



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**STRATEGI PEMASARAN  
PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI:  
STUDI KASUS PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS,  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA SALATIGA**

**TESIS**

**DARMANTO**

**0806436131**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN  
DEPOK  
JULI 2011**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**STRATEGI PEMASARAN  
PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI:  
STUDI KASUS PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS,  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA SALATIGA**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister**

**DARMANTO**

**0806436131**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA  
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN  
DEPOK  
JULI 2011**

## **SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sebenarnya menyatakan bahwa tesis ini saya susun tanpa tindakan plagiarisme sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Indonesia.

Jika di kemudian hari ternyata saya melakukan tindakan Plagiarisme, saya akan bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Indonesia kepada saya.

Depok, 15 Juli 2011

Darmanto



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Darmanto

NPM : 0806436131

Tanda Tangan : .....

Tanggal : 15 Juli 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Darmanto

NPM : 0806436131

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Judul Tesis : Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi:  
Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Univeritas  
Kristen Satya Wacana Salatiga

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Humaniora pada Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fuad Gani, S.S., M.A (.....)

Penguji : Taufik Asmiyanto, S.S., M.Si. (.....)

Penguji : Drs. Purwono, S.S., M.Hum (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 15 Juli 2011

oleh

Dekan  
Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya  
Universitas Indonesia

Dr. Bambang Wibawarta, SS, MA  
NIP. 196510231990031002

## KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister.

Terima kasih saya ucapkan untuk semua yang mendukung dalam terselesaikannya studi saya antara lain

1. Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberi peluang beasiswa,
2. Perpustakaan Universitas – UKSW yang telah memberi kesempatan untuk menjalani proses studi lanjut dan mendukung penelitian ini,
3. Bapak. Fuad Gani sebagai pembimbing yang tidak bosan-bosannya menyemangati dan memberi masukan, Bapak Taufik dan Bapak Purwono selaku penguji yang telah banyak memberi makna.
4. Rekan-rekan se-angkatan, Endang Fitriyah, Sri Melodi, Magaretha, Ika, Iyan, Nita dan Pranajaya.
5. Rekan-rekan di 'DEREK MANAGEMENT': Denny Reksa, Arif Sadjiarto dan Nico, yang selalu menyemangati di saat-sat mengalami kelesuan,
6. Rekan-rekan Sanggar Mitra Sabda terutama Pramudya, Ocky Sundari dan Liana Poedjihastuti
7. Rekan-rekan DKS Salatiga, khususnya Djisno yang telah mendorong untuk segera pulang dan berkarya lagi.
8. Rekan-rekan di Gang Sawo yang senantiasa menemani ketika saat-saat kejenuhan datang, Rizky, Ajoy, Joko, Coney, Bogel, Mangap, Jablai, Ajis dan juga Budhe.
9. Keluarga yang senantiasa mendoakan keberhasilan perjuangan ini.
10. Dan banyak lagi yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Terima kasih Tuhan Yesus atas segala anugerah-Mu, Semua ini saya persembahkan untuk kemuliaan nama-Mu.

Depok, 15 Juli 2011

Darmanto

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Darmanto  
NPM : 0806436131  
Program Studi : Ilmu Perpustakaan  
Departemen :  
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya  
Jenis karya : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi:

Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Univeritas Kristen Satya Wacana  
Salatiga

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 15 Juli 2011

Yang menyatakan

( Darmanto)

## ABSTRAK

Nama : Darmanto  
Program Studi : Ilmu Perpustakaan  
Judul : Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus  
Perpustakaan Universitas, Univeritas Kristen Satya Wacana  
Salatiga

Tesis ini tentang strategi pemasaran perpustakaan perguruan tinggi yang dilakukan di Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana (PU-UKSW) Salatiga untuk membahas dan menganalisa langkah-langkah yang telah dilakukan oleh PU-UKSW dalam kaitannya dengan strategi pemasaran. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif. Dalam temuan penelitian ini terungkap bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PU-UKSW tidak terencana dan terprogram dengan baik, sekalipun langkah-langkah strategi pemasaran: segmentasi, targeting dan positioning serta bauran pemasaran (4P/PC) dilakukan. Dari hasil penelitian tersebut menyarankan bahwa PU-UKSW perlu merumuskan ulang visi-misi dan memasarkannya secara internal untuk dipahami staf, serta PU-UKSW membuat perencanaan marketing strategis untuk melakukan pemasaran yang berhasil dan memasukkannya dalam program kerja secara terstruktur. Untuk dunia kepastakawanan perlu memasukan satu unit dalam struktur organisasi yang menangani pemasaran secara khusus dan untuk dunia pendidikan kepastakawanan perlu membekali mahasiswa dengan bidang pemasaran perpustakaan.

Kata kunci: Perpustakaan Perguruan Tinggi, strategi pemasaran

## ABSTRACT

Name : Darmanto  
Study Program : Library Science  
Title : Marketing Strategy for Higher Education: A Case Study on a  
University Library, Satya Wacana Christian University (SWCU)

This thesis is about the marketing strategy implemented in a university library \_ Satya Wacana Christian University Library Salatiga. It discusses and analyses the stages that the library has taken in terms of marketing strategy. This research is a qualitative research with a descriptive design. The findings indicate that the library has not prepared a well-planned marketing strategy, although it has carried out the stages in marketing strategy, which are segmentation, targeting, positioning and marketing mix (4P/PC). This research recommends that SWCU library 1). Should redefine its vision and mission statement and market it internally to its staff, 2). Prepare a strategic marketing plan and include it in the library's program. In regards to librarianship, it is necessary to have a marketing unit within a library's organizational structure; while in relation to library education, it is necessary to include library marketing in the curriculum.

Key words: Higher Education Library, marketing strategy



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>2. TINJAUAN LITERATUR .....</b>	<b>6</b>
2.1 Perpustakaan Universitas.....	6
2.1.1 Tugas dan Fungsi Perpustakaan Universitas .....	7
2.1.2 Perpustakaan Universitas dan Lingkungan yang berubah .....	7
2.1.3 Perpustakaan Universitas: “ <i>Gateway to Knowledge</i> ” .....	8
2.1.4 Peran Pustakawan Universitas .....	9
2.1.5 Masa Depan Perpustakaan Universitas .....	11
2.1.6 Pengguna Perpustakaan Universitas .....	13
2.2 Pemasaran Perpustakaan Akademik .....	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran .....	16
2.2.2 Rencana Pemasaran Strategis.....	19
<b>3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2 Pemilihan Informan .....	26
3.3 Pengumpulan Data .....	27
3.3.1 Wawancara Terstruktur .....	27
3.3.2 Kajian kepustakaan .....	28
3.4 Analisis Data .....	28
3.5 Lokasi dan waktu penelitian .....	29
<b>4. PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
DAFTAR REFERENSI .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Segmentasi Pengguna Perpustakaan .....	21
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PU-UKSW .....	31
Gambar 4.2. Penambahan Koleksi Berdasarkan Jumlah Judul dan Eksemplar Periode Juli – Desember 2009 .....	34
Gambar 4.3. Penambahan Koleksi Berdasarkan Jumlah Judul dan Eksemplar Periode Januari - Juni 2010 .....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Visi dn Misi Perpustakaan .....	xi
Lampiran 2 Segmentasi .....	xiii
Lampiran 3 Target atau ambisi yang terukur .....	xiv
Lampiran 4 <i>Positioning</i> .....	xvi
Lampiran 5 <i>Product=Costumer needs/wants/solution</i> .....	xx
Lampiran 6 <i>Price=Cost</i> .....	xxx
Lampiran 7 <i>Place=Convenience</i> .....	xxxii
Lampiran 8 <i>Promotion=Communication</i> .....	xxxvi



# BAB 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perpustakaan Akademik atau perpustakaan universitas saat ini berada dalam sebuah kondisi dimana sivitas akademi seperti halnya terjadi pada masyarakat global telah memasuki era dunia baru dan gaya hidup baru yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Tuntutan masyarakat akademis terhadap kecepatan, kemudahan dan keakuratan kebutuhan mereka semakin meningkat. Demikian juga halnya dengan pemenuhan kebutuhan yang berkaitan dengan tugas-tugas dan tanggung jawab mereka di universitas.

Informasi pun berkembang dengan sangat pesatnya dan dapat dijumpai dimana-mana dan kapan saja sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sivitas akademika. Demikian juga dengan penyedia layanan informasi juga berkembang dengan pesatnya. Para penyedia layanan informasi ini bersaing sedemikian rupa untuk merebut perhatian dari sivitas akademika. Kebanyakan penyedia layanan informasi tersebut memiliki latar belakang bisnis atau *profit oriented*, namun tidak sedikit penyedia layanan informasi yang *non profit oriented* juga mulai menggeliat berebut perhatian pengguna layanan informasi.

Dalam kondisi seperti ini perpustakaan universitas ditantang untuk dapat merebut hati sivitas akademika untuk menjadikan perpustakaan sebagai tujuan pertama manakala mereka butuh memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuannya yang sangat erat dengan tugas-tugasnya di dunia perguruan tinggi. Apalagi keberadaan perpustakaan universitas di tengah-tengah universitas adalah karena sivitas akademika itu sendiri. Perpustakaan universitas ada untuk membantu sivitas akademika menyelesaikan tugas-tugas dan permasalahan akademiknya. Akankah perpustakaan masih dianggap sebagai jantung dan nadinya universitas seperti yang dikemukakan oleh Simmonds, Andaleed dan Sead: *academic libraries are described as the "heart" of academic institutions, providing a base venue from which students and faculty members can conduct research and advance knowledge* (Dlamini, 2006). Perpustakaan universitas seharusnya menjadi tujuan pertama manakala sivitas akademika butuh pemenuhan

kebutuhan dan solusi dalam mengatasi permasalahan akademisnya dalam proses belajar mengajar dan penelitian, karena perpustakaan hadir untuk mengabdikan dirinya pada pembelajaran dan penelitian (Chowdhury, Burton, McMenemy, & Poulter, 2008),

Beberapa fakta penelitian menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan penggunaan perpustakaan universitas oleh sivitas akademiknya. Scott Carlson dalam artikelnya yang berjudul "*Chronicle of Higher Education*" menunjukkan adanya kecenderungan terjadinya penurunan kunjungan ke perpustakaan. Scott Carlson pada tahun 2001 menyatakan penurunan penggunaan perpustakaan di Universitas Idaho sampai dengan 20 persen lebih dari satu periode tiga tahun, yang kemudian ditindak-lanjuti oleh Charles Martell pada tahun 2005 yang menyimpulkan fakta-fakta bahwa penurunan jumlah terjadi di sirkulasi, *reserve*, *in-house*, dan transaksi referens. Selain itu menurut Carlson penurunan juga terjadi di Universitas Negeri Augusta (*gate counts* menunjukkan penurunan dari 402,361 sampai 271,977 pengunjung dalam lebih satu periode delapan tahun). Dan beberapa universitas lain yang menurutnya mengalami penurunan adalah di Universitas Carolina Selatan, Universitas Kristen Texas, Universitas Kalifornia, Universitas Negeri New York, dan Universitas Maryland.(Woodward, 2009).

Leigh Watson Healy dari Outsell, Inc. menyatakan bahwa "*the future of the library is that there is no library*"(Bell & Shank, 2007). Kekhawatiran ini akan benar-benar terjadi di lingkungan perpustakaan universitas jika para pengguna perpustakaan dalam hal ini sivitas akademika tidak lagi mengakses perpustakaan sebagai tujuan untuk mendapatkan informasi dan bahan-bahan belajar mengajar dan penelitiannya. Banyak hal yang mungkin menyebabkan mengapa sivitas akademika tidak lagi mengakses dan menjadikan perpustakaan universitas sebagai tujuan pemecahan masalahnya. Bisa terjadi sivitas merasa tidak puas dengan layanan yang didapatkan selama ini, membandingkan dengan penyedia layanan informasi lain yang lebih cepat, lebih menyenangkan dan lebih akurat, perpustakaan tidak lagi menjadi gaya hidup mereka, atau yang lebih ironis lagi adalah bahwa mereka tidak mengetahui kalau ada perpustakaan universitas yang tersedia memang untuk mereka.

Dalam mengantisipasi keadaan yang demikian, maka perpustakaan universitas harus lebih mendekatkan dirinya pada sivitas akademika, memahami secara pasti apa yang menjadi kebutuhan dari para penggunanya, serta melibatkan para pengguna secara aktif dalam operasional perpustakaan. Upaya-upaya tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran sivitas akademika terhadap keberadaan perpustakaan universitas untuk mereka. Dan disinilah peran pemasaran perpustakaan dibutuhkan.

Di beberapa perpustakaan di luar negeri telah melihat peran pentingnya pemasaran bagi keberlangsungan hidup perpustakaan universitas di tengah-tengah persaingan ini. Dengan pemasaran perpustakaan universitas akan lebih memahami apa yang menjadi kebutuhan dari penggunanya secara tepat sehingga pada akhirnya perpustakaan akan menjadi lebih kreatif dan inovatif dalam menyampaikan layanannya kepada para penggunanya. Tujuan utamanya adalah agar para pengguna menjadi terpuaskan. Secara gambling Kavulya mengutip pendapat Weingand: *“marketing as a proses of exchange in which “elements” of value are exchanged between a producer and a consumer and which begins with a community analysis to determine the needs of the consumers and ends with the library’s communication to the community relating the product created to respond to those needs.”* (Kavulya, 2004).

Penggunaan layanan perpustakaan universitas di UKSW menurut pandangan peneliti masih rendah. Hal ini dilihat dari data yang didapat oleh peneliti dari laporan berkala yang dibuat oleh perpustakaan universitas UKSW menunjukkan bahwa pada tahun 2009 kunjungan pengajar ke perpustakaan sebanyak 2.420 kali dari total pengajar 366 orang atau rata-rata seorang pengajar dalam satu tahun mengunjungi perpustakaan hanya sebanyak 6 kali. Sementara kunjungan mahasiswa ke perpustakaan sebanyak 230.384 kali dari total mahasiswa 12.000 orang atau rata-rata seorang mahasiswa dalam satu tahun mengunjungi perpustakaan sebanyak 19 kali. Dilihat dari transaksi peminjaman koleksi pada tahun 2009 (sampai dengan bulan Juni 2009) tercatat 164.983 eksemplar per tahun, sedangkan di tahun 2010 (perhitungan antara Juli 2009 sampai Juni 2010) tercatat 71.849 eksemplar. Dalam konteks sebuah universitas yang mengarah pada *“Research University”* kondisi tersebut cukup memprihatinkan.

Tahun 2006 PU UKSW pernah melakukan sebuah program audit perpustakaan dan salah satunya memberikan rekomendasi agar Perpustakaan Universitas, Universitas Kristen Satya Wacana meningkatkan promosi layanan salah satunya dengan melakukan kontak langsung dengan pengajar secara profesional. Hingga saat ini belum ada laporan secara sistematis dan terstruktur terhadap perkembangan rekomendasi tersebut.

Pada kondisi ini peneliti tertarik untuk melihat pada aspek manajemen pemasaran yang dilakukan oleh PU UKSW, karena melalui manajemen pemasaran inilah PU UKSW akan dapat mempengaruhi sivitas akademika untuk kembali menjadikan perpustakaan universitas sebagai tujuan utama untuk pemenuhan kebutuhan dan sekaligus sebagai sebuah upaya menunjukkan kepada pihak universitas sebagai lembaga induknya bahwa perpustakaan universitas masih dibutuhkan oleh sivitas akademika sehingga perlu dukungan yang sungguh-sungguh dari manajemen universitas agar supaya perpustakaan tetap berdiri dan ada untuk sivitas nya.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dari uraian di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimanakah Strategi Pemasaran Perpustakaan Universitas UKSW dalam kaitannya dengan peningkatan pemakaian jasa perpustakaan?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas maka dapat dirumuskan tujuan penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi langkah-langkah yang telah dilakukan perpustakaan universitas UKSW dalam kaitannya dengan strategi pemasaran
2. Menganalisa pencapaian strategi pemasaran di PU UKSW.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya dalam bidang pemasaran perpustakaan.

2. Sebagai masukan bagi PU-UKSW dalam menyusun perencanaan pemasaran untuk pencapaian visi dan misinya dan meningkatkan pemakaian jasa perpustakaan..
3. Memberikan masukan bagi pengembangan penelitian lebih lanjut tentang pemasaran di perpustakaan.





## BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini akan dibahas mengenai kerangka konseptual yang berkaitan dengan layanan perpustakaan universitas. Berkaitan dengan tujuan penelitian yang diuraikan pada bab sebelumnya maka penulis juga akan mengumpulkan berbagai literatur yang mendukung subyek dari penelitian, yaitu mengenai perpustakaan universitas, layanan perpustakaan, pemasaran dan pemasaran perpustakaan universitas.

### 2.1 Perpustakaan Universitas

Perpustakaan Universitas adalah sebuah perpustakaan yang berada di lembaga pendidikan tinggi dalam hal ini universitas, dan tidak terlepas dari konteksnya. Oleh karenanya keberadaan Perpustakaan Universitas juga dipengaruhi oleh visi, misi serta fungsi universitas dimana perpustakaan berada. Dinamika perpustakaan universitas tidak terlepas dari dinamika yang terjadi di dalam universitas. *An academic library is not an end in itself, but a means to an end — namely, that of fulfilling a postsecondary institution's mission*, (Smith, 2006).

Dalam konteks tersebut perpustakaan ditempatkan sebagai sebuah unit penunjang kegiatan akademik di luar fakultas seperti yang digambarkan dan dijelaskan dalam Buku Pedoman Perpustakaan Perguruan Tinggi (*Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman*, 2004) dan mendukung pelaksanaan tri darma perguruan tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007, Tentang Perpustakaan. Louis Round Wilson and Maurice Tauber mengungkapkan bahwa fungsi pendidikan tinggi dalam hal ini universitas terkait erat dengan (1) kekekalan pengetahuan dan pemikiran, (2) pengajaran, (3) penelitian, (4) publikasi, (5) penyebaran dan layanan, (6) interpretasi (Budd, 2005). Segala daya upaya yang dilakukan perpustakaan universitas mengarah kepada enam hal tersebut.

### 2.1.1 Tugas dan Fungsi Perpustakaan Universitas

Tugas perpustakaan universitas adalah seperti halnya tugas perpustakaan perguruan tinggi yaitu, mengembangkan koleksi, mengolah dan merawat bahan perpustakaan, memberi layanan serta melaksanakan administrasi. (*Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman*, 2004)

Di sisi lain dikatakan bahwa Perpustakaan akademik berfungsi sebagai bagian integral dari lembaga yang lebih besar (Woodward, 2009). Sebagai bagian integral tentu saja perpustakaan memiliki peran yang cukup penting dalam proses belajar mengajar di perguruan tinggi. Sehingga sangat tepat jika dikatakan bahwa *the library as the heart and life-blood college* (Rabinowitz, 2003). Analogi ini menunjukkan fungsi vital dari perpustakaan universitas dalam menghidupi dan memberi makna pada eksistensi lembaga induknya yaitu universitas. Ray Bradbury mengatakan: “*you must live feverishly in a library. Colleges are not going to do any good unless you are raised and live in a library every day of your life*” (Raish., 2003).

Dari segi program kegiatannya perpustakaan universitas mempunyai tiga macam fungsi yang terkait erat dengan tri darma perguruan tinggi, yaitu:

- 1) sebagai pusat layanan informasi untuk program pendidikan dan pengajaran.
- 2) sebagai pusat layanan informasi untuk program penelitian, dan
- 3) sebagai pusat layanan informasi untuk program pengabdian pada masyarakat.

Sesungguhnya karena perpustakaan universitas sangat terkait erat dengan lembaga universitas sebagai lembaga induknya, maka jenis-jenis layanan perpustakaan sangat tergantung kepada seberapa besar universitas yang menjadi induk organisasinya. Besar dalam arti tidak hanya dari ukurannya semata tetapi juga dari jangkauan dan kompleksitasnya. Sebagai contoh perpustakaan universitas yang lembaga induknya memiliki program pendidikan jarak jauh akan berbeda sistem, kebijakan, dan ragam koleksinya.

