
ASPEK-ASPEK BIAYA DALAM JASA INFORMASI

Tri Margono

Peneliti Bidang Perpustakaan, Dokumentasi dan Informasi Iptek – LIPI

ABSTRAK

Nilai informasi sangat tergantung dari isi, cara perolehan, dan manfaatnya bagi pengguna dalam mendukung aktivitas yang sedang dilakukan. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai informasi baru dapat ditentukan kemudian setelah informasi itu diperoleh. Langkah awal yang harus ditempuh untuk melakukan analisis biaya adalah dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasi biaya yang dimaksud. Klasifikasi lebih didasarkan pada biaya total dari keseluruhan aktivitas jasa, yang terdiri atas biaya langsung, biaya tidak langsung, dan biaya tambahan.

Elemen-elemen yang harus diperhatikan oleh pengelola informasi dalam menentukan besarnya biaya informasi yang akan dibebankan kepada pengguna adalah biaya kerja/upah, biaya bahan atau koleksi, dan biaya tak terduga. Strategi penentuan biaya jasa informasi di perpustakaan sangat ditentukan oleh tujuan jasa yang ditawarkan, harga jasa/produk dan kebutuhan informasi yang berhubungan dengan data yang dicari serta tingkat kebutuhan pasar terhadap jasa yang telah dilakukan. Walaupun sebenarnya besarnya biaya dan harga jasa informasi dapat juga ditentukan melalui lima pendekatan utama, yaitu *optimal pricing*, *pricing according to value*, *pricing for full cost recovery*, *marginal cost pricing*, dan *free distribution of services*; namun demikian penentuan biaya pengelola jasa informasi, harus diperhitungkan nilai informasi yang terkandung didalamnya. Oleh sebab itu dalam perhitungan biaya jasa informasi, selain besarnya biaya tetap dan tidak tetap, pengelola juga harus mempertimbangkan besarnya biaya jasa dari sudut isi koleksi yang dimiliki dan besarnya nilai penyusutan dari masing-masing koleksi tersebut.

Kata kunci: biaya, jasa informasi, nilai informasi.

ABSTRACT

The value of information depends on its content, how to find it, and how to utilize it to support user's activities. It means that the value of information can only be determined until the information has been received. First step for analyzing such cost are to identify and classify them properly. This classification should be based on the total costs of

entire service activities such as direct costs, indirect costs, and some instances of additional costs.

The important elements for determining costs that are burdened to users are salaries, raw materials or collection costs, and unexpected costs. The strategy for determining cost of information service in library depends on the aim for offering the services, price of service/product, and the fitness between the needs and the information provided as well as the demand for the services being offered. Although the cost and price of information services could be determined by five approaches –(those are optimal pricing, pricing according to value, pricing for full cost recovery, marginal cost pricing, and free distribution of services information)– provider must consider the content of information. It means that the calculation of information service cost should be based not only by fixed and variable costs, but also by the information contents and depreciation of each collection.

Keywords: cost, information service, value of information

1. PENDAHULUAN

Saat ini pertumbuhan informasi kian cepat, baik yang berasal dari terbitan tercetak maupun elektronik. Sayangnya, tidak seluruh data yang ada dapat ditelusuri dengan mudah. Oleh sebab itu banyak pengguna yang tetap membutuhkan jasa informasi untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, yaitu melalui pusat-pusat informasi yang tersedia termasuk di perpustakaan.

Di Indonesia, tidak seluruh pengelola jasa informasi memiliki harga standar dalam setiap layanannya. Hal ini menunjukkan bahwa banyak pengelola jasa informasi yang tidak memiliki ilmu pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan analisis ekonomi. Padahal, besarnya biaya yang telah ditetapkan pada setiap layanan jasa informasi dapat dipakai untuk meningkatkan aktivitas layanan informasi itu sendiri. Biaya tersebut penting bagi pengelola untuk melakukan pengawasan terhadap laju pertumbuhan jasa yang dikelolanya.

