



**STRATEGI PERPUSTAKAAN DALAM PEMASARAN JASA LAYANAN
INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN
TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S-1)
Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*

Oleh:

LISKY AMELIA
NIM. 1830304015

**JURUSAN ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI ISLAM
FAKULTAS USHULIDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAHMUD YUNUS
BATUSANGKAR
1443H/2022M**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisky Amelia

NIM : 1830304015

Program Studi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul: "**STRATEGI PERPUSTAKAAN DALAM PEMASARAN JASA LAYANAN INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN TANAH DATAR**" adalah hasil sendiri, bukan plagiat. Apabila di kemudian hari terbukti sebagai plagiat, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batusangkar, 15 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



Lisky Amelia
1830304015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Lisky Amelia, NIM 1830304015, judul :
**STRATEGI PERPUSTAKAAN DALAM PEMASARAN JASA LAYANAN
INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN
TANAH DATAR**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi
persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana
mestinya.

Batusangkar, 06 Juli 2022

Pembimbing I



Dr. Akhyar Hanif, M.Ag.
NIP.196801201994031004

Pembimbing II







Sri Wahyuni, M.IP.
NIP.199007192019032012

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas nama Lisky Amelia, NIM. 1830304015, judul "STRATEGI PERPUSTAKAAN DALAM PEMASARAN JASA LAYANAN INFORMASI DI PERPUSTAKAAN UMUM DAERAH KABUPATEN TANAH DATAR" telah di uji dalam sidang *Munqasyah* Skripsi Fakultas Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar yang dilaksanakan Senin, 25 Juli 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan (S.IP) pada Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Akhyar Hanif, M.Ag	Ketua Sidang/Pembimbing I		15/08/22
2	Sri Wahyuni, M.IP	Sekretaris Sidang/Pembimbing II		15/08/2022
3	Dr. H. Alimin, Lc., M.Ag	Penguji Utama		15/8/22
4	Muhammad Fadhli, M.P	Anggota Penguji		15/8-22

Batusangkar, Agustus 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab
Dakwah Universitas Islam
Mahmud Yunus Batusangkar



Dr. Akhyar Hanif, M.Ag
NIP.196801201994031004

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Lisky Amelia
NIM : 1830304015
Tempat/Tgl Lahir : Batusangkar, 27 Desember 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
No. HP : 085766121419
Agama : Islam
Alamat : Jorong Kubang Landai, Nagari Saruaso
Email : liskiamelia779@gmail.com
Jurusan : Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Riwayat Pendidikan

1. TK Aquaduk Pancasila
2. SDN 32 Kubang Landai
3. MTSN Batusangkar
4. MAN 2 Tanah Datar
5. UIN Mahmud Yunus Batusangkar

Latar Belakang Keluarga

Nama Orang Tua
Ayah : Nurman
Ibu : Nurfianti
Pekerjaan Orang Tua
Ayah : Petani
Ibu : IRT
Jumlah Saudara : 4
Anak Ke : 4
Motto : Tetaplah Hidup Walaupun Tidak Berguna

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. dialah yang telah menurunkan islam sebagai *rahmatan lil'alam* dan menjadikan Al-Qur'an sebagai *hudan li an-nas* (petunjuk bagi umat manusia) yang juga telah mengajari manusia melalui perantara kalam. Hanya berkat rahmat, karunia serta hidayah Allah, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang telah membawa Islam sebagai Agama perdamaian dan pemberi syafa'at di akhirat kelak.

Skripsi ini ditulis untuk melengkapi syarat-syarat dan tugas untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Perpustakaan (S.IP) pada Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar. Dalam proses penyelesaian skripsi ini peneliti mengalami kendala dan kesulitan namun dengan adanya bantuan, bimbingan, dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Marjoni Imamora, M.Sc. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar
2. Bapak Dr. Akhyar Hanif, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.
3. Ibu Ummul Huda, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar.
4. Ibu Dra. Eliwatis, M.Ag. selaku Pembimbing akademik yang telah memberikan banyak nasehat dan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Akhyar Hanif, M.Ag selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini

6. Ibu Sri Wahyuni, M.IP. selaku Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Dr.Alimin,Lc., M.Ag selaku Penguji Utama pada sidang *munaqasyah* yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengoreksi dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Bapak Muhammad Fadhli M.P selaku Anggota Penguji pada sidang *munaqasyah* yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengoreksi dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Civitas Akademika Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, baik dosen maupun karyawan yang telah mendidik, mengajar dan melayani peneliti selama peneliti menuntut ilmu.
10. Keluarga Besar Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian dan membantu peneliti dalam pengumpulan data-data yang dibutuhkan untuk penulisan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada Ayahanda dan Ibunda, serta keluarga tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan baik materil maupun non materil serta semangat kepada peneliti.
12. Terspesial sahabatku Lathifa Hilmi, Nida Oktavia, Yuni Marafni, Irsadul Husna, Nana Otaviana, Ratna Ayu Lestari, Zulfa Firdha Nita, yang telah membantu, memberikan kritik dan saran, serta memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman seperjuangan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam angkatan 2018 yang telah memotivasi dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. *Last but not least, I Wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting.*

Akhirnya pada Allah SWT. jualah peneliti berserah diri, semoga bantuan, dukungan, bimbingan dan nasehat yang telah diberikan kepada peneliti menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. semoga apa yang penulis tulis dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat terutama untuk peneliti dan semua orang yang membacanya.

Batusangkar, Agustus 2022

Peneliti



Lisky Amelia
NIM. 1830304015

ABSTRAK

Lisky Amelia, NIM 1830304015, judul skripsi **Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar**. Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam, Universitas Islam Negeri Mahmud Yunus Batusangkar, 2022.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah masih banyaknya masyarakat yang belum mengetahui tentang pentingnya keberadaan suatu perpustakaan untuk itu perlunya melakukan kegiatan pemasaran dalam rangka mempromosikan atau memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat dengan menggunakan strategi-strategi tertentu. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar, serta mendeskripsikan kendala yang dihadapi dalam kegiatan strategi pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan umum daerah kabupaten tanah datar.

Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang di mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Penjamin keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, sumber, dan perpanjangan pengamatan.