### 2.1.2 Perpustakaan Universitas dan Lingkungan yang berubah

Ada sebuah paradox yang menempatkan perpustakaan pada sebuah kegelisahan akan masa depannya yaitu seperti yang diungkapkan oleh Leigh Watson Healy dari Outsell, Inc. bahwa “*the future of the library is that there is no*

*library*”(Bell & Shank, 2007). Jika diselami lebih dalam ungkapan ini tidak hendak menempatkan pada ketiadaan perpustakaan di tengah-tengah komunitasnya melainkan ingin mendorong pada sebuah kenyataan bahwa perpustakaan harus berani berubah dan menyesuaikan dengan perubahan yang terjadi di tengah-tengah lingkungan sekitarnya. Menurut Anderson (2006) dalam (Smith, 2006), perilaku pencarian informasi pengguna perpustakaan aktual dan potensial berubah secara signifikan. "seperti air, mereka akan mengikuti jalan yang paling sedikit perlawanannya". Di sinilah perpustakaan dituntut untuk selalu peka dengan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungannya. Perpustakaan universitas harus terus meningkatkan fasilitas dan keberadaan yang selalu disesuaikan dengan perubahan-perubahan yang terjadi di sekitarnya, baik perubahan teknologi maupun perubahan-perubahan perilaku dan gaya hidup lingkungannya yang dipengaruhi oleh perubahan dan perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Perpustakaan universitas harus menjadi yang tidak dihindari oleh penggunanya. Dengan kata lain perpustakaan universitas harus menyediakan kemudahan bagi para penggunanya dan mengurangi hal-hal yang menyulitkan para penggunanya. Para pengguna memiliki otoritas memilih yang terbaik dan menyenangkan bagi kebutuhan dan keinginannya. Jika perpustakaan mengabaikan pilihan pengguna yang merupakan pelanggannya, maka "mereka akhirnya akan pergi kemana mereka inginkan dan perpustakaan universitas hanya akan memperoleh kerugian". Karena itu, sekali lagi perpustakaan universitas harus siap berubah dan berubah atau akan tenggelam kedalam keusangan jaman.

### **2.1.3 Perpustakaan Universitas: “Gateway to Knowledge”**

Dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta perubahan gaya hidup masyarakat perpustakaan tidak bisa lagi bergelut hanya dalam bentuk ‘perpustakaan tradisional’. Perpustakaan tidak hanya sekedar bangunan dan koleksi seperti yang ada dalam persepsi masyarakat selama ini, perpustakaan harus menjadi perpustakaan moderen. Perkembangan tersebut telah menempatkan perpustakaan sebagai *gateway* menuju ke pengetahuan (Brophy, 2005). Sebagai sebuah *gateway*, perpustakaan harus mampu memenuhi kebutuhan para penggunanya dari mana saja, kapan saja dan bahkan siapa saja. Dowler menguraikan peran perpustakaan ini dalam *Gateways to Knowledge : The Role of*

*Academic Libraries in Teaching, Learning, and Research* secara panjang lebar (Dowler, 1997)

#### 2.1.4 Peran Pustakawan Universitas

Dalam konteks perkembangan perpustakaan universitas ke arah *gateway to knowledge* peran aktif pustakawan juga dituntut lebih besar lagi, lebih kreatif dan lebih inovatif. Masa depan yang dihadapi oleh kepustakawanan masa depan adalah *blended librarianship*. Dalam kepustakawanan tersebut seorang pustakawan dituntut untuk menjadi *blended librarian*. Pustakawan harus mampu melakukan semua hal yang berkaitan dengan keberadaan perpustakaan universitas dalam rangka memenuhi kebutuhan penggunanya dan membuat para pengguna perpustakaan menjadi terpuaskan kebutuhan dan keinginannya. Pustakawan harus memiliki pengetahuan kepustakawanan secara memadai bahkan *expert* dibidangnya dan juga menguasai kemampuan-kemampuan lain yang sangat erat dengan tugas dan tanggung-jawabnya sebagai pustakawan dalam rangka membantu para penggunanya. Dalam Kemunculan dunia *blended librarianship* ini, pustakawan dan spesialis desain pengajaran, profesional pengembangan pengajaran, dan profesional teknologi belajar bersama-sama dan mengembangkan secara bersama-sama. Cara ini untuk meningkatkan dan mendukung pengajaran dan pembelajaran dan penelitian.

Oleh karena itu seorang pustakawan akademik adalah pustakawan yang mampu menggabungkan ketrampilan tradisional kepustakawanan dengan ketrampilan hardware/software teknologi informasi, dan memiliki kemampuan merancang pengajaran atau pendidikan untuk menerapkan teknologi secara tepat dalam proses pengajaran-pembelajaran serta mampu menjadi seorang pemasar yang handal untuk layanan perpustakaan universitas. Pekerjaan pustakawan akademik diarahkan untuk membantu para mahasiswa dan pengajar mencapai keberhasilan akademik. Sementara desain pengajaran merupakan seperangkat ketrampilan yang digunakan oleh kebanyakan pendidik dalam menciptakan produk-produk yang memungkinkan orang untuk belajar secara lebih efektif. Dari sinilah maka muncul pernyataan manifesto *blended librarianship*:

*It is imperative and no exaggeration to claim that the future of academic librarianship depends on our collective ability to integrate services and practices into the teaching and learning process. While the evolution of*

*information literacy is a positive sign, the academic librarian is still largely tangential to what happens in or beyond the classroom. Strategies, techniques and skills are needed that can allow all academic librarians, from every sector of the library organization, to proactively advance their integration into the teaching and learning process. The framework envisioned depends largely upon the ability to collaborate with faculty, but also other campus information and instructional technologists. This framework is best expressed as the "blended librarian."*(Bell & Shank, 2007)

Dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya sebagai pustakawan serta untuk mencapai apa yang menjadi tujuan dari perpustakaan universitas, maka seorang pustakawan harus memiliki prinsip-prinsip yang harus dipegang dan dilakukannya. Dalam hal ini adalah seperti yang telah diidentifikasi Bell yaitu enam prinsip *blended librarianship*:

1. Mengambil sebuah posisi kepemimpinan sebagai innovator kampus dan agen perubahan.
2. Berkomitmen mengembangkan inisiatif literasi informasi yang luas di kampus-kampus untuk memfasilitasi keterlibatan yang terus menerus dalam proses pengajaran dan pembelajaran
3. Merancang program dan kelas pengajaran dan pendidikan untuk membantu para pelanggan dalam menggunakan layanan perpustakaan dan belajar literasi informasi untuk meningkatkan ketrampilan yang dibutuhkan (*trade*) dan pengetahuan (*profession*) untuk keberhasilan sepanjang hayat
4. Bekerjasama dan melibatkan diri dalam dialog dengan perancang teknologi dan pengajaran, yang vital untuk pengembangan program, layanan, dan sumber yang dibutuhkan untuk mempermudah penerapan misi pengajaran perpustakaan akademik
5. Menerapkan perubahan yang adaptif, kreatif, proaktif, dan inovatif dalam pengajaran perpustakaan, yang dapat ditingkatkan dengan berkomunikasi dan bekerjasama dengan pustakawan teknologi/desain pengajaran yang baru saja diciptakan dan perancang dan ahli teknologi pengajaran yang ada
6. Mentransformasikan hubungan dengan pengajar untuk menekankan kemampuan kita membantu pengajar dengan mengintegrasikan teknologi informasi dan sumber-sumber perpustakaan kedalam mata kuliah, tetapi menambahkan pada peran tradisional sebuah kapasitas kerjasama yang

baru untuk meningkatkan pembelajaran mahasiswa dan penilaian hasil dalam akses, penemuan kembali, dan integrasi informasi

### **2.1.5 Masa Depan Perpustakaan Universitas**

Dewasa ini informasi sedemikian melanda kehidupan masyarakat, termasuk di dalam perpustakaan universitas. Peran, fungsi dan tugas perpustakaan universitas dalam memberikan layanannya seolah-olah terlupakan oleh para penggunanya baik pengguna aktual maupun pengguna potensial. Oleh karenanya kemampuan dan keberadaan perpustakaan dalam membantu para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan inipun perlu diperkenalkan dan diingatkan terus-menerus kepada mereka. Disinilah pentingnya peran pemasaran perpustakaan. Tidak sekedar untuk menunjukkan bahwa perpustakaan masih ada tetapi lebih dari itu adalah untuk mengingatkan kembali kepada para penggunanya bahwa perpustakaan memiliki peran yang sangat sentral dalam pemenuhan kebutuhannya. Bahwa keberadaan perpustakaan akan dapat membuka pikiran para penggunanya sehingga pada akhirnya mereka akan mampu untuk bertahan hidup dan bahkan bersaing untuk mencapai apa yang diinginkannya. Seperti sebuah pepatah mengatakan *the mind is like a parachute; it works best when it is open* (Raish., 2003). Tugas perpustakaan universitas adalah bagaimana membuka pikiran para pengguna perpustakaan universitas agar mereka mampu mengatasi masalah yang dihadapinya sendiri atau bersama-sama dengan pihak lain.

Maka dalam penyelenggaraannya, perpustakaan universitas harus mampu mengumpulkan, mengolah, menyediakan dan menyebar-luaskan informasi yang dimilikinya kepada masyarakat kampus. Upaya ini semata-mata untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kampus dengan memperkaya pengetahuan mereka serta memperbaiki mutu belajar mahasiswanya. Pada dasarnya Perpustakaan atau pusat informasi sekarang adalah sebuah sistem terbuka yang menerima masukan dari luar, menyerapnya, mentransformasikan informasi itu, dan kemudian menyampaikannya kembali kedalam lingkungannya (Stueart, 2002).

Smith menyimpulkan ada enam hal mengenai pencapaian masa depan perpustakaan akademik (Smith, 2006),

- (i) Perpustakaan akademik bukan sebuah akhir dari dirinya sendiri, untuk jangka panjang perpustakaan harus memuat sumber informasi dan menyediakan layanan tanpa perantara bagi para pelanggan yang menginginkannya.
- (ii) Jika perpustakaan akademik masih ingin tetap sebagai komponen vital dari lembaga induknya, maka perpustakaan akademik harus memahami tekanan-tekanan yang dihadapi dunia pendidikan tinggi. Menyediakan dukungan bagi aktivitas pengajaran dan pembelajaran, walaupun anggaran kebutuhan pendukung akademik lembaga berubah dan cenderung terbatas.
- (iii) Gagasan bahwa perpustakaan sebagai sebuah koleksi dari bahan-bahan yang kita miliki secara lokal—terutama buku-buku—tidak sesuai lagi dengan realita. Migrasi kearah suatu lingkungan digital harus dilakukan. Informasi dikemas dalam berbagai bentuk dan dapat disampaikan langsung ke *end users*, tanpa mediasi manusia secara langsung, sehingga mampu berkompetisi dengan penyedia informasi lain.
- (iv) Fasilitas perpustakaan akademik tetap menjadi jantung dari lembaga masing-masing untuk memperluas jalinan pembelajaran seperti pengajaran kelas, pengajaran yang berbasis pada laboratorium, penelitian yang berbasis komputer, kajian pribadi, interaksi dalam komunitas virtual, dan kerjasama diantara staf pengajar, staf perpustakaan, dan mahasiswa.
- (v) Perpustakaan akademik melanjutkan sumber luar atau mengakui fungsi-fungsi manajemen informasinya kepada entitas non-perpustakaan.
- (vi) Perpustakaan yang gagal berinovasi akan mati secara perlahan.

Dan itulah alasan mengapa perpustakaan akademik tetap diperlukan dan harus terus berjuang di tengah-tengah lingkungannya. Lima dalil dalam hukum yang dikemukakan oleh Ranganathan dapat menjelaskan untuk apa perpustakaan ada dan berada di tengah-tengah masyarakatnya. Sekalipun telah melewati millennium, keberadaan hukum ini masih tetap relevan untuk dijadikan spirit bagi pengembangan dan perubahan-perubahan perpustakaan. Hukum ini membantu kita fokus pada dua aspek kunci dari layanan perpustakaan. **Pertama**, perpustakaan adalah mengenai apa yang kita sebut dengan 'buku' walaupun saat ini telah diperluas menjadi segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi dan karya imajinasi kreatif - 'obyek informasi'. **Kedua**, dan mungkin yang lebih penting, Ranganathan mengingatkan kepada kita bahwa perpustakaan adalah tentang orang – pembaca, pengguna, pelanggan – yang menggunakan obyek informasi yang terpusat. (Brophy, 2005)

Dalam *trend* organisasi moderen termasuk didalamnya perpustakaan, yang menjadi prinsip penggerak kearah keberhasilan adalah layanan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Layanan yang ditawarkan berbasis pada

pertimbangan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Brophy, 2005). Perpustakaan harus berubah. Model lama mendasarkan diri pada pemikiran perpustakaan merupakan gudang pengetahuan, namun sekarang berada dibawah konsep yang mendasarkan diri pada pengembangan peran perantara.

Cowley and Hammond (1987) dalam (Bhatti, 2009) menyimpulkan hubungan antara staf perpustakaan dan staf akademik merupakan faktor kunci dalam pengembangan pendidikan pengguna yang efektif. Samuel Green, Pustakawan Perpustakaan Worcester Library dan mantan presiden Asosiasi Perpustakaan Amerika menyatakan:

Perpustakaan yang ideal adalah yang mengundang setiap orang yang memiliki pertanyaan untuk ditanyakan... , datang ke perpustakaan dan mengajukan pertanyaannya, dengan jaminan bahwa dia akan diterima dengan baik, pertanyaannya dipertimbangkan dengan penuh simpatik, dan setiap usaha dibuat untuk menemukan jawaban yang diinginkan.(Rubin, 2001)

### **2.1.6 Pengguna Perpustakaan Universitas**

Sesuai dengan peran perpustakaan universitas yang adalah menunjang dan mendukung proses belajar mengajar dan bahkan penelitian, maka perpustakaan universitas harus melayani kebutuhan dan sekaligus membantu semua pengguna perpustakaan universitas (pengguna aktual dan potensial) untuk memenuhi semua kebutuhan yang berkaitan erat dengan proses belajar, mengajar dan penelitian. Pengguna utama perpustakaan universitas adalah komunitas universitas. Karena alasan keberadaan koleksi dan layanan di perpustakaan akademik adalah keberadaan komunitas universitas yang harus dipahami dengan baik oleh perpustakaan dan pustakawan universitas.

Ada dua pengguna utama perpustakaan universitas yaitu Pengajar dan Mahasiswa.

#### **a. Pengajar**

Waktu terbanyak yang dihabiskan oleh pengajar adalah terkait erat dengan ilmu pengetahuan dan pengembangan dan perkembangannya. Seorang pengajar dituntut untuk senantiasa memperbaharui wawasan



keilmuannya sesuai dengan fungsi dan tugasnya di dalam universitas. Dua tugas utama pengajar didalam universitas adalah mengajar dan penelitian.

### *Mengajar*

Sebagian waktu terbesar yang dihabiskan oleh pengajar adalah untuk mengajar. Oleh karena itu perpustakaan dan pustakawan harus benar-benar memahami terhadap efisiensi waktu yang digunakan para pengajar dalam pemenuhan kebutuhan informasinya. Untuk menunjang tugas pengajar ini dengan baik, maka perpustakaan dapat mengadopsi tiga strategi sebagai berikut seperti yang disarankan David Dowell dan Jack Scott (1995): "(1) menjangkau setiap pengajar, (2) membangun infrastruktur perpustakaan, dan (3) menempatkan perpustakaan didalam proses pembuatan keputusan akademik dan proses pembuatan keputusan sumber informasi perguruan tinggi " (Budd, 1998). Dalam strategi ini secara implisit adalah pentingnya hubungan antara pengajar dan pustakawan. Donald Dilmore (1996) melihat bahwa kebanyakan yang dinilai dari perpustakaan oleh pengajar adalah pelayanan perpustakaan.

### *Penelitian*

Pada beberapa universitas seperti universitas penelitian aktivitas utama pengajar adalah penelitian dan peran pendukung perpustakaan pada penelitian tersebut sangat dibutuhkan. Dalam hal ini perpustakaan bertindak sebagai sumber informasi itu sendiri dan akses bibliografis dan intelektual ke informasi. Disinilah perpustakaan sebenarnya menjadi sebuah *gateway* ke informasi bahkan ke *knowledge* bagi ilmuwan,

Stephen Lehmann dan Patricia Renfro (1991) menulis, "kebanyakan perbedaan yang mendasari antara peneliti dan pustakawan adalah penekanan pada *content* di satu sisi dan pada *access* Disisi lain" (Budd, 1998). Oleh karena itu pustakawan harus memikirkan *content*, *users*, dan *media* untuk memenuhi ideal akses.

Pengajar terkadang juga menganggap bahwa perpustakaan adalah milik mereka terutama untuk koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan. Hal ini bisa terjadi manakala perpustakaan mengalokasikan pendanaan fakultas dan melibatkan pengajar dalam memilih koleksi. Tendensi

kepemilikan ini dapat memunculkan kesulitan potensial bagi perpustakaan manakala perpustakaan akan merubah kebijakan dan aktivitasnya.

Perubahan kurikulum yang dilakukan oleh para pengajar juga akan banyak mempengaruhi perpustakaan. Demikian juga sebaliknya tidak jarang perubahan kebijakan dan aktivitas perpustakaan akan cukup mempengaruhi pengajar.

#### b. Mahasiswa

Populasi terbesar yang dilayani oleh perpustakaan universitas adalah mahasiswa. Perpustakaan universitas yang efektif akan merangkul sebuah peran aktif dalam pembelajaran mahasiswa. Layanan yang dirancang akan berpusat pada mahasiswa dan bagaimana kegiatan pembelajaran dapat difasilitasi.

### **2.2 Pemasaran Perpustakaan Akademik**

Ada sebuah pernyataan yang mengatakan bahwa sebagian besar orang yang bekerja dan kuliah di universitas memiliki sangat sedikit pengetahuan tentang perpustakaan. Bagi mahasiswa ini mungkin disebabkan oleh pembentukan gambaran tentang perpustakaan di sekolah asalnya atau bagi pengajar barangkali karena pengalaman dulu ketika menjadi mahasiswa. Dan merupakan upaya yang cukup sulit untuk meyakinkan mereka bahwa perpustakaan yang sekarang mereka hadapi berbeda dari yang dulu.

Untuk merubah perpustakaan saat ini mungkin akan menemui perlawanan dari pengajar dan administrasi perguruan tinggi atau universitas, karena mereka memandang perubahan yang akan dilakukan tidak perlu dan sia-sia. Dalam benak mereka barangkali tergambar sebuah “perpustakaan akademik yang pantas.” Bagi mahasiswa mereka sadar bahwa perpustakaan dapat menyediakan buku dan artikel jurnal untuk silabus kuliah mereka, tetapi mereka tidak benar-benar melihat bagaimana perpustakaan yang sesuai dalam kehidupan mereka.

Pertanyaannya sekarang adalah bagaimana perpustakaan berbagi visi? Upaya apa yang dilakukan untuk dapat membuat mahasiswa dan pengajar sadar sepenuhnya bahwa perpustakaan sangat berarti untuk mereka dari pada hanya sekedar sebuah bacaan, sebuah tempat? Bagaimana perpustakaan dapat membantu

pengajar memfokuskan pada masa depan, bukan masa lalu, dan membuat mereka berpartisipasi aktif dalam perubahan perpustakaan?

Untuk itulah perpustakaan universitas membutuhkan strategi pemasaran. Sebuah rencana praktis untuk meningkatkan kesadaran komunitas universitas terhadap perpustakaan yang harus dikembangkan untuk perpustakaan masa depan. Maka komunikasi terhadap para pengguna perpustakaan pun harus dibuka selebar-lebarnya untuk mendapatkan sebuah pemahaman bersama terhadap kebutuhan para pelanggan perpustakaan. Karena sekali lagi kehadiran perpustakaan universitas di tengah-tengah komunitas universitas adalah dalam rangka membantu memenuhi kebutuhan informasi komunitasnya. Spalding dan Wang dalam artikel *The challenges and opportunities of marketing academic libraries in the USA: Experiences of US academic libraries with global application*, mengutip pendapat Lewis (2000) bahwa Sebuah rencana strategis akan menyediakan sebuah struktur untuk menganalisa peluang dan tantangan yang terjadi sekarang dan masa depan sebuah wajah organisasi. Rencana strategis akan memaksa perpustakaan universitas untuk mengartikulasikan dengan jelas visinya di masa depan, dan apa misi kuncinya yang berhubungan dengan misi universitas sebagai lembaga induknya.

Perpustakaan universitas jarang memiliki rencana pemasaran. Apa yang dilakukan selama ini lebih banyak mengambil dari sini dan dari sana, melakukan sebentar kemudian meninggalkannya seperti bulletin dan brosur. Spalding dan Wang juga mengatakan bahwa dengan menggunakan prinsip-prinsip dan teknik pemasaran, perpustakaan dapat memahami kebutuhan pengguna nya dengan lebih baik, dapat memberikan alasan yang tepat terhadap pembiayaan, mengkomunikasikan dengan lebih efektif ke bermacam-macam audiens eksternal, serta mencapai efisiensi lebih besar dan hasil yang optimal dalam menyampaikan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan klien nya yang teridentifikasi (Spalding & Wang, 2006).

