedai kopi serta penggantian buku hilang jika terjadi. Sebagai upaya meminimalisir kerusakan dan kehilangan buku yang menyebabkan kewajiban penggantian, dapat dilakukan pemberian sampul pada buku yang kemudian ditandai dengan stiker khusus penanda bahwa koleksi buku milik UPT Perpustakaan Bung Karno tersebut sedang dipinjamkan untuk Ruang Baca di kedai kopi tertentu.



Gambar 3. Business Model Canvas

Kedai kopi dengan fasilitas literasi menjadi sebuah model pengembangan perpustakaan yang mulai merebak belakangan ini dan sangat mungkin dilakukan sebagai upaya meningkatkan literasi dan minat baca masyarakat sekaligus menjadi media interaksi sosial bagi masyarakat (Fakih, 2024). Penumbuhan minat baca masyarakat yang dapat dilakukan perpustakaan adalah melengkapi koleksi perpustakaan, pelayanan unggul, dan promosi perpustakaan yang melibatkan para pendidik mulai orang tua hingga guru dan dosen (Anawati, 2017). Pustakawan dapat melakukan upaya untuk menunjang minat baca masyarakat dengan menelusuri kebutuhan informasi masyarakat dan secara aktif berusaha memenuhinya serta menambah koleksi sebagaimana dibutuhkan masyarakat merupakan kemampuan perpustakaan menjalankan perannya sebagai penyedia sumber informasi masyarakat (Rahmawati, 2019).

Penyelenggaraan event seperti talkshow, kelas menulis, bedah buku, , bedah film dan kegiatan lainnya dapat meningkatkan pengunjung ke *literacy cafe* yang artinya menambah jumlah pemustaka sekaligus berdampak pada peningkatan penjualan cafe mengingat naiknya angka kunjungan ke kedai kopi (Munir, 2021). *Literacy cafe* menjadi sebuah alternatif inovasi untuk mendekatkan bahan bacaan ke masyarakat dan membangun citra baru perpustakaan berkolaborasi dengan kedai kopi/cafe (Nur'aini, 2022).

Konsep Ruang Baca di kedai kopi bukan hal yang belum pernah dilakukan sama sekali, melainkan justru sudah banyak dilakukan di berbagai daerah baik pengadaan buku dilakukan secara swadaya oleh pemilik kedai kopi, pengadaan koleksi secara komunal melalui sumbangsih berbagai pihak, maupun pengadaan koleksi buku melalui

pinjaman dari perpustakaan daerah maupun provinsi dan universitas. Business model canvas Ruang Baca di kedai kopi ini merupakan hasil serapan data yang dianalisis dengan seksama sehingga berhasil menjadi sebuah rancangan yang diharapkan dapat menjadi solusi inovasi pemerataan layanan bulkloan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno serta meningkatkan kuantitas layanan sehingga semakin banyak masyarakat terjangkau menjadi pustakawan dari berbagai kalangan dan latar belakang.

### Kesimpulan

Layanan bulkloan memberikan sarana informasi bagi pemustaka yang secara geografis letaknya jauh dari perpustakaan. Layanan menggunakan mobil keliling dapat dijadikan sebagai solusi kepada pemustaka untuk mendapatkan informasi tetap sehingga dapat mencapai visi dan misi perpustakaan dalam rangka meningkatkan budaya baca pada masyarakat dengan maksimal. Masyarakat melalui komunitas maupun lembaga juga dapat mengajukan permohonan peminjaman paket buku (*Bulk Loan*) melalui layanan ini. Bulkloan mengizinkan peminjaman buku dalam jumlah besar dan waktu yang panjang hingga enam bulan di satu tempat dengan syarat dan ketentuan ditetapkan.

