

**MANAJEMEN PEMASARAN  
PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI**

(Studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

**Naskah Publikasi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat S-2  
Program Kajian Budaya Media  
Minat Manajemen Informasi dan Perpustakaan**



**Diajukan oleh:**

**NOVY DIANA FAUZIE**

**12/340052/PMU/07524**

**Kepada**

**SEKOLAH PASCASARJANA  
MANAJEMEN INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS GADJAH MADA  
YOGYAKARTA**

**2014**

## 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 atmosfir 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*

## PENDAHULUAN

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 atmosfir 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.

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. Ruang perpustakaan juga telah dibuat nyaman 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.

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.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penulis menulis dengan cara menggambarkan secara rinci dan mendalam tentang pelaksanaan manajemen pemasaran perpustakaan di perpustakaan UMY. Penulis mengkaji kebijakan yang digunakan dalam memasarkan perpustakaan sebagai input, teknik pelaksanaan program pemasarannya sebagai proses dan tanggapan serta respon dari pengguna perpustakaan sebagai outputnya. Lokasi penelitian adalah Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari wawancara mendalam dan observasi atau pengamatan lapangan. Wawancara mendalam dilakukan dengan mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara dalam penelitian ini menjadi alat utama penelitian. Adapun yang menjadi informan adalah Wakil Rektor I UMY, kepala perpustakaan UMY, pustakawan dan pegawai perpustakaan non pustakawan di perpustakaan pusat dan perpustakaan fakultas serta mahasiswa UMY yang berjumlah 16 orang.

Metode observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan langsung mengamati serta mengetahui apa yang terjadi di lapangan objek penelitian. Penulis melakukan pencatatan dan pengamatan dengan sistematis terhadap fenomena yang diteliti. Peneliti mengamati kehidupan individu atau kelompok dalam situasi yang sesungguhnya yaitu dalam situasi yang tidak dikontrol dan tidak diatur. Disamping itu peneliti menjadi orang yang netral yang dapat bergabung dan berpartisipasi dalam kegiatan dan pola hidup sambil melakukan pengamatan. Penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder serta studi kepustakaan.

## HASIL PENELITIAN

Perpustakaan UMY telah menyadari pentingnya pelaksanaan manajemen pemasaran perpustakaan. Tujuan pemasaran perpustakaan agar semua layanan yang telah disediakan dapat dimanfaatkan sebaik mungkin oleh seluruh mahasiswa UMY, dosen, karyawan dan umum. Secara umum manajemen yang dilakukan oleh perpustakaan UMY sudah baik, akan tetapi ketika diteliti lebih lanjut, banyak hambatan yang dihadapi dalam manajemen pemasarannya.

Manajemen pemasaran yang telah dilakukan oleh perpustakaan UMY dari sisi *riset* telah dilakukan dengan cukup baik. Dalam jangka waktu 1 bulan awal masa jabatan, manajemen melakukan orientasi dan pengenalan terhadap perpustakaan UMY. Telah diperoleh analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunity and Threat) secara menyeluruh kepada perpustakaan UMY yang digunakan sebagai landasan untuk melakukan pembenahan dan pembuatan rencana kerja selanjutnya. Pembenahan satu tahun pertama adalah pembenahan internal perpustakaan. Tahun kedua, perpustakaan UMY mulai melakukan perbaikan hubungan dengan internal UMY dan perpustakaan lainnya di luar UMY. Perbaikan-perbaikan yang dilakukan ini dalam rangka meningkatkan kualitas layanan perpustakaan sehingga akan memaksimalkan pemanfaatannya terutama oleh mahasiswa UMY. Rencana Strategis Perpustakaan UMY 2012-2016 juga menjadi hasil dari riset yang telah dilakukan guna mendukung kemajuan UMY yang semakin pesat.

Dalam hal *segmentation, target dan positioning strategy*, perpustakaan UMY telah menemukannya dengan cukup baik. Bagaimana kondisi mahasiswa, keinginannya, kebutuhannya serta bagaimana tingkat kepuasannya telah diperoleh. Namun demikian STP strategy belum menjadi landasan utama program kerja yang dilakukan di perpustakaan UMY. Kepuasan mahasiswa sebagai tolak ukur keberhasilan layanan perpustakaan belum sepenuhnya dipahami oleh pegawai perpustakaan UMY.