### **2.2.1 Pengertian Pemasaran**

Banyak orang berpikir bahwa pemasaran adalah mengenai penjualan dan promosi, namun dalam pengertian baru pemasaran adalah tentang memuaskan kebutuhan pelanggan. Menurut *Chartered Institute of Marketing*, *marketing is*

“the management process responsible for identifying, anticipating and satisfying consumers requirements profitably” (Adeloye, 2003). Ini berarti dalam sebuah pemasaran ada sebuah proses yang harus dilalui untuk lebih mengenal siapa pelanggan kita sehingga kita dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan pelanggan kita. Keuntungan terbesar terletak pada pelanggan dengan indikasi pelanggan menjadi terpuaskan. Demikian juga halnya apa yang didefinisikan oleh Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing*, yaitu *marketing as a process by which individuals and groups obtain what they need and want by creating and exchanging products and value with others* (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 1999), yang berarti pula mengelola pasar untuk membawa perubahan terhadap tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

Dalam buku yang sama digambarkan bagaimana marketing harus dipahami secara benar dan mendalam. Beberapa ungkapan mengenai marketing yang ada didalam buku *Principles of Marketing* tersebut adalah: Tujuan marketing adalah menciptakan kepuasan pelanggan secara menguntungkan dengan membangun hubungan yang bernilai dengan pelanggan; marketing sesungguhnya bukan sekedar mengenai *selling* namun lebih mengenai mengetahui apa yang membuat organisasi menambah *market leadership* dengan memahami kebutuhan pelanggan dan menemukan solusi yang menyenangkan melalui *superior value, quality* dan *service*; marketing adalah Kritik pada keberhasilan organisasi, apakah besar atau kecil, domestik ataupun global (Kotler, et al., 1999).

Dalam perjalanannya marketing telah mengalami evolusi sesuai dengan konteks dan masanya. Dimulai marketing 1.0 yang merupakan era *product-centric*, marketing 2.0 yang menekankan pada konsumennya (*consumer-oriented*) ditandai dengan sebuah ungkapan yang sangat terkenal “pembeli itu raja”. Sekalipun pada era ini orientasinya pada konsumen, namun para pelanggannya dikesankan sebagai target pasif dari kampanye pemasaran. Dan sekarang marketing 3.0 yang dipicu oleh nilai-nilai (*value-driven*)(Kotler, Kertajaya, & Setiawan, 2010).

Dalam marketing 3.0 pemasar melakukan pendekatan dengan memandang pelanggan sebagai manusia seutuhnya, lengkap dengan pikiran, hati dan spirit. Produk atau layanan yang dicari oleh konsumen adalah yang memenuhi

kebutuhan terdalamnya, sosial, ekonomi dan lingkungan pada visi, misi dan nilai-nilainya. Marketing 3.0 mengangkat konsep marketing kedalam arena aspirasi, nilai-nilai dan *human spirit*. Stephen Covey melihat manusia memiliki 4 komponen dasar yaitu tubuh, otak yang memiliki pikiran dan Analisa independen, hati yang peka terhadap emosi dan spirit yang menjadi pusat jiwa dan filosofinya.

Untuk memahami evolusi marketing secara menyeluruh berikut perbandingan marketing 1.0, 2.0 dan 3.0

Tabel 1.1 Perbandingan antara Marketing 1.0, 2.0, 3.0

	<b>Marketing 1.0</b> <i>Product-centric Marketing</i>	<b>Marketing 2.0</b> <i>Consumer-oriented Marketing</i>	<b>Marketing 3.0</b> <i>Value-driven Marketing</i>
<b>Tujuan</b>	Menjual produk	Memuaskan dan mempertahankan konsumen	Menjadikan dunia tempat yang lebih baik
<b>Kekuatan yang menggerakkan</b>	Revolusi industry	Teknologi informasi	<i>New wave technology</i>
<b>Bagaimana perusahaan melihat pasar</b>	Pembeli massal dengan kebutuhan fisik produk	Konsumen yang cerdas dengan pikiran dan hati	Manusia seutuhnya dengan pikiran, hati dan spirit
<b>Konsep inti Marketing</b>	Pengembangan produk	Diferensiasi	Nilai-nilai
<b>Pedoman-pedoman marketing perusahaan</b>	<i>Product specification</i>	<i>Corporate and product positioning</i>	<i>Corporate mission, vision, and value</i>
<b>Value propositions</b>	Fungsional	Fungsional dan emosional	Fungsional, emosional dan spiritual
<b>Interaksi kepada konsumen</b>	Transaksi <i>One-to-many</i>	Relasi <i>one-to-one</i>	Kolaborasi <i>many-to-many</i>

Sumber: Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit (Kotler, et al., 2010)

Marketing 3.0 merupakan sebuah era dimana praktek marketing dipengaruhi oleh perubahan sikap dan perilaku. Perubahan tersebut adalah bahwa kepercayaan konsumen saat ini lebih banyak pada hubungan horizontal disbanding hubungan vertikal. Maksudnya adalah bahwa konsumen sekarang lebih percaya pada

konsumen lain dari pada kepada perusahaan (produk/layanan) dan kebangkitan media sosial yang telah mendekatkan konsumen satu dengan lainnya sebagai cerminan perpindahan kepercayaan konsumen.

Nampaknya ke depan layanan perpustakaan universitas sangat cocok dengan konsep pemasaran 3.0 yang langsung menghunjam ke jantung para penggunanya.

### **2.2.2 Rencana Pemasaran Strategis**

Perpustakaan universitas dalam rangka merebut hati para penggunanya dan menawarkan layanannya perlu membuat sebuah rencana pemasaran strategis secara tepat. Dalam mengembangkan sebuah rencana pemasaran inilah perpustakaan membutuhkan sebuah proses yang sistematis, mulai dengan menganalisa situasi dan lingkungan, menetapkan sasaran dan tujuan pemasaran, mengidentifikasi target audiens, menetapkan sebuah positioning yang dikehendaki, dan merancang sebuah pemasaran terpadu yang strategis (4Ps),

#### *Menganalisa situasi*

Dalam menganalisa situasi yang terjadi di lingkungan perpustakaan universitas perlu memahami benar situasi terkini yang terjadi yang menjadi latar belakangnya dengan menganalisa organisasi dan kekuatan pasar yang ada karena ini akan menjadi sebuah pertimbangan ketika kita menentukan strategi pemasaran.

Analisa terhadap organisasi kita bisa dilakukan dengan sebuah Analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang kita miliki sekarang merupakan modal bagi untuk membuat sebuah strategi yang tepat.

Demikian halnya dengan para kompetitor. Dalam kaitannya dengan perpustakaan informasi sebagai sebuah lembaga yang menyediakan akses ke pengetahuan yang memiliki pasar yang jelas dan mengemban tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh lembaga induknya yaitu universitas, perpustakaan harus mampu bersaing dengan para kompetitornya sebagai sesama penyedia layanan informasi. Persaingan ini tentu saja bukan untuk meniadakan mereka para kompetitor tetapi lebih kepada bagaimana perpustakaan universitas dapat menjadi tujuan utama bagi para penggunanya dalam hal ini mahasiswa dan pengajar karena keberadaan perpustakaan adalah untuk mereka.

a. Menetapkan Sasaran dan Tujuan

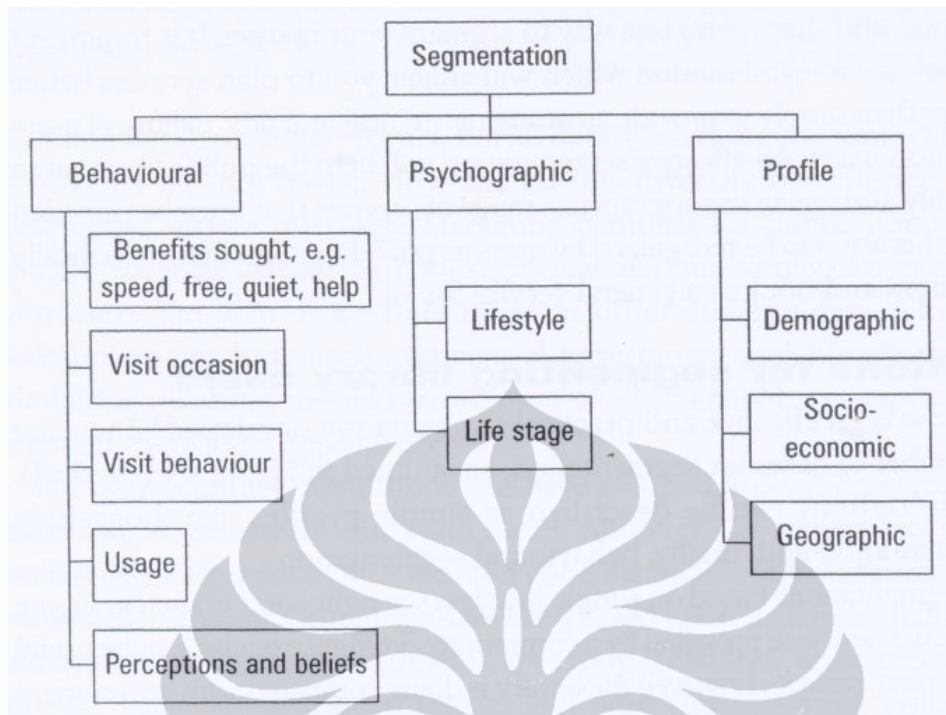
Sasaran dan tujuan pemasaran perlu ditentukan dalam pencapaian sebuah rencana pemasaran yang ideal. Yang perlu diperhatikan dalam membuat sasaran dari pemasaran adalah mengungkapkan sebuah pernyataan yang lebih detil dari sebuah maksud dan diekspresikan dalam kaitannya dengan perilaku atau aksi yang diinginkan, perubahan dalam *brand image*, atau pengetahuan yang meningkat seperti yang ingin dicapai. *Tujuan Marketing* dapat dihitung dan merupakan ungkapan yang dapat terukur dari sasaran hasil pemasaran (Kotler & Lee., 2007). Sasaran hasil adalah 'apa' yang kita inginkan untuk dicapai dan strategi adalah 'bagaimana' kita mencapai sasaran hasil tersebut. Seperti halnya dalam sasaran hasil dan tujuan yang lain maka sasaran hasil dan tujuan dari pemasaran perpustakaan universitas pun harus SMART – *Specific* (Spesifik), *Measurable* (dapat terukur), *Achievable* (terjangkau), *realistic* (realistic) dan *Time-specific* (Waktu spesifik) (Kendrick, 2006).

b. Audien Target

Dalam *Target audiens* ini perpustakaan harus memahami betul siapa yang menjadi audiens targetnya. Hal ini penting dalam pemasaran karena pemahaman yang akurat terhadap audiens targetnya akan membawa pada sebuah penciptaan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dan mencapai keberhasilan yaitu kepuasan penggunanya. Target audiens secara rinci akan dipilih melalui segmentasi pasar, kemudian mengevaluasi segmen, dan kemudian memilih satu atau lebih sebagai titik fokus untuk *positioning* dan strategi *marketing mix*.

Dalam menguraikan audien target menjadi segmen akan selalu terkait dengan hal-hal *demographic profile* yang menggunakan variabel-variabel seperti usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, kepercayaan, etnis, dan lain-lain. Selain *demographic profile*, ada pula yang mendasarkan pada Perilaku, Psikografis dan turunannya. Biasanya dipilih sesuai dengan maksud dan tujuan dari penentuan segmen untuk keperluan apa.

Berikut segmentasi pengguna perpustakaan yang digambarkan oleh Terry Kendrick.



Gambar 1.1 Segmentasi Pengguna Perpustakaan (Kendrick, 2006)

### c. Positioning

Langkah ini penting untuk dilakukan karena sangat menentukan keberhasilan dari strategi pemasaran yang dirancang. *Positioning* ini sangat terkait erat dengan bangunan pada STP—*Segmentation, Targeting, dan Positioning* (Kotler & Lee., 2007).

Dalam menguraikan dan menjelaskan *positioning* yang dikehendaki dapat menggunakan beberapa kalimat bahkan poin-poin, yang dapat menjelaskan bagaimana tawaran yang diinginkan dipandang oleh audiens target. Termasuk mencakup *value proposition* serta alasan yang meyakinkan mengapa pasar target harus “membeli” apa yang kita tawarkan.

Tujuannya utama dari *positioning* adalah untuk menentukan dan mengartikulasikan sebuah posisi yang jelas, yang menyoroti *benefits* dan mengurangi rintangan yang unik bagi audiens target dan menempatkannya dalam sebuah kompetisi yang menguntungkan. *Positioning* ini sekaligus menggambarkan *points-of-difference* yang tepat seperti halnya *points-of-parity* secara langsung atau tidak langsung dari kompetitor.



#### d. Bauran Pemasaran

Empat tools yang dekat dengan kita dalam pemasaran adalah *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), dan *Promotion* (Promosi) (4P) yang merupakan perwakilan dari sudut pandang penjual. Sementara pembeli atau pelanggan memiliki sudut perspektif sendiri terhadap 4P adalah 4C (*Customer solution, Customer cost, Convenience, Communication*) seperti yang ditawarkan oleh Robert Lauterborn (Kotler & Lee., 2007). Dalam terbitan karya lain C yang disebut oleh Lauterborn sebagai *Customer solution* disebut sebagai *Customer Needs/wants* (Kotler, et al., 1999);(Kendrick, 2006).

<b>4P</b>	<b>4 C</b>
<i>Product</i>	<i>Customer needs and wants/Solution</i>
<i>Price</i>	<i>Cost to the customers</i>
<i>Place</i>	<i>Convenience</i>
<i>Promotion</i>	<i>Communication</i>

#### *Product/Produk (Customer needs and wants/Solution)*

Gambaran *Product (Customer needs and wants/Solution)* adalah Produk dan layanan apa yang dapat disediakan sebagai bagian dari layanan perpustakaan moderen, dan bagaimana digunakan pengguna dan non pengguna. Kebutuhan dan keinginan pengguna dan non pengguna akan terpenuhi dengan Produk atau layanan yang disediakan oleh perpustakaan universitas. Strategi segmen khusus cocok untuk tujuan pemasaran, secara umum ini berarti secara kuat pemasaran hanya bagian dari layanan pada setiap segmen pengguna, sementara dengan lemah lembut memberitahukan pengguna jangkauan yang luas dari bahan-bahan yang ditawarkan.

#### *Price/Harga (Cost to the customers)*

Di lingkungan perpustakaan *Price* menjadi sebuah problematika. Ada sebuah komitmen yang kuat untuk membebaskan layanan dengan bebas biaya. Dan hampir di semua perpustakaan universitas tidak dijumpai adanya pemungutan biaya untuk layanan yang diberikan oleh pihak perpustakaan universitas. Pemikiran seperti tersebut sebenarnya salah, dari sudut pandang

pengguna, tidak ada biaya yang terkait. Namun sesungguhnya ada biaya transport, waktu dan tenaga (termasuk berhadapan dengan birokrasi proses perpustakaan), atau biaya kesempatan lain bagi pengguna ketika mempertimbangkan menggunakan layanan perpustakaan (Kendrick, 2006). Dalam lingkungan perpustakaan universitas sendiri sebenarnya beban terhadap penggunaan fasilitas yang diberikan perpustakaan telah dibebankan di awal perkuliahan, khususnya bagi mahasiswa (Chowdhury, Burton, McMenemy, & Poulter, 2008).

#### *Place (convenience)*

Elemen *place* dari bauran pemasaran adalah semua tentang saluran atau *'routes to market'*. Kita butuh menggunakan layanan penyampaian yang efektif dan efisien pada pengguna. Dalam pendekatan moderen mempertimbangkan *'place'* bukan tempat fisik yang sederhana tetapi lebih pada tempat yang lebih abstrak – banyak cara menyampaikan layanan: statis atau jarak jauh (Chowdhury, et al., 2008).

Dari sudut pandang pengguna tempat atau akses yang menyenangkan ke produk atau layanan yang perpustakaan tawarkan. Segmen tertentu mungkin memerlukan rute khusus ke pasar yang ditekankan. Hal ini akan sangat dirasakan khususnya oleh mahasiswa yang mengikuti program jarak jauh atau bahkan para pengajar yang sedang berada di luar kampus dan harus mengakses perpustakaan untuk keperluan penyelesaian tugas-tugasnya.

Dalam konteks saat ini dimana teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perkembangan yang cepat serta sudah menjadi hal biasa dengan menggunakan internet, maka konsep tempat tidak lagi hanya sebuah gedung secara fisik tetapi lebih kepada ruang, bisa dalam bentuk website ataupun perpustakaan digital.

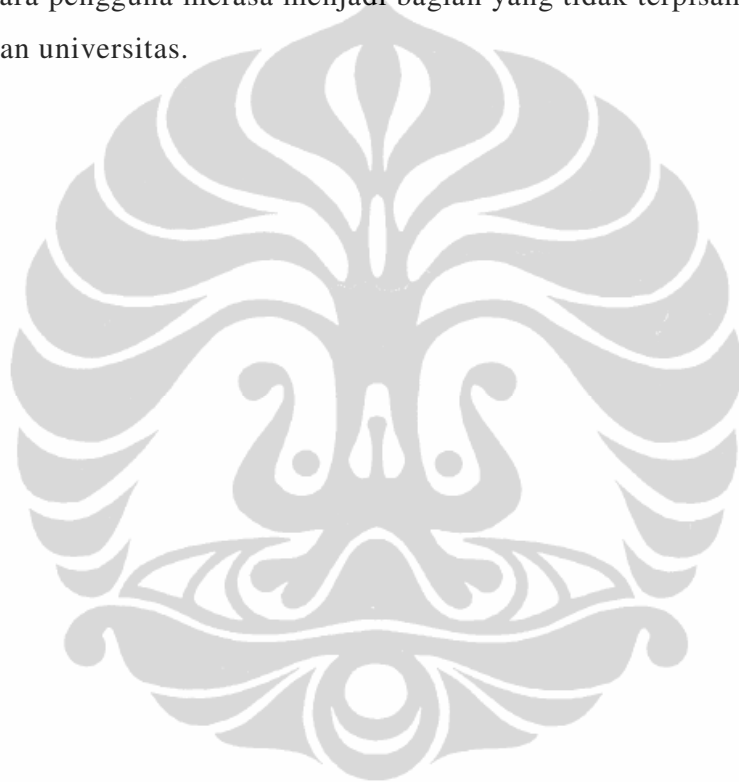
#### *Promotion (communication)*

Promosi dan advokasi dapat menjadi sebuah perpaduan periklanan, promosi penjualan, *public relations* dan kehadiran di suatu kegiatan, atau mengunjungi kelompok pelanggan khusus mendiskusikan perpustakaan dan layanannya (Kendrick, 2006).

Setiap segmen akan memerlukan penanganan yang berbeda-beda sesuai

dengan jenis segmennya. Ada yang membutuhkan lebih kepada menginformasikan atau mengingatkan seperti pengajar, namun ada pula yang membutuhkan strategi yang lebih pada promosi yang meyakinkan termasuk membujuk untuk mencoba layanan perpustakaan seperti non pengguna perpustakaan.

Dari sudut pengguna bagaimana perpustakaan universitas melakukan komunikasi secara efektif kepada para penggunanya secara berkelanjutan sehingga para pengguna merasa menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perpustakaan universitas.



## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

Dalam bab ketiga ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian tesis ini. Metode penelitian yang digunakan Disini dalam kaitannya untuk menjawab permasalahan penelitian mengenai pemasaran layanan perpustakaan di Perpustakaan Univeritas UKSW dalam bauran pemasaran dari perspektif pengguna. Bauran pemasaran tersebut adalah 4C yaitu *Customer needs and wants/Solution, Cost to the customers, Convenience, Communication*.

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan disini adalah pendekatan kualitatif. Umumnya penelitian kualitatif, antara lain, bertujuan untuk memberikan gambaran tentang sesuatu, membangun atau menemukan teori baru, menguji atau memperkuat teori yang sudah ada, mengadakan penilaian terhadap produk atau proses dan merumuskan kebijakan (Sastradipoera, 2005).

Menurut Schwandt (2001) yang dikutip dalam buku *Penelitian Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* (Pendit, 2003), ada empat pengertian teori dalam penelitian kualitatif, yaitu:

- a. Sebagai generalisasi yang diperoleh melalui penelitian empiris,
- b. Sebagai penjelasan sebab-akibat yang terpadu dan sistematis tentang berbagai fenomena sosial.
- c. Orientasi atau perspektif teoritis berupa pendekatan-pendekatan untuk melihat masalah, memecahkan masalah, dan memahami serta menjelaskan realitas sosial.
- d. Teori kritis (*critical theory*), yang merupakan cara membuat teori dan produk dari cara membuat teori itu.

Moleong berpendapat bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi pada suatu konteks khusus dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2000).

Sementara metode yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Studi kasus tampak sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan pelbagai aspek seseorang, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan. Suatu kasus dalam studi kasus itu merupakan situasi khusus yang dipilih oleh peneliti. Maka peneliti perlu berupaya untuk menelaah sebanyak dan sedalam mungkin data yang bersangkutan dengan subyek yang akan diteliti (Sastradipoera, 2005).

