

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana penunjang program kegiatan akademik di lingkungan perguruan tinggi, yang mempunyai tugas pokok secara operasional di bidang pelayanan informasi. Perpustakaan UMY dituntut untuk dapat mendukung keberhasilan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan memilih, menghimpun, mengolah, merawat, dan melayani sumber informasi kepada civitas akademiknya pada khususnya dan masyarakat akademik lainnya pada umumnya.

#### **A. Perpustakaan Perguruan Tinggi**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor: 43 tahun 2007, pasal 24 yaitu setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan standar nasional pendidikan (ayat 1). Perpustakaan sebagaimana dimaksud di ayat (1) memiliki koleksi, baik jumlah judul maupun jumlah eksemplarnya, yang mencukupi untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat (ayat 2). Perpustakaan perguruan tinggi mengembangkan layanan perpustakaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi (ayat 3). Setiap perguruan tinggi mengalokasikan dana untuk mengembangkan perpustakaan sesuai dengan peraturan perundang undangan guna memenuhi standar nasional pendidikan dan standar nasional perpustakaan (ayat 4).

Perpustakaan perguruan tinggi menurut Basuki (1991: 51) adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berfalsifikasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat). Sejalan dengan pernyataan di atas, Qalyubi (2007: 10), menyatakan bahwa perpustakaan perguruan tinggi merupakan suatu unit pelaksana teknis (UPT) perguruan tinggi yang bersama-sama dengan unit lain turut melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan cara memilih, menghimpun, mengolah, merawat, dan melayankan sumber informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya.

Dari beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi yang berfungsi menyediakan dan menyebarkan informasi dalam rangka membantu perguruan tinggi tersebut mencapai tujuannya yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat).

Tujuan perpustakaan perguruan tinggi harus sejalan dengan tujuan perguruan tingginya. Sebagai unsur penunjang perguruan tinggi dalam mencapai visi dan misinya, maka perpustakaan perguruan tinggi memiliki tujuan. Menurut pendapat Basuki (1993: 52), tujuan perpustakaan perguruan tinggi antara lain sebagai berikut:

1. Memenuhi keperluan informasi masyarakat perguruan tinggi, lazimnya

staf pengajar dan mahasiswa. Sering pula mencakup tenaga kerja administrasi perguruan tinggi.

2. Menyediakan bahan pustaka (referensi) pada semua tingkatan akademis, artinya mulai dari mahasiswa tahun pertama hingga ke mahasiswa pasca sarjana dan pengajar.
3. Menyediakan ruangan belajar bagi pengguna perpustakaan.
4. Menyediakan jasa peminjaman yang tepat guna bagi berbagai jenis pengguna.
5. Menyediakan jasa informasi aktif yang tidak saja terbatas pada lingkungan perguruan tinggi juga lembaga industri lokal.

Tujuan perpustakaan perguruan tinggi menurut Perpustakaan Nasional RI (2011: 8) adalah (1) menyediakan bahan perpustakaan dan akses informasi bagi pemustaka untuk kepentingan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat, (2) mengembangkan, mengorganisasi dan mendayagunakan koleksi, (3) meningkatkan literasi informasi pemustaka, (4) mendayagunakan teknologi informasi dan komunikasi, serta (5) melestarikan bahan perpustakaan, baik isi maupun medianya.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai tujuan perpustakaan di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penyelenggaraan perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk mendukung kinerja dari perguruan tinggi dalam menyelenggarakan pendidikan. Perpustakaan perguruan tinggi menyediakan sumber-sumber informasi ilmiah bagi masyarakat perguruan tinggi tersebut agar pelaksanaan

program kegiatan perguruan tinggi berjalan dengan lancar dan semakin berkualitas.

Supaya tujuannya dapat terlaksana, perpustakaan perguruan tinggi harus menjalankan fungsinya dengan baik. Menurut Basuki (1991: 107), fungsi utama perpustakaan perguruan tinggi antara lain: (1) fungsi edukatif, perpustakaan membantu mengembangkan potensi mahasiswa dengan sistem pembelajaran yang terdapat dalam kurikulum pendidikan, (2) fungsi informasi, perpustakaan membantu mahasiswa dalam memperoleh informasi sebanyak-banyaknya melalui penelusuran informasi yang ada di perpustakaan, (3) menunjang kegiatan penelitian, dalam hal ini perpustakaan menyediakan sejumlah informasi yang diperlukan agar proses penelitian dosen, mahasiswa, dan staf non edukatif dapat dilakukan berdasar data-data yang diperoleh dari perpustakaan, (4) sebagai tempat rekreasi atau hiburan, mahasiswa dapat mengandalkan perpustakaan untuk mengurangi ketegangan setelah lelah belajar dengan bahan bacaan ringan dan menghiburkan yang ada di perpustakaan.