Hasil penelitian yaitu (1) Strategi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam pemasaran jasa layanan yaitu *pertama* segmentasi yaitu dengan cara menyebarkan angket kuisisioner, dan menyediakan kotak saran untuk mendengar aspirasi pemustakanya. *Kedua targeting* yaitu target sasaran dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar semua lapisan masyarakat Kabupaten Tanah Datar tanpa pengecualian. *Ketiga positioning*, yang menjadi keunggulan dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan adanya minangkabau *corner* yang dapat melestarikan bahan pustaka hasil budaya lokal. *Keempat* bauran pemasaran Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah meaksanakan semua unsur bauran pemasaran dengan menggunakan *marketing mix 7P*. (2) Kendala yang dihadapi kurangnya anggaran dalam melakukan pemasaran, serta dengan adanya pandemi (covid-19) ini kegiatan perpustakaan keliling dihentikan dan kunjungan ke perpustakaan juga di batasi.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran Jasa, Layanan Informasi, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Sub Fokus Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Luaran Penelitian	8
G. Defenisi Operasional.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Perpustakaan Umum	10
a. Pengertian Perpustakaan Umum.....	10
b. Peran Perpustakaan Umum.....	11
c. Tujuan Perpustakaan umum	11
d. Fungsi Perpustakaan Umum.....	12
2. Konsep Pemasaran Perpustakaan	12
a. Pengertian Pemasaran.....	12
b. Hakekat Pemasaran	16
c. Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	16
d. Kontribusi Pemasaran Bagi Perpustakaan	18
e. Bauran Pemasaran	18
3. Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan	23

a. Pengertian Layanan	23
b. Jenis Jasa Layanan Informasi	24
4. Strategi Pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan.....	27
5. Metode Evaluasi Strategi Pemasaran	32
6. Kendala dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan	33
B. Penelitian yang Relevan.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
C. Instrumen Penelitian	39
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	43
G. Teknik Penjamin Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Profil Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.....	47
1. Sejarah Berdirinya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar	47
2. Visi dan Misi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar	48
3. Sumber Daya Manusia	48
4. Struktur Organisasi.....	49
5. Lokasi	50
6. Fasilitas.....	50
B. Temuan Penelitian	53
C. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Implikasi	86
C. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar Tahun 2021.....	5
Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian	39
Tabel 3. 2 Data staf perpustakaan	40
Tabel 4. 1 data koleksi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tahun 2021	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun sosial media Perpustakaan Kabupaten Tanah Datar.....	5
Gambar 3. 1 Proses Analisis Data.....	44
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.....	49
Gambar 4. 2 Kuisisioner dan Kotak Saran untuk pengunjung	55
Gambar 4. 3 Ruang Baca Anak.....	56
Gambar 4. 4 Minangkabau Corner.....	58
Gambar 4. 5 Koleksi Umum dan Novel.....	60
Gambar 4. 6 Perpustakaan Keliling	63
Gambar 4. 7 Lomba Bercerita.....	65
Gambar 4. 8 Gedung Perpustakaan dan Aplikasi OPAC	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perpustakaan ialah sumber informasi yang menyajikan segala sumber informasi dari berbagai sumber yang diolah secara sistematis sebagai pusat informasi keberadaan perpustakaan tidak terlepas dari struktur yang mendukung dan membentuk suatu perpustakaan antara lain yaitu koleksi, pustakawan, sarana, prasarana. Dengan adanya dukungan ini maka perpustakaan akan semakin berkembang dan dapat dimanfaatkan oleh pemustaka. Pemustaka dapat mengetahui ketersediaan informasi di perpustakaan jika perpustakaan mendistribusikan dan memasarkan layanan informasinya.

Supaya eksistensi perpustakaan terus diakui dalam menyediakan jasa informasi bagi pemustaka, maka suatu perpustakaan harus membenahi kualitas pelayanannya. Di perpustakaan ada begitu banyak jenis layanan pengguna yang disediakan, namun tidak semua pengguna mengetahui dan menggunakan layanan tersebut. Salah satu cara bagi pemustaka untuk mengetahui layanan apa saja yang tersedia di perpustakaan adalah dengan memasarkan jasa layanan perpustakaan. Pemasaran jasa yaitu dengan cara memasarkan koleksi, fasilitas, layanan yang ada di perpustakaan pada masyarakat, agar masyarakat mengetahui akan perlunya suatu perpustakaan. Menyelenggarakan kegiatan yang berhubungan dengan perpustakaan yang harus melibatkan semua pustakawan dan pemustaka perpustakaan adalah salah satu cara dalam memasarkan jasa layanan perpustakaan.

Dengan perpustakaan kita mendapatkan pengetahuan dan informasi yang berguna untuk masa depan kita. Oleh karena itu perlu dilakukan pengenalan tentang perpustakaan, bagaimana pemustaka dapat mengunjungi perpustakaan ketika perpustakaan itu sendiri tidak diketahui oleh pemustaka. Untuk dapat menggunakan perpustakaan, kita perlu mengetahui perpustakaan tersebut (Sulistyo-Basuki, 2004).

Undang-undang RI Nomor 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan menyatakan bahwa perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah atau masyarakat yang memiliki pelayanan yang di khususkan pada bidangnya masing-masing. Perpustakaan umum memiliki fungsi sebagai tempat untuk mencari informasi, pendidikan, budaya, hiburan, penelitian, penyimpanan serta menjadi tempat yang strategis untuk tempat berkumpul baik untuk sekedar berdiskusi mengenai pekerjaan, tugas sekolah atau kuliah (Lestari., 2020).

Perpustakaan umum tersedia untuk keperluan masyarakat umum dalam mencari informasi yang dibutuhkan dan layanan perpustakaan. Perpustakaan umum terbuka untuk umum, didanai publik dan menawarkan layanan gratis. Oleh karena itu perpustakaan umum perlu memasarkan kepada masyarakat mengenai jasa serta pelayanan yang ada diperpustakaan tersebut sehingga keberadaannya diketahui baik jasa ataupun layanan yang ada di perpustakaan tersebut.

Untuk menghubungkan antara masyarakat dengan perpustakaan diperlukan kegiatan yang dapat mensosialisasikan atau memasarkan perpustakaan. Dalam pelaksanaan pemasaran perpustakaan meliputi identifikasi kebutuhan masyarakat dan diakhiri dengan komunikasi mengenai penyediaan kebutuhan informasi. Pemasaran adalah proses sosial dan keterampilan yang mencakup banyak kegiatan penting yang memungkinkan individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan untuk menciptakan, menyediakan dan berbagi sesuatu dengan satu sama lain, Sedangkan jasa didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang di diberikan oleh satu pihak kepada pihak yang lain tanpa perpindahan kepemilikan, yang pada dasarnya tidak berwujud (Khasanah, 2015).

Pemasaran jasa tidak dapat dipahami secara konseptual tanpa pemahaman tentang apa yang disebut jasa sebagai objek pemasaran yang terdiri dari pengembangan konseptual jasa sebagai penawaran atau objek yang akan dipasarkan. Pemasaran jasa berbeda dengan pemasaran barang

karena jasa tidak berwujud, mudah rusak, dan dapat digunakan pada saat yang sama saat diproduksi. (Falabiba., 2014).