Metode studi kasus adalah sebuah metode penelitian lapangan spesifik yang menyelidiki fenomena sebagai yang terjadi tanpa intervensi yang signifikan dari penyelidik (Fidel, 1992). Becker (1970) menjelaskan bahwa studi kasus merujuk pada sebuah analisa terinci dari sebuah kasus individual yang sekiranya "seseorang dapat dengan baik memperoleh pengetahuan fenomena dari eksplorasi intensif sebuah kasus tunggal". Studi kasus mencoba, pada satu sisi, sampai pada sebuah pemahaman komprehensif dari peristiwa dibawah penelitian tetapi pada saat yang bersamaan mengembangkan pernyataan teoritis yang lebih umum tentang regularitas didalam fenomena yang diamati (Fidel, 1992).

### **3.2 Pemilihan Informan**

Dalam penelitian ini informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* atau sampling bertujuan. Teknik bertujuan merupakan "strategi jika seseorang menginginkan agar dapat memahami sesuatu mengenai kasus-kasus terpilih tertentu tanpa membutuhkan (atau berhasrat) untuk menggeneralisasi kepada semua kasus seperti itu". Dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan dapat meningkatkan kegunaan informasi yang didapatkan dari sample yang sedikit. Sampling bertujuan. Sample-sampel ini dipilih karena merekalah nampaknya yang mempunyai pengetahuan banyak dan informatif mengenai fenomena yang sedang diselidiki oleh peneliti (Sastradipoera, 2005). *Purposive sampling* adalah metode yang sangat efektif untuk menjamin bahwa informan tepat terseleksi (Kolb, 2008)

Dalam penelitian ini akan diambil lima orang informan yang merupakan unsur pemimpin dalam pelaksanaan perpustakaan universitas UKSW. Kelima informan tersebut adalah:

- a. Direktur Perpustakaan Universitas
- b. Sekretaris Perpustakaan Universitas
- c. Kepala Bagian Layanan Teknis Perpustakaan Universitas
- d. Kepala Bagian Layanan Pengguna Perpustakaan Universitas
- e. Kepala Bagian Teknologi dan Sistem Informasi Perpustakaan Universitas.

### 3.3 Pengumpulan Data

Kesahihan dari sebuah penelitian salah satunya adalah ditentukan oleh kualitas pengumpulan data lapangan. Hal ini berarti berkaitan erat dengan metode pengumpulan data seperti apa yang paling tepat dalam penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 3.3.1 Wawancara Terstruktur

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi langsung dari informan. Peneliti menyiapkan terlebih dahulu daftar pertanyaan untuk tetap menjaga konsistensi dari tujuan penelitian. Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka dan terstruktur dengan alat bantu recorder dan catatan-catatan. Wawancara adalah sebuah teknik penelitian kualitatif yang menggunakan komunikasi personal antara peneliti dan subyek penelitian. Tujuan melakukan wawancara adalah untuk menambahkan wawasan kedalam perilaku pelanggan, memperoleh informasi faktual dan mengembangkan hipotesis penelitian kuantitatif (Kolb, 2008).

Dalam wawancara ini peneliti akan membuat terlebih dahulu pedoman wawancara yang mengarahkan jawaban informan pada persoalan-persoalan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dalam bauran pemasaran 4C. Sebagai uraian untuk pertanyaan-pertanyaan wawancara peneliti menggunakan sepuluh credo *marketing* (Kotler, Kertajaya, & Setiawan, 2010) sebagai pedoman wawancara, yaitu:

1. Cintai pelanggan dan hormati pesaing
2. Tanggallah terhadap perubahan, dan siapkah untuk berubah
3. Jaga reputasi kita, pastikan siapa diri kita sebenarnya

4. Pelanggan sangat beragam; sasarlah pelanggan yang mendapatkan manfaat paling banyak dari kita
5. Selalu tawarkan paket yang bagus dengan Harga yang wajar
6. Pastikan bahwa kita selalu ada untuk pelanggan, sebarkan berita baik
7. Raih pelanggan, pertahankan, dan kembangkan mereka
8. Apapun bisnisnya, akan selalu menjadi bisnis pelayanan
9. Selalu sempurnakan QCD (*Quality, Cost and Delivery*) dari proses bisnis
10. Kumpulkan informasi yang relevan, tapi gunakan kebijaksanaan dalam pengambilan keputusan akhir

### **3.3.2 Kajian kepustakaan**

Kajian kepustakaan disini dimaksud adalah sebuah teknik analisa terhadap berbagai sumber informasi seperti buku, artikel jurnal dan majalah baik tercetak maupun elektronik yang mendukung penelitian.

### **3.4 Analisis Data**

Analisis data yang dimaksudkan Disini adalah melakukan interpretasi terhadap data yang diperoleh apa adanya, hasil dari wawancara. Berikut langkah praktis yang bisa dilakukan pada waktu melakukan analisis data penelitian kualitatif menurut (Irawan, 2006):

#### **1. Pengumpulan Data Mentah**

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data mentah melalui wawancara, dan kajian pustaka. Wawancara dilengkapi dengan peralatan pendukung untuk merekam selama proses wawancara terjadi, seperti alat perekam dan catatan-catatan. Saat wawancara dilakukan, peneliti dapat juga melakukan Analisa data.

#### **2. Transkrip data**

Hasil wawancara terekam dan catatan wawancara diubah bentuk kedalam sebuah transkrip apa adanya.

#### **3. Pembuatan Koding**

Data yang telah diubah dalam bentuk traskrip dibaca ulang kemudian diorganisir secara rinci, lengkap dan sistematis, sehingga dapat memunculkan

gambaran mengenai topik yang sedang diteliti. Umumnya, kode terpilih adalah kode yang mudah diingat dan secara tepat mewakili topik.

#### 4. Kategorisasi Data

Data yang telah diorganisir kemudian disederhanakan dengan cara “mengikat” konsep-konsep atau kata kunci kategori-kategori. Bogdan & Biklen (1982) menunjukkan beberapa kode, yaitu:

- a. Kode berhubungan dengan konteks/ setting penelitian
- b. Kode berhubungan dengan pendapat, pandangan yang dipegang
- c. Kode berhubungan dengan proses
- d. Kode aktifitas yang berhubungan dengan perilaku yang ditunjukkan oleh subjek
- e. Kode berhubungan dengan peristiwa-peristiwa khusus yang terjadi atau dialami subjek
- f. Kode berhubungan dengan cara-cara subjek mengerjakan sesuatu
- g. Kode berhubungan dengan pola hubungan/ struktur hubungan antar subjek penelitian
- h. Kode berhubungan dengan metode penelitian yang dipakai oleh peneliti
- i. Kode sudah ditentukan sebelum pengumpulan data

#### 5. Penyimpulan Sementara

Penyimpulan yang dilakukan Disini didasarkan pada data murni yang telah dikumpulkan tanpa penafsiran dari peneliti.

#### 7. Penyimpulan Akhir

Kesimpulan akhir akan diambil ketika data yang sudah dirasa cukup jenuh, mengingat tambahan data baru akan menyebabkan tumpang tindih.

### 3.5 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di Perpustakaan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, berlangsung dari bulan Juni 2011.



## **BAB 4 PEMBAHASAN**

Di dalam bab ini akan diuraikan mengenai strategi pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana (PU-UKSW) Salatiga dengan mengacu pada wawancara yang dilakukan selama penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara kepada para pejabat perpustakaan di PU-UKSW selaku informan.

Ada 5 (lima) informan dalam penelitian ini yang keberadaannya disini disebut dengan PU-1 untuk Direktur Perpustakaan, PU-2 untuk Sekretaris Perpustakaan, PU-3 untuk Kepala Bagian Layanan Teknis, PU-4 untuk Kepala Bagian Layanan Pengguna dan PU-5 untuk Kepala Bagian Teknologi dan Sistem Informasi..

### **4.1. Profil Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga**

Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana (PU-UKSW) berdiri tanggal 20 Nopember 1956 bersamaan dengan berdirinya PTPGKI (Perguruan Tinggi Pendidikan Guru Kristen Indonesia) yang merupakan cikal bakal Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW).

Keberadaan PU-UKSW di tengah-tengah UKSW merupakan unit penunjang kegiatan akademik. Sebagai unit penunjang kegiatan akademik PU UKSW memiliki peran yang penting dalam mensuplai bahan-bahan yang dibutuhkan dan berkaitan erat dengan proses belajar mengajar, penelitian dan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh sivitas akademika.

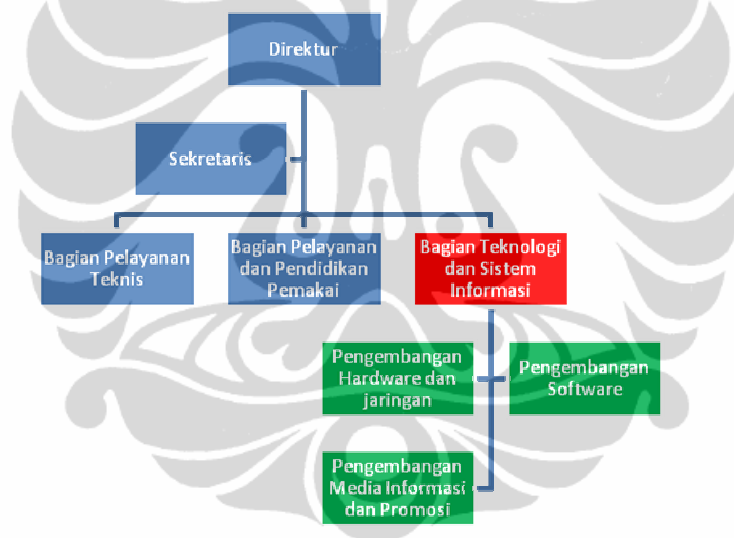
#### **Visi PU-UKSW**

Menjadi Perpustakaan Perguruan Tinggi yang memenuhi kualifikasi / standard internasional dengan menyediakan akses informasi intelektual, ilmu pengetahuan, budaya yang bertingkat internasional bagi komunitas akademis, dan secara aktif mempromosikan penggunaannya untuk menunjang kegiatan pembelajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat.

### Misi PU-UKSW

- Mengembangkan koleksi dalam berbagai format, termasuk koleksi cetak, pandang-dengar, dan media elektronik yang sesuai dengan standard nasional dan internasional
- Mengembangkan dan menyediakan fasilitas pemanfaatan informasi yang efektif kepada sivitas akademika dan pengguna lain yang terkait.
- Menyediakan sarana dan prasarana komunikasi data yang memungkinkan pengguna berbagi informasi baik secara lokal maupun global.
- Menyediakan lingkungan belajar yang kondusif melalui penataan ruang dan bangunan fisik.

### Sruktur Organisasi PU-UKSW



Gambar 4.1. Struktur Organisasi PU-UKSW

(sumber: Laporan Laporan Tahunan 2009/ 2010 PU-UKSW)

Dalam membantu memenuhi kebutuhan akan informasi secara cepat dan tepat, PU-UKSW menyajikan layanan-layanan pemakai secara langsung maupun tidak langsung dapat diakses oleh Pemakai yaitu:

a. Layanan Referens

Layanan Referens mengarahkan, menunjukkan, menggali, dan menelusuri informasi dari berbagai pusat informasi dan menyajikannya dalam bentuk cetak

maupun non-cetak sesuai dengan permintaan Pemakai dan aturan yang berlaku di PU-UKSW.

Jenis koleksi dalam Ruang Referens meliputi: Ensiklopedi, Kamus, Hasil-hasil Penelitian, Warta Perundang-undangan, dan lain-lain.

Jenis layanan Referens meliputi:

- Menjawab pertanyaan:
  - Menjembatani antara Pemakai dan informasi maupun sumber informasi.
  - Pertanyaan dapat disampaikan secara lisan, telepon, SMS, maupun e-mail ke layanan Referens.
- Bimbingan bagi Pemakai perpustakaan
  - Membimbing Pemakai dalam memanfaatkan fasilitas PU-UKSW seperti katalog, database jurnal, koleksi referens maupun strategi penelusuran informasi, penulisan sumber-sumber informasi dalam Tugas Akhir.
  - Bimbingan dapat diberikan atas inisiatif Perpustakaan atau berdasarkan permintaan dari pengajar, progdi, jurusan atau fakultas yang membutuhkan.
- Penelusuran informasi
  - Membantu Pemakai untuk dapat secara mandiri menelusuri informasi yang dibutuhkan baik dari koleksi PU-UKSW, internet, maupun sumber lain yang berasal dari dalam dan luar negeri.
- Melayani Pemustaka nonsivitas sesuai peraturan yang berlaku.

b. Meja Informasi Layanan

Meja Informasi akan membantu pemakai untuk mendapatkan informasi secara umum tentang PU-UKSW, prosedur administrasi, dan membantu Pemakai menelusuri katalog online (OPAC) yang telah disediakan oleh PU-UKSW.

c. Reserve

Koleksi yang tersedia meliputi buku-buku teks wajib dan anjuran yang jumlah eksemplarnya terbatas. Koleksi hanya dapat dibaca di tempat atau difotokopi, dilayani dengan sistem layanan terbuka.

d. Serial

Koleksi yang tersedia meliputi:

- Terbitan berseri (majalah, jurnal, koran dalam bentuk lepas dan bundel).
- Koleksi khusus (karya-karya sivitas UKSW, hasil simposium, lokakarya, prosiding, dan lain-lain).
- Tugas Akhir Mahasiswa dalam bentuk cetak dan digital. Khusus untuk koleksi ini, pemustaka tidak diperkenankan untuk memfotokopi, memfoto, mengunduh (download).

e. Sirkulasi

Layanan Sirkulasi memberikan layanan peminjaman, pengembalian, perpanjangan, dan pemesanan koleksi bagi anggota PU-UKSW. Koleksi sirkulasi terdiri dari buku-buku teks wajib, buku-buku teks anjuran, novel, serta koleksi lain yang mendukung perkuliahan

f. Multimedia

Koleksi yang tersedia meliputi semua informasi dalam berbagai format:

Kaset audio

Kaset video

CD audio

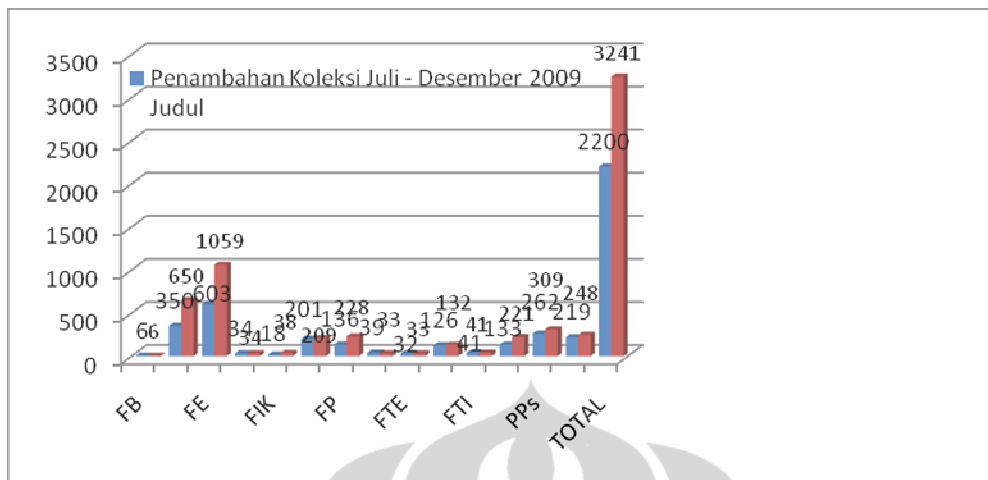
CD video

CD program

File komputer

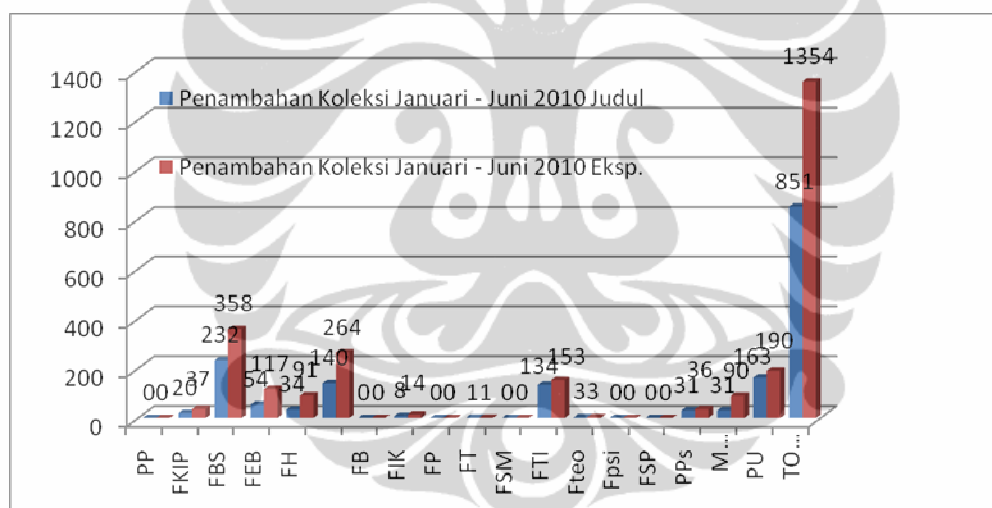
E-journal PU juga menyajikan jurnal elektronik yang dapat diakses secara gratis

Dalam Menjalankan perannya sebagai penunjang akademik di universitas PU-UKSW telah melakukan penambahan-penambahan koleksinya dalam memenuhi kebutuhan para penggunanya. Berikut gambaran penambahan koleksi yang terjadi di PU UKSW.



Gambar 4.2. Penambahan Koleksi Berdasarkan Jumlah Judul dan Eksemplar Periode Juli - Desember 2009

(sumber: Laporan Laporan Tahunan 2009/ 2010 PU-UKSW)



Gambar 4.3. Penambahan Koleksi Berdasarkan Jumlah Judul dan Eksemplar Periode Januari - Juni 2010

(sumber: Laporan Laporan Tahunan 2009/ 2010 PU-UKSW)

Akses jurnal elektronik yang dilanggan sendiri oleh PU-UKSW dan fasilitas dari langganan DIKTI mulai tahun 2008 ke beberapa vendor sebagai berikut:

Vendor	Judul Pangkalan data	Pendanaan	
		UKSW	DIKTI
EBSCO	1. Education Research Complete	√	
	2. Business Source Complete	√	
	3. Business Source Premier		√
	4. Academic Source Complete	√	

Vendor	Judul Pangkalan data	Pendanaan	
		UKSW	DIKTI
	5. Academic Source Premier 6. Communication & Mass Media Complete 7. Library Information Science & Technology Abstracts with FullText 8. Computers & Applied Sciences Complete 9. Psychology & Behavioral Sciences Collection 10. MEDLINE with fulltext 11. Regional Business News (Free karena melanggan no. 3 & 5)	√ √ √ √	√ √
GALE	1. InfoTrac Science Coll. 2. InfoTrac Humanities & Education Coll.		√ √
ProQuest	1. ProQuest Arts Module 2. Humanities – ProQuest Religion 3. Science – ProQuest Agriculture J. 4. Science – ProQuest Biology J. 5. Social Sc. – ProQuest Sociology		√ √ √ √ √

Tabel 4.1. Vendor dan judul pangkalan data terpasang yang dapat diakses UKSW (sumber: Laporan Laporan Tahunan 2009/ 2010 PU-UKSW)

Sumber Daya Manusia yang dimiliki PU-UKSW saat ini hampir 90% staf tetap berada dalam rentang usia 40 – 53 tahun. Dalam 3 tahun ke depan 5 orang staf akan memasuki masa purna-tugas. Penyusutan staf secara alamiah (8 orang) dalam hampir 10 tahun terakhir ini tidak diikuti dengan pengisian pegawai tetap yang baru, kecuali: rekrut baru 2 orang belatar belakang pendidikan S1 elektro dan S1 programming (ybs awal tahun 2010 mengundurkan diri dari UKSW), dan menerima mutasi pegawai (2 orang) dengan kualifikasi pendidikan dan kompetensi, pada awalnya, yang tidak sesuai dengan kebutuhan rencana pengembangan SDM PU.