2. NILAI INFORMASI DAN KEGIATAN JASA INFORMASI

Nilai informasi secara nyata memiliki karakteristik khusus terhadap tingkat keterukuran, kebutuhan, dinamika, kemanfaatan, dan keterpakaian informasi itu sendiri (Eaton and Bawden, 1991: 156-165). Nilai tersebut tidak dapat diukur secara nyata, sehingga hasil yang diperoleh bukan merupakan hasil yang sesungguhnya. Oleh sebab itu nilai informasi sangat tergantung dari isi, cara perolehan, dan manfaatnya bagi pengguna dalam mendukung aktivitas yang sedang dilakukannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai informasi baru dapat ditentukan kemudian setelah informasi itu diperoleh. Kenyataan ini yang menyebabkan pengelola informasi sulit menentukan besarnya biaya informasi yang dapat dipertukarkan oleh pemakainya. Hal

diatas juga menunjukkan bahwa penentuan harga informasi berbeda antara satu instansi dengan instansi lainnya.

Informasi tidak akan hilang apabila diberikan kepada yang membutuhkannya, meskipun pada saat itu belum begitu penting. Seperti halnya dalam istilah ekonomi, nilai informasi akan semakin berkurang apabila hanya dipergunakan sendiri tanpa dilakukan pertukaran. Sebab melalui pertukaran, informasi yang diterima akan dikaji ulang sesuai dengan perkembangan ilmu dan teknologi, sehingga nilainya akan semakin bertambah sesuai dengan kajian dan kebutuhan informasi itu sendiri.

Profesional informasi biasanya puas apabila informasi yang telah diberikan sesuai dengan permintaan pengguna. Mereka tidak mempermasalahkan besarnya nilai informasi yang telah diberikan, sepanjang informasi tersebut bermanfaat dan digunakan untuk tujuan pengembangan ilmu pengetahuan. Sebenarnya penentuan harga jasa informasi yang diberikan cukup penting sebagai upaya untuk menjaga kestabilan dan kesinambungan terhadap layanan yang diberikan, khususnya akibat semakin tinggi dan beragamnya jenis informasi yang diminta oleh pengguna. Sedangkan aktivitas pustakawan yang ada pada kenyataannya lebih terfokus pada layanan informasi pengguna. Oleh sebab itu perlu ditentukan layanan mana yang perlu di tanggung oleh pemakai sebagai pengguna informasi sesuai dengan aturan yang ada dalam setiap jenis layanan.

Guna mengoptimalkan layanan informasi yang ada, akhirnya pustakawan dituntut agar memiliki pengetahuan tentang cara menentukan biaya yang dimaksud. Selain itu juga mereka harus memiliki kemampuan untuk mengelola dana dari hasil pemasukan berdasarkan harga yang telah dibayarkan oleh pengguna. Harga tersebut dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan terhadap disain dan produk jasa yang akan dibuat selanjutnya. Besarnya harga diatas dapat dipakai sebagai bahan evaluasi terhadap produk yang telah dihasilkan. Pengembalian atas biaya yang telah dikeluarkan harus diperhitungkan sebagai bahan pertimbangan terhadap efektivitas produk jasa yang telah ditawarkan. Oleh sebab itu tanpa memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memprediksi besarnya biaya yang akan ditetapkan, pengelola perpustakaan akan dapat kehilangan peran dalam hal perencanaan dan pengendalian jasa yang telah dikelolanya. Dalam penetapan biaya jasa informasi, tentunya pengelola perpustakaan harus menyadari bahwa biaya jasa yang dimaksud berbeda dengan jasa produk lainnya. Pengguna informasi akan membayar jasa yang ditawarkan apabila informasi yang dibutuhkan telah ditemukan. Hal seperti ini lebih dikenal dengan teori hubungan antara kualitas jasa dengan biaya yang telah ditetapkan.

Kegiatan layanan jasa informasi di perpustakaan tentunya jauh berbeda dengan jasa-jasa lainnya yang berupa produk/barang, khususnya dalam hal penentuan terhadap biaya langsung, biaya tak langsung, dan biaya gabungan. Biaya jasa informasi yang harus ditanggung oleh pengguna lebih banyak bersifat penggantian terhadap penggandaan. Demikian pula penentuan harga dari jasa yang ditawarkan termasuk biaya pengiriman terhadap penggandaan artikel yang dibutuhkan. Pendekatan yang dipakai dalam penentuan biaya jasa informasi di perpustakaan dapat dilakukan melalui perhitungan biaya marjinal dan biaya total, sebagai gambaran dasar terhadap unsur-unsur yang dilibatkan dalam setiap pencarian informasi.