Jasa informasi merupakan kecendrungan perubahan sikap perpustakaan. Dahulu perpustakaan bersifat menunggu pengunjung untuk datang ke perpustakaan atau bersikap pasif. Saat ini perpustakaan lebih aktif dalam mengejar pengunjung dan perpustakaan perlu lebih aktif dalam memberikan informasi kepada pemustaka. Hal ini mengharuskan pustakawan untuk lebih menguasai suatu informasi.

Informasi yang terkandung dalam koleksi perlu diubah menjadi informasi yang dapat digunakan oleh pengguna informasi tersebut. Informasi merupakan objek abstrak yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan yang positif atau sebaliknya, dan informasi juga dapat memperlambat atau mempercepat pengambilan suatu keputusan. Dengan demikian, informasi bersifat membangun ataupun merusak (Kosasih, 2009).

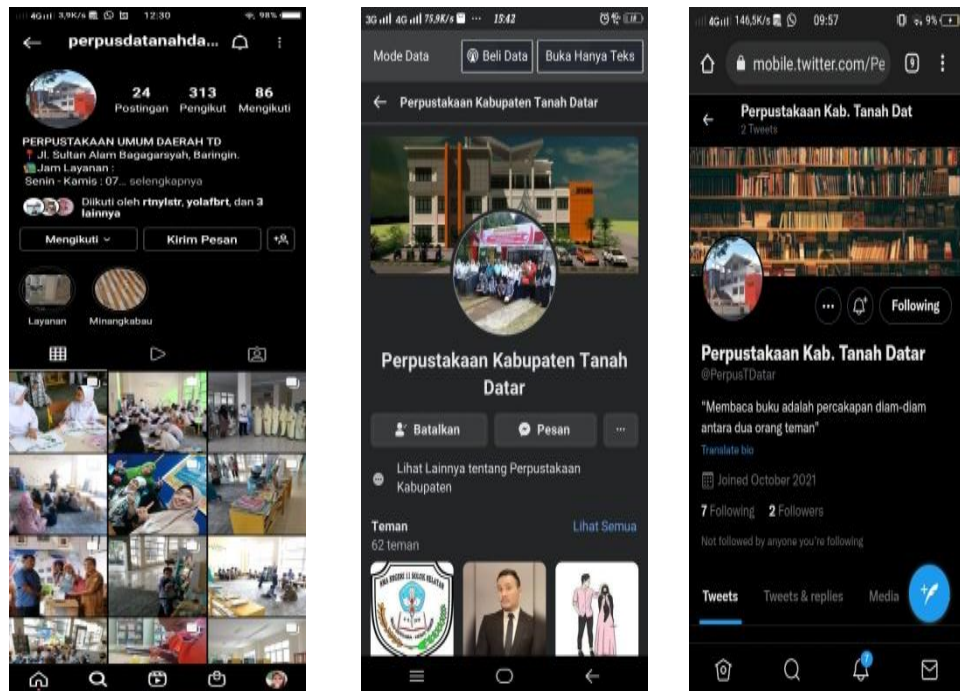
Strategi pemasaran jasa informasi di perpustakaan merupakan sesuatu yang direncanakan oleh suatu perpustakaan dalam memenuhi informasi pemustaka dengan tujuan memuaskan keinginan pemustaka dengan pelayanan yang cepat, tepat dan mudah. Perlunya pemasaran jasa informasi di perpustakaan bertujuan untuk kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau menawarkan manfaat yang biasanya ditawarkan dan dirasakan konsumen melalui penawaran.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang melibatkan implementasi ide, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan dalam periode waktu tertentu. Strategi pemasaran jasa informasi pada dasarnya merupakan rangkaian upaya untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan pencapaian strategi pemasaran yang tepat dan unggul yang dilaksanakan oleh perpustakaan dapat dilihat dari elemen bauran pemasaran. Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah

tentang kegiatan yang akan dilakukan perpustakaan dalam memaksimalkan kesempatan mencapai tujuan (Zainurossalamia, 2020).

Memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat bukan hanya tanggung jawab perpustakaan saja, melainkan juga menjadi tanggung jawab pemerintah kabupaten atau kota. Pada saat sekarang ini kebanyakan perpustakaan umum hanya menunggu pemustaka untuk menggunakan fasilitas yang disediakan. Hal ini tentu kurang baik jika pihak pengelola perpustakaan umum hanya diam tanpa memberikan himbauan atau ajakan kepada para pemustaka untuk datang berkunjung ke perpustakaan. Alangkah baiknya jika pengelola perpustakaan memperkenalkan jasa layanan informasi yang dapat membantu pemustaka dalam menambah wawasan.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dengan salah satu pustakawan, mengungkapkan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah melakukan pemasaran melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook dengan nama akun Perpustakaan Umum Daerah TD, pemasaran juga dilakukan melalui Radio Luhak Nan Tuo, serta pemasaran secara langsung dilakukan melalui perpustakaan keliling dan dalam acara-acara yang diadakan oleh nagari. Dengan adanya pemasaran yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar masyarakat semakin mengetahui keberadaan dari perpustakaan itu sendiri sehingga menyebabkan meningkatkan jumlah pengunjung setiap harinya. Adapun layanan yang ada pada perpustakaan umum daerah kabupaten tanah datar yaitu layanan anak, layanan referensi, layanan tandon, layanan ruang baca. (Rika Anggarini, wawancara pra-riset, 11 maret 2021).



Gambar 1. 1

Akun sosial media Perpustakaan Kabupaten Tanah Datar

Tabel 1. 1
Data Pengunjung Perpustakaan Umum Daerah
Kabupaten Tanah Datar Tahun 2021.

No.	Bulan	Jumlah pengunjung
1.	Januari	515
2.	Februari	879
3.	Maret	903
4.	April	438
5.	Mei	280
6.	Juni	408
7.	Juli	133
8.	Agustus	355
9.	September	953
10.	Oktober	1506
11.	November	1567
12.	Desember	1989

Berdasarkan data pengunjung tersebut terlihat bahwa pada trimester pertama jumlah pengunjung mengalami kenaikan, pada trimester kedua jumlah pengunjung tidak stabil karena naik turun setiap bulannya, pada trimester ketiga jumlah pengunjung kembali mengalami kenaikan. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa ada kesenjangan jumlah pengunjung setiap bulannya dikarenakan adanya data kunjungan yang masih naik turun setiap bulannya.