No.	Kualifikasi Pendidikan	Jumlah	Keterangan
1	Magister Bidang Ilmu Perpustakaan	3	
2	Magister Bidang Lain + Minor IP	1	S <sub>1</sub> / S <sub>2</sub> - Pendidikan
3	Sarjana Ilmu Perpustakaan / IP	1	Sedang studi lanjut S <sub>2</sub> IP - UNPAD

No.	Kualifikasi Pendidikan	Jumlah	Keterangan
4	Diploma (D <sub>2</sub> /D <sub>3</sub> ) IP	3	1 (tetap) sedang studi lanjut S <sub>1</sub> FTI/SI
5	Diploma non IP	1	
6	Sarjana + Minor / D <sub>2</sub> IP	2	
7	Sarjana non IP	3 + 2 = 7	1 (tetap) sedang studi lanjut S <sub>2</sub> IP- UI
8	SMA / SMK	9 + 10 = 21	1(tetap) – studi lanjut S <sub>1</sub> – FTI/SI; 1(tetap) _ cuti sakit per-01 April 2010; 5 (paro waktu) sedang kuliah D2 IP - UT
9	SMP	3	2 sedang kejar paket A
10	Cleaning Service	5	

Tabel 4.2. Kondisi staf PU berdasarkan kualifikasi pendidikan  
(sumber: Laporan Laporan Tahunan 2009/ 2010 PU-UKSW)

#### 4.2. Visi-Misi Organisasi

Dalam sebuah perencanaan pemasaran visi dan misi menjadi suatu pedoman dan arahan yang dipegang oleh perpustakaan dalam melakukan segala aktivitas pemasarannya. Visi dapat digambarkan sebagai sebuah gambaran pernyataan masa depan yang diinginkan perusahaan atau lembaga. Menjelaskan apa cita-cita perusahaan yang akan diwujudkan dan dicapai. Untuk menggambarkan ini, sebuah perusahaan atau lembaga perlu menciptakan sebuah gambaran mental masa depan yang memberi gambaran pada misi perusahaan. (Kotler, Kertajaya, & Setiawan, 2010)

Saat wawancara dilakukan dalam rangka menggali apakah perpustakaan memiliki visi-misi dalam pelaksanaannya para informan menjawab sebagai berikut:

“Kesannya Kita tidak melakukan breakdown dari visi misinya universitas. Kesan sementara langsung buat sendiri. Tidak melihat apa yang menjadi visi misinya universitas. Saat ini visi-misi universitas masih *research university*. Secara konkrit kita belum melakukan revisi terhadap visi-misi perpustakaan universitas.” (PU 1)

“Visi misi saya tidak yakin bahwa secara resmi kita punya. Setiap orang memiliki visinya sendiri. Masalahnya kita tidak bisa mengakui visi misi masing-masing orang seperti visi misi perpustakaan itu yang pertama. Kedua tidak ada usaha juga untuk menggabungkan visi-misi dari masing-

masing orang, apa maunya dan apa keinginannya tentang perpustakaan ini kemudian ngobrolin jadi satu ngerumusin bareng-bareng. Tidak ada usaha untuk itu atau kalau ada usaha saya tidak tahu mungkin terjadinya sebelum masa saya. Kalau ada dan saya tidak mengetahuinya, itu tidak dikembangkan dengan baik. tidak digunakan sebagai landasan bekerja, tidak digunakan sebagai goal pandangan akhir bahwa kita harus ke situ.” (PU 2)

Kelemahan pertama ada di SDM, saya melihat, yang kedua saya melihat ketidak seriusan antara PU1 dan PU2. Karena mereka tidak jelas arahnya mau kemana. Saya rasa [staf] kurang memahami, kalau tahu tidak semua tahu. (PU 3)

“Visi-misinya apa ya? Ya saya sih melihatnya kita itu kurang paham dengan visi-misi yang dimiliki. Masalahnya jarang dibicarakan hehehe...” (PU 4)

“Kalau visi dan misi saya nggak paham, yang penting mensupport operasional perpustakaan” (PU 5)

Disini nampak bahwa visi PU-UKSW kurang menjawab apa yang menjadi visi UKSW, sementara pemahaman terhadap visi dan misi PU-UKSW nampaknya tidak dipahami secara baik oleh staf.

Dalam sebuah perencanaan kurangnya pemahaman terhadap visi dan misi dapat menyebabkan aktivitas-aktivitas yang dilakukan tidak memiliki tujuan yang jelas dan terarah, sehingga pencapaian dan tahap-tahap pencapaian perpustakaan universitas sebagai unit penunjang akademik tidak akan terpenuhi dengan baik dan mengkhawatirkan masa depan keberadaan perpustakaan universitas di tengah-tengah lingkungannya. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kotler bahwa perusahaan atau lembaga membutuhkan sebuah visi, visi menuntut sebuah strategi, strategi memerlukan sebuah rencana, dan rencana memerlukan sebuah aksi. Pepatah Jepang mengatakan: “Visi tanpa aksi adalah mimpi disiang hari. Aksi tanpa visi merupakan mimpi buruk.” (Kotler, 2003)

### 4.3. Segmentasi

Segmentasi dalam perpustakaan menyediakan dasar praktis untuk pengembangan layanan. Segmentasi adalah proses mengidentifikasi kelompok pengguna dan *stakeholders* yang memiliki kebutuhan yang sama dan dapat dibuat penawaran yang berbeda, atau yang dapat mengharapakan paket layanan yang berbeda. (Kendrick, 2006)



Sebuah penawaran produk atau layanan kepada para pengguna, calon pengguna dan *stakeholder* akan menjadi efektif jika mengetahui secara pasti siapa pengguna, calon pengguna dan *stakeholder* yang akan kita sasar sebagai *target audiens*. Melalui proses segmentasi sebuah produk atau layanan juga dapat dikembangkan untuk pengguna, calon pengguna dan *stakeholder* dengan tepat. Disinilah peran penting segmentasi didalam pemasaran. Karena sesungguhnya tujuan utama dari pemasaran adalah produk atau layanan sampai kepada pengguna dan dapat memuaskan pengguna. Dalam wawancara dengan informan, nampaknya masalah segmentasi di PU-UKSW belum menjadi sebuah fokus dan alasan yang kuat untuk diperhatikan secara serius dalam melakukan kegiatannya. Hal ini nampak dalam jawaban dari para informan sebagai berikut:

“Untuk pensegmenan masih secara mengalir saja belum secara serius menggarap itu. Kita sebatas melayani permintaan, sasaran kita untuk mengintegrasikan dengan matakuliah metodologi penelitian.” (PU 1)

“Segmentasi pasti ada, kita tidak bisa menyamaratakan semua pengguna, kita harus melihat apa yang kita berikan pada siapa.” (PU 2)

“Saya melihatnya kok masih secara umum ya... perpustakaan masih memperlakukan sama untuk semua pemakainya.” (PU 3)

“Perpustakaan nggak pernah meneliti konsumennya sejauh seperti apa, mereka datang masih tentang buku, atau apa yang berkaitan dengan mata kuliah sebatas itu saja. Nggak sampai mengkhususkan segmen” (PU 4)

“Untuk segmentasi kita belum benar-benar melakukannya, tapi dari pantauan yang ada kebanyakan pengguna di perpustakaan khususnya yang menggunakan fasilitas komputer dan internet adalah mereka yang mengerjakan tugas.” (PU 5)

Jawaban informan PU 4 menarik untuk disoroti. PU 4 menambahkan keterangan bahwa PU-UKSW tidak pernah melakukan penelitian terhadap konsumennya. Tentu saja penelitian yang dimaksud disini adalah penelitian yang terstruktur dan berkala dalam program kerja dari PU-UKSW.

#### **4.4. Target atau ambisi yang terukur**

Perpustakaan perlu memiliki sebuah ambisi yang terukur untuk rencana pemasaran dalam rangka pencapaian visi-misi (Kendrick, 2006).

Ambisi yang terukur atau target ini merupakan sebuah pegangan untuk melihat dan mengetahui secara pasti tentang ketercapaian dari sebuah pemasaran perpustakaan baik jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang. Hal ini juga menjadi tolok ukur untuk membuat suatu perbaikan atau peningkatan terhadap rencana pemasaran yang akan datang.

Dalam wawancara terungkap bahwa ada kebijakan mutu universitas adalah *excellent achievement*, yang menurut PU 1 ini menjadi Target dari Universitas dan yang seharusnya juga menjadi target dari PU-UKSW. Target atau ambisi terukur yang selama ini menjadi pegangan para staf merupakan inisiatif dari masing-masing staf dan belum dirumuskan atau diformulasikan menjadi target yang dimiliki oleh lembaga atau kalau pun ada target dari pimpinan perpustakaan dirasa belum dikomunikasikan ke semua staf, dan tidak berkesinambungan. PU 3 memandang selama ini PU-UKSW belum memiliki alat ukur untuk pencapaian target tersebut.

Hal ini terungkap dalam wawancara sebagai berikut

“Universitas sekarang kebijakan mutunya yang ditetapkan adalah *excellent achievement*.” (PU 1)

“Kita tidak punya target pasti, target kita lebih pada *on the spot* pada saat ini saja, tidak ada kesinambungan antara target yang satu dengan target yang lain. Target-target tersebut tidak tersusun secara sistematis sehingga tidak dapat diukur. Faktanya belum ada upaya merumuskan bersama, yang ada kita sekedar memanfaatkan bersama.” (PU 2)

“Target hanya sekedar target, karena tidak dikomunikasikan dengan staf perpustakaan satu dengan yang lain, keinginan saya pribadi sasaran mutulah yang pertama. Seharusnya dikomunikasikan ke seluruh staf, karena yang melakukan semua staf. Komunikasi antara kebutuhan dengan apa yang dikatakan sasaran mutu perpustakaan kita yang nggak sesuai.

Untuk pelayanan teknis sudah mulai dengan target, misalnya pengolahan satu minggu 50 judul. Dan alat kontrol ada di pak edi, karena di pelayanan teknis merupakan satu kesatuan, dari depan sampai belakang. Prosedur yang sudah dibuat akan diterapkan dengan sungguh-sungguh.

Yang kedua alat ukur yang belum kita punya. Nanti akan mencoba memberikan kepada teman-teman semua pekerjaan yang dikerjakan hari itu harus ada datanya.” (PU 3)

“Target secara formal sih kayaknya tidak dirumuskan, yang ada hanya sekedar meningkatkan pencapaian sekarang lebih baik dari yang lalu dan yang akan datang lebih baik dari yang sekarang..., hehehehe saya juga bingung sendiri.” (PU 4)

“Susah dijelaskan ada target atau nggak, kayaknya semua berjalan mengalir saja.” (PU 5)

#### **4.5. Positioning**

*Positioning* sebuah produk atau sebuah layanan memiliki implikasi (a) memutuskan segmen terhadap pasar produk atau layanan yang kita tarik (b) manfaat kunci atau kedudukan apa yang ingin kita soroti dalam produk atau layanan kita dan (c) bagaimana manfaat/kedudukan produk atau layanan kita menawarkan perbedaan, atau kemiripan dengan penawaran yang bersaing lain. Dapat dicatat bahwa organisasi (perpustakaan atau sebuah pusat informasi) yang memasarkan produk atau sebuah layanan, mengkomunikasikan posisinya harus menempati dalam benak klien melalui berbagai elemen bauran pemasaran seperti desain produk/layanan, harga/tarif langganan, model penyampaian produk dan iklan atau bentuk komunikasi lain pada klien (Koshy, 1999).

Dari hasil wawancara dengan para informan diketahui bahwa melihat kondisi PU-UKSW saat ini mereka memosisikannya dengan berbagai macam ungkapan. PU 1 misalnya mengungkapkan bahwa perpustakaan saat ini dilihat sebagai pusat pengetahuan yang unik. Unik dalam artian memiliki ciri khas dibandingkan yang lainnya. Nampaknya PU 1 melihat bahwa PU-UKSW harus memiliki diferensiasi dari lembaga penyedia layanan informasi yang mirip dengan PU-UKSW.

“Saya masih melihat perpustakaan pusat pengetahuan yang terstruktur, memang informasi bebas terdapat dimana-mana orang bisa peroleh informasi tu tidak hanya melalui perpustakaan meskipun perpustakaan menyediakan akses kemana-mana, tetapi terstrukturnya adalah dalam rangka pengembangan pengetahuan yang memang ada pada jalur... jadi maksudku mahasiswa ambil program studi tertentu atau dosen meneliti bidang tertentu nah itu kan suatu program yang terstruktur di universitas ini yang dikembangkan di universitas ini. Jadi kalau dia cari informasi sejenis itu ditempat lain yang tidak mengembangkan satu pengetahuan yang sama itu tidak akan ia dapatkan dia hanya akan dapatkan itu melalui perpustakaan ini. Knowledge centre dan unik.” (PU 1)

Sedangkan PU 2 nampaknya melihat bahwa PU-UKSW diposisikan sebagai “warung mama”, warung milik ibu. Siapapun yang menginginkan silahkan masuk kalau cocok silahkan ambil, dan kalau tidak, adanya memang hanya itu saja.

“Perpustakaan kita saat ini ibarat seperti warung mama, warung ibu, ini yang kita sediakan anda mau datang silahkan, kalau tidak juga nggak masalah, kita akan memasak dengan baik menyediakan layan dengan baik, kalau di tempat lain ada kaya model delivery, terima pesanan lewat email,

telepon yah itu kan mereka, kita usahakan kalau nggak bisa ya nggak apa-apa.” (PU 2)

Dalam keberadaannya di tengah-tengah aktivitas masyarakat akademis PU-UKSW masih kurang tanggap terhadap perubahan yang terjadi di sekitarnya. Hal ini salah satunya karena SDM yang dimiliki dan yang seharusnya menguasai sistem yang terintegrasi tersebut ternyata tidak mampu melakukan hal-hal yang seperti diharapkan. PU-UKSW menurut PU 4 tidak jelas posisinya.

“Saya melihat perpustakaan yang sekarang hanya berjalan di tempat tidak cepat tanggap terhadap perubahan informasi yang ada fasilitas ada teknologi tidak bisa dioptimalkan karena SDM dan penguasaan pada sistem secara full yang kurang” (PU 3)

“Kalau sekarang perpustakaan masih seperti yang dulu, tidak jelas posisinya, sebagai unit penunjang apa yang menunjang unit...” (PU 4)

“Perpustakaan nggak berani unjuk gigi, masih seperti dulu, hanya gudang buku, pendekatan datang ke fakultas sejauh yang saya tahu tanggapan mereka kurang serius biasa saja...” (PU 5)

Dari wawancara yang dilakukan juga terungkap keinginan masa depan dari posisi PU-UKSW di tengah-tengah masyarakat akademis yaitu sebagai Pusat pengetahuan yang unik yang menjadi tujuan bagi sivitas akademika untuk menggali pengetahuan dan *refreshing*, yang peka terhadap perubahan, serta pada akhirnya bisa menjadi *One Stop Solution*.

Berikut jawaban dari wawancara yang dilakukan:

“Kedepannya Kunci diatas semuanya adalah perencanaan. Idealnya kita merencanakan.

Seharusnya perpustakaan menjadi *destination* lain selain kelas, kalau mereka tidak kuliah akan merasa butuh ke perpustakaan, atau pun juga kalau tidak ada kuliah daripada di kost mereka lebih baik ke perpustakaan. Mengapa bisa demikian karena kita berpikir cara mereka, daripada kemana-mana lebih baik ke perpustakaan.” (PU 2)

“Perpustakaan harus kembali pada fungsinya yang dapat membuat lebih hidup.” (PU 4)

“Kedepannya ya mestinya perpustakaan dapat memenuhi semua kebutuhan dari sivitas akademika dan melayani lebih baik Saat ini perpustakaan terlalu kaku. perpustakaan rasanya identik dengan buku, hanya orang yang mau belajar yang datang ke perpustakaan, dan kalau kaku kayaknya nggak asyik...”

Dari sisi SDM, untuk pendidikan masih kurang, kalau memang ada mahasiswa yang bingung menurut saya perpustakaan kurang jempot bola, kurang ramah melihat, kebanyakan staf tetap yang sudah berumur, melihat perpustakaan masih seperti dulu, terlihat kaku. Saat ini perpustakaan tidak diperlakukan sebagai jantung.

Kedepannya perpustakaan harus bisa menjadi *One stop solution*, solusi apa saja, bingung dengan perkuliahan mereka datang ke sini, stress datang ke sini dengan baca buku atau dengan hiburan apa yang kita sediakan disini refreshing..

Kedepannya aku harap perpustakaan sebagai tempat yang lebih enak, Perpustakaan lebih asyik kalau jadi tempat *refresing* bagi mahasiswa..., nggak hanya untuk belajar serius... bisa melanggan tv kabel.

Kedepannya perpustakaan harus bisa menjadi *One stop solution*, solusi apa saja, bingung dengan perkuliahan mereka datang ke sini, stress datang ke sini dengan baca buku atau dengan hiburan apa yang kita sediakan disini refreshing..." (PU 5)

#### **4.6. Product=Costumer needs/wants/solution**

Dalam bauran pemasaran *Product=Costumer needs/wants/solution*, merupakan elemen yang pertama. Elemen ini sangat menentukan dalam marketing karena elemen ini merupakan sesuatu yang dipertukarkan antara penyedia layanan dan pembeli. Sebagai yang memiliki nilai pertukaran maka kemanfaatan dari produk/layanan mutlak bagi pelanggan. Produk dan layanan apa yang harus disediakan sebagai bagian dari layanan perpustakaan modern, dan bagaimana penawaran ini harus dibuat untuk pengguna dan non pengguna? (Kendrick, 2006)

Menurut PU 1 jika dikaitkan dengan visi misi Universitas sebagai lembaga induk PU-UKSW yaitu *Research University*, maka dirasa koleksi yang dimiliki sekarang tidak menopang. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pengguna melalui penyediaan layanan dan koleksi PU-UKSW menempatkan orang untuk melakukan pengembangan koleksi riset dengan seleksi yang lebih terarah untuk fakultas-fakultas meskipun belum maksimal. Saat ini menurut PU 2 penelusuran informasi hanya dilakukan dalam bentuk paket-paket yang diminta saja.

“Dalam kaitannya dengan visi-misi universitas koleksi sudah jelas tidak menopang. keprihatinan mendasari adalah pada koleksi. Upayanya kita mencari orang untuk ditempatkan di situ tapi memang serba sulit, melihat dari orang yang ada antara dua pustakawan yang ada satu diantaranya lemah dari bahasa asing, kalau kita ingin mengembangkan koleksi-koleksi riset kita bantu untuk melakukan seleksi yang sudah lebih terarah untuk ke

fakultas-fakultas tidak sekedar hanya memberitahukan ini ada informasi yang baru tetapi justru bagaimana kita mendasarkan pada koleksi yang ada itu kayak apa? Dibidangmu adanya seperti ini ditopang dengan data seperti ini kalau perlu kita layani sekaligus data dari mahasiswa kan sebetulnya tinggal minta. Atau penawaran-penawaran yang bersifat untuk *e-journal* lebih khusus. Sementara kalau dikasih ke teman yang lain kelihatan kompetensinya itu untuk literasi informasi jadi sayang juga kalau ditempatkan di situ.” (PU 1)

Sedangkan PU 2 melihat bahwa untuk menjawab kebutuhan dan solusi pengguna melalui koleksi dan layanan perpustakaan, PU-UKSW memanfaatkan dana-dana bantuan yang ada untuk menambah koleksi dan fasilitas. Namun demikian penambahan tersebut disesuaikan dengan kemauan pemberi dana. Menurutnya dengan dana tersebut Sebenarnya PU-UKSW tidak bisa banyak berbuat banyak.

“Persepsi mereka terhadap koleksi tidak memenuhi kebutuhan mereka dari jumlah ataupun tahun terbitan.

Upaya yang dilakukan memanfaatkan beberapa dana untuk melengkapi kekurangan seperti dana dari PHKI, Bank Mandiri dan beberapa yang lain digunakan untuk menambah jumlah koleksi dan tidak hanya koleksi cetak termasuk juga *e-journal*, fasilitas, penambahan PC juga merupakan cara yang dilakukan.

Katakanlah pemberi donor mensyaratkan mau mengasih buku yang eksakta dan perpustakaan menghubungi fakultas eksakta untuk mengusulkan koleksi yang dibutuhkan dalam kurikulum mereka. Jadi bukan semata perpustakaan sendiri tapi harus ada keterlibatan fakultas sebagai pengguna. Mengapa fakultas karena yang paling gampang dihubungi, tapi karena salah satunya yang disyaratkan adalah buku ajar dan yang menentukan adalah dosen kurikulumnya seperti apa dan bagaimana menjelaskan kurikulum itu sementara mahasiswa pengguna dari buku-buku yang disediakan.

Beda kalau yang diadakan adalah buku referensi kuliah, kita membuka usulan mahasiswa atau pengajar tapi itu lama, maka jalur itu diadakan tidak dengan dana bantuan.” (PU 2)

PU 3 menjelaskan bahwa untuk menarik para pengguna sekaligus memenuhi kebutuhan mereka, maka upaya yang dilakukan adalah dengan mengkomunikasikan produk yang ditawarkan penerbit ke fakultas-fakultas untuk melakukan seleksi sesuai kebutuhan mereka. Selain itu dari bidang pelayanan teknis juga melakukan upaya mempercepat pengolahan koleksi untuk siap disajikan dan diakses pengguna dan membuat prosedur pengolahan

yang lebih efektif dan efisien. Aktivitas lain yang dilakukan dalam rangka mendorong kemanfaatan produk ini diadakan pula pertemuan dengan koordinator perpustakaan dari fakultas yang rutin dilakukan, sayangnya kegiatan ini saat ini macet.

Biasanya kita mencoba dari produk yang ditawarkan oleh penerbit mengkomunikasikan dengan pihak unit atau fakultas yang tahu persis kebutuhannya. Permasalahan yang menjadi kendala adalah [mereka] sering tidak menyampaikan kembali tapi [itu] sebagian kecil. ada yang membeli tapi tidak [meng]komunikasi[kan] dengan kita.