Dalam Buku Pedoman Perpustakaan Perguruan Tinggi (Depdiknas, 2004: 3), perpustakaan perguruan tinggi memiliki berbagai fungsi sebagai berikut:

a. Fungsi Edukasi

Perpustakaan merupakan sumber belajar para sivitas akademika, oleh karena itu koleksi yang disediakan adalah koleksi yang mendukung pencapaian tujuan pembelajaran, pengorganisasian bahan pembelajaran setiap program studi, koleksi tentang strategi belajar mengajar dan materi pendukung pelaksanaan evaluasi pembelajaran

b. Fungsi Informasi

Perpustakaan merupakan sumber informasi yang mudah diakses oleh pencari dan pengguna informasi.

c. Fungsi Riset

Perpustakaan mempersiapkan bahan-bahan primer dan sekunder yang paling mutakhir sebagai bahan untuk melakukan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Koleksi pendukung penelitian di perpustakaan perguruan tinggi mutlak dimiliki karena tugas perguruan tinggi adalah menghasilkan karya-karya penelitian yang dapat diaplikasikan untuk kepentingan pembangunan masyarakat dalam berbagai bidang.

d. Fungsi Rekreasi

Perpustakaan harus menyediakan koleksi rekreatif yang bermakna untuk membangun dan mengembangkan kreativitas, minat, dan daya inovasi pengguna perpustakaan.

e. Fungsi Publikasi

Perpustakaan selayaknya juga membantu melakukan publikasi karya yang dihasilkan oleh warga perguruan tinggi yakni sivitas akademika dan staf non-akademik.

f. Fungsi Deposit

Perpustakaan menjadi pusat deposit untuk seluruh karya dan pengetahuan yang dihasilkan oleh warga perguruan tingginya.

g. Fungsi Interpretasi

Perpustakaan sudah seharusnya melakukan kajian dan memberikan nilai tambah terhadap sumber-sumber informasi yang dimilikinya untuk membantu pengguna dalam melakukan dharmanya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan, bahwa fungsi perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk menunjang dan mendukung proses pendidikan yang berlangsung di suatu perguruan tinggi, memperlancar dan mensukseskan Tri Dharma Perguruan Tinggi, serta meningkatkan kualitas pendidikan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat. Perpustakaan diharapkan dapat berfungsi sebagai tempat berkumpulnya sivitas akademika dalam melakukan kegiatan akademisnya.

## **B. Manajemen Perpustakaan**

Menurut KBBI terdapat dua pengertian tentang manajemen. Pertama, manajemen adalah suatu proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Maksudnya adalah bahwa di dalam organisasi, baik sebagai wadah yang sifatnya statis, maupun sebagai kegiatan yang sifatnya dinamis. Di dalamnya terdapat suatu proses penggunaan dan pemanfaatan semua sumber daya yang dilakukan oleh manajer (pemimpin) yang diarahkan untuk mencapai target atau sasaran yang telah ditentukan. Kedua, manajemen adalah pejabat atau pimpinan yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan. Jadi di sini manajemen diartikan sebagai kewenangan, kemampuan dan kesanggupan seseorang pemegang kekuasaan yang sah dan legal, untuk menjalankan dan

mengoperasikan organisasi. Orang-orang tersebut memiliki tanggung jawab sepenuhnya, baik secara formal maupun moral, sekaligus menjadi titik sentral perhatian dan komando bagi semua staf dan bawahan. Semua tergantung kepada pihak manajemen (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1988).

Manajemen informasi perpustakaan menurut Bryson (1990; 67) adalah upaya pencapaian tujuan dengan memanfaatkan sumber daya manusia, informasi, sistem dan sumber dana dengan tetap memperhatikan fungsi manajemen, peran dan keahlian. Dari pengertian ini, ditekankan bahwa untuk mencapai tujuan, diperlukan sumber daya manusia, dan sumber-sumber non manusia yang berupa sumber dana, teknik atau sistem, fisik, perlengkapan, informasi, ide atau gagasan, dan teknologi. Elemen-elemen tersebut dikelola melalui proses manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian, yang diharapkan mampu menghasilkan produk berupa barang atau jasa yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat pengguna.

Definisi manajemen menurut para pakar yang lain dalam Manulang (2009: 3) di antaranya :