Perubahan lingkungan di masyarakat (Davies 1992: 59) saat ini begitu cepat dan beragam, khususnya dalam hal permintaan informasi. Informasi yang diperoleh atas permintaan pengguna, selanjutnya dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dalam

menentukan kebijakan produk dan pemasaran. Selain itu dapat juga digunakan untuk mengendalikan aktivitas yang ada sebagai fasilitas terhadap produk yang telah direncanakan. Alasan ini tentunya mencakup keputusan terhadap besarnya biaya jasa dan proses analisis pengeluaran dalam suatu unit, yang tentunya melalui pemisahan biaya dari setiap produk atau jasa, dimana kegiatan bisnis dilakukan. Drury (1996: 27) menyatakan bahwa pengetahuan tentang biaya dan pendapatan melalui suatu aktivitas tertentu (isi informasi) begitu penting, khususnya sebagai bahan masukan untuk membuat suatu keputusan. Perhitungan biaya juga berarti pengukuran terhadap tampilan suatu produk. Sedangkan Virgo (1992: 261) mengungkapkan bahwa analisis biaya harus dilakukan, karena berhubungan erat dengan tampilan produk yang telah dihasilkan. Analisis tersebut dapat juga digunakan sebagai salah satu sumber data untuk mengevaluasi penampilan (*performance*) pegawai yang melaksanakan layanan jasa informasi dan produk yang dihasilkan dalam pengelolaan jasa tersebut. Hasil evaluasi ini selanjutnya dapat dipakai untuk memberikan penghargaan kepada pegawai yang bersangkutan, khususnya bagi mereka yang mampu menyelesaikan tugas atau tanggungjawab layanannya secara baik dengan anggaran yang rendah.

3. BIAYA JASA INFORMASI

Definisi biaya menurut Drury (1996: 22) adalah rincian harga suatu produk yang telah dihasilkan berdasarkan proses pembuatannya. Misalkan pada penetapan biaya untuk pengiriman penelusuran informasi, perhitungan biaya harus dimulai dari cara memperoleh informasi kemudian ditambah dengan jasa penelusuran, biaya penggunaan, biaya pengemasan, dan biaya pengiriman. Oleh sebab itu faktor-faktor penentu harus dirinci semaksimal mungkin. Sedangkan biaya menurut Soewartoyo (1989: 352) merupakan nilai barang dan jasa yang dipakai untuk melaksanakan kegiatan yang menghasilkan pendapatan atau keuntungan. Laba dapat diperoleh setelah seluruh jumlah pendapatan dikurangi dengan total jumlah biaya. Biaya dalam *accrual basis*, tidak sama dengan pengeluaran sehingga ada biaya yang bukan pengeluaran dan ada pula pengeluaran yang bukan biaya.

Jenis biaya yang dimaksud akan sangat ditentukan oleh hubungan antara fungsi yang ada sesuai dengan tujuan organisasi. Apabila hal tersebut tidak dilakukan sejak awal maka pengelola informasi nantinya akan menemui kesulitan dalam melakukan perincian biaya informasi yang akan ditetapkannya. Ketepatan pengelola dalam mengkalkulasikan besarnya biaya jasa informasi sangatlah penting. Untuk itu pengelola jasa informasi harus membekali personalnya dengan pengetahuan ekonomi dan kemampuan analisis secara luas.

Banyak manajer informasi dalam melakukan perhitungan biaya terhadap jasa informasi, lebih membebankan pada pengguna. Perhitungan tersebut didasarkan pada pola kebijakan organisasi atau dari pengalaman dan pengetahuan yang diperolehnya. Sebenarnya langkah awal yang harus ditempuh untuk melakukan analisis biaya terhadap jasa informasi adalah dengan mengidentifikasi dan mengklasifikasi biaya-biaya yang dimaksud. Walaupun langkah tersebut bukan merupakan satu-satunya jalan yang dapat ditempuh, namun setidaknya proses klasifikasi dapat dipakai untuk mendefinisikan dan menentukan besarnya biaya yang akan ditetapkan. Soewartoyo (1989: 353) menjelaskan, pada dasarnya tujuan klasifikasi biaya diatas adalah untuk

