

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas lulusannya dan mengarahkan segenap proses pendidikannya pada tujuan Unggul dan Islami. Sehubungan dengan hal tersebut, salah satunya berkaitan erat dengan keberadaan perpustakaan yaitu menghasilkan penelitian dan atau karya ilmiah yang dapat menjadi rujukan di tingkat nasional dan internasional, menciptakan atmosfer akademik yang dapat menumbuhkan pemikiran-pemikiran terbuka, kritis-konstruktif dan inovatif, dan lain sebagainya. Untuk itu, Perpustakaan UMY melakukan perbaikan dan berusaha meningkatkan kualitas layanan agar semakin dikenal dan bermanfaat bagi seluruh sivitas akademiknya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Manajemen Pemasaran perpustakaan UMY dan bagaimana analisis SWOT terhadap bauran pemasaran perpustakaan agar diperoleh strategi pengembangan perpustakaan yang tepat.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini adalah Wakil Rektor I UMY, Kepala perpustakaan UMY, Staf perpustakaan dan pustakawan perpustakaan UMY serta mahasiswa yang berjumlah 16 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan analisis dokumen. Analisis data penelitian dengan reduksi data, display data, verifikasi dan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perpustakaan UMY telah melakukan proses manajemen dengan baik, akan tetapi ketika merujuk pada manajemen pemasaran masih ditemukan beberapa permasalahan. Manajemen pemasaran perpustakaan UMY meliputi *Riset, STP Strategy, Marketing Mix, Implementation dan Control*. Riset awal yang dilakukan telah memperoleh analisis SWOT perpustakaan yang baik sehingga terbentuk rencana strategis selama lima tahun (2012-2017). Langkah konkrit dilakukan secara bertahap disesuaikan dengan rencana setiap tahunnya. STP strategy adalah mempelajari pemustaka utama perpustakaan yaitu mahasiswa, mengenai keinginan dan kebutuhannya serta posisi perpustakaan dimata mahasiswa.

Bauran pemasaran/*Marketing Mix* terdiri dari *Product, Price, Place dan Promotion* menjadi sangat penting untuk diketahui, terutama adalah kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan/ancamannya. Dengan menganalisis SWOT 4 Ps tersebut diperoleh strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan perpustakaan yang akan datang. Implementasi atau pelaksanaan program kerja yang dilakukan mempunyai hambatan terbesar yaitu SDM perpustakaan baik kualitas maupun kuantitasnya. Kontrol terhadap pelaksanaan program kerja perpustakaan menjadi sangat penting, terutama ketika dilakukan oleh banyak pihak yaitu universitas, kepala perpustakaan, sesama pegawai hingga mahasiswa.

Manajemen pemasaran perpustakaan sebaiknya dilakukan oleh semua perpustakaan karena segala perbaikan yang dilakukan oleh perpustakaan tidak akan ada artinya ketika tidak dipasarkan. Pemanfaatan layanan perpustakaan dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak luar terhadap SDM maupun perpustakaan menjadi tolak ukur keberhasilan pemasaran yang dilakukan.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta (UMY) always struggles to improve the quality of its alumni and direct its thorough educational process to be A Leading and Islamic University. Considering the aim, Library becomes a significant element to conduct researches and or scientific papers that can be used as references nationally and internationally, create academic atmosphere in growing open thoughts, critical-constructive, and innovative thoughts. UMY's Library conducts some improvements and improve its service quality in order to be more well-known and useful for its academic community. This research aims at finding how the Library of UMY marketing management is and how SWOT analysis to library marketing mix in applying the appropriate strategies of library development.

This research applies descriptive-qualitative method. The source of this research is Vice Chancellor I of UMY, Head of UMY's Library, Library Staff, UMY's librarian and 16 students. The data is collected through interviews, observations, and documents analysis. The data analysis is done by reducing data, displaying data, verifying, and making conclusion.

This research results show that the Library of UMY has conducted a good management process. However, some problems are still found in marketing management. Marketing management of the Library of UMY covers Research STP Strategy, Marketing Mix, Implementation and Control. The early research done has reached a good SWOT analysis and creates a strategic strategy for 5 years (2012-2017). The Library of UMY conducts some efforts that are adjusted annually. STP Strategy learns about major librarian that is students, about their expectations, needs, and their image of the library.

Marketing mix consists of Product, Price, Place, and Promotion. It becomes very crucial to master it especially about strength, weakness, chance, and challenge/threat. By analyzing SWOT 4 Ps, the recommended strategies for library development in the future can be applied. The Library Human Resources, both in quantity and quality, become its biggest threat in implementing the work plan. Controlling the work plan implementation becomes very important especially when it is done by many parties such as university, the head of the library, staff, and students.

The library marketing management is better done by all libraries because the improvement will be useless when it is not marketed. Library service utilization and trust given by customers to the human resources of the library become a benchmark of the applied marketing success.

Keywords: management, marketing, 4Ps, library, SWOT