1. Haiman: Fungsi untuk mencapai sesuatu melalui kegiatan orang lain dan mengawasi usaha-usaha individu untuk mencapai tujuan bersama.
2. George R. Terry : Pencapaian tujuan yang ditetapkan terlebih dahulu dengan mempergunakan kegiatan orang lain.
3. Spriegel dan Lansburg: manajemen yang berdasarkan ilmu pengetahuan harus menerapkan langkah-langkah, sebelum mengambil keputusan, yaitu mengumpulkan data data, menganalisa data-data, mempertimbangkan

tujuan dengan hubungan dari data-data yang sudah terkumpul, kemudian menetapkan apa yang menjadi putusan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka untuk mengelola sebuah perpustakaan diperlukan kemampuan manajemen yang baik, agar arah kegiatan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Kemampuan manajemen itu juga diperlukan untuk menjaga keseimbangan tujuan-tujuan yang berbeda dan mampu dilaksanakan secara efektif dan efisien. Pengetahuan dasar dalam mengelola perpustakaan agar berjalan dengan baik adalah ilmu manajemen, karena manajemen sangat diperlukan dalam berbagai kehidupan untuk mengatur langkah-langkah yang harus dilaksanakan oleh seluruh elemen dalam suatu perpustakaan. Oleh karena itu dalam proses manajemen diperlukan adanya proses perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), kepemimpinan (*leadership*), dan pengendalian (*controlling*). Di samping itu, manajemen juga dimaksudkan agar elemen yang terlibat dalam perpustakaan mampu melakukan tugas dan pekerjaannya dengan baik dan benar. Apabila dalam proses dan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasannya tidak baik, maka proses manajemen secara keseluruhan juga akan tidak lancar, serta proses pencapaian tujuan akan terganggu dan mengalami kegagalan.

Dalam manajemen perpustakaan langkah awal yang harus dilakukan adalah perencanaan terhadap terhadap visi, misi dan tujuan perpustakaan. Hal ini sangat penting karena visi akan berfungsi untuk memperjelas arah perkembangan perpustakaan dan dapat memotivasi seluruh komponen untuk bergerak menuju arah yang benar. Dengan visi yang benar akan membantu pengkoordinasian

kegiatan dan orangnya. Visi adalah penetapan tujuan perpustakaan dalam jangka panjang yang bersifat abstrak, mudah dipahami dan memiliki keunggulan dari yang lain. Misi adalah penjabaran visi yang berupa rumusan kegiatan yang akan dilakukan dan hasilnya dapat diukur, dilihat, dirasakan, maupun dibuktikan karena bersifat kasat mata. Tujuan adalah sasaran yang akan dicapai suatu perpustakaan dalam jangka pendek dan hasilnya bisa dirasakan. Visi, misi dan tujuan perpustakaan sering dipahami secara tumpang tindih, sehingga perumusannya membutuhkan partisipasi dari seluruh komponen yang terlibat dalam perpustakaan.

Selanjutnya perencanaan juga meliputi perumusan keadaan sekarang yaitu analisis SWOT, dengan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan serta kesempatan dan tantangan yang dihadapi oleh perpustakaan dalam hal ini perpustakaan perguruan tinggi. Pada tahapan penentuan kekuatan dan kelemahan perpustakaan dibutuhkan data yang tepat dan akurat. Perlu adanya pemahaman kekuatan sebagai modal untuk melakukan kegiatan. Kekuatan akan menjadi faktor pendorong untuk memajukan perpustakaan. Kekuatan perpustakaan antar lain adalah koleksi, sumber daya manusia, partisipasi anggota serta anggaran.

Kekurangan atau kelemahan perpustakaan juga harus dikenali dengan sebaik-baiknya, karena ada kemungkinan kelemahan tersebut bisa menjadi kekuatan dengan merubah persepsi lebih positif. Contoh dari kelemahan antara lain tingkat kunjungan yang rendah, kurangnya dana, sumber daya manusia yang tidak memenuhi syarat dan lain sebagainya.

Langkah berikutnya adalah mengenali kesempatan yang terbuka dan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perpustakaan. Jalinan kerjasama dari pihak luar maupun dalam negeri kini semakin terbuka. Hal ini membutuhkan kejelian untuk menangkap peluang bekerjasama dengan pihak luar untuk berpartisipasi di perpustakaan perguruan tinggi dengan system symbiosis mutualism/saling menguntungkan.

Dalam usaha untuk mengenali kondisi perpustakaan juga perlu mengetahui ancaman utamanya. Ancaman terhadap perpustakaan yang paling dominan adalah perkembangan industri internet yang semakin dasyat. Hal ini seharusnya dapat menjadi motivasi utama perpustakaan dalam merumuskan rencana menghadapi tantangan perkembangan teknologi. Tanpa mengikuti perkembangan jaman, maka perpustakaan akan semakin ditinggalkan.

Perpustakaan juga seharusnya mengembangkan perencanaan dengan baik agar tidak lepas dari rel yang telah digariskan pada awalnya. Agar pengembangan perencanaan dapat terlaksana dengan baik perlu diperhatikan sumber daya, bisa orang (SDM), barang, material, uang, sarana dan prasarana, waktu, dan lain sebagainya, yang harus diberdayakan dan dimanfaatkan secara maksimal untuk kepentingan organisasi.