menilai prestasi pengelola jasa atau *profitability* tiap produk yang telah dihasilkan. Davies (1992: 60) menegaskan ada tiga elemen penting yang harus diperhatikan oleh pengelola informasi dalam menentukan besarnya biaya informasi yang akan dibebankan kepada pengguna. Elemen yang dimaksud adalah biaya kerja atau upah, biaya bahan atau koleksi, dan biaya tak terduga. Keseluruhan elemen ini dapat dirinci lagi dalam bentuk biaya langsung dan tidak langsung. Sedangkan klasifikasi biaya menurut Virgo (1992: 263) lebih didasarkan pada total biaya dari keseluruhan aktivitas jasa yang terdiri atas biaya langsung, biaya tidak langsung, dan biaya tambahan.

Biaya langsung adalah besarnya biaya yang berhubungan secara langsung dengan produk (Soewartoyo, 1989: 352). Selanjutnya dikatakan bahwa biaya langsung yang berhubungan dengan kegiatan dari setiap bagian tertentu pada proses produksi disebut biaya langsung departemental. Misalnya jika suatu perusahaan memiliki tiga departemen produksi yang masing-masing memproduksi barang A, B, dan C, maka seluruh biaya yang berkaitan langsung dengan tiap departemen tersebut dianggap sebagai biaya langsung departemen A, departemen B, dan departemen C. Apabila disamping ketiga departemen yang dimaksud masih ada departemen lain yang melayani ketiga departemen tersebut, misalnya Departemen Riset Dan Pemasaran Produk, maka biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan departemen ini merupakan biaya tidak langsung ketiga departemen produk diatas. Biaya tidak langsung ini dialokasikan kepada masing-masing departemen produksi. Biaya langsung dalam jasa informasi atau aktivitas perpustakaan menurut Broady (1997: 90) meliputi biaya pengeluaran gaji pegawai, perjalanan dinas, koleksi, peralatan penggandaan koleksi, penggunaan telepon, dan dana cadangan. Biaya tidak langsung adalah biaya yang tidak dapat ditetapkan secara langsung terhadap jasa atau aktivitas yang dilakukan. Misalnya biaya untuk kegiatan administrasi, peralatan lain (AC, lampu, alat tulis kantor), dan asuransi. Biaya produk total atau hasil keseluruhan dari kegiatan jasa merupakan jumlah antara biaya langsung dengan biaya tidak langsung.

Pendekatan yang dilakukan secara sederhana untuk menghitung biaya jasa informasi selain dengan cara pemisahan biaya langsung dan tidak langsung, dapat juga dilakukan dengan cara memisahkannya menjadi biaya tetap dengan biaya tidak tetap. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang tidak berubah sampai pada tingkat hasil (*output*) tertentu, sebaliknya biaya tidak tetap (*variable cost*) adalah biaya yang dapat menunjang *output*. Secara umum, biaya tetap terdiri atas biaya dasar atau biaya yang tidak dapat dihindari, biaya operasional, biaya distribusi, biaya administrasi, dan/atau penjualan, biaya akibat penurunan nilai atau biaya penyusutan, dan biaya pemeliharaan. Rincian terhadap biaya dasar meliputi gaji pegawai, sewa gedung, kurs, asuransi, listrik, telepon, alat tulis kantor, dan perangko. Selain itu juga termasuk biaya pinjaman, meskipun dalam prakteknya biaya ini dipisahkan dalam anggaran yang ada. Pada awal kegiatan layanan jasa informasi, dana khusus yang harus disisihkan adalah dana untuk kegiatan promosi. Sementara dana untuk biaya distribusi, administrasi, dan/atau penjualan dapat diestimasi secara berkala, tergantung dari tujuan layanan jasa yang dibangun atau secara nyata berpengaruh terhadap produk yang ditawarkan. Jasa pemesanan informasi misalnya, dapat dilakukan melalui rekaman informasi dalam disket, *print* hasil penelusuran kemudian dikirimkan, dan pemesanan informasi melalui produk khusus dimana dalam kalkulasinya didasarkan atas biaya yang sudah dikeluarkan. Penawaran informasi yang dilakukan melalui pemesanan, harus dilakukan dengan jalan pengisian formulir,

penentuan topik, judul atau subyek artikel lengkap dengan sitasinya, bahasa literatur yang diminta, batasan tahun terbit, dan sebagainya. Perolehan informasinya sangat ditentukan oleh jenis informasi yang diminta, lamanya proses penelusuran, nilai informasi yang terkandung didalamnya, jumlah perbanyakan, pengemasan informasi yang diminta, dan biaya pengiriman yang seluruhnya dibebankan kepada pengguna.