Tahun-tahun sebelumnya, klasifikasi pemustaka pengguna bulkloan peringkat tertinggi selalu diraih oleh pelajar yang mencapai 80% pada tahun 2022 dan 76,5% di tahun 2023. Hal ini menjadi pemikiran mengapa inovas layanan bulkloan perlu dilakukan sebagai upaya pemerataan layanan sekaligus peningkatan kualitas layanan bulkloan dari berbagai latar belakang pemustaka. Model bisnis Ruang Baca di kedai kopi sebagai inovasi layanan bulkloan memiliki aktivitas kunci menikmati kopi dan membaca buku, proposisi nilai yang diangkat adalah membaca buku ke masyarakat semudah dan senikmat menyedap secangkir kopi bagi siapa saja. Pelanggan dan penerima manfaat yang dituju adalah semua segmen yang telah menjadi fokus target pasar masing-masing kedai kopi.

Keterikatan pelanggan dan penerima manfaat dijaga dengan cara melakukan komunikasi intens dengan pengunjung sekaligus pembaca, menerima saran dan masukan tentang jenis dan judul buku yang

diinginkan untuk ada di koleksi Ruang Baca, serta menyelenggarakan kegiatan seperti bedah buku, workshop literasi, talkshow, dan lain sebagainya dengan merancang bersama pelanggan sesuai dengan kebutuhan mereka dan komunitasnya. Saluran yang digunakan dalam menjaga komunikasi massa adalah sosial media melalui konten-konten infografis maupun audio visual. Pemasok kunci dalam bisnis model ini adalah kedai kopi sebagai pemilik tempat dan pengelola berkolaborasi dengan UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno melalui layanan bulkloan untuk pengadaan koleksi di Ruang Baca. Tata kelola diwakilkan sepenuhnya kepada kedai kopi dengan pendampingan dan pengawasan tim perpustakaan. *Revenue stream* lebih bersifat benefit sebagai alat bantu menguatkan *brand image* kedai kopi dibandingkan profit secara langsung yaitu kedai kopi yang berwawasan pendidikan sosial. Struktur biaya yang dikeluarkan adalah biaya perawatan koleksi dan pengadaan rak buku serta biaya penggantian apabila terdapat kehilangan koleksi.

### Referensi

- Andriansyah, Firsada & Christiani, Lydia. (2020). Efektivitas Interlibrary Loadn dengan Metode bulkloan System Bagi Perpustakaan Sekolah Anggota Layanan Terpadu Perpustakaan Sekolah (LTPS) Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Vol. 9 No. 2.
- Hamid, Abd & Shintawati, Yanuastrid. (2018). Strategi Perpustakaan Kota Surabaya dalam Mewujudkan Surabaya Sebagai Kota Literasi. *MAGISTRA Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No. 2.
- Hidayah, Nurul. & Hidayah, Atinia. (2022). Oprimalisasi Pojok Baca sebagai Implementasi Gerakan Literasi Masyarakat di Desa Plodongan, Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UNSIQ*, Vol. 9 No. 1
- Hidayah, Layli, *et al.* (2019). Revitalisasi Partisipasi Masyarakat dalam Gerakan Literasi Nasional: Studi pada Program Masyarakat

- Kampung Literasi. *Jurnal Bidang Pendidikan Dasar (JBPD)*, Vol. 3 No. 1 Januari.
- Jayadi, Rewan. (2023). Upaya Meningkatkan Literasi Inklusi Masyarakat melalui Pojok Baca Untuk Mendukung Program SGDs di Desa Sepadu Kabupaten Sambas Kalimantan Barat. *Jurnal Edukasi*, Vol. 1 No. 3
- Maulida, Elisa & Irhandayingsih, Ana. (2020). Persepsi Pengunjung terhadap Kelana Kopi sebagai Kedai Kopi Literasi di Kota Tegal.
- Permatasari, Ane. (2015). Membangun Kualitas Bangsa dengan Budaya Literasi. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa UNIB 2015*.
- Prabowo, Gilang Riski Kus. (2021). Pengaruh Minat Baca Pemuda Terhadap Tingkat Perkembangan Intelektual Masyarakat. *Lifelong Education Journal*, Vol. 1 No. 2.
- Teguh, Mulyo. (2017). Gerakan Literasi Sekolah Dasar. *Aktualisasi Kurikulum 13 di Sekolah Dasar Melalui Gerakan Literasi Sekolah untuk Menyiapkan Generasi Unggul dan Berbudi Pekerti*.