Pengembangan perencanaan sumber daya manusia dapat meliputi pengiriman pendidikan tingkat lanjut, pelatihan, magang, kursus, serta mengikuti seminar dan workshop. Peningkatan sumber daya manusia perlu mendapatkan perhatian yang utama karena hasilnya diharapkan mampu meningkatkan produktifitas dan kinerja perpustakaan. Pengelolaan sumber daya manusia (SDM)

di perpustakaan menjadi sangat penting karena informasi yang akan disampaikan oleh perpustakaan kepada penggunanya akan menjadi efektif sangat bergantung kepada kualitas SDM-nya. Karena kompleksnya perpustakaan PT, diperlukan untuk menunjuk staf profesional dengan kualifikasi tertentu yang akan bertanggung jawab atas berbagai jenis pelayanan perpustakaan. Peningkatan karir dan kesejahteraan staf yang sepadan dengan produktivitas kerja yang mereka hasilkan perlu diupayakan secara seimbang. Suatu lingkungan kerja yang nyaman bagi staf juga perlu dikembangkan untuk meningkatkan rasa bangga dan percaya diri mereka dalam melayani pengguna perpustakaan.

Pengembangan perencanaan sumber daya yang lain yang sangat penting adalah pengembangan bahan informasi, dalam hal ini adalah koleksi yang disediakan oleh perpustakaan. Kualitas dan kuantitas koleksi perpustakaan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pemakai harus menjadi rujukan awal ketika akan menambah koleksi yang akan disediakan. Selain itu harus memperhatikan relevansinya, kemutakhiran, rasio judul dan pemakai, objek keilmuan serta tidak bertentangan dengan politik, ideologi dan agama. Macam-macam bahan informasi adalah buku teks, e-book dan e-journal, buku rujukan, karya tulis ilmiah, makalah temu ilmiah, karya akademik, literature abu-abu, karya fiksi, terbitan berkala, mikrofis, microfilm, kaset dan lain lain.

Sumber daya lain yang harus direncanakan adalah perabot. Di perpustakaan dibutuhkan kenyamanan keselamatan dan keamanan kerja. Hal ini dipengaruhi oleh temperatur ruangan, kelembaban, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan, bau, dan perabot perpustakaan. Perabot yang dimaksud adalah meja

kursi baca, rak buku, komputer dan lain sebagainya. Perlu perencanaan matang sehingga ruangan tetap nyaman, dan perabot dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien.

Gedung dan tata ruang juga harus menjadi bagian dalam pengembangan perencanaan. Meskipun gedung dan tata ruang harus mengacu kepada ketersediaan fasilitas dari perguruan tinggi, akan tetapi perpustakaan harus dapat mengusulkan gedung dan tata ruang sesuai dengan standar kelayakan perpustakaan. Tata ruang yang ditata dengan baik akan memberikan kemudahan kepada pengguna dan staf perpustakaan. Hal ini juga akan memudahkan pengawasan terhadap koleksi perpustakaan. Tanda-tanda penunjuk (sign systems) mulai dari petunjuk utama hingga petunjuk rinci suatu rak buku, turut memegang peranan penting dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pengguna.

Sistem informasi perpustakaan adalah sumber daya terakhir yang harus dikembangkan. Sebisa mungkin sistem dibuat berdasarkan kebutuhan masing-masing perguruan tinggi dan dibuat sendiri. Hal ini untuk meminimalisir resiko kerusakan, dan memaksimalkan efektifitas pembenahannya. Sistem pencatatan dan penyediaan informasi diharapkan dibuat untuk memudahkan pengguna menemukan informasi, serta memperlancar pekerjaan karyawan/pustakawan perpustakaan perguruan tinggi yang bersangkutan.

Setelah merencanakan dan mengembangkan perencanaan, maka yang harus dilakukan dalam manajemen perpustakaan adalah pengorganisasian. Menurut Lasa (2008: 276) ada tiga komponen dalam pengkoordinasian yaitu kelompok orang, kerjasama yang harmonis serta pembagian hak, kewajiban dan

tanggung-jawab. Pengorganisasian merupakan penyatuan langkah dari seluruh kegiatan yang akan dilaksanakan oleh elemen-elemen dalam suatu lembaga.

Penyatuan langkah ini menjadi sangat penting agar tidak terjadi tumpang tindih dalam pelaksanaan tugas. Proses pengorganisasian suatu perpustakaan akan berjalan dengan baik apabila memiliki sumber daya, sumber dana, prosedur, koordinasi dan pengarahan pada langkah-langkah tertentu. Koordinasi sebenarnya merupakan proses pengintegrasian tujuan-tujuan pada satuan-satuan yang terpisah pada suatu lembaga untuk mencapai tujuan lembaga atau perpustakaan secara efisien. Prinsip pengorganisasian antara lain adalah perumusan tujuan, pembagian kerja, pembagian wewenang, kesatuan komando dan koordinasi.