Dalam *marketing mix*, jika dilihat dari unsur *product*, maka produk layanan yang disediakan oleh perpustakaan UMY cukup baik. Koleksi yang



disediakan oleh perpustakaan UMY yang dapat dilihat dengan sistem informasi e-lib menjadi kunci perpustakaan terintegrasi. Akan tetapi masih banyak koleksi yang belum dapat dimasukkan dalam pendataan di sistem e-lib sehingga koleksi yang dimiliki di sistem jumlahnya lebih sedikit dibandingkan jumlah aslinya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pegawai dengan kualifikasi yang diharapkan oleh perpustakaan yaitu yang sadar IT dan pustakawan, baik di perpustakaan pusat maupun perpustakaan program studi dan unit kerja.

Dilihat dari segi *price* perpustakaan UMY dalam *marketing mix*, ditemukan bahwa harga dalam hal ini anggaran telah dilaksanakan dengan cukup baik. Pelaksanaan program kerja dengan menggunakan beberapa sumber dana menjadi keuntungan tersendiri bagi perpustakaan UMY untuk meningkatkan layanannya. Namun demikian, *price* dalam manajemen pemasaran layanan jasa perpustakaan tidak hanya dilihat dari sisi anggaran saja, akan tetapi lebih kepada nilai layanan jasa, nilai kepuasan pengguna, nilai keakuratan dan kekinian informasi serta nilai kecepatan akses. Untuk hal ini, *price* perpustakaan UMY dinilai belum cukup baik.

Dengan dicanangkannya perpustakaan terintegrasi dan ditetapkannya perpustakaan program studi dan unit kerja tidak mungkin disatukan dalam satu gedung perpustakaan karena sistem KBK yang diberlakukan di UMY, *place* di perpustakaan UMY dapat disimpulkan sudah cukup baik. Selain itu, perpustakaan UMY diharapkan segera menjadi perpustakaan digital sehingga tidak membutuhkan ruang yang terlalu luas. Akan tetapi, di lantai 3 perpustakaan UMY perlu mendapat perhatian khusus karena mesin pendingin/AC belum dapat menjangkau seluruh ruangan sirkulasi, wifi kurang kuat dan rak buku terlalu tinggi. Sementara di lantai 2 perpustakaan UMY sudah baik, hanya ruang repositori dan jurnal terlihat sangat sempit.

Jika dilihat dari *promotion*, maka perpustakaan UMY telah melakukan promosi dengan cukup baik. Berbagai cara telah dilakukan dengan menggunakan beberapa media promosi, meskipun ternyata hasilnya belum memuaskan. Perpustakaan UMY juga perlu melakukan koreksi mengapa promosi yang dilakukan melalui media tercetak, media elektronik dan pelatihan tidak berhasil.

Perpustakaan UMY perlu lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan mahasiswa dalam melakukan promosi. Pengeluaran anggaran untuk promosi terlihat sangat diperhitungkan dikarenakan ketidaksiapan SDM memberikan pelayanan yang maksimal.

Pelaksanaan program kerja yang telah direncanakan oleh perpustakaan UMY dinilai belum berjalan dengan baik. Program kerja yang dibuat target hasilnya tidak tinggi sehingga berkesan berjalan apa adanya. Hal tersebut dilakukan karena manajemen melihat kemampuan SDM yang tidak merata. Dengan target yang seadanya saja terjadi ketimpangan beban kerja yang sangat nyata antar pegawai.

Pengawasan pelaksanaan program kerja oleh perpustakaan UMY berjalan dengan sangat baik. Pengawasan dari mahasiswa dapat dilakukan melalui kotak saran, email maupun facebook. Adanya koordinasi tiap senin pagi menjadikan permasalahan internal yang ada dapat segera dicari jalan keluarnya. Pengawasan yang dilakukan oleh universitas kepada perpustakaan UMY dan sebaliknya setiap satu bulan sekali harus dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menunjukkan eksistensi perpustakaan UMY. Namun demikian, hasil dari pengawasan yang ada, setelah dilaksanakan evaluasi belum sepenuhnya dapat diperbaiki.

Perpustakaan UMY telah melakukan manajemen pemasaran perpustakaan dengan cukup baik, akan tetapi dibutuhkan dukungan yang kuat dari pegawai perpustakaan agar tujuan dapat tercapai. Perlu pemahaman pegawai perpustakaan bahwa melayani mahasiswa dengan baik adalah kunci kesuksesan pemasaran perpustakaan.