Sementara biaya tidak tetap, secara umum terdiri atas bahan bakar, bahan baku, dan tenaga pembantu atau honorer. Ada dua metode atau pendekatan yang dapat dipakai untuk menentukan biaya tidak tetap, yaitu melalui penentuan biaya marjinal dan total biaya terserap. Biaya marjinal menurut Broady (1997: 91) adalah biaya produksi yang dibebankan pada lebih dari satu unit produk yang dihasilkan pada batas tertentu. Biaya ini diperoleh dari hasil kontribusi biaya tetap hingga seluruh biaya yang dimaksud dapat ditentukan. Sedangkan menurut Soewartoyo (1989: 353), yang dimaksud dengan biaya marjinal adalah kenaikan dan penurunan jumlah biaya sebagai akibat perubahan volume kegiatan. Biaya tetap tidak termasuk biaya marjinal karena biaya ini besarnya tetap, sekalipun volume kegiatannya berubah. Biaya tambahan yang tidak terduga harus dimasukkan ke dalam perhitungan untuk mengestimasi besarnya keuntungan yang akan diperoleh. Konsep distribusi seperti ini yang dapat menggambarkan besarnya biaya marjinal yang dimaksud. Oleh sebab itu manajer informasi harus mampu melihat peluang yang ada, termasuk koleksi buku yang dimiliki agar dapat menghasilkan produk yang sesuai, pada batas *output* tertentu. Konsep perhitungan biaya yang hanya dihitung berdasarkan biaya tetap tidaklah rasional dan menguntungkan, sebab biaya lainnya termasuk biaya tidak tetap justru menjadi penentu terhadap besarnya keuntungan yang akan diperoleh. Oleh sebab itu pengelola informasi perlu mengkontribusikan unit-unit yang ada secara optimal, agar *output* yang dihasilkan dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Pertumbuhan informasi yang kian cepat, secara positif cenderung mendorong pengelola untuk dapat menghasilkan produk jasa yang lebih tepat sesuai dengan permintaan dan sasaran pengguna. Oleh sebab itu pengelola informasi harus dapat mengikuti setiap arus perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek). Perkembangan iptek sangat erat kaitannya dengan kondisi pasar. Oleh sebab itu penentuan besarnya biaya jasa informasi ada juga yang didasarkan pada perbandingan antara hasil kalkulasi biaya produk dengan harga pasar dari hasil produk yang sejenis. Hasil tersebut dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menghasilkan produk jasa lain dengan harga dan sasaran pemakai yang tepat. Cara ini dapat diterapkan secara efektif terhadap produk jasa yang kuantitasnya dapat dihitung dan nilai produk yang dihasilkan dapat dibedakan secara jelas. Aplikasinya dalam jasa informasi dapat berupa kumpulan klipring, paket informasi khusus, *print-out* sitasi data pada pangkalan data khusus, dan lain-lain.

Setelah keseluruhan biaya dirinci hingga proses pengemasannya, lalu harga produk jasa dikalkulasikan berdasarkan pertimbangan jenis pemakai yang potensial. Apabila perencanaan telah selesai dibuat, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan, menguraikan, dan melakukan perkiraan terhadap produk jasa yang tepat untuk ditawarkan kepada pengguna informasi. Seluruh aktivitas tersebut tidak mungkin dapat dilakukan oleh manajer informasi secara individu. Oleh sebab itu peran setiap sumberdaya manusia yang terlibat dalam penanganan jasa informasi haruslah optimal. Guna mencapai sasaran diatas maka sumberdaya yang dimaksud harus memiliki dasar pengetahuan yang kuat tentang perencanaan.