Langkah selanjutnya dalam manajemen perpustakaan adalah penganggaran. Tanpa anggaran yang memadai, maka pelayanan di perpustakaan akan tersendat. Anggaran sangat erat berhubungan dengan proses perencanaan perpustakaan. Perpustakaan seharusnya memiliki sumber pendanaan yang tetap dengan pengelolaan sendiri oleh perpustakaan. Anggaran belanja ini diperoleh dari perguruan tinggi sebagai lembaga induknya yang berasal dari berbagai sumber pendanaan. Penganggaran diharapkan dapat berfungsi sebagai alat perencanaan, alat pengkoordinasian, pengendalian serta dapat untuk menetapkan standar kegiatan yang akan dilaksanakan. Anggaran dapat disusun apabila perpustakaan telah memiliki program kerja. Program kerja dapat disusun apabila telah ditetapkan strategi jangka panjang. Strategi dapat ditetapkan setelah ada sasaran yang pasti. Anggaran akan digunakan untuk menjamin agar sasaran jangka pendek dan jangka panjang dapat tercapai.

Unsur ke empat dalam manajemen adalah kepemimpinan yaitu masalah yang dipimpin dan yang memimpin. Efektifitas kepemimpinan dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kemampuan memotivasi, pengendalian situasi, bertanggung jawab, adil, dan percaya diri. Efektifitas kepemimpinan dapat diukur dari berbagai indikator, antara lain kualitas pengarahan dan pengawasan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, kelancaran komunikasi dan kemampuan mempengaruhi orang lain. Kepemimpinan di perpustakaan sebaiknya kriterianya adalah yang benar benar mengetahui dunia teknik kepustakawanan dan perpustakaan serta memahami manajemen dengan baik. Apabila belum ditemukan kriteria tersebut di perpustakaan yang bersangkutan terutama perguruan tinggi untuk persyaratan penilaian dan akreditasi, maka diharapkan dapat mencari pada lembaga lain dengan memperhatikan standar kualitas dan dukungan dari yang akan dipimpin dari lembaga tersebut.

Dalam manajemen perpustakaan, hal terakhir yang harus diperhatikan adalah pengawasan dan penilaian. Perlunya dilakukan pengawasan dalam pelaksanaan tugas dalam perpustakaan adalah agar dapat diperoleh hasil yang diharapkan dan adanya peningkatan kualitas. Dalam menjalankan fungsi pengawasan harus memperhatikan kesesuaian perencanaan kegiatan, sumber daya manusia, sumber informasi, sistem, anggaran dan sarana prasarana perpustakaan serta pelaksanaannya. Berbagai kesalahan bisa terjadi, sehingga dibutuhkan pengawasan agar kesalahan tidak berlarut-larut dan dapat ditanggulangi secepat mungkin.

Adanya pengawasan yang baik di perpustakaan dan adanya tindakan korektif menunjukkan bahwa sistem manajemen yang sehat. Apabila fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengawasan berjalan dengan baik, maka sistem manajemen perpustakaan itu dapat dikatakan berjalan dengan baik.

### **C. Manajemen Pemasaran Perpustakaan**

Pemasaran merupakan salah satu kebutuhan suatu perusahaan yang sangat penting, tanpa pemasaran maka produk maupun nama perusahaan juga perpustakaan tidak dapat dikenal oleh masyarakat. Definisi pemasaran menurut Asosiasi Pemasaran Amerika atau American Marketing Association (AMA) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, pemberian harga, promosi dan pendistribusian ide ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi. Pemasaran menurut Kotler (2008; 5) diartikan dengan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Manajemen Pemasaran Perpustakaan menurut Fisher dan Pride (2006: vii) sering disalah-artikan sebagai promosi, hal ini terbukti dengan banyaknya artikel yang hanya fokus kepada promosi dan kehumasan ketika membahas tentang manajemen pemasaran perpustakaan. Selain itu di dunia kepustakawanan, banyak pustakawan yang tidak menyadari bahwa pemasaran melibatkan semua aspek

dalam memberikan layanan perpustakaan, mereka melakukan itu tanpa menyadari bahwa yang dikerjakan di perpustakaan semuanya adalah berhubungan dengan pemasaran.

Proses Manajemen Pemasaran menurut Kotler dalam Bryson (2006; 296) digambarkan dengan:

R → STP → MM → I → C

R : *Market Research*

STP : *Segmentation, Targeting, and Positioning (Developing the Value Proposition) = STP Strategy*

MM : *Marketing Mix (4P's : Product, Price, Place, Promotion)*

I : *Implementation*

C : *Control (Getting feedback, Evaluating results, and revision or improving STP strategy or MM tactics)*

Manajemen pemasaran lebih mengarah kepada rencana strategis sebuah perusahaan. Dalam menentukan langkah ketika melakukan manajemen pemasaran maka harus melakukan riset pasar, segmentasi, target dan positioning (STP strategi), marketing mix, pengimplementasian dan kemudian mengontrol atau mengevaluasi dan merevisi untuk melangkah selanjutnya.

