

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) adalah salah satu bentuk amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan Tinggi. Fungsi utama UMY adalah pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Untuk menunjang kelancaran tri dharma perguruan tinggi ini, UMY membutuhkan perangkat organisasi dan manajerial yang kuat, mandiri dan berkemampuan untuk merencanakan dan menentukan masa depannya. Sesuai dengan rencana strategis UMY 2009-2014, tujuan umum pendidikan yang ingin dicapai UMY adalah terwujudnya sarjana muslim yang berakhlak mulia, cakap, percaya diri, mampu mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi serta berguna bagi umat, bangsa, dan kemanusiaan.

Di samping mengembangkan tujuan umum tersebut, UMY dalam upayanya meningkatkan kualitas lulusan, mengarahkan segenap proses pendidikannya dalam tujuan khusus. Beberapa tujuan khusus tersebut sangat berhubungan 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, menyediakan sistem layanan yang memuaskan bagi pengguna, menyediakan sumber daya dan potensi universitas yang dapat diakses oleh perguruan tinggi, lembaga pemerintah atau swasta, industri dan masyarakat untuk mendukung

upaya pengembangan bidang agama Islam, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan beberapa institusi nasional maupun internasional untuk memajukan pendidikan, penelitian manajemen dan pelayanan.

Dengan tujuan khusus yang sangat berkaitan erat dengan perpustakaan, menjadi hal yang sangat wajar apabila perpustakaan perguruan tinggi disebut sebagai jantungnya perguruan tinggi, jantung yang akan memompa kehidupan berupa informasi kepada sivitas akademiknya. Perpustakaan menjadi tempat untuk mencari data dan informasi yang paling lengkap guna menyelesaikan tugas kuliah dan riset dengan lebih baik.

Berdasarkan Undang-Undang Perpustakaan Bab I pasal 1,2,3 (2007; 2-4) perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan atau karya rekam secara professional dengan sistem baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi dan rekreasi pemustaka. Perpustakaan diselenggarakan berdasarkan asas pembelajaran sepanjang hayat, demokrasi, keadilan, keprofesionalan, keterbukaan, keterukuran dan kemitraan. Perpustakaan berfungsi sebagai wahana pendidikan, penelitian, pelestarian informasi dan rekreasi untuk meningkatkan kecerdasan dan keberdayaan bangsa. Perpustakaan bertujuan untuk memberikan layanan kepada pemustaka, meningkatkan kegemaran membaca, serta memperluas wawasan dan pengetahuan untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Dalam rangka melaksanakan Rencana Strategis 2009-2014 yang telah dicanangkan tersebut dan sesuai dengan Undang-Undang Perpustakaan maka perpustakaan UMY berusaha untuk melakukan pengembangan perpustakaan secara

strategis pula, terutama dalam melakukan pemasaran layanannya. Bryson (2006; 308) menyatakan bahwa *marketing* sering disalah-artikan sebagai promosi. *Marketing* ikut mempertimbangkan strategi promosi akan tetapi lebih mendekati kepada rencana strategis. Strategi *marketing* memastikan posisi pasar dan program yang bertujuan pada tujuan utama organisasi induk, memenuhi kebutuhan pelanggan dan kepuasan pelanggan, serta berkontribusi untuk kesuksesan layanan informasi.

Perpustakaan UMY berusaha mengembangkan layanannya sesuai dengan visi dan misi serta rencana strategis UMY. Perpustakaan memberikan layanan berdasarkan pada kebutuhan untuk kepuasan pemustakanya. Perpustakaan UMY tidak lagi sebagai perpustakaan konvensional, yang koleksinya terbatas pada koleksi tercetak saja. Sesuai dengan perkembangan teknologi dan informasi saat ini, perpustakaan UMY menyediakan informasi menggunakan teknologi internet. Pengembangan ini diharapkan dapat mempermudah pemustaka dalam mengakses layanan yang disediakan oleh perpustakaan UMY.

Kotler (1999; 30) menyatakan ada lima tahapan dalam manajemen pemasaran yaitu riset pasar, mengetahui segmentasi, target dan posisi pasar, marketing mix atau bauran pemasaran 4 P yaitu *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga) dan *Promotion* (promosi), implementasi dan kontrol. Beberapa hal telah dilakukan perpustakaan UMY dalam rangka memasarkan layanannya, merujuk pada hal tersebut.

Pasar dalam hal ini adalah pemustaka perpustakaan UMY yang terdiri dari mahasiswa, dosen, peneliti dari UMY serta masyarakat di luar UMY. Pemustaka

utama perpustakaan UMY adalah mahasiswa. Mahasiswa UMY berasal dari latar belakang sosial dan ekonomi yang berbeda-beda. Pemanfaatan dan penetrasi teknologi internet pada masing masing mahasiswa relatif tidak sama. Mahasiswa UMY yang terdiri dari mahasiswa Diploma, Sarjana dan Pasca Sarjana (S2 dan S3) juga memiliki perilaku dan kebutuhan yang beragam. Pemustaka ini harus mendapatkan cara pelayanan yang berbeda disesuaikan dengan latar belakangnya.

Perpustakaan UMY juga telah melakukan pendataan ulang koleksi, penyempurnaan sistem informasi, penambahan koleksi cetak, peningkatan pelayanan, dan lain lain. Perpustakaan UMY yang terdiri dari 22 unit perpustakaan program studi dan perpustakaan pusat, kini sedang dalam proses penyatuan data (sentralisasi data) sehingga diharapkan nantinya koleksi perpustakaan dapat dipantau secara menyeluruh. Ruangan perpustakaan juga telah dibuat senyaman mungkin dengan penambahan fasilitas AC, penambahan kursi santai dan penyediaan *hotspot area*, meskipun masih ada beberapa perpustakaan program studi yang masih digabung dengan ruang administrasi.