Hasil observasi awal di perpustakaan tersebut mengungkapkan bahwa masih terdapat beberapa masyarakat yang belum memahami keberadaan perpustakaan sebagai pusat akses informasi karena masyarakat masih ada yang belum mengetahui keberadaan perpustakaan. Seharusnya dengan lokasi perpustakaan yang strategis yang dikelilingi oleh sekolah-sekolah hendaknya memiliki banyak pengunjung yang mengunjungi perpustakaan setiap harinya. Oleh karena itu jika dilihat dari hubungan antara Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dengan masyarakat dalam pemanfaatan perpustakaan masih terdapat kekurangan sehingga perlunya sosialisai kepada masyarakat agar perpustakaan lebih dikenal dalam suatu masyarakat dan harus memiliki hubungan yang sangat erat sehingga keduanya saling melengkapi untuk kepentingan masyarakat terutama dalam melakukan pemasaran.

Alasan peneliti memilih Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan penelitian ini yaitu karena perpustakaan ini berlokasi di pusat kota dan juga dikelilingi oleh sekolah-sekolah serta juga mudah untuk dijangkau karena lokasinya sangat strategis. Alasan peneliti memilih judul Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi karena peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan pemasaran jasa layanan informasinya sehingga dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Dari uraian di atas, peneliti melakukan penelitian tentang **Strategi Perpustakaan Dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.

C. Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan umum daerah kabupaten tanah datar.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian dapat mengenalkan perpustakaan kepada masyarakat luas serta menambah wawasan masyarakat tentang

perpustakaan. Bagi pendidikan dapat memberikan gambaran baru tentang pengaruh pemasaran jasa informasi sehingga generasi penerus bangsa akan berkompoten secara keilmuan.

2. Secara praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai wahana untuk memperluas penelitian di bidang ilmu perpustakaan dan memberikan wawasan apabila penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian lebih lanjut di bidang Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.

F. Luaran Penelitian

Luaran dari penelitian ini agar dapat dipublikasikan dalam jurnal ilmiah di kampus IAIN Batusangkar dan disebarluaskan di forum nasional internasional.

G. Definisi Operasional

Untuk memudahkan memahami penafsiran penelitian ini, maka peneliti memberikan penjelasan dari beberapa kata dianggap penting, diantaranya adalah:

1. Strategi Pemasaran

Menurut Tull dan Keble strategi pemasaran adalah sebagai alat dasar yang dirancang untuk mencapai tujuan organisasi atau institusi dengan mengembangkan manfaat yang berkelanjutan melalui penetrasi pasar dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran (Zainurossalamia, 2020).

Menurut Sofian Assauri strategi pemasaran adalah rencana pemasaran yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan (Zainurossalamia, 2020)

Menurut pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan atau rencana terpadu

yang ditujukan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu organisasi atau lembaga.

2. Jasa layanan informasi

Jasa layanan informasi adalah suatu aktifitas yang dimaksudkan untuk membantu seseorang mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan melakukannya dengan cepat, tepat waktu dan akurat sesuai dengan kebutuhan dan kreativitas instansi (Adiyati, 2015).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa jasa layanan informasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam membantu seseorang mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan efisien yang melibatkan aktivitas dan kreativitas dari penyedia informasi.

3. Perpustakaan umum

Menurut Hermawan & Zen perpustakaan umum adalah perpustakaan yang melayani seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan latar belakang, status sosial, agama, suku, pendidikan, dan sebagainya (Ayuningtyas, 2015).

Menurut Gill perpustakaan umum adalah organisasi yang didirikan, didukung dan didanai oleh masyarakat, baik oleh pemerintah daerah, pemerintah pusat atau melalui bentuk organisasi masyarakat lainnya (Ghill, n.d.).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perpustakaan umum berada di tengah-tengah kehidupan masyarakat dan dibiayai oleh masyarakat untuk kepentingan pendidikan masyarakat.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa layanan informasi merupakan suatu cara bagi pustakawan dan staf perpustakaan untuk melakukan kegiatan perpustakaan melalui layanan komunikasi dengan pemustaka yang datang ke perpustakaan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perpustakaan Umum

a. Pengertian Perpustakaan Umum

Perpustakaan adalah sebuah ruangan yang merupakan bagian dari sebuah bangunan tempat penyimpanan buku-buku untuk dibaca, sedangkan menurut Yusuf, perpustakaan adalah tempat penyimpanan berbagai jenis bahan bacaan dimana orang dapat menggunakan bacaannya untuk menambah pengetahuan, informasi atau sekedar untuk hiburan. Jenis koleksi yang tersedia berupa buku, majalah, surat kabar, bahan audiovisual, kaset, film. Menurut kamus istilah perpustakaan dan dokumentasi yang diterbitkan oleh pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, perpustakaan diartikan sebagai pertama koleksi buku, majalah dan bahan kepustakaan lainnya yang disimpan untuk dibaca, dipelajari, dan dibicarakan, kedua tempat, gedung, atau ruangan yang disediakan untuk pemeliharaan dan penggunaan koleksi buku. (Saleh, 2014).

Perpustakaan dibedakan menjadi beberapa jenis salah satunya yaitu perpustakaan umum. Menurut UU RI Nomor 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan, yang dimaksud dengan perpustakaan umum adalah perpustakaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah atau masyarakat yang pelayanannya ditujukan untuk melayani masyarakat umum di daerahnya masing-masing. Kebutuhan akan perpustakaan umum muncul dikalangan pelajar, mahasiswa dan kelompok masyarakat tertentu yang membutuhkan bahan referensi untuk menunjang kegiatannya.

Dapat disimpulkan bahwa perpustakaan umum yaitu perpustakaan yang melayani seluruh lapisan masyarakat dan ditujukan untuk semua kalangan yang ingin memperoleh informasi dan pengetahuan, tanpa da batasan khusus dengan menyediakan

berbagai bahan atau koleksi bacaan yang menunjang dan memenuhi kebutuhan dari semua lapisan masyarakat atau pengunjunnya.

b. Peran Perpustakaan Umum

Peran perpustakaan ini sangat dirasakan oleh masyarakat karena berperan besar sebagai sumber informasi pembelajar dalam proses pendidikan dan pelatihan, baik di dalam maupun di luar lingkungan sekolah, di tempat kerja maupun di masyarakat. Selain fungsinya sebagai pusat pengetahuan dan sumber informasi, perpustakaan juga digunakan sebagai wadah untuk berdiskusi tentang pekerjaan, tugas sekolah, atau masalah kehidupan sehari-hari. Perpustakaan umum selain menyediakan ruang baca juga menyediakan ruang publik untuk berdiskusi (Ayuningtyas, 2015).

Tugas utama perpustakaan umum adalah menyediakan, mengelola, memelihara, dan menggunakan koleksi bahan perpustakaan, menyediakan fasilitas pemanfaatannya dan melayani masyarakat pengguna dengan kebutuhan informasi dan bahan bacaan.