Dalam proses manajemen pemasaran perpustakaan didasarkan pada informasi yang diperoleh ketika melakukan audit terhadap proses pelaksanaan strategi yang ada. Hal ini termasuk di dalamnya adalah tentang kondisi saat ini dan kondisi masa yang akan datang, lingkungan internal dan eksternal, misi,

Perpustakaan juga harus mengetahui kesempatan dan ancaman serta tantangan apa saja yang akan dihadapi, mengetahui kekuatan dan kelemahan perpustakaan serta mengetahui trends serta issue yang berkembang di masyarakat. Cita cita, dan tujuan serta sasaran pemasaran juga perlu diungkapkan untuk memastikan perubahan yang diharapkan. Perubahan dalam hal kepedulian sivitas akademika, pemanfaatan perpustakaan oleh pemustakanya serta anggaran yang dibutuhkan oleh perpustakaan. Berapa lama target waktu yang dibutuhkan untuk mencapai program kerja perpustakaan juga perlu ditetapkan.

Strategi pemasaran akan memberikan jalan apa saja yang akan ditempuh untuk mencapai tujuan dan sasaran serta bagaimana penganggarnya. Selanjutnya adalah menentukan taktik pemasaran ataupun rencana pelaksanaan yang akan menjawab apa saja yang akan dilakukan, siapa yang akan melaksanakan, kapan akan diselesaikan dan berapa banyak anggaran yang dikeluarkan yang meliputi produk, harga, tempat, kerjasama serta promosi.

Dalam menentukan rencana pemasaran, maka perpustakaan menerapkan bauran pemasaran yang lebih dikenal dengan 4Ps, yaitu Product, Price, Place dan Promotion. Product adalah jasa dan informasi yang ditawarkan, sesuai dengan kebutuhan pengguna. Di perpustakaan, yang dimaksud dengan produk adalah pelayanan yang disediakan seperti layanan peminjaman koleksi, penelusuran, referensi, informasi bimbingan pengguna, jasa fotocopy dan sebagainya. Pengembangan produk perpustakaan dilakukan dengan studi ilmiah dan penelitian terlebih dahulu agar hasil yang didapatkan dalam penelitian tersebut benar benar dapat diterapkan.

program, dan evaluasi kinerja. Informasi lain yang perlu diperhatikan adalah bagaimana pasar, customer dan sumber informasi lainnya.

Dengan mengikuti alur dalam Kotler ini, maka langkah awal yang dilakukan adalah menganalisa situasi pasar yang sebenarnya dalam hal ini pemustakanya dengan meneliti latar belakang pemustaka secara demografis, sosial, budaya dan trend yang sedang terjadi di masyarakat serta perkembangan teknologi yang mempengaruhinya. Langkah selanjutnya adalah memeriksa lingkungan internal dan eksternal sehingga dapat ditemukan kekuatan, kelemahan, kesempatan dan tantangan perpustakaan perguruan tinggi. Dengan berlatar-belakang dua hal tersebut maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran yang paling tepat.

Dalam membuat rencana pemasaran (marketing plan), akan dijelaskan terlebih dahulu detail dari produk/layanan jasa yang disediakan. Selanjutnya adalah melakukan survey pemakai jasa untuk mengetahui kebutuhan (need) dan keinginan (want) dari pemustakanya, gambaran dari target pasar secara rinci memberikan informasi berdasarkan data demografis, psikologis, dan perilaku, daerah asal, dan gaya hidup dari pengguna informasi. Hal ini menunjukkan seberapa luas target pasar yang harus diperhatikan ketika memberikan layanan. Menganalisis situasi pasar saat ini agar dapat mengetahui dimana dan bagaimana layanan dirasakan, bagaimana harga menjadi pertimbangan khusus, bagaimana keberadaan pesaing layanan perpustakaan, bagaimana layanan saat ini yang dirasakan oleh pemustaka, serta informasi lain yang relevan.

Price adalah nilai jasa yang ditawarkan. Jumlahnya sangat bergantung kepada waktu, tenaga, dana yang disediakan. Harga yang dimaksud dalam layanan perpustakaan juga dapat berarti keaktualan informasi, relevansi informasi serta nilai informasinya. Place yaitu tempat untuk mengakses informasi yang disediakan sehubungan dengan fisik perpustakaan, seperti kenyamanan ruangan, interior dan fasilitas komputer dan lain sebagainya.

Promotion adalah salah satu aspek untuk mencapai tujuan pemasaran. Promosi sering diartikan sebagai media untuk memperkenalkan perpustakaan kepada pengguna ataupun calon pengguna. Promosi perpustakaan tidak sekedar memberikan informasi tetapi juga mendidik dan menghibur. Tujuan utama promosi adalah untuk membujuk, mempengaruhi, dan mengundang orang untuk menggunakan atau meningkatkan penggunaan suatu produk yang telah dibuat kepada masyarakat luas (pengguna), dengan harapan mereka dapat mengetahui dan memahami, sehingga dapat memanfaatkan produk yang akan dikenalkan.