Promosi perpustakaan yang sudah dilaksanakan antara lain melakukan presentasi di hadapan mahasiswa baru UMY, melakukan sosialisasi melalui *mailing list*, facebook perpustakaan, *user education* (bimbingan pemustaka), website <http://library.umy.ac.id>, poster, leaflet, pembatas buku serta pelatihan penelusuran jurnal online.

Peneliti menemukan bahwa: tingkat kunjungan ke perpustakaan pusat UMY yaitu 10 dosen dalam 2 bulan dan 200 mahasiswa dari 13.000 mahasiswa setiap

harinya. Dari 6500 mahasiswa baru UMY 2013/2014, 1900 mahasiswa yang mendaftarkan diri sebagai anggota perpustakaan. Tingkat kunjungan ke Facebook dan website perpustakaan UMY tidak dapat diukur. Beberapa media promosi yang telah dibuat antara lain brosur, leaflet dan pembatas buku juga sudah disebar luaskan, akan tetapi kemanfaatannya sulit untuk diukur.

Program promosi terbaru yang dilaksanakan adalah melakukan pelatihan penelusuran jurnal on-line. Pelatihan ini dilaksanakan dengan beberapa tujuan yaitu sebagai alat ukur untuk menentukan apakah akan melanggan jurnal on-line lain selain yang telah dilanggan oleh Dirjen Dikti atau tidak. Pelatihan ini juga untuk memasarkan layanan perpustakaan terbaru yang diharapkan dapat menarik minat dosen dan mahasiswa untuk memanfaatkan layanan perpustakaan baik dengan datang langsung maupun melalui internet. Pelatihan penelusuran jurnal on-line Perpustakaan UMY dilakukan di perpustakaan pusat agar mahasiswa yang mengikuti pelatihan ini datang ke perpustakaan dan mengenal perpustakaan secara langsung. Pelatihan ini diawali dengan sosialisasi website baru dan facebook perpustakaan UMY. Website perpustakaan dan sistem informasi perpustakaan terbaru yang baru berumur 4 bulan ini memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Facebook perpustakaan juga dikenalkan agar komunikasi yang lebih akrab dapat terbina antara mahasiswa dengan perpustakaan.

Sampai dengan bulan Februari 2014, telah dilakukan 10 kali pelatihan kepada mahasiswa pasca sarjana dan 15 kali pelatihan untuk mahasiswa S1. Pelatihan kepada mahasiswa S1 sedang dilaksanakan secara berkala. Pelatihan ini dilakukan awalnya

kepada mahasiswa SI yang sedang menyelesaikan skripsi. Hal ini dikarenakan mayoritas mahasiswa yang datang ke perpustakaan pusat di layanan repository dan jurnal, datang untuk merujuk informasi melalui skripsi dan tesis kakak kelas bukan jurnal ataupun informasi lain yang lebih *up to date*.

Perpustakaan UMY juga telah melakukan kerjasama dengan beberapa instansi baik nasional maupun internasional. UMY bergabung dalam Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi. Perpustakaan UMY juga menjadi anggota dari *Jogja Library for All (JLA)* yang dimotori oleh Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah (BPAD) DIY. Sebagai wujud tanggung jawabnya sebagai amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan, perpustakaan UMY membina perpustakaan sekolah Muhammadiyah dan melestarikan koleksi dari Majelis Informasi dan Pustaka PP Muhammadiyah dalam bentuk Muhammadiyah *Corner*. Perpustakaan UMY juga melakukan kerjasama dengan instansi internasional yaitu Kedutaan Besar Amerika dalam bentuk *American Corner* dan dan Kedutaan Perancis dalam bentuk Warung Perancis, sedangkan yang akan segera dilaunching adalah Maroko *Corner*. Kerjasama yang dilakukan dimaksudkan untuk meningkatkan jumlah koleksi dan meningkatkan pemasaran perpustakaan UMY.

Dengan melihat kenyataan seperti itu maka penelitian ini akan diarahkan untuk melihat manajemen pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan UMY. Perbaikan manajemen dan manajemen pemasaran perpustakaan yang telah dilakukan dalam dua tahun terakhir inilah yang diharapkan dapat meningkatkan tingkat kunjungan dan pemanfaatan layanan informasi yang disediakan oleh perpustakaan

UMY. Sehingga disini dapat pula dirumuskan kekuatan, kelemahan, kesempatan serta tantangan bauran pemasaran perpustakaan UMY, yang diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan UMY.

### **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana Manajemen Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta?
- 2) Bagaimana analisis SWOT terhadap bauran pemasaran perpustakaan UMY?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dengan menjawab pertanyaan yang ada dalam perumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- 1) Manajemen pemasaran perpustakaan perguruan tinggi di perpustakaan UMY.
- 2) Analisis SWOT terhadap bauran pemasaran perpustakaan UMY.

### **D. Manfaat Penelitian**

Bagi penulis, dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang manajemen pemasaran perpustakaan perguruan tinggi

Bagi UMY, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman pentingnya memasarkan layanan perpustakaan perguruan tinggi dan dapat dijadikan

landasan dalam penyusunan program layanan informasi perpustakaan tahun berikutnya. Akhirnya, layanan perpustakaan akan terlaksana sesuai kebutuhan pemustaka. Diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi kepada pihak-pihak yang ingin meneliti lebih lanjut dalam hal manajemen pemasaran perpustakaan perguruan tinggi.