Dapat disimpulkan bahwa peran perpustakaan umum yaitu dapat berperan sebagai agen perubahan, pembangunan, serta agen budaya dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai pusat informasi memiliki peran yang strategis ditengah masyarakat.

c. Tujuan Perpustakaan umum

Adapun tujuan utama perpustakaan umum yaitu :

- 1) Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk membaca bahan perpustakaan akan membantu meningkatkan mereka menuju kehidupan yang lebih baik.
- 2) Memberikan sumber informasi yang cepat, akurat, dan murah kepada masyarakat, terutama informasi tentang topik-topik yang berguna bagi mereka yang sedang trending di masyarakat.

- 3) Membantu warga untuk mengembangkan keterampilan yang dimilikinya, sehingga yang bersangkutan akan bermanfaat bagi masyarakat sekitarnya.
- 4) Berperan sebagai agen budaya, artinya perpustakaan umum merupakan pusat utama kehidupan sosial budaya bagi masyarakat sekitar.

d. Fungsi Perpustakaan Umum

Dalam melaksanakan tugas pokok tersebut perpustakaan umum melakukan fungsi berikut ini:

- 1) Pengkajian kebutuhan pengguna akan informasi dan bahan bacaan
- 2) Menyediakan bahan pustaka yang diperlukan, melalui pembelian, langganan, pertukaran, dll.
- 3) Pengolahan dan penyiapan setiap bahan pustaka
- 4) Pemeliharaan dan penyimpanan koleksi
- 5) Pendayagunaan koleksi
- 6) memberikan pelayanan kepada masyarakat
- 7) melakukan koordinasi dengan otoritas lokal, tokoh masyarakat dan mitra kerja lainnya.
- 8) Bekerjasama dengan perpustakaan lain dalam rangka pemanfaatan bersama koleksi dan sarana/prasarana. (Ghozy, 2015).

2. Konsep Pemasaran Perpustakaan

a. Pengertian Pemasaran

Philip Kotler, seorang ahli pemasaran telah menggambarkan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang memungkinkan individu dan kelompok untuk memproduksi, menyediakan, dan menukar produk yang bernilai untuk mencapai apa yang mereka inginkan. Menurut defenisi ini kegiatan perpustakaan adalah kerja kelompok dan usaha perpustakaan. Untuk menarik lebih banyak pemustaka ke perpustakaan,

pustakawan harus memperluas promosi mereka dan bererja dengan pemustaka untuk memasarkan layanan yang ditawarkan di perpustakaan. Pemasaran berkaitan dengan masalah serta tantangan organisasi nirlaba. Perpustakaan merupakan organisasi nirlaba serta organisasi sosial serta pusat layanan informasi (Sitorus & Utami, 2017).

Pemasaran adalah pendekatan yang sistematis terhadap rencana dalam meraih hubungan pertukaran yang dibutuhkan oleh suatu kelompok. Pemasaran juga berkaitan dengan pemeliharaan, pengembangan, dan pengaturan hubungan pertukaran yang mencakup produk, jasa, organisasi, orang, tempat atau penyebab.

Konsep yang diminati oleh akademisi di bidang pemasaran dan manajemen sumber daya manusia termasuk dalam Pemasaran internal. Pemasaran percaya bahwa setiap orang didalam organisasi memegang prinsip-prinsip pemasaran dengan tepat, terutama pada manajemen senior. Menurut Kotler dan Armstrong (2010) dalam memasarkan layanan tidak hanya pemasaran eksternal yang tradisional saja tetapi juga pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Dalam pemasaran internal perusahaan jasa perlu mengarahkan dan memotivasi karyawan untuk berhubungan langsung dengan pelanggan dan memberikan dukungan kepada karyawan sebagai kelompok kerja dalam memberikan kepuasan pelanggan. (Falabiba., 2014).

Adapun langkah awal dalam pemasaran kontemporer dimulai dari menentukan pengguna yang dituju atau bisa juga disebut target pasar yang berarti masyarakat yang memiliki harapan dan kebutuhan akan manfaat yang spesifik, yang diharapkan dari produk atau jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Setelah mengetahui pasar sasarannya, perusahaan atau organisasi perlu memiliki informasi yang akurat dan terkini tentang harapan dan kebutuhan dari pasar sasaran.

Di perpustakaan daerah target marketnya yaitu masyarakat umum, pelajar dan mahasiswa. Dimana harapan dan kebutuhan pasar sasarannya yang secara umum sudah jelas, yaitu untuk masyarakat umum sebagai tempat untuk mencari berbagai ilmu dan pengetahuan yang diperlukan baik untuk kebutuhan masa kini maupun masa yang akan datang, sedangkan untuk pelajar dan mahasiswa sebagai sumber untuk memperoleh literatur yang sesuai dengan materi pelajaran yang dapat menunjang proses belajar mengajar. Namun, perpustakaan perlu mencari informasi yang lebih akurat dan terkini tentang harapan dan kebutuhan yang spesifik dari target pasar itu sendiri, karena harapan dan kebutuhan tersebut akan terus berubah seiring waktu. Oleh karena itu, perpustakaan mesti lebih cepat tanggap dalam menghadapi perubahan dari harapan dan kebutuhan masyarakat.

Jika perpustakaan memiliki pemahaman yang baik tentang harapan dan kebutuhan pengguna, langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi jenis layanan dan format informasi yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Untuk menentukan hal ini membutuhkan kerja sama semua pustakawan, bukan hanya bagian layanan perpustakaan.

Menurut Okogwu menunjukkan bahwa pemasaran menjadi penting dalam lingkungan perpustakaan karena mengarahkan ke arah pemikiran dan perencanaan strategos organisasi, sehingga menawarkan kesempatan untuk mengembangkan layanan perpustakaan yang lebih efektif dan mengarah pada semua keputusan yang lebih baik (Benson., 2016)

Ada beberapa pendapat para ahli yang mendefenisikan tentang pemasaran diantaranya yaitu:

- 1) Assauri (2014) mendefenisikan pemasaran sebagai kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

- 2) Abdullah dan Tantri (2012) mendefinisikan pemasaran sebagai sistem keseluruhan dari aktivitas bisnis yang bertujuan merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensi
- 3) Oentoro (2012) mendefinisikan pemasaran adalah kegiatan yang saling berkaitan untuk menentukan kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk dan jasa yang berharga dan memastikan bahwa kebutuhan konsumen dipenuhi sepenuhnya dengan tingkat keuntungan tertentu, yang merupakan kombinasi dari promosi, distribusi, pelayanan, dan harga.
- 4) Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dimana individu dan kelompok menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang berharga untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan (Sitorus & Utami, 2017).

Sebagaimana didefinisikan oleh beberapa ahli di atas, sintesis pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai manfaat yang di harapkan melalui pertukaran atau untuk mencapai proses transaksi merupakan upaya terpadu yang menggabungkan rencana yang strategis yang terdiri dari produk, tempat, harga dan promosi.