Analisis SWOT terhadap bauran pemasaran perpustakaan UMY dilaksanakan agar menghasilkan strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMY agar mahasiswa dapat memanfaatkan perpustakaan sesuai dengan yang diharapkan oleh universitas dan mahasiswa UMY.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Ardianto, Elvinaro. (2010) *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bryson, Jo. (2006). *Managing Information Services, A Transformation Approach*. USA: Ashgate
- Budd, John M. (2005). *The Changing Academic Library, Operation, Culture Environment*. Chicago: American Library Association
- Fisher, Patricia H. and Pride, Marseille M. (2005). *Blueprint for Your Library Marketing Plan, a Guide to Help You Survive and Thrive*. Chicago: American Library Association
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. NJ: Prentice Hall
- Kotler, P. (1999). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia
- Lasa HS. (2008). *Manajemen Perpustakaan*. Yogyakarta: Gama Media
- Manulang. (2009). *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Maulana, A.E. (2009). *Consumer Insights via Ethnography*. Jakarta: Erlangga
- Miles, B. Matthew and Huberman, A Michael. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Pers
- Muhammadiyah, PP, Majelis Pendidikan Tinggi Muhammadiyah. (2012). *Standar Perpustakaan Perguruan Tinggi Muhammadiyah*.
- Qalyubi, Syihabuddin dkk. (2003). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Republik Indonesia. (2007). *Perpustakaan: Undang-Undang Nomor: 43 tahun 2007, pasal 24*
- Republik Indonesia, Depdiknas, Dirjen Dikti. (2004). *Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman*. Ed. 3
- Republik Indonesia, Perpustakaan Nasional. (2011). *Perpustakaan Perguruan Tinggi : Standar Nasional Perpustakaan*. SNP 010: 2011

- Ruslan, Rosady. (2004). *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Setiadi, N.J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana
- Soeatminah. (1992). *Perpustakaan, Kepustakawanan dan Pustakawan*. Yogyakarta: Kanisius
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyo-Basuki. (1991). *Pengantar Ilmu Perpustakaan*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama
- Sutarno NS. (2006). *Manajemen Perpustakaan: suatu pendekatan praktis*. Jakarta: Sagung Seto
- Tjiptono F. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- UMY, Perpustakaan. (2013). *Buku Pedoman Prosedur Operasional Standar Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*
- UMY, Perpustakaan. (2014). *Rencana Strategis Perpustakaan UMY 2012-2017*
- Widuri, Noorika Retno. (2000). *Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan*. Baca, Vol. 25 No. 3-4, September-Desember 2000 (68-72)
- Yusuf, Pawit M dan Subekti, Priyo. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi, Information Retrieval*, Jakarta: Kencana

## INTERNET

- Garoufallou, Emmanouel; Siatri, Rania; Zafeiriou, Georgia and Balampanidou, Ekaterini. (2012). *Use of Marketing Concept in Library Services : a Literature Review*. "Marketing Library and Information Services", the 2nd Biennial International Conference on Services Marketing in Thessaloniki, Greece, 4-6 November 2009, Library Review Vol. 62 No 4/5 pp.312-334  
<http://www.emerald.org> diakses 4 Maret 2014
- Ojiambo, Joseph B. (1994). *Application of Marketing Principles and Techniques to Libraries and Information Centres*, Library Review, Vol 43 No.2 pp 46-51  
<http://www.emerald.org> diakses 6 Maret 2014
- Shapiro, Steven. (2012). *Marketing the Library with Content Management Systems: a Case Study of Blackboard*, Library Hi Tech News No. 3 pp 10-11  
<http://www.emerald.org> diakses 6 Maret 2014

Shiple, David. (1994). *Achieving Cross-Functional Co-ordination for Marketing Implementation*, Management Decision, Vol. 32 No. 8 pp 17-20  
<http://www.emerald.org> diakses 6 Maret 2014

Shontz, Marilyn L; Parker, John C and Parker, Richard. (2004). *What do Librarian Think about Marketing: a Survey of Public Librarian Attitudes Toward The Marketing of Library Services*. Chicago: The University of Chicago Press  
<http://www.jstor.org> diakses 4 Maret 2014

Wade, Martyn. (2013). *Re-Inventing the Library, the Role of Strategic Planning, Marketing, and External Relations and Shared Services at the National Library of Scotland.* "Creating a Culture for Innovation and Change", IFLA 2012 World Congress, 11-17 August 2012, Helsinki, Finland. Library Review Vol 62 No 1/2 pp. 59-66  
<http://www.emerald.org> diakses 4 Maret 2014

Widharta, Willy Pratama; Sugiharto, Sugiono. (2013). *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2 No. 1  
<http://www.petra.ac.id>