Biasanya berkaitan dengan buku ajar. Dari fakultas jarang memberi catalog fakultas untuk jadi acuan kami, hanya beberapa fakultas saja.

Disamping surat, melalui telepon, dari fakultas hanya mencentang saja [daftar], nanti kita yang mengelis lagi. Biasanya dari data yang diberikan [kepada pihak fakultas] (PU 3)

Meminta masukan dari dosen dan fakultas untuk buku-buku yang dibutuhkan.

Yang paling jelas pengadaan buku, kita memang minta ke dosen ke fakultas-fakultas, buku-buku yang dibutuhkan apa, dari bagian teknis memberi semacam formulir kebutuhan buku dari fakultas baru masuk kita pengatalogan buku-buku yang diminta, kalau ini memang sudah jalan tapi efektifitasnya yang perlu ditanyakan karena kan beda dengan mahasiswa yang datang ke sini, jadi kebutuhan itu kayaknya mereka membutuhkan buku itu nggak satu judul jadi ada dari rangkaian penelitian mereka tentang apa yang dilakukan tentang apa, kalau kita menyediakan terlalu sedikit dibanding dengan yang lain. untuk mereka juga akhirnya anu...yang kita menyediakan [database] jurnal elektronik kalau jurnal yang dikumpulkan kelihatannya sudah nggak ada penambahan..

Data buku yang sering digunakan itu apa..apa.. kelihatannya buku sosial masih sangat tinggi dibanding dengan buku-buku lain atau apakah ilmu itu digunakan oleh beberapa fakultas. (PU 4)

Selain itu menurut PU-5 penyediaan fasilitas teknologi untuk mempermudah pengguna melakukan akses ke perpustakaan dan koleksi yang dimiliki perpustakaan juga menjadi upaya yang dilakukan agar dapat menjadi tempat pemecahan masalah yang dihadapi pengguna. Memberikan fasilitas kepada pengguna untuk lebih memudahkan mereka dalam menyelesaikan tugas-tugasnya khususnya yang dapat didukung dengan teknologi informasi dan komunikasi.

Bagiku tsi itu lebih ke support sebetulnya. Bagaimana mendukung teman-teman di bagian lain dan mendukung operasional perpustakaan. Jadi karena dari beberapa seminar teman-teman yang bergelut di bidang yang sama, juga dilihat dari SDM-nya, karena aku dari elektro yang nggak ada

latar belakang perpustakaan kalau menurutku lebih enak. TSI hanya murni *support* jadi nggak masuk ke operasional perpustakaan seperti katalog, seperti koleksi digital itu harus dikatalog apanya. Tapi aku lebih menemani mereka.

Kami menyediakan ruang multimedia karena dulu sebetulnya komputer sudah tersaji beberapa bulan nggak terpakai dan bagaimana caranya komputer itu berguna bagi pengguna. Akhirnya dengan berbagai ketakutan kalau nanti mahasiswa bebas memakai nanti virusnya bagaimana dan segala macam. Tapi kan hal-hal semacam itu belum terbukti kalau belum dilaksanakan, nekat saja waktu itu jumlahnya masih 28 unit di ruang E atau ingin dibuka umum jadi semua bisa pakai. (PU 5)

#### 4.7. Price=Cost

Sesungguhnya ada biaya transport, waktu dan tenaga (termasuk berhadapan dengan birokrasi proses perpustakaan), atau biaya kesempatan lain bagi pengguna ketika mempertimbangkan menggunakan layanan perpustakaan (Kendrick, 2006). Persoalan penentuan Harga dalam perpustakaan bukan menjadi yang utama, bahkan hingga saat ini agak sedikit tabu jika membicarakan Harga di depan pengguna perpustakaan.

Dalam konsep elemen bauran pemasaran mengenai Harga, sesungguhnya yang ditekankan di sini adalah lebih kepada nilai pertukaran antar pemberi produk atau layanan dengan penerimanya. Tentu saja konsep ini pada akhirnya sangat berkaitan erat dengan segmentasi. Penentuan segmen yang tepat akan membuat nilai pertukaran tinggi.

Namun dalam wawancara yang dilakukan nampaknya konsep *Price* lebih kental dipahami dari pada konsep *Cost*. Oleh karena itu strategi yang dilakukan dalam kaitan dengan elemen ini adalah mengupayakan semua layanan yang ada di perpustakaan gratis. Bahkan PU 2 mengatakan tidak ada strategi untuk itu, karena memang selama ini diberikan dengan tanpa biaya.

Harus dibilang tidak ada juga, karena sekali lagi tidak ada strategi secara utuh atau rencana pekerjaan. Kalau sudah dikerjakan ya sudah tidak ada evaluasi perlu diperbaiki atau tidak ya sudah berhenti sampai di situ.

Strategi institusi tidak ada tapi petugas punya cara sendiri untuk memenuhi kebutuhan mereka. (PU 2)

Menurut PU 1 salah satu cara yang dilakukan agar nilai pertukaran tersebut lebih menguntungkan pengguna, maka salah satunya adalah dengan



mengakomodasi kebutuhan pengguna, sehingga mereka dapat merasakan manfaatnya ketika berada di perpustakaan.

Untuk Price kita mengupayakan semua gratis, kecuali yang berhubungan dengan cetak dan CD. Mengakomodasi kebutuhan mereka, dan banyak dosen-dosen berbondong-bondong untuk menanyakan bagaimana caranya supaya karya mereka dimuat. (PU 1)

Sementara PU 3 melihat bahwa Sebenarnya pengguna khususnya mahasiswa telah membayar fasilitas yang diberikan perpustakaan kepada mereka melalui uang kuliah yang mereka bayarkan di depan. Namun demikian masih tetap kesan gratisnya lebih menonjol.

Rata-rata gratis, itungannya mereka [mahasiswa] kan sudah membayar. Pesanan disini masih jenis, kalau nyari buku nggak ada baru dia pesan, kalau bukunya datang itu kita pesan. Jika buku yang dicari gagal kemudian dicatat terus baru nanti dia datang kita kasih tahu ternyata sedang diperbaiki, ternyata... Kadang-kadang ditawarkan untuk penggantian buku yang tidak ditemukan dengan judul yang mirip-mirip. (PU 4)

Selain itu melalui peningkatan kecepatan internet untuk mengakses koleksi-koleksi yang dibutuhkan juga dilakukan. Hal ini semata-mata dilakukan untuk memberi kesan kemanfaatan yang dirasakan oleh pengguna. Namun demikian ada kesulitan yang dialami mengingat ketergantungan ITC dengan unit di luar perpustakaan, seperti yang dinyatakan PU 5:

Itu yang kita mengalami kesulitan karena terutama untuk internet kita ngikut ke BTSI [penanggung jawab jaringan internet Universitas], kita nggak bisa beli sendiri karena selain harga juga keamanan yang menjadi masalah. Jadi murni bergantung pada unit BTSI yang terkadang juga memantau penggunaan bandwidth... kalau kurang besar kita bisa minta tambah. (PU 5)

#### **4.8. Place=Convenience**

Elemen yang berikutnya dalam bauran pemasaran adalah *Place=Convenience*. Elemen ini dari bauran pemasaran adalah semua tentang saluran atau *'routes to market'*. Kita butuh menggunakan layanan penyampaian yang efektif dan efisien pada pengguna. dalam pendekatan modern mempertimbangkan *'place'* bukan tempat fisik yang sederhana tetapi

lebih pada tempat yang lebih abstrak – banyak cara menyampaikan layanan: statis atau jarak jauh (Chowdhury, et al., 2008).

Untuk membuat nyaman para pengguna perpustakaan menurut PU 1 adalah dengan menambahkan fasilitas yang membuat mereka betah untuk tetap tinggal di perpustakaan. Menurutnya salah satunya adalah dengan memasang wifi dalam perpustakaan yang nantinya akan memperkuat akses pengguna ke internet.

... menambahkan steker listrik di teras dan setiap lantai perpustakaan.  
Upaya untuk mendongkrak kunjungan mungkin nggak difasilitasi untuk bisa melakukan akses di perpustakaan dengan wifi yang diperkuat di setiap lantai dan memasang keterangan 'hotspot area' di setiap lantai.  
Faktanya kelihatan signifikan dengan penambahan fasilitas tersebut. Apakah mungkin dari mulut ke mulut. (PU 1)

Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh PU 5 dan PU 4 yang menambahkan strategi yang digunakan dengan menerapkan sistem terbuka, khususnya di Sirkulasi.

Kita rasanya sampai sekarang baru sistem terbuka, ini kelihatan dan mayoritas mereka kepuasan paling tinggi membawa pulang.  
Upaya peningkatan membuat mereka senang nggak ada. Tetap pada kebebasan mereka mencari informasi.  
[Menyediakan fasilitas PC untuk membaca] Skripsi [digital], jurnal.  
Semaksimal mungkin mereka [staf layanan] membantu kebutuhan pengguna. Menyediakan [layanan] meja informasi (PU 4)

Disediakan komputer dan ruang ber-AC supaya nyaman dan Internet dengan kecepatan 1 Mega, membebaskan pengguna untuk instal program yang dibutuhkan, tapi nggak sering terjadi karena program yang dibutuhkan kebanyakan disediakan disana sudah memenuhi.  
Memberikan peluang pada pengguna untuk menggunakan dengan leluasa.  
Disediakan juga printer tapi tidak gratis. Bakar CD juga begitu.  
Berdasarkan pengalaman ada mahasiswa yang bakar-bakar CD dan waktu itu belum diputuskan CD disediakan oleh Perpustakaan mereka membawa banyak CD sendiri dan akhirnya optic jebol, ... dari pengalaman itu... sekarang ditetapkan Harga... cd dari kita untuk membatasi. Dan akhirnya muncul kebijakan itu.  
Akses internet diberikan kepada mereka bebas menggunakan sesuai dengan regulasi disini..  
Disediakan pula ruang multimedia. Intinya bagi saya yang terpenting adalah menggunakan fasilitas yang tersedia di sini. Sampai sekarang dengan penambahan unit itu belum full. (PU 5)

#### 4.9. Promotion=Communication

Promosi dan advokasi dapat menjadi sebuah perpaduan periklanan, promosi penjualan, *public relations* dan kehadiran di suatu kegiatan, atau mengunjungi kelompok pelanggan khusus mendiskusikan perpustakaan dan layanannya (Kendrick, 2006). Kunci sebuah produk/layanan digunakan oleh pengguna adalah karena mereka telah mengetahui atau minimal pernah melihatnya.

Bagaimana perpustakaan dikomunikasikan nampaknya strategi yang dilakukan oleh PU UKSW belum maksimal dan menyentuh pada pengguna secara umum. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh PU 1

“Komunikasi bisa berjalan tetapi *mem-follow-up-nya* yang belum.” (PU 1)

Sementara PU 2 melihat komunikasi yang dilakukan memanfaatkan media yang tersedia di dalam kampus baik di perpustakaan maupun di luar perpustakaan. namun demikian disadari bahwa media yang ada memiliki keterbatasan. Sementara hubungan yang dibangun selama ini masih pada tataran pemenuhan kebutuhan para pengguna, belum sampai pada eksistensi pengguna.

Kita memanfaatkan sebanyak mungkin media yang tersedia, pemanfaatan bulletin senin web PU, web UKSW bila dipandang perlu menggunakan surat, e-mail cara pertama, brosur tidak semua digunakan.

Intinya adalah mencapai sebanyak mungkin mata target yang kita mau tapi belum semuanya, kalau bulletin lebih banyak yang akan membaca dan mereka yang tidak sering datang di kebaktian senin ada kemungkinan membaca.

Penggunaan email kita menyasar pengguna yang setiap hari cek email, yang tidak tercakup tersebut kita sebisa mungkin memasang spanduk, brosur-brosur.

Hubungan yang selama ini dilakukan lebih kepada menangkap kebutuhan mereka jadi masih pada pemenuhan kebutuhan, bagaimana perpustakaan bisa menyediakan. Ada konsistensi kesesuaian antara apa yang dibutuhkan pengguna dengan apa yang kita sediakan dengan menggunakan pertemuan coordinator perpustakaan dari setiap fakultas. Biasanya diadakan sebulan sekali, tapi sejak periode sekarang ini belum ada karena ada fakultas yang meniadakan coordinator perpustakaan.

PU 3 melihat bahwa promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh PU-UKSW belum dilakukan secara terang-terangan. Demikian juga PU 4 melihatnya baru dilakukan asal-asalan saja, tanpa perencanaan yang matang.

Promosi kita kurang, fasilitas yang ada yang kita punya tidak dikomunikasikan secara terang-terangan kita mau dengan bikin poster yang isinya kegiatan ini..ini...ini... (PU 3)

“Pengumuman-pengumuman dan penawaran-penawaran dilakukan secara umum saja lewat bulletin, masalah mereka akan membaca pengumuman itu nanti. Informasi buku baru atau layanan secara khusus kita tidak melakukan, hanya kalau dirasa penting, kalau informasinya tentang perpustakaan sudah menurun.

Kalau dulu saya sempat tahu bentuknya buku, sekarang saya nggak Lihat itu, sekarang pengumuman kalau nggak selebaran atau di layar monitor ada-buku-buku baru, tapi itu nggak rutin” (PU 4)



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Ada beberapa temuan yang bisa dikemukakan di sini sebagai hasil dari penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran di Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga adalah:

1. Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana belum melakukan upaya segmentasi secara terprogram, yang ada hanyalah segmentasi yang dilakukan oleh staf pada saat mengerjakan aktivitas tanpa memiliki perencanaan yang jelas.
2. Dari hasil penelitian ini diketahui melalui jawaban para informan bahwa PU-UKSW belum memiliki target yang jelas, terencana dan dapat diukur. Yang ada saat ini adalah target yang berdasarkan pada inisiatif staf sebagai pelaksana operasional.
3. PU-UKSW belum menentukan positioningnya dalam melakukan tugas dan pekerjaannya yaitu tugas layanan informasi.
4. Strategi yang dilakukan oleh PU-UKSW dalam kaitan dengan *Product/Costumer needs/wants/solution* baru sebatas menggali kebutuhan para penggunanya dengan cara melibatkan mereka dalam menentukan buku-buku apa yang dibutuhkan.
5. Ada upaya dari PU-UKSW untuk mempermudah para pengguna dalam menggunakan perpustakaan dan layanannya melalui penyediaan fasilitas dan teknologi yang menunjang.
6. Tentang Tempat atau suasana yang menyenangkan dan membuat betah, PU-UKSW baru melakukannya dengan penyediaan sarana dan prasarana yang terkait dengan teknologi.
7. PU-UKSW dalam upaya mempromosikan dan berkomunikasi dengan para pengguna, hanya menggunakan media yang ada di kampus dan tidak melakukan perencanaan yang matang untuk sebuah kegiatan promosi atau komunikasi kepada penggunanya.

8. Secara keseluruhan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PU-UKSW masih sebatas aksi parsial belaka. Belum menjadi sebuah strategi yang secara komprehensif terintegrasi dengan manajemen perpustakaan universitas. Sehingga apa yang dilakukan selama ini tidak efektif dan efisien apa lagi jika dikaitkan dengan visi dan misi PU-UKSW yang kurang dipahami oleh sebagian besar informan.

## 5.2 Saran-saran

Beberapa saran yang dapat diberikan peneliti dalam kasus ini antara lain:

1. Untuk Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana (PU-UKSW):
  - Meninjau ulang visi dan misinya untuk segera dirumuskan sesuai dengan visi universitas dan untuk menjawab kebutuhan perencanaan pemasaran yang strategis dalam meningkatkan akses para pengguna aktual dan pengguna potensial.
  - Melakukan segmentasi pasar yang akurat dan terstruktur agar kebutuhan pengguna dapat terpenuhi secara spesifik sehingga dapat memberikan kepuasan pada para pengguna.
  - Membuat target-target yang lebih jelas, terarah, terencana dan terukur sebagai pedoman dalam merencanakan strategi pemasaran perpustakaan yang handal dan implementasinya.
  - Menentukan *positioning* yang tepat dan benar dalam rangka meraih pelanggan dan memuaskan kebutuhan pengguna.
  - Merancang program-program layanan yang menarik dan memenuhi kebutuhan pengguna berdasarkan segmentasi pengguna.
  - Membuat kebijakan-kebijakan yang memihak pada pengguna dalam mengakses perpustakaan dan memenuhi kebutuhannya.
  - Meminta masukan dari para pengguna dalam rangka menciptakan atmosfer yang menyenangkan bagi para pengguna ketika mengakses dan berada di lingkungan perpustakaan serta memasang rambu-rambu yang jelas bagi para pengguna.
  - Melakukan pendekatan-pendekatan dan komunikasi secara personal kepada para pengguna dengan memanfaatkan jejaring sosial dan

kemajuan teknologi komunikasi dan informasi serta melakukan tindakan-tindakan yang lebih proaktif dalam rangka meraih dan mempertahankan serta mengembangkan para pengguna dan pelanggan.

- Pimpinan PU-UKSW bersama-sama dengan jajarannya merumuskan perencanaan pemasaran strategis dan melakukan penelitian pemasaran secara komprehensif terhadap pencapaian visi-misi universitas sebagai lembaga induknya.
2. Untuk Pengembangan kepastakawanan:
    - Menempatkan perencanaan pemasaran strategis dalam kerangka program kerja perpustakaan serta menciptakan sebuah unit yang secara khusus menangani pemasaran perpustakaan, mengingat strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang sangat penting untuk meningkatkan performa dan kepuasan pengguna atau pelanggan perpustakaan.
  3. Untuk dunia pendidikan kepastakawanan:
    - Mengingat peran pentingnya pustakawan sebagai pemasar yang handal, maka perlu mendapatkan pengetahuan yang mendasar dan menyeluruh mengenai pemasaran perpustakaan dan layanan informasi dalam satu mata kuliah khusus.

## DAFTAR REFERENSI

- Adeloye, A. (2003). How to market yourself and your library organization: A solo librarian's guide. *The Bottom Line, Vol.16*(no.1), 15-18.
- Arya, M. K. (2009). Marketing Strategy for Information Services in Library. In S. Kataria, B. S. Nigam & R. K. Shukla (Eds.), *Emerging Trends and Technologies in Libraries and Information Services* (pp. 536-541). New Delhi: KBD Publications.
- Bell, S. J., & Shank, J. D. (2007). *Academic librarianship by design : a blended librarian's guide to the tools and techniques*. Chicago: American Library Association.
- Bhatti, R. (2009). Teacher-Librarian Collaboration In University Libraries: A Selective Review. [Article]. *Pakistan Library & Information Science Journal, 40*(2), 3-12.
- Bopp, R. E., & Bunge, C. A. (2001). History and Varieties of Reference Services. In R. E. Bopp & L. C. Smith (Eds.), *Reference and Information Services : an introduction* (Third ed., pp. 3-27). Colorado: Libraries Unlimited.
- Brophy, P. (2005). *The Academic Library* (Second ed.). London: Facet Publishing.
- Budd, J. M. (1998). The Academic Library: its context, its purpose, and its operationpp. 1207).
- Budd, J. M. (2005). *The Changing Academic Library: Operations, Culture, Environments*. Chicago: Libraries Unlimited.
- Chowdhury, G. G., Burton, P. F., McMenemy, D., & Poulter, A. (2008). *Librarianship: an introduction*. London: Facet Publishing.
- Dlamini, P. N. (2006). Customer care services and strategies in academic libraries in KwaZulu-Natal. [Article]. *South African Journal of Library & Information Science, 72*(2), 119-130.
- Dowler, L. (1997). Gateways to Knowledge : The Role of Academic Libraries in Teaching, Learning, and Research. In L. Dowler (Eds.)
- Fidel, R. (1992). The Case Study Method: A Case Study. In J. D. Glazier & R. R. Powell. (Eds.), *Qualitative research in information management* Englewood: Libraries Unlimited, Inc.
- Hood, D., & Henderson, K. (2005). Branding in the United Kingdom public library service. *New Library World, 106*(No.1208/1209), 16-28.
- Huston, C. J. (2009). *Reference Librarians' Perceptions of Chat Reference: An Exploration of the Factors Effecting Implementation*. Unpublished Dissertation, Capella University, Ann Arbor.
- Irawan, P. (2006). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: DIA-FISIP UI.
- Kavulya, J. M. (2004). Marketing of library Services: a case study of selected university libraries in Kenya. *Library Management, 25*(3), 118-125.
- Kendrick, T. (2006). *Developing Strategic Marketing Plans That Really Work: A toolkit for public libraries*. London: Facet Publishing.
- Kolb, B. (2008). *Marketing Research: A Practical Approach*. London: SAGE Publications Ltd.
- Koshy, A. (1999). How to Plan Information Products and Services Policy. In A. K. Jain, A. Jambhekar, T. R. Rao & S. S. Rao (Eds.), *Marketing*



*information products and services: a primer for librarians and information professionals.* New Delhi: Tata McGraw-Hill Publishing Company limited.