Unsur pustakawan dan pegawai perpustakaan menjadi faktor utamanya, terutama dalam melayani dan memberikan kesan pertama terhadap perpustakaan. Apabila tidak dilayani dengan baik pada kunjungan pertamanya, pemustaka sering memilih untuk tidak datang lagi atau bahkan menyebar luaskan berita bahwa dia dilayani dengan tidak baik. Selain pelayanan dari SDM perpustakaan, perpustakaan juga sebaiknya membuat buku panduan, leaflet, banner dan website yang menarik. Promosi lain yang dapat dilakukan adalah dalam bentuk pemberian pendidikan bagi pemakai maupun perpustakaan lain, hal ini dimaksudkan agar perpustakaan dapat dikenal dengan lebih baik.

Implementation atau pelaksanaan adalah langkah yang dilakukan setelah menyelesaikan perencanaan strategis pemasaran. Layanan informasi harus menentukan bagaimana produk dan layanan akan didistribusikan atau disampaikan kepada penggunanya. Dalam pelaksanaan juga harus memastikan kualitas layanan yang diberikan oleh perpustakaan.

Controlling atau pengawasan harus dilakukan agar dapat memonitor perkembangan dari perencanaan yang telah disusun. Dengan mempelajari kepuasan pelanggan, perpustakaan akan dapat mengetahui indikasi tingkat kepuasan dosen dan mahasiswa dengan pelayanan informasi saat ini. Kepuasan pelanggan adalah salah satu alat pengawasan pemasaran, karena dapat digunakan sebagai argumentasi untuk mempertahankan jumlah anggaran jika hasilnya baik dan dapat dijadikan alasan menaikkan anggaran apabila dianggap bahwa hasil pelayanan kurang maksimal.

Manajemen perpustakaan dan manajemen pemasaran perpustakaan memiliki beberapa langkah yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran perpustakaan perguruan tinggi tidak akan dapat dilaksanakan dengan baik apabila manajemen perpustakaan tidak terlaksana dengan baik. Manajemen pemasaran perguruan tinggi mutlak harus dilaksanakan terutama karena perkembangan teknologi yang semakin cepat, apabila tidak diantisipasi dengan baik maka perpustakaan akan tergerus keberadaannya.

#### D. Analisis SWOT terhadap Bauran Pemasaran Perpustakaan UMY

Menurut Freddy Rangkuti (2005), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal.

Gambar 1: Diagram analisis SWOT:



Kuadran I: merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang kjangka panjang dengan strategi diversifikasi.

Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik

Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Ferrel dan Harline (2005) dalam Widharta fungsi dari analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok permasalahan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaannya mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan. Berikut ini merupakan potensial yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis SWOT menurut Ferrel dan Harline (2005):

#### 1. Potensial Kekuatan Internal

Potensial kekuatan internal bisa berupa: kepemilikan sumber daya keuangan, kepemilikan nama yang sudah dikenal, peringkat 1 dalam jenis industrinya, skala ekonomi, properti teknologi, proses yang paten, harga yang lebih murah, kepercayaan dan respek pada perusahaan, produk/brand image, superior talenta manajemen, kemampuan pemasaran yang lebih baik, kualitas produk yang superior, aliansi

dengan perusahaan lain, kemampuan distribusi yang baik dan karyawan yang berkomitmen.

## 2. Potensial Kelemahan Internal

Potensi kelemahan internal dapat berupa: kurangnya pengaturan strategi, terbatasnya sumber daya potensial, pengeluaran yang kurang dalam pemasaran dan promosi, sempitnya garis produk, terbatasnya distribusi, mahal biaya, teknologi yang ketinggalan jaman, problem proses operasi internal, imej pasar yang lemah, kemampuan pasar yang kurang baik, lemahnya kerjasama dengan perusahaan lain, karyawan yang tidak terlatih.

## 3. Potensial Peluang Eksternal

Potensial peluang eksternal meliputi pertumbuhan pasar yang terus meningkat, perusahaan pesaing yang sudah merasa puas diri, kebutuhan dan keinginan konsumen yang berubah, terbukanya pasar luar negeri, kecelakaan yang terjadi pada perusahaan lain, ditemukannya produk baru, perubahan peraturan pemerintah, teknologi baru, pergantian demografi, perusahaan lain yang mencari aliansi, penolakan akan substitusi produk, perubahan metode distribusi.

## 4. Potensial Ancaman Eksternal

Potensial ancaman eksternal meliputi masuknya kompetitor asing, pengenalan produk substitusi baru, daur hidup produk pada saat penolakan, perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen, kepercayaan konsumen yang berkurang perusahaan pesaing

mengadopsi strategi baru, peningkatan peraturan pemerintah, ekonomi yang mengalami penurunan, teknologi baru, perubahan demografi, hambatan perdagangan asing, dan lemah kinerja perusahaan aliansi.