Strategi penentuan biaya jasa informasi dalam perpustakaan menurut Rowley (1997: 98) ditentukan oleh tujuan pembuatan produk, harga jasa/produk pengguna yang memanfaatkan informasi, kebutuhan informasi pengguna yang berhubungan dengan data yang dicari serta tingkat kebutuhan pasar terhadap produk yang telah dihasilkan. Biaya dan harga jasa informasi menurut Olaison (1992: 238-239) sebenarnya dapat ditentukan melalui lima pendekatan utama, yaitu:

1. *Optimal pricing*: keuntungan substansial yang diperoleh diikuti dengan *crosspoint* antara pendapatan marjinal dengan biaya marjinal. Pendekatan ini biasa dilakukan terhadap layanan jasa secara *on-line*.
2. *Pricing according to value*: besarnya harga jasa dilihat berdasarkan kelompok pengguna yang dibebani biaya jasa tersebut. Penyedia jasa *on-line* sering kali memberikan potongan harga khusus bagi pengguna yang berasal dari lembaga pendidikan. Perbedaan harga jasa diatas tergantung dari jenis penggunanya (buruh, mahasiswa, konsultan, dan lain-lain), jenis permintaan jasa (pangkalan data secara umum/khusus; bibliografi; teks lengkap; data numerik, dan lain-lain); dan waktu permintaan (hari kerja atau hari libur).
3. *Pricing for full cost recovery*: seluruh modal dapat kembali setelah produk yang dihasilkan terjual habis. Untuk mengatasi hal tersebut maka harga jasa yang telah dibuat harus lebih fleksibel agar permintaan pengguna seluruhnya dapat dilayani dengan baik.
4. *Marginal cost pricing*: ditentukan salah satu, apakah dari dana subsidi atau dari penyisihan dana yang ada. Dasar pembatasan seperti ini disebabkan banyak dukungan dana yang berasal dari masyarakat, seringkali dipakai untuk menutupi biaya pada elemen-elemen lain.
5. *Free distribution of services*: subsidi kemungkinan diberikan secara penuh. Biaya yang dimaksud kemungkinan akan dibayarkan melalui pajak atau melalui mekanisme lain dari pemerintah pusat. Metode layanannya dapat berupa: layanan bebas biaya informasi (*free of charge*) atau pengguna harus membayar informasi yang diperoleh pada masing-masing penyedia informasi/perpustakaan.

4. PENUTUP

Seperti telah dijelaskan bahwa penentuan biaya jasa informasi harus didasarkan pada nilai informasi yang terkandung didalamnya. Oleh sebab itu dalam perhitungan biaya jasa selain ditentukan untuk faktor penentu biaya seperti yang telah dibahas sebelumnya, pengelola juga harus mempertimbangkan isi koleksi yang dimiliki dan besarnya nilai penyusutan dari masing-masing koleksi. Walaupun harga pasar dalam penggandaan setiap lembar kertas bervariasi, pengelola pusat informasi (perpustakaan) tidak bisa menyamakan harga tersebut begitu saja tanpa mempertimbangkan nilai informasi yang telah ditemukan. Mahalnya harga informasi bukan disebabkan oleh tingginya biaya penggandaan yang dihitung berdasarkan harga kertas, tetapi lebih disebabkan oleh mahalanya biaya pengadaan, pengelolaan, dan isi informasi yang terkandung didalamnya. Oleh sebab itu harga jasa informasi dari setiap koleksi, seperti

layanan tidak terpasang/tercetak (buku, majalah, laporan, tesis, seminar, dan sejenisnya) serta layanan terpasang/elektronik (CD-ROM atau *Compact Disc - Read Only Memory*; OPAC atau *Online Public Access Catalogue* atau *offline*, dan *online*) harus diperhitungkan secara cermat, demikian pula besarnya penyusutan dari setiap koleksi atau data terolah.

Perhitungan biaya penelusuran informasi secara *online* (ke pangkalan data khusus atau melalui *internet*) sangatlah kompleks, karena struktur biaya yang diperhitungkan terdiri atas beberapa komponen penting yang menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan harga jasa informasi yang diminta. Komponen yang dimaksud antara lain adalah biaya:

- langganan (bulanan atau tahunan),
- telekomunikasi,
- tambahan waktu untuk berhubungan ke pangkalan data sejenis melalui fasilitas *link*,
- cetak tampilan (biasanya dibedakan tarifnya antara cetak tampilan data secara *online* dengan *offline*,
- rentang sesi/bahasan adanya perbedaan cara pembayaran dari setiap bahasan atau topik yang dicari secara *fulltext*,
- perintah-perintah khusus pangkalan data antar bibliografi yang terhubung/*link* atau data yang diperoleh disimpan dalam *floppy disk*,
- jasa khusus sistem penyebaran informasi/informasi kilat, laporan statistik, dan jasa pengguna lainnya.