- Kotler, P., & Lee., N. (2007). *Marketing in the public sector: a roadmap for improved performance.* New Jersey: Wharton School Publishing.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Prinsiples of Marketing* (Second European ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit* (D. Wulandari, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi penelitian kualitatif.* Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pendit, P. L. (2003). *Penelitian ilmu perpustakaan dan informasi: suatu pengantar diskusi epistemologi dan metodologi.* Jakarta: JIP-FSUI.
- Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman.* (2004). (ketiga ed.). Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional RI Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Rabinowitz, C. E. (2003). Moving Beyond the “Re” Generation: Making Libraries and Librarians Count in the Twenty-first Century. In M. H. Raish (Ed.), *Musings, meanderings, and monsters, too : essays on academic librarianship.* Lanham: The Scarecrow Press, Inc.
- Raish., M. H. (2003). *Musings, meanderings, and monsters, too : essays on academic librarianship.* Oxford: Scarecrow Press, Inc.
- Rubin, R. E. (2001). Ethical Aspects Of Reference Service. In R. E. Bopp & L. C. Smith (Eds.), *Reference and Information Services : an introduction* (Third ed., pp. 28-46). Colorado: Libraries Unlimited.
- Sastradipoera, K. (2005). *Mencari Makna di Balik Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi.* Bandung: Kappa-Sigma.
- Smith, G. A. (2006). Academic Libraries in Transition: Current Trends, Future Prospects. [Article]. *Christian Librarian*, 49(2), 101-116.
- Spalding, H. H., & Wang, J. (2006). The challenges and opportunities of marketing academic libraries in the USA: Experiences of US academic libraries with global application. [Research paper]. *Library Management*, 27 No. 6/7, 2006, 494-504.
- Stueart, R. D. M., Barbara B. (2002). *Library and information center management* (Sixth ed.). Greenwood Village: Libraries Unlimited.
- Woodward, J. (2009). *Creating the customer-driven academic library / Jeannette Woodward.* Chicago: American Library Association.

**Lampiran 1**  
**Visi dan Misi Perpustakaan**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	<p>Kesannya Kita tidak melakukan breakdown dari visi misinya universitas. Kesan sementara langsung buat sendiri. Tidak melihat apa yang menjadi visi misinya universitas.</p> <p>Saat ini visi-misi universitas masih <i>research university</i>.</p> <p>Secara konkrit kita belum melakukan revisi terhadap visi-misi perpustakaan universitas.</p>	<p>Visi adalah gambaran mental dari sebuah pernyataan masa depan yang diinginkan dari layanan perpustakaan, yang mungkin tercapai atau tidak secara penuh, tetapi merupakan sebuah aspirasi yang masuk akal dan relevan untuk digunakan sebagai pedoman misi dan tujuan pemasaran dan performa.</p> <p>(Kendrick,</p>	Visi	<p>Visi-misi yang dimiliki kurang mencerminkan visi misi universitas sebagai lembaga induknya.</p> <p>Visi-misi belum dirasakan selama ini.</p> <p>Tidak ada upaya untuk merumuskan kembali visi-misi perpustakaan</p> <p>Staf kurang memahami visi-misi perpustakaan</p> <p>Staf Kurang peduli terhadap visi-misi perpustakaan</p>
<b>PU 2</b>	<p>Visi misi saya tidak yakin bahwa secara resmi kita punya. Setiap orang memiliki visinya sendiri. Masalahnya kita tidak bisa mengakui visi misi masing-masing orang seperti visi misi perpustakaan itu yang pertama.</p> <p>Kedua tidak ada usaha juga untuk menggabungkan visi-misi dari masing-masing orang, apa maunya dan apa keinginannya tentang perpustakaan ini kemudian ngobrolin jadi satu ngerumusin bareng-bareng. Tidak ada usaha untuk itu atau walaupun ada usaha saya tidak tahu mungkin terjadinya sebelum masa saya. Walaupun ada dan saya tidak mengetahuinya, itu tidak dikembangkan dengan baik. tidak digunakan sebagai landasan bekerja, tidak digunakan sebagai goal pandangan akhir</p>	<p>perpustakaan, yang mungkin tercapai atau tidak secara penuh, tetapi merupakan sebuah aspirasi yang masuk akal dan relevan untuk digunakan sebagai pedoman misi dan tujuan pemasaran dan performa.</p> <p>(Kendrick,</p>		

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
	bahwa kita harus ke situ.	2006)		
<b>PU 3</b>	Kelemahan pertama ada di SDM, saya melihat, yang kedua saya melihat ketidak seriusan antara PU1 dan PU2. Karena mereka tidak jelas arahnya mau kemana.  Saya rasa [staf] kurang memahami, kalau tahu tidak semua tahu.	<i>An academic library is not an end in itself, but a means to an end — namely, that of fulfilling a postsecondary institution's mission,</i> (Smith, 2006).		
<b>PU 4</b>	Visi-misinya apa ya? Ya saya sih melihatnya kita itu kurang paham dengan visi-misi yang dimiliki. Masalahnya jarang dibicarakan hehehehe...			
<b>PU 5</b>	Kalau visi dan misi saya nggak paham, yang penting mensupport operasional perpustakaan			

**Lampiran 2**  
**Segmentasi**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	Untuk pensemnan masih secara mengalir saja belum secara serius menggarap itu. Kita sebatas melayani permintaan, sasaran kita untuk mengintegrasikan dengan matakuliah metodologi penelitian.	Segementasi dalam perpustakaan menyediakan dasar praktis untuk pengembangan layanan. Ini adalah proses mengidentifikasi kelompok pengguna dan stakeholders yang memiliki kebutuhan yang sama dan dapat dibuat penawaran yang jelas, atau yang dapat mengharapkan paket layanan yang jelas. (Kendrick, 2006)	Segmentasi	Belum adanya upaya segmentasi yang dilakukan oleh perpustakaan. Ada segmentasi yang dilakukan namun tidak secara terstruktur. Tergantung dari aktivitas perpustakaan secara terpisah-pisah Sda Sda
<b>PU 2</b>	Segmentasi pasti ada, kita tidak bisa menyamaratakan semua pengguna, kita harus melihat apa yang kita berikan pada siapa.			
<b>PU 3</b>	Saya melihatnya kok masih secara umum ya... perpustakaan masih memperlakukan sama untuk semua pemakainya			
<b>PU 4</b>	Perpustakaan nggak pernah meneliti konsumennya sejauh seperti apa, mereka datang masih tentang buku, atau apa yang berkaitan dengan mata kuliah sebatas itu saja. Nggak sampai mengkhususkan segmen			
<b>PU 5</b>	Untuk segmentasi kita belum benar-benar melakukannya, tapi dari pantauan yang ada kebanyakan pengguna di perpustakaan khususnya yang menggunakan fasilitas komputer dan internet adalah mereka yang mengerjakan tugas.			

**Lampiran 3**  
**Target atau ambisi yang terukur**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	Universitas sekarang kebijakan mutunya yang ditetapkan adalah excellent achievement.	Perpustakaan perlu memiliki sebuah ambisi yang terukur untuk rencana pemasaran dalam rangka pencapaian visi-misi (Kendrick, 2006)	ambisi	Kebijakan mutu universitas adalah excellent achievement. Target atau ambisi terukur yang ada merupakan inisiatif masing-masing staf dan belum dirumuskan atau diformulasikan secara bersama Kalaupun ada target dari pimpinan perpustakaan dirasa belum dikomunikasikan ke semua staf. “target” yang ada tidak berkesinambungan. Belum memiliki alat ukur untuk pencapaian target
<b>PU 2</b>	Kita tidak punya target pasti target kita lebih pada <i>on the spot</i> pada saat ini saja, tidak ada kesinambungan antara target yang satu dengan target yang lain. Target-target tersebut tidak tersusun secara sistematis sehingga tidak dapat diukur. Faktanya belum ada upaya merumuskan bersama, yang ada kita sekedar memanfaatkan bersama.			
<b>PU 3</b>	Target hanya sekedar target, karena tidak dikomunikasikan dengan staf perpustakaan satu dengan yang lain. keinginan saya pribadi sasaran mutulah yang pertama. Seharusnya dikomunikasikan ke seluruh staf, karena yang melakukan semua staf. Komunikasi antara kebutuhan dengan apa yang dikatakan sasaran mutu perpustakaan kita yang nggak sesuai.  Untuk pelayanan teknis sudah mulai dengan target, misalnya pengolahan satu minggu 50 judul. Dan alat kontrol ada di pak edi, karena di pelayanan teknis merupakan satu kesatuan, dari			

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>depan sampai belakang. Prosedur yang sudah dibuat akan diterapkan dengan sungguh-sungguh.</p> <p>Yang kedua alat ukur yang belum kita punya. Nanti akan mencoba memberikan kepada teman-teman semua pekerjaan yang dikerjakan hari itu harus ada datanya.</p>			tersebut.
<b>PU 4</b>	<p>Target secara formal sih kayaknya tidak dirumuskan, yang ada hanya sekedar meningkatkan pencapaian sekarang lebih baik dari yang lalu dan yang akan datang lebih baik dari yang sekarang..., hehehehe saya juga bingung sendiri.</p>			
<b>PU 5</b>	<p>Susah dijelaskan ada target atau nggak, kayaknya semua berjalan mengalir saja.</p>			

**Lampiran 4**  
**Positioning**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	Saya masih melihat perpustakaan pusat pengetahuan yang terstruktur, memang informasi bebas terdapat dimana-mana orang bisa peroleh informasi tu tidak hanya melalui perpustakaan meskipun perpustakaan menyediakan akses kemana-mana, tetapi terstrukturnya adalah dalam rangka pengembangan pengetahuan yang memang ada pada jalur... jadi maksudku mahasiswa ambil program studi tertentu atau dosen meneliti bidang tertentu nah itu kan suatu program yang terstruktur di universitas ini yang dikembangkan di universitas ini. Jadi kalau dia cari informasi sejenis itu ditempat lain yang tidak mengembangkan satu pengetahuan yang sama itu tidak akan ia dapatkan dia hanya akan dapatkan itu melalui perpustakaan ini. Knowledge centre dan unik.	<i>Positioning</i> sebuah produk atau sebuah layanan, berimplikasi (a) memutuskan segmen terhadap pasar produk atau layanan kita tarik (b) manfaat kunci atau kedudukan apa yang kita ingin soroti dalam produk atau layanan kita dan (c) bagaimana manfaat/kedudukan produk atau layanan kita itu menawarkan perbedaan, atau kemiripan, penawaran bersaing lain. mungkin dicatat bahwa otganisasi (perpustakaan atau sebuah pusat	Posisioning	Perpustakaan Universitas UKSW diposisikan sebagai “pusat pengetahuan yang unik”, “warung mama”, yang bersikap pasif, yang terkadang tidak jelas posisinya, terlalu kaku dan kurang komunikatif.  Kedepannya diharapkan Perpustakaan Universitas UKSW menjadi Pusat Pengetahuan yang unik yang menjadi tujuan sivitas akademika untuk
<b>PU 2</b>	Perpustakaan kita saat ini ibarat seperti warung mama, warung ibu, ini yang kita sediakan anda mau datang silahkan, kalau			

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>tidak juga nggak masalah, kita akan memasak dengan baik menyediakan layan dngan baik, kalau di tempat lain ada kaya model diliveri, terima pesanan lewat email, telepon yah itu kan mereka, kita usahakan kalau nggak bisa ya nggak apa-apa.</p> <p>Kedepannya Kunci diatas semuanya adalah perencanaan. Idealnya kita merencanakan.</p> <p>Seharusnya perpustakaan menjadi <i>destination</i> lain selain kelas, kalau mereka tidak kuliah akan merasa butuh ke perpustakaan, atau pun juga kalau tidak ada kuliah daripada dikost mereka lebih baik ke perpustakaan.</p> <p>Mengapa bisa demikian karena kita berpikir cara mereka, daripada kemana-mana lebih baik ke perpustakaan.</p>	<p>informasi) yang memasarkan produk atau sebuah layanan, mengkomunikasikan posisinya harus menempati dalam benak klien melalui berbagai elemen bauran pemasaran seperti desain produk/layanan, harga/tarip langganan, model penyampaian produk dan iklan atau bentuk komunikasi lain pada klien. (Koshy, 1999)</p>		<p>belajar dan refresing, menunjang proses belajar mengajar, tanggap terhadap perubahan dan pada akhirnya dapat menjadi <i>One Stop Solution</i></p>
<p><b>PU 3</b></p>	<p>Saya melihat perpustakaan yang sekarang hanya berjalan di tempat tidak cepat tanggap terhadap perubahan informasi yang ada fasilitas ada teknologi tidak bisa dioptimalkan karena SDM dan penguasaan pada sistem secara full yang kurang</p> <p>Perpustakaan harus kembali pada fungsinya yang dapat membuat lebih hidup.</p>			
<p><b>PU 4</b></p>	<p>Kalau sekarang perpustakaan masih seperti yang dulu, tidak jelas posisinya, sebagai unit</p>			



Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>penunjang apa yang menunjang unit...</p> <p>Kedepannya ya mestinya perpustakaan dapat memenuhi semua kebutuhan dari sivitas akademika dan melayani lebih baik</p>			
<p><b>PU 5</b></p>	<p>Saat ini perpustakaan terlalu kaku. perpustakaan rasanya identik dengan buku, hanya orang yang mau belajar yang datang ke perpustakaan, dan kalau kaku kayaknya nggak asyik...</p> <p>Dari sisi SDM, untuk pendidikan masih kurang, kalau memang ada mahasiswa yang bingung menurut saya perpustakaan kurang jempot bola, kurang ramah melihat, kebanyakan staf tetap yang sudah berumur, melihat perpustakaan masih seperti dulu, terlihat kaku.</p> <p>Saat ini perpustakaan tidak diperlakukan sebagai jantung.</p> <p>Kedepannya perpustakaan harus bisa menjadi One stop solution, solusi apa saja, bingung dengan perkuliahan mereka datang kesini, stress datang kesini dengan baca buku atau dengan hiburan apa yang kita sediakan disini refreshing..</p> <p>Perpustakaan nggak berani unjuk gigi, masih</p>			

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>seperti dulu, hanya gudang buku, pendekatan datang ke fakultas sejauh yang saya tahu tanggapan mereka kurang serius biasa saja...</p> <p>Kedepannya aku harap perpustakaan sebagai tempat yang lebih enak, Perpustakaan lebih asyik kalau jadi tempat refresing bagi mahasiswa..., nggak hanya untuk belajar serius... bisa melanggan tv kabel.</p> <p>Kedepannya perpustakaan harus bisa menjadi <i>One stop solution</i>, solusi apa saja, bingung dengan perkuliahan mereka datang kesini, stress datang kesini dengan baca buku atau dengan hiburan apa yang kita sediakan disini refreshing..</p>			

**Lampiran 5****Product=Costumer needs/wants/solution**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	<p>Dalam kaitannya dengan visi-misi univ. koleksi sudah jelas tidak menopang. keprihatinan mendasari adalah pada koleksi. Upayanya kita mencari orang untuk ditempatkan disitu tapi memang serba sulit, melihat dari orang yang ada antara dua pustakawan yang ada satu diantaranya lemah dari bahasa asing, kalau kita ingin mengembangkan koleksi-koleksi riset kita bantu untuk melakukan seleksi yang sudah lebih terarah untuk ke fakultas-fakultas tidak sekedar hanya memberitahukan ini ada informasi yang baru tetapi justru bagaimana kita mendasarkan pada koleksi yang ada itu kayak apa? Dibidangmu adanya seperti ini ditopang dengan data seperti ini kalau perlu kita layani sekaligus data dari mahasiswa kan sebetulnya tinggal minta. Atau penawaran-penawaran yang bersifat untuk ejournal lebih khusus. Sementara kalau dikasihkan ke teman yang lain kelihatan kompetensinya itu untuk literasi informasi jadi sayang juga kalau ditempatkan disitu.</p> <p>Kita support dulu dengan katalog penerbit yang Sebenarnya tidak terlalu selektif hanya kulitnya saja dari subyek bidangmu.</p>	<p>produk dan layanan apa yang harus disediakan sebagai bagian dari layanan perpustakaan modern, dan bagaimana penawaran ini harus dibuat untuk pengguna dan non pengguna? (Kendrick, 2006)</p>	Produk dan layanan	<p>Koleksi yang dimiliki tidak menopang jika dilihat dari sudut visi-misi universitas sebagai lembaga induk.</p> <p>Menempatkan orang untuk melakukan pengembangan koleksi riset dengan seleksi yang lebih terarah untuk fakultas-fakultas meskipun belum maksimal.</p> <p>Penelusuran informasi hanya dilakukan dalam bentuk paket-paket yang diminta saja.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>Sekarang tutup mata saja seleksi secara kasar, diberikan kepada mereka [fakultas/pengajar] yang betul-betul menseleksi penuh lalu pemesanan kembali kepada kita.</p> <p>Acuan wajib belum tersupport dengan baik, tidak tertopang oleh koleksi yang ada.</p> <p>Pengembangan koleksi kurang, pekerjaan saya rasanya banyak terpotong,</p> <p>Dari sisi literasi informasi kami melihat sumber daya informasi riset belum dimanfaatkan dengan baik seperti e-journal, jika dibandingkan dengan mahasiswa dan dosennya. Khususnya di s2 dan s3. Banyak diantara mereka yang belum tahu, Mereka merasa terbantu ketika dibuka kelas untuk itu.</p> <p>Kebetulan salah seorang dosen yang diikuti sertakan bersama-sama dengan perpustakaan dalam pelatihan yang diselenggarakan oleh Dikti dari vendornya [e-journal] dan dari sana timbul awarnes dan merasa bagus dan merasa seharusnya juga mahasiswanya tahu hal ini. Lalu dia [dosen] proaktif menghubungi direktur program dan meminta supaya bersurat resmi, dan mereka datang ke perpustakaan untuk meminta pelatihan seperti yang lalu [pelatihan pengenalan e-journal].</p> <p>Peneluruan informasi hanya paket-paket saja dan</p>			