Matriks SWOT menurut Rangkuti (2006) dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

	Kekuatan ( <i>Strength</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness</i> )
Peluang ( <i>Opportunity</i> )	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman ( <i>Threats</i> )	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2: Matriks SWOT (Rangkuti, 2006)

Berikut ini adalah keterangan mengenai matriks SWOT diatas:

1. Strategi SO (*Strength and Opportunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weakness and Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Akhirnya analisis SWOT terhadap bauran pemasaran perpustakaan UMY akan menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut: trend utama yang akan mempengaruhi perpustakaan, apa yang dibutuhkan oleh mahasiswa, apa yang diinginkan oleh mahasiswa, bagaimana mahasiswa menerima layanan jasa perpustakaan, apa yang ditawarkan oleh pesaing perpustakaan. Dengan analisis SWOT terhadap bauran pemasaran ini, juga dapat direkomendasikan strategi yang dapat digunakan UMY agar perpustakaan semakin banyak dimanfaatkan oleh mahasiswa.

## **2. Tinjauan Pustaka**

Berikut hasil penelitian terdahulu mengenai manajemen pemasaran perpustakaan perguruan tinggi.

- 1). Marilyn L Shontz, John C Parker dan Richard Parker (2004), melakukan penelitian yang berjudul *What do librarians think about marketing: a survey of public librarian attitudes toward the marketing of library services*. Penelitian

tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa beberapa pustakawan menyadari bahwa pemasaran penting untuk memasarkan layanan perpustakaan, hanya saja pustakawan tidak semuanya memahami bagaimana memasarkan layanan jasa informasi di perpustakaan. Sebagian diantaranya bahkan berfikir bahwa pemasaran perpustakaan bukan menjadi tugas pustakawan sehingga seharusnya perpustakaan mempunyai pegawai khusus di bidang pemasaran. Pemasaran membutuhkan keahlian khusus sehingga pustakawan yang mendapatkan tugas tersebut harus mendapatkan pelatihan dan memahami bidang kerja pemasaran.

2). Emmanouel Garoufallou, Rania Siatri, Georgia Zafeiriou dan Ekaterini Balampanidou (2012) melakukan penelitian dengan judul *Use of Marketing concept in Library Services : a literature Review*. Penelitian ini menguji dan mengklarifikasi adanya kesalahpahaman dan kesulitan dalam memasarkan perpustakaan dan layanan informasi serta tekanan dalam menjalankan dan mengadopsi konsep pemasaran dalam perpustakaan di era teknologi informasi sekarang ini. Penelitian ini menguji pemasaran perpustakaan dalam tujuh bahasan yaitu salah pengertian dalam pemasaran layanan perpustakaan, tantangan utama dan alasannya mengadopsi konsep pemasaran dalam rencana strategis perpustakaan, pelaporan kepada organisasi internasional perpustakaan, penyediaan gambaran jelas dalam pelaksanaan rencana strategis pemasaran perpustakaan, penyampaian tujuan memasarkan perpustakaan dan kesiapan perpustakaan dalam menghadapi tantangan perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat.

3). Martyn Wade (2013) melakukan penelitian yang berjudul *Re-Inventing the Library, the Role of strategic planning, marketing, and external relations and shared services at the National Library of Scotland*. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa sangat penting membuat perencanaan strategi dalam rangka menghadapi perkembangan dan penyelamatan perpustakaan di era digital. Pemasaran dan hubungan eksternal menjadi sangat vital untuk mempromosikan koleksi dan layanan yang disediakan oleh perpustakaan.

Dari tiga penelitian tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian manajemen pemasaran perpustakaan perguruan tinggi studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan beberapa alasan, diantaranya:

1. Masalah yang diangkat tersebut penting untuk diteliti karena menyangkut strategi perpustakaan untuk meningkatkan layanannya demi kepuasan pengguna.
2. Perpustakaan perguruan tinggi menghadapi permasalahan yang sama yaitu semakin berkurangnya mahasiswa yang memanfaatkan layanan informasi di perpustakaan dan perlu diketahui cara untuk mengatasi hal tersebut.
3. Perlunya dilakukan evaluasi terus menerus terhadap strategi yang telah dilakukan oleh perpustakaan, sehingga perpustakaan mampu untuk menyesuaikan perkembangan teknologi dan informasi.
4. Pustakawan dan pegawai perpustakaan seharusnya mampu dan mengerti hakikat dari pemasaran layanan jasa informasi, sehingga perpustakaan mampu dan dapat dipercaya untuk menjadi jantung dari perguruan tinggi.

Penelitian ini berbeda dari tiga penelitian lainnya karena penelitian ini dilakukan dengan melihat semua aspek yang berhubungan dengan pengembangan perpustakaan sehingga tiga penelitian sebelumnya menjadi acuan untuk mengembangkan perpustakaan UMY dimasa yang akan datang.