Konsep pemasaran merupakan filosofi manajemen pemasaran yang bermaksud untuk menghasilkan kepuasan pelanggan sebagai kunci kesuksesan suatu organisasi dengan merespon kebutuhan dan keinginan pemasaran terpadu dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, konsep pemasaran adalah misi suatu perusahaan atau organisasi dalam mengidentifikasi kebutuhan dan

keinginan pasar dan mencapai tingkat kepuasan pelanggan atau arah organisasi yang sama dengan yang ditawarkan oleh pesaing. Pada dasarnya konsep pemasaran didukung oleh kegiatan pemasaran yang terintegrasi dan menekankan pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu, konsep pemasaran mencakup empat elemen kunci: orientasi konsumen, kegiatan pemasaran terpadu, kepuasan pelanggan, dan tujuan perusahaan jangka panjang (Sitorus & Utami, 2017).

b. Hakekat Pemasaran

Ketika berbicara tentang pemasaran informasi, pertamanya kita mengetahui batasan pemasaran. Philip Kotler mengatakan pemasaran adalah berorientasi proses, mempertahankan pandangan bahwa tugas/kunci organisasi adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar sasaran guna mencapai kepuasan yang diinginkan (Zainurossalamia, 2020).

Pemasaran adalah suatu sistem kegiatan yang dapat menentukan perencanaan, penetapan harga, promosi dan pendistribusian barang atau jasa serta memenuhi kebutuhan pasar. Pada dasarnya jasa adalah jasa tidak langsung yang membantu dalam memenuhi kebutuhan dan tidak perlu terikat dengan penjualan produk atau jasa lainnya. Untuk bisa menghasilkan jasa tersebut mungkin perlu atau tidak perlu menggunakan objek nyata.

c. Tujuan dan Fungsi Pemasaran

Suatu organisasi atau perusahaan pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai pada saat pendiriannya. Pertumbuhan suatu organisasi dan perluasan bangsa pasar merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan atau organisasi. Tujuan pemasaran berdasarkan konsep pemasaran dapat diraih melalui pilihan pelanggan, yang mana dicapai setelah kebutuhan konsumen terpenuhi.

Menurut Peter Drucker, tujuan pemasaran bukan untuk memperluas, tetapi untuk mengetahui dan memahami konsumen sehingga produk atau jasa itu sesuai dengan konsumen. Idealnya, pemasaran harus menghasilkan pelanggan yang siap membeli, dan langkah selanjutnya adalah menawarkan produk dan jasa tersebut (Zainurossalamia, 2020)

Selain itu, menurut saida zainurossalamia (2020) ada beberapa tujuan pemasaran yang lainnya, antara lain:

- 1) Memberi informasi (promosi), promosi adalah suatu usaha untuk mengumumkan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan untuk mendorong konsumen agar membeli atau mengkonsumsi.
- 2) Menciptakan pembelian
- 3) Menciptakan pembelian ulang, ketika konsumen puas, maka akan tercipta pembelian berulang yang akan menjadikan konsumen sebagai pelanggan setia.
- 4) Menciptakan tenaga kerja tidak langsung, dalam hal pemasaran produk dan jasa secara tidak langsung juga menciptakan tenaga kerja.
- 5) Akan menciptakan suatu produk megabrand.

Setelah mengetahui mengenai tujuan pemasaran selanjutnya pemasaran juga mempunyai fungsi sebagaimana yang disampaikan oleh M. Fuad, dkk yaitu memilih barang atau jasa yang diperlukan oleh manusia dan menjual barang atau jasa tersebut ke tempat konsumen sesuai dengan waktu yang diinginkan, dengan menggunakan harga terjangkau namun menguntungkan bagi perusahaan atau organisasi (Zainurossalamia, 2020).

Dalam hal memenuhi kebutuhan dan keinginan pemustaka dengan merasa puas dengan jasa maupun layanan yang diberikan oleh perpustakaan, maka pemustaka akan tetap setia terhadap jasa kita. Pemustaka menggunakan layanan kita berulang kali dan

memberitahu kepada orang lain tentang kualitas layanan perpustakaan kita. Tentu saja, ini adalah strategi yang lebih murah untuk perpustakaan dan lebih efektif daripada jenis promosi lainnya, orang cenderung mempercayai temannya dari pada yang dikatakan dalam iklan yang ada pada media elektronik atau surat kabar lainnya. Dan itu dapat meningkatkan keuntungan perpustakaan.

d. Kontribusi Pemasaran Bagi Perpustakaan

Perpustakaan merupakan tempat berlangsungnya aktivitas layanan informasi, dan pemasaran memberikan kontribusi yang signifikan kepada perpustakaan yang bersangkutan. Berikut kontribusi pemasaran antara lain:

- 1) Berkontribusi pada keputusan yang dibuat atau dilaksanakan oleh institusi atau organisasi dan penciptaan jenis layanan.
- 2) Memberikan saran dalam bidang penyajian dokumentasi dan pengadaan serta informasi yang orientasi marketnya adalah pengguna perpustakaan.
- 3) Membangun hubungan komunikasi yang baik untuk mengidentifikasi cara yang paling pas untuk memasarkan perpustakaan ataupun jasa layanan informasi (Widuri, 2000)

e. Bauran Pemasaran

Ada beberapa komponen yang perlu dipahami oleh perusahaan atau organisasi agar mampu memaksimalkan keuntungan dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

1) Produk (*Product*)

Produk ialah barang yang dibuat atau diproduksi dalam pemenuhan kebutuhan suatu kelompok. Suatu produk dapat berupa produk atau jasa, sehingga dapat berwujud dan tidak berwujud (Falabiba., 2014).

Tentu saja di perpustakaan produknya adalah koleksi dan layanan perpustakaan. Perpustakaan menawarkan berbagai

layanan yang berbeda kepada pemustaka dengan berbagai macam cara, contohnya layanan informasi terkini, daftar penambahan bahan pustaka, layanan berbasis *web*, OPAC, layanan informasi terseleksi, dan lainnya. Layanan tersebut termasuk dalam produk perpustakaan sehingga pustakawan harus memasarkan serta mempromosikan produknya kepada pengguna perpustakaan (Sungadi, 2019)

Adapun prinsip pemilihan produk atau jasa apabila diaplikasikan di perpustakaan yaitu:

- a) Kualitas barang/jasa yang baik. Koleksi yang lengkap dan terkini meawarkan nilai yang relevan.
- b) Risiko atau kerugian dijaga serendah mungkin.
- c) Berkaitan dengan sesuatu yang telah akrab dengan pelanggan.
- d) Cara menggunakan dan memanfaatkan koleksi tidak rumit, seperti katalog.
- e) Barang dan jasa harus mudah dikenali dan mudah dicerna melalui pengetahuan. Misalnya layanan penelusuran yang lebih cepat, tepat dan akurat, prosedur peminjaman (Widuri, 2000)