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>ternyata sejauh yang saya amati tidak ada lagi ketercapaian mengenai hal tersebut sehingga tidak ada lagi penelusuran informasi yang dilakukan secara kelas. Kita akan serius kedepannya dan saya baru tersadar ketika melakukan sertifikasi ISO. Kesan yang saya lihat sekarang kita bekerja sendiri-sendiri tidak terhubung satu dengan yang lain.</p>			
<p><b>PU 2</b></p>	<p>Persepsi mereka terhadap koleksi tidak memenuhi kebutuhan mereka dari jumlah ataupun tahun terbitan.</p> <p>Upaya yang dilakukan memanfaatkan beberapa dana untuk melengkapi kekurangan seperti dana dari PHKI, Bank Mandiri dan beberapa yang lain digunakan untuk menambah jumlah koleksi dan tidak hanya koleksi cetak termasuk juga e-journal, fasilitas, penambahan PC juga merupakan cara yang dilakukan.</p> <p>Katakanlah pemberi donor mensyaratkan mau mengasih buku yang eksakta dan perpustakaan menghubungi fakultas eksakta untuk mengusulkan koleksi yang dibutuhkan dalam kurikulum mereka. Jadi bukan semata perpustakaan sendiri tapi harus ada keterlibatan fakultas sebagai pengguna. Mengapa fakultas karena yang paling gampang dihubungi, tapi karena salah satunya yang disyaratkan adalah</p>			<p>Memanfaatkan dana bantuan untuk menambah jumlah koleksi dan fasilitas sesuai yang disyaratkan pendonor.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>buku ajar dan yang menentukan adalah dosen kurikulumnya seperti apa dan bagaimana menjelaskan kurikulum itu sementara mahasiswa pengguna dari buku-buku yang disediakan. Beda kalau yang diadakan adalah buku referensi kuliah, kita membuka usulan mahasiswa atau pengajar tapi itu lama, maka jalur itu diadakan tidak dengan dana bantuan.</p>			
<p><b>PU 3</b></p>	<p>Biasanya kita mencoba dari produk yang ditawarkan oleh penerbit mengkomunikasikan dengan pihak unit atau fakultas yang tahu persis kebutuhannya. Permasalahan yang menjadi kendala adalah [mereka] sering tidak menyampaikan kembali tapi [itu] sebagian kecil. ada yang membeli tapi tidak [meng]komunikasi[kan] dengan kita.</p> <p>Biasanya berkaitan dengan buku ajar. Dari fakultas jarang memberi catalog fakultas untuk jadi acuan kami, hanya beberapa fakultas saja.</p> <p>Disamping surat, melalui telepon, dari fakultas hanya mencentang saja [daftar], nanti kita yang mengelis lagi. Biasanya dari data yang diberikan [kepada pihak fakultas],</p> <p>Buku sudah ada diperpustakaan kita komunikasikan [ke pihak perpustakaan]. Buku dari perpustakaan hanya kopi ini masih butuh tambah [atau] tidak? Kalau buku yang dipesan</p>			<p>Mengkomunikasikan produk yang ditawarkan penerbit ke fakultas-fakultas untuk melakukan seleksi sesuai kebutuhan mereka.</p> <p>Mempercepat pengolahan koleksi untuk siap disajikan dan diakses pengguna</p> <p>Membuat prosedur pengolahan yang lebih efektif dan efisien.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>belum ada kami kumpulkan juga, kita akan tunda dulu mencarikan penerbit lain atau mereka akan mengadakan yang lain.</p> <p>[Proses pengolahan buku sampai penyajian] dalam kondisi normal dua minggu sudah selesai untuk satu fakultas. Dari awal buku baru datang sampai scanning, tapi kalau tiki [titipan kilat] tiga hari bisa selesai.</p> <p>Kendala yang kita hadapi sekarang SDM kurang, sering yang menjadi kendala bagi kami setiap fakultas inginnya didahulukan sementara kita melayani semua fakultas yang ada di UKSW sehingga terjadi penumpukan karena dari depan bisa lancer tapi setelah masuk scanning kemudian ke bagian pengolahan berkurang sdm-nya.</p> <p>Rata-rata kami mengerjakan Satu minggu 50 buku.</p> <p>Kemampuan SDM dan penguasaan sistem yang belum sesuai.</p> <p>Ada kendala di bahasa, kalau [koleksi] yang berbahasa inggris waktunya akan lebih lama dibanding yang berbahasa Indonesia. Untuk katalogisasi, SDM jelas tidak sesuai. Upaya sudah diusulkan termasuk untuk training tapi tidak ada hasilnya alasannya biasa karena sulit mendapatkan SDM [dengan] kriteria yang</p>			<p>Pertemuan dengan koordinator perpustakaan dari fakultas yang rutin dilakukan saat ini macet</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>sesuai. Training penguasaan workflow belum ada tindak lanjut, bahasa belum ada tindak lanjut. Klasifikasi juga belum ada semua. Sudah diusulkan.</p> <p>Selama ini kita mengandalkan pada workflow, buku masih berhenti dimana itu [akan] kelihatan, misalnya buku [masih] ada di kataloging mahasiswa membutuhkan[nya], maka dia akan turun ke bawah [bagian layanan teknis] menanyakan buku ini kapan selesainya, itu berarti kita harus tiki [titipan kilat].</p> <p>Sudah diusulkan masalah prosedur kerja yang sangat-sangat penting karena selama ini ada orangnya tapi pekerjaannya apa [tidak jelas]. sebetulnya [yang benar] ada pekerjaan apa dulu baru orangnya dimasukkan. Dengan prosedur kerja yang dibuat oleh teman-teman [sekarang] sebetulnya sangat menolong.</p> <p>Kendala bagi kami terus terang untuk tenaga yang ada di pelayanan teknis.</p> <p>Masalah starteginya nggak tahu, sudah diusulkan pada PU2. Seharusnya kebijakan dilakukan secara sungguh-sungguh, jangan hanya dijadikan kumpulan data saja. Selama ini [kebijakn] nggak dilakukan. Kalau dulu ada catatan misal di</p>			



Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>referens, buku yang banyak diminati yang mana. Statistik selama ini kita mengabaikan, padahal bagi saya itu sangat-sangat penting. Pemenuhan kebutuhan hanya pada pemesanan dari fakultas dan dari kurikulum saja. tidak ada <i>hunting</i>, kalau dulu kita melakukan <i>hunting</i>. Kalau ada pameran buku kita cari. Kita tahu kebutuhan kita tapi kita tidak dapat melakukan apa-apa.</p> <p>Yang saya herankan, yang disalahkan pemakai, kok nggak mau datang kesini. Harusnya ada upaya, ada evaluasi. Harusnya dicari tahu mengapa pemakai tidak mau kesini lagi apa karena promosinya kurang atau dari sdm-nya yang tidak bisa melayani kebutuhan pemakai.</p> <p>Untuk silabus sudah diminta tapi itupun yang memberikan tanggapan hanya beberapa fakultas saja.</p> <p>Mengadakan pertemuan dengan coordinator perpustakaan dari fakultas tapi sekarang sudah berhenti semua. Sekarang belum berjalan lagi karena SK-nya [koordinator] sudah habis.</p>			
<b>PU 4</b>	Yang paling jelas pengadaan buku, kita memang minta ke dosen ke fakultas-fakultas, buku-buku			Meminta masukan dari dosen dan

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>yang dibutuhkan apa, dari bagian teknis memberi semacam formulir kebutuhan buku dari fakultas baru masuk kita pengataan buku-buku yang diminta, kalau ini memang sudah jalan tapi efektifitasnya yang perlu ditanyakan karena kan beda dengan mahasiswa yang datang kesini, jadi kebutuhan itu kayaknya mereka membutuhkan buku itu nggak satu judul jadi ada dari rangkaian penelitian mereka tentang apa yang dilakukan tentang apa, kalau kita menyediakan terlalu sedikit dibanding dengan yang lain. untuk mereka juga akhirnya anu...yang kita menyediakan [database] jurnal elektronik kalau jurnal yang dikumpulkan kelihatannya sudah nggak ada penambahan..</p> <p>Data buku yang sering digunakan itu apa..apa.. kelihatannya buku sosial masih sangat tinggi dibanding dengan buku-buku lain atau apakah ilmu itu digunakan oleh beberapa fakultas.</p> <p>Kalau riset nggak yang kita gunakan hanya data pengunjung, kalau orang pinjam buku bukunya apa.</p>			<p>fakultas untuk buku-buku yang dibutuhkan</p>
<p><b>PU 5</b></p>	<p>Bagiku tsi itu lebih ke support sebetulnya. Bagaimana mendukung teman-teman dibagian lain dan mendukung operasional perpustakaan. Jadi karena dari beberapa seminar teman-teman yang bergelut dibidang yang sama, juga dilihat</p>			<p>Dukungan fasilitas teknologi untuk mempermudah pengguna melakukan akses ke</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>dari SDM-nya, karena aku dari elektro yang nggak ada latar belakang perpustakaan kalau menurutku lebih enak. TSI hanya murni support jadi nggak masuk ke operasional perpustakaan seperti katalog, seperti koleksi digital itu harus dikatalog apanya. Tapi aku lebih menemani mereka.</p> <p>Berangkat dari membuat joomla yang dulu dan melihat ada beberapa kebijakan kita yang tidak digunakan sayang kalau disajikan dan nggak bisa diakses. Pada awalnya iseng dengan menggunakan resource space. Sebelumnya dspace, tapi karena awalnya sebetulnya bukan dari aku tapi dari mbak widya dipakai untuk menggantikan joomla, Sebenarnya dspases aku nggak seneng karena tampilannya, ya ini menurut aku akhirnya mencari sendiri.</p> <p>Akhirnya ketemu resource space itu, Tampilannya bagus bisa review video seperti youtube dan segala macam dan sekuritanya enak. Paling yang bisa didownload turunan dari file itu kualitas lebih rendah tapi intinya dulu seneng karena tampilan bagus.</p> <p>Kami menyediakan ruang multimedia karena dulu sebetulnya komputer sdh tersaji beberapa</p>			<p>perpustakaan dan koleksi yang dimiliki perpustakaan.</p> <p>Memberikan fasilitas kepada pengguna untuk lebih memudahkan mereka dalam menyelesaikan tugas-tugasnya khususnya yang dapat didukung dengan teknologi informasi dan komunikasi.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>bulan nggak terpakai dan bagaimana caranya komputer itu berguna bagi pengguna. Akhirnya dengan berbagai ketakutan kalau nanti mahasiswa bebas memakai nanti virusnya bagaimana dan segala macam. Tapi kan hal-hal semacam itu belum terbukti kalau belum dilaksanakan, nekat saja waktu itu jumlahnya masih 28 unit di ruang E atau ingin dibuka umum jadi semua bisa pakai.</p>			

**Lampiran 6**  
*Price=Cost*

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 1</b>	Untuk Price kita mengupayakan semua gratis, kecuali yang berhubungan dengan cetak dan CD. Mengakomodasi kebutuhan mereka, dan banyak dosen-dosen berbondong-bondong untuk menanyakan bagaimana caranya supaya karya mereka dimuat	Sesungguhnya ada biaya transport, waktu dan tenaga (termasuk berhadapan dengan birokrasi proses perpustakaan), atau biaya kesempatan lain bagi pengguna ketika mempertimbangkan menggunakan layanan perpustakaan (Kendrick, 2006).	Biaya	Diupayakan semua gratis
<b>PU 2</b>	Harus dibilang tidak ada juga, karena sekali lagi tidak ada startegi secara utuh atau renstra pekerjaan. Kalau sudah dikerjakan ya sudah tidak ada evaluasi perlu diperbaiki atau tidak ya sudah berhenti sampai disitu. Strategi institusi tidak ada tapi petugas punya cara sendiri untuk memenuhi kebutuhan mereka.			Tidak ada startegi yang dilakukan dalam kaitannya dengan <i>Cost</i> .
<b>PU 3</b>	Wah kalau yang dalam kaitannya dengan price			Tidak mengetahui

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
	atau cost atau apapun sebutannya, saya nggak terlalu tahu, yang jelas perpustakaan layananan kan memang gratis untuk sivitas akademika dan harus mudah buat mereka, saya sendiri banyak diurus layanan teknis masalahnya jadi tidak terlalu tahu.			ada atau tidak startegi yang dilakukan untuk Cost
<b>PU 4</b>	Rata-rata gratis, itungannya mereka [mahasiswa] kan sudah membayar. Pesanan disini masih jenis, kalau nyari buku nggak ada baru dia pesan, kalau bukunya datang itu kita pesan. Jika buku yang dicari gagal kemudian dicatat terus baru nanti dia datang kita kasih tahu ternyata sedang diperbaiki, ternyata... Kadang-kadang ditawarkan untuk penggantian buku yang tidak ditemukan dengan judul yang mirip-mirip.			Layanan diberikan secara gratis. Menawarkan koleksi lain yang mirip.
<b>PU 5</b>	Itu yang kita mengalami kesulitan karena terutama untuk internet kita ngikut ke BTSI [penanggung jawab jaringan internet Universitas], kita nggak bisa beli sendiri karena selain harga juga keamanan yang menjadi masalah. Jadi murni bergantung pada unit BTSI yang terkadang juga memantau penggunaan bandwith... kalau kurang besar kita bisa minta tambah.			Menambah kecepatan akses internet dengan bekerjasama dengan BTSI

**Lampiran 7**  
**Place=Convenience**

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
<p><b>PU 1</b></p>	<p>... menambahkan steker listrik di teras dan setiap lantai perpustakaan.            Upaya untuk mendongkrak kunjungan mungkin nggak difasilitasi untuk bisa melakukan akses di perpustakaan dengan wifi yang diperkuat disetiap lantai dan memasang keterangan 'hotspot area' disetiap lantai.            Faktanya kelihatan signifikan dengan penambahan fasilitas tersebut. Apakah mungkin dari mulut ke mulut.</p>	<p>Elemen <i>place</i> dari bauran pemasaran adalah semua tentang saluran atau '<i>routes to market</i>'.            Kita butuh menggunakan layanan penyampaian yang efektif dan efisien pada pengguna. dalam pendekatan modern mempertimbangkan '<i>place</i>' bukan tempat fisik yang</p>		<p>Menambahkan fasilitas yang dapat membantu pengguna lebih nyaman dan terbantu seperti wifi.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
		<p>sederhana tetapi lebih pada tempat yang lebih abstrak – banyak cara menyampaikan layanan: statis atau jarak jauh (Chowdhury, Burton, McMenemy, &amp; Poulter, 2008).</p>		
<p><b>PU 2</b></p>	<p>Sampai saat ini secara lembaga tidak ada strategi khusus, kita ingin menjadikan seperti ini maka kita harus melakukan seperti ini, tetapi teman-teman yang di bagian layanan berpikir sendiri bagaimana mereka sebaiknya mengatur ruang mereka.</p> <p>Pada saat saya menjadi kabag, di serial contohnya saya merubah dari yang duduknya individual menjadi grouping, dan itu dilihat sebagai usaha individu bukan perpustakaan.</p>			<p>Lembaga tidak memiliki strategi khusus untuk hal ini</p>



<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>PU 3</b>	Saya belum melihat upaya yang maksimal			Belum ada upaya maksimal
<b>PU 4</b>	<p>Kita rasanya sampai sekarang baru sistem terbuka, ini kelihatan dan mayoritas mereka kepuasan paling tinggi membawa pulang. Upaya peningkatan membuat mereka senang nggak ada. Tetap pada kebebasan mereka mencari informasi.</p> <p>Pada saat mereka datang ke perpustakaan kartu kita scan sendiri [menggunakan barcode reader], [bagi] yang lupa [membawa kartu bisa] menyebut nomernya, [Menyediakan fasilitas PC untuk membaca] Skripsi [digital], jurnal.</p> <p>Semaksimal mungkin mereka [staf layanan] membatu kebutuhan pengguna.</p> <p>Menyediakan [layanan] meja informasi</p>			Menerapkan sistem terbuka dan mempermudah pengguna mengakses perpustakaan jika ada kendala.
<b>PU 5</b>	<p>Disediakan komputer dan ruang ber-AC supaya nyaman dan Internet dengan kecepatan 1 Mega, membebaskan pengguna untuk menginstal program yang dibutuhkan , tapi nggak sering terjadi karena program yang dibutuhkan kebanyakan disediakan disana sudah memenuhi.</p> <p>Memberikan peluang pada pengguna untuk menggunakan dengan leluasa.</p> <p>Disediakan juga printer tapi tidak gratis. Bakar</p>			<p>Penambahan PC dan Ruangan ber AC.</p> <p>Memberikan peluang pada pengguna untuk menggunakan dengan leluasa fasilitas yang ada di perpustakaan.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>CD juga begitu.            Berdasarkan pengalaman ada mahasiswa yang bakar-bakar CD dan waktu itu belum diputuskan CD disediakan oleh Perpustakaan mereka membawa banyak CD sendiri dan akhirnya optic jebol, ... dari pengalaman itu... sekarang ditetapkan Harga... cd dari kita untuk membatasi. Dan akhirnya muncul kebijakan itu.</p> <p>Akses internet diberikan kepada mereka bebas menggunakan sesuai dengan regulasi disini..            Disediakan pula ruang multimedia.            Intinya bagi saya yang terpenting adalah menggunakan fasilitas yang tersedia disini. Samapai sekarang dengan penambahan unit itu belum full .</p>			<p>Akses internet            gratis swesuai            regulasi</p>

**Lampiran 8**  
**Promotion=Communication**

<b>Informan</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Teori</b>	<b>Kata Kunci</b>	<b>Interpretasi</b>
<p><b>PU 1</b></p>	<p>Komunikasi bisa berjalan tetapi mem-<i>follow-up</i>-nya yang belum.</p>	<p>Promosi dan advokasi dapat menjadi sebuah perpaduan periklanan, promosi penjualan, <i>public relations</i> dan kehadiran di suatu kegiatan, atau mengunjungi kelompok pelanggan khusus</p>		<p>Belum ada follow-up untuk berkomunikasi secara intens dengan pengguna</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
		mendiskusikan perpustakaan dan layanannya (Kendrick, 2006).		
<b>PU 2</b>	<p>Kita memanfaatkan sebanyak mungkin media yang tersedia, pemanfaatan bulletin senin web PU, web UKSW bila dipandang perlu menggunakan surat, e-mail cara pertama, brosur tidak semua digunakan.</p> <p>Pemikirannya pasti ada tapi memang intinya adalah mencapai sebanyak mungkin mata target yang kita mau tapi belum semuanya, kalau bulletin lebih banyak yang akan membaca dan mereka yang tidak sering datang di kebaktian senin ada kemungkinan memabaca.</p> <p>Penggunaan email kita menyasar pengguna yang setiap hari cek email, yang tidak tercakup tersebut kita sebisa mungkin memasang spanduk, brosur-brosur.</p> <p>Hubungan yang selama ini dilakukan lebih kepada menangkap kebutuhan mereka jadi masih pada pemenuhan kebutuhan, bagaimana perpustakaan bisa menyediakan. Ada konsistensi</p>			Memanfaatkan media yang tersedia di perpustakaan dan universitas.

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>kesesuaian antara apa yang dibutuhkan pengguna dengan apa yang kita sediakan dengan menggunakan pertemuan coordinator perpustakaan dari setiap fakultas. Biasanya diadakan sebulan sekali, tapi sejak periode sekarang ini belum ada karena ada fakultas yang meniadakan koordinator perpustakaan.</p>			
<p><b>PU 3</b></p>	<p>Untuk promosi kita tidak melakukan apa-apa dalam artian yang bisa mengenai sasaran. Kita hanya sekedar melakukan komunikasi dengan fakultas tapi dengan pengguna malah saya rasa nggak.</p> <p>Promosi kita kurang, fasilitas yang ada yang kita punya tidak dikomunikasikan secara terang-terangan kita mau dengan bikin poster yang isinya kegiatan ini..ini...ini...</p>			<p>Tidak melakukan promosi yang mengenai sasaran</p> <p>Promosi yang ada kurang dan komunikasinya kurang terang-terangan</p>
<p><b>PU 4</b></p>	<p>Artinya paling kelihatan sekarang perpustakaan harus menghubungi setiap mahasiswa di fakultas-fakultas. Kalau keluar dari unit sebenarnya itu tugas dari kepala, itu nggak bisa dilakukan kecuali kalau terencana.</p> <p>Jadi [sekarang] menghubunginya manual, sampai sekarang belum melihat efektifitas apakah kita akan memasang pengumuman di fakultas-fakultas bahwa perpustakaan akan menyediakan seperti ini?</p>			<p>Komunikasi dengan pihak luar menjadi tanggungjawab pimpinan perpustakaan</p> <p>Pengumuman dan penawaran dilakukan secara umum saja.</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>Salah satu caranya menjelaskan dilapangan untuk menarik mereka, setiap hari ada saja mahasiswa yang baru saja paham memanfaatkan informasi. Masalahnya sifat konsumen berbeda-beda, ada yang butuh sekali, informasi tidak merata.</p> <p>Pengumuman-pengumuman dan penawaran-penawaran dilakukan secara umum saja lewat bulletin, masalah mereka akan membaca pengumuman itu nanti.</p> <p>Informasi buku baru atau layanan secara khusus kita tidak melakukan, hanya kalau dirasa penting, kalau informasinya tentang perpustakaan sudah menurun.</p> <p>Kalau dulu saya sempat tahu bentuknya buku, sekarang saya nggak Lihat itu, sekarang pengumuman kalau nggak selebaran atau di layar monitor ada-buku-buku baru, tapi itu nggak rutin</p>			
<b>PU 5</b>	<p>Penggunaan ruang multimedia diumumkan melalui web perpustakaan, namun kita belum tahu seberapa banyak yang mengakses pengumuman tersebut karena tentang ruang multi media ada di sub menu.</p> <p>Informasi tentang seputar perpustakaan Sebenarnya lebih efisien diberikan pada saat orientasi mahasiswa baru... lebih banyak yang</p>			<p>Pengumuman ditempatkan di web perpustakaan.</p> <p>Melalui pengenalan pada saat orientasi Mahasiswa baru</p>

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>menggunakan mahasiswa baru yang dulu pernah diberitahu kalau kita menyediakan ruang multimedia dari kunjungan pada saat orientas. Selain web kita juga memasukan ke bulletin senin [dibagikan saat selesai kebaktian senin] tapi kan pengunjung pada saat kebaktian terbatas, bentuk yang lain belum ada, sedang dalam proses.</p> <p>Dulu pernah iseng, beberapa pengguna kita tanya bagaimana sudah enak?, jawabanya, komputer sudah bagus speed lebih cepat dari posnet [warnet yang disediakan universitas] dan gratis mereka senang tapi kok facebook ditutup. Ya memang paling keluhannya kesitu, yah tau sendirilah kepopuleran fb. Sekarang pengguna nggak melulu mengerjakan tugas tapi kadang mereka chating dan fb-an, Tapi kita kan mengikuti regulasi kita jadi nggak bisa buka semanya.</p> <p>Hubungan antara dosen dan perpustakaan belum terjalin dengan baik, Upayannya setau saya kita kasih koordinator perpustakaan untuk fakultas. Contoh, tentang cd TA sudah waktu itu mengundang koordinator untuk mengkomunikasikan kepada mahasiswa kalau</p>			

Informan	Deskripsi	Teori	Kata Kunci	Interpretasi
	<p>mengumpulkan cd TA begini..., yang terjadi mahasiswa tidak tahu, kayaknya ada beberapa fakultas yang komunikasinya nggak baik, jadi dari coordinator, itu koordinatonya nggak bekerja dengan baik.. ada yang kita undang nggak datang, Kesannya kalau diundang ah perpustakaan nggak penting, masih banyak pekerjaan yang lebih penting.</p>			