Sebenarnya penentuan biaya secara *online* lebih banyak ditentukan oleh biaya langganan, telekomunikasi, tambahan waktu, dan cetak tampilan. Sedangkan biaya rentang sesi, perintah-perintah khusus, dan jasa khusus jarang dibebankan pada pengguna, kecuali pihak pengelola menyediakan fasilitas teks lengkap (*fulltext*). Apabila fasilitas tersebut tersedia, maka keseluruhan komponen diatas diperhitungkan dalam biaya jasa informasi.

Penentuan struktur biaya pada penelusuran dengan menggunakan CD-ROM, awalnya relatif lebih mudah. Hal ini disebabkan penggunaan CD-ROM dalam proses penelusuran informasi sudah banyak dilakukan oleh pengguna. Media ini lebih banyak dipakai sebagai alternatif apabila informasi yang ditelusuri secara *online* dan atau *printed format* belum ditemukan. Namun demikian pengelola informasi yang menyediakan jasa CD-ROM tetap harus membuat harga dasar pada jasa informasi yang diperoleh melalui fasilitas tersebut. Biaya yang perlu dipertimbangkan adalah biaya langganan dalam setiap perbaruan data, biaya komputer dan CD-ROM serta penyusutannya, dan biaya cetak tampilan data.

5. KESIMPULAN

Penetapan biaya pada setiap layanan jasa informasi ternyata dapat meningkatkan aktivitas layanan informasi itu sendiri. Oleh sebab itu pengelola informasi harus dapat menentukan biaya yang menjadi tanggungan pengguna sebaik mungkin, agar biaya

yang telah ditetapkan tidak merugikan kedua belah pihak. Biaya tersebut penting bagi pengelola untuk pengawasan terhadap laju pertumbuhan jasa yang dikelolanya. Walaupun penentuan biaya sangat penting, namun pada kenyatannya pustakawan Indonesia belum sepenuhnya berminat (*interest*) dalam aktivitas penjualan jasa. Banyak pustakawan yang kurang tepat menentukan besarnya biaya produk jasa yang telah dihasilkan. Mereka lebih senang memfokuskan diri pada pengguna sebagai faktor penting dalam layanan jasa. Untuk mengatasi hal tersebut maka manajer perpustakaan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan yang tinggi dalam menentukan besarnya biaya dan harga jasa informasi berdasarkan aturan dan perhitungan yang seksama. Oleh karena itu kemampuan dalam melakukan analisis ekonomi memegang peranan yang sangat penting dalam pengelolaan jasa layanan perpustakaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Broadly, J.E. (1997). "Costing of Bibliographic Services". *Journal of Librarianship and Information Science*, 29 (2): 89-94.
- Davies, D. (1992). *The Art of Managing Finance*. Second Edition. London: McGraw-Hill.
- Drury, C. (1996). *Management and Cost Accounting*. Fourth Edition. London: Thomson.
- Eaton, J.J. and Bawden, D. (1991). "What Kind of Resource is Information". *International Journal of Information Management*, 11: 156-165.
- Gove, P.B. (ed). (1986). *Webster's Third New International Dictionary of the English Language Unabridged*. Springfield: Merriam-Webster Inc.
- Olaison, J.L. (1992). "Pricing Strategies for Library and Information Services in Cronin, Blaise,ed". *The Marketing of Library and Information Services*, page: 238-278. London: Aslib.
- Rowley, Jennifer (1997). "Price and The Marketing Environment for Electronic Information". *Journal of Librarianship and Information Science*, 29 (2): 95-101.
- Soewartoyo, B. (1989). *Biaya dalam Ensiklopedi Nasional Indonesia*. Jilid 3. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka. hal: 352-354.
- Virgo, J.A.C. (1992). "Costing and Pricing Information Services in Cronin, B". *The Marketing of Library and Information Services*, 2. London: Aslib.