2) Harga (*Price*)

Harga pada dasarnya adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang disediakan. Penetapan harga adalah bagian yang sangat penting dari rencana pemasaran karena dipertimbangkan saat menentukan profitabilitas berkelanjutan dari perusahaan atau organisasi. penetapan harga membantu membentuk persepsi suatu produk dari sudut pandang pelanggan. Harga yang terlalu rendah di mata pelanggan sering dianggap sebagai produk yang inferior dibandingkan dengan pesaing. Demikian pula, semakin tinggi

harga, semakin tinggi harapan konsumen terhadap produk anda. Terdapat 3 strategi dalam penetapan harga utama yaitu :

- a) Penetapan harga pasar
- b) Harga *skimming* pasar
- c) Harga netral (Falabiba., 2014)

Faktor harga penting dalam mempertimbangkan anggaran perpustakaan, dan tanpa anggaran yang tepat, perpustakaan tidak akan bisa mendapatkan bahan bacaan dengan baik. Tidak ada perpustakaan yang dapat memenuhi kebutuhannya sendiri. Koneksi internet harus disediakan untuk pengguna tanpa biaya tambahan (Sungadi, 2019). Dalam suatu perpustakaan yang dimaksud dengan harga yaitu keaktualan informasi, hubungan antara informasi dan dibutuhkan pengguna dengan yang ditawarkan ataupun nilai kegunaan informasi tersebut (Widuri, 2000).

3) Tempat (*Place*)

Berkenan dengan penempatan dan distribusi produk, perusahaan atau organisasi harus menempatkan dan mendistribusikan produk lokasi yang dapat di akses oleh pelanggan. Perusahaan membutuhkan pemahaman yang mendalam tentang target pasar. Ada banyak strategi dalam menentukan strategi produksi yaitu

- a) Distribusi intensif
- b) Distribusi eksklusif
- c) Distribusi selektif
- d) Warabala (Falabiba., 2014)

Tempat juga berarti merencanakan dan menjalankan program pelayanan atau distribusi produk dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui tempat pelayanan yang tepat. Mengenai layanan informasi pemasaran, perhatian harus

diberikan pada lokasi strategis yang mudah diakses semua pihak, dan lokasi pemasaran yang menjadi fokus lalu lintas dari berbagai arah setiap saat dan di segala bidang (Widuri, 2000).

Layanan tidak dapat disimpan dan tidak berwujud, dikirim atau disimpan seperti biasa. Layanan perpustakaan menyediakan layanan informasi terkini dan informasi terpilih dengan mengumpulkan informasi pada area yang diinginkan oleh pemustaka. (Sungadi, 2019)

4) Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran karena dapat meningkatkan merek dan penjualan. Promosi terdiri dari beberapa elemen yaitu:

- a) Organisasi penjualan
- b) Hubungan masyarakat
- c) Iklan
- d) Promosi penjualan (Falabiba., 2014)

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi penyampaian pesan-pesan atau informasi yang meliputi aspek-aspek antara lain:

- a) *To inform* yaitu memberitahu yang sebelumnya tidak diketahui tentang perpustakaan, apa yang dimiliki perpustakaan dan apa yang ditawarkan perpustakaan kepada penggunanya. Memberitahu kepada pemustaka informasi tentang informasi yang tepat yang terbuka untuk umum.
- b) *To influence* yaitu mempengaruhi pemustaka untuk tidak ragu pergi ke perpustakaan, menggunakan jasa layanan informasi, dan mengubah citra layanan informasi pengguna mengenai jasa informasi atau perpustakaan,

misalnya dengan menunjukkan citra positif ke masyarakat luar dari suatu lembaga.

- c) *To persuade* yaitu membujuk atau merayu pengunjung atau masyarakat umum untuk terlibat dalam kegiatan perpustakaan, termasuk kegiatan membaca dan seminar perpustakaan (Widuri, 2000)

Saat mempromosikan, dibutuhkan mekanisme untuk menginformasikan kepada target sasaran tentang sumber daya yang ada di pusat informasi atau perpustakaan dengan mempromosikan semua yang ada di perpustakaan. Dari mulut ke mulut merupakan sarana untuk mendorong promosi layanan perpustakaan. Sarana promosi utama adalah panduan perpustakaan berupa seminar, ceramah, lokakarya dan sejenisnya (Sungadi, 2019)

5) Orang (*People*)

Penggabungan pasar sasaran dan orang-orang yang terlibat langsung dalam bisnis. Karyawan perusahaan sangat penting dalam pemasaran karena mereka adalah penyedia jasa layanan. Oleh karena itu, penting untuk menempatkan orang-orang yang profesional dibidangnya (Falabiba., 2014)

Dalam pemasaran dan promosi layanan perpustakaan yang disediakan oleh pakar perpustakaan keberhasilan kegiatan tergantung pada feed back dari para konsumen yang terlibat. Umpan balik tersebut akan menghasilkan pengetahuan tentang sistem perpustakaan dan, membantu meningkatkan layanan dan sistem perpustakaan (Sungadi, 2019).

6) Sarana fisik (*Physical Evidence*)

Harus ada bukti penggunaan layanan secara luas dan kesaksian dari konsumen yang telah menggunakan jasa tersebut dalam industri jasa (Falabiba., 2014)

Menurut Shostac, “Objek fisik adalah defenisi sendiri sebuah layanan dalam bidang pendidikan dan tugas pemasaran adalah mendefenisikan untuk layanan apa yang tidak dapat didefinisikan sendiri”. Bukti layanan bisa bersifat kebetulan dan penting. Bukti fisik dapat membantu kegiatan pemasaran dalam memberikan layanan yang tepat kepada pengguna perpustakaan. Hal tersebut bisa membuat layanan menjadi kenyataan (Sungadi, 2019).

7) Proses (*Proses*)

Proses yaitu manajemen proses dan terdiri dari perencanaan proses, pengendalian, perencanaan operasional, peralatan yang tersedia untuk pengguna, penjadwalan, kualitas layanan, dan lain-lain (Sungadi, 2019).

Sistem dan proses organisasi mempengaruhi dalam penyampaian layanan. Oleh karena itu, untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan sebuah perusahaan atau organisasi harus selalu mempunyai proses yang telah dirancang khusus (Falabiba., 2014).

3. Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan

a. Pengertian Layanan

Layanan yaitu aktivitas berkaitan dengan pemustaka secara langsung sekaligus pengukuran keberhasilan operasional perpustakaan. Layanan perpustakaan ialah salah satu aktivitas utama dari setiap perpustakaan (Puspohadi, 2016).

Menurut Lisda Rahayu, inti dari layanan perpustakaan adalah menyediakan segala jenis bahan pustaka yang akurat dan tepat sesuai dengan kebutuhan pengguna serta menyediakan fungsi temu kembali informasi. Perpustakaan tidak hanya menyediakan bahan pustaka yang dibutuhkan pengguna, tetapi juga menyediakan kemampuan temu kembali informasi yang membantu

pemustaka dengan mudah menemukan koleksi perpustakaan yang memenuhi kebutuhan informasinya (Ad, 2020)

Dapat disimpulkan bahwa layanan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan pemustaka dalam baik dalam penyediaan bahan pustaka atau penyediaan temu kembali informasi.

b. Jenis Jasa Layanan Informasi

1. Jasa Penelusur Literatur

CH Lovelock dan J. Wirtz Menjelaskan bahwa jasa diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain. Dalam banyak kasus, penelusuran berbasis waktu membawa hasil yang diinginkan kepada penerima, objek atau aset lain yang menjadi tanggung jawab pembeli. Pelanggan jasa mengharapkan nilai dalam akses ke barang, tenaga kerja, keterampilan, peralatan, jaringan dan sistem dengan imbalan uang, waktu dan usaha, tetapi biasanya tidak menggunakan elemen fisik yang terlibat (Falabiba., 2014).

Pencarian literatur adalah kegiatan mencari atau menemukan kembali informasi perpustakaan tentang suatu area tertentu di dalam atau di luar perpustakaan dengan menggunakan literatur sekunder atau alat pencarian lainnya. Studi kepustakaan ini biasanya membantu penelitian dan karya ilmiah, serta pencarian bahan bacaan yang memenuhi kebutuhan pengguna perpustakaan (perpusnas, 2010).

Mengumpulkan informasi dan bahan untuk seminar, pidato, dan penulisan artikel membutuhkan cara tersendiri untuk mengumpulkan informasi yang tepat. menyediakan alat pencarian dengan format cetak dan non-cetak, seperti CD-ROM, dialog, BRS, ataupun internet tentunya mempermudah akses informasi.

Jika peran perpustakaan di masa lalu terbilang pasif, ada peran aktif perpustakaan untuk selalu mengikuti perkembangan alat penelusuran dan jaringan pusat informasi dalam bidang-bidang tertentu, hal ini menempatkan perpustakaan pada peranan yang sejajar dan mendukung peneliti dalam menelusuri informasi. Dengan keahlian dan keterampilan tersebut, perpustakaan dapat menjadi pemandu atau penyedia yang relevan dalam menemukan informasi yang dibutuhkan pengguna, baik secara manual maupun online.

2. Jasa Layanan Pemanfaatan Sumber-sumber Informasi

Perpustakaan menyediakan jasa layanan untuk digunakan oleh mereka yang membutuhkan seluruh koleksi. Secara umum, jenis koleksi yang ditawarkan kepada pengguna mencakup semua kekayaan informasi yang dimiliki perpustakaan. Jenis koleksi ini dapat dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu meliputi buku dan bahan non-buku, dan buku dibagi lagi menjadi fiksi dan non-fiksi.

3. Jasa Layanan Informasi Melalui Koleksi Media Cetak Bukan Buku

Karya media cetak bukan buku adalah segala macam penerbitan yang dicetak tetapi bukan berbentuk buku, surat kabar, majalah, brosur, pamflet, dan lainnya juga termasuk kedalam kelompok jenis karya cetak bukan buku. Informasi dalam koleksi ini ada yang bersifat primer, sekunder, maupun tersier. Ada perbedaan yang menarik diantaranya yakni sifat kemutakhiran dari jenis media ini lebih menonjol dibandingkan dengan karya-karyalainnya termasuk buku. Jika buku teks dan ensiklopedia memuat informasi yang sudah terjadi, jenis koleksi ini memuat informasi mutakhir.

4. Jasa Layanan Informasi Rujukan

Perpustakaan menyediakan layanan referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dengan jawaban yang spesifik. layanan rujukan merupakan proses komunikasi antara pesona yang berlangsung di perpustakaan, dan proses komunikasi ini terjadi antara pustakawan dan pemustaka. Semua perpustakaan, sekecil apapun bentuknya, harus memiliki layanan informasi ini. Jenis layanan ini meliputi kegiatan pustakawan yang memberikan berbagai informasi kepada pengunjung, yaitu antara lain:

- a) Jawab sebanyak mungkin pertanyaan setiap pengunjung tentang masalah yang mereka hadapi.
- b) Menjelaskan manfaat jenis koleksi di perpustakaan.
- c) Menampilkan berbagai informasi yang bermanfaat bagi pengunjung melalui referensi-refensi yang tersedia di perpustakaan.

5. Jasa Layanan Pelatihan dan Penyuluhan

Perpustakaan-perpustakaan yang sudah lebih maju juga sering mengadakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan mengenai perpustakaan kepada perpustakaan masih perlu ditingkatkan pembinaannya. Lama kegiatan dari pelatihan perpustakaan ini tergantung dari kebutuhan. Ada yang berupa kegiatan kursus singkat sehari penuh sampai beberapa bulan dan ada juga yang lebih formal sifatnya.

6. Jasa Layanan Peminjaman Koleksi dan Sumber-Sumber Informasi

Layanan peminjaman koleksi adalah layanan yang diberikan perpustakaan kepada pemustaka berupa peminjaman sementara koleksi atau sumber informasi. Dalam waktu yang ditentukan, pengguna akan dapat membawa pulang bahan-bahan bacaan milik perpustakaan. Proses ini disebut sirkulasi

yang artinya meminjam buku dan koleksi yang pemustaka butuhkan dan mengembalikannya ke perpustakaan

7. Jasa Layanan Penyedia Fasilitas

Jasa layanan penyedia fasilitas yaitu segala sarana penunjang perpustakaan. Segala sesuatu yang dimaksudkan untuk memudahkan penggunaan perpustakaan diklasifikasikan menurut sarana penunjang perpustakaan. Fasilitas secara fungsional signifikan untuk penggunaan sumber daya perpustakaan.

8. Jasa Layanan Informasi Perpustakaan Keliling

Perpustakaan keliling berbentuk mobil dengan koleksi buku dan bahan bacaan lainnya yang dikelola khusus untuk diakses oleh sekelompok anggota masyarakat yang secara teknis tidak dapat diakses oleh sistem layanan perpustakaan umum terdekat. Sistem pengolahannya sama dengan sistem pengolahan pada perpustakaan biasa, yang membedakan hanya pada bentuk dan sifatnya yang dapat berpindah. Umumnya, dalam pelaksanaan layanan perpustakaan keliling, diutamakan sekelompok orang yang secara geografis sedikit terpencil, dengan jumlah penduduk yang banyak (Yusup, 2016)

4. Strategi Pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tindakan yang dikerjakan oleh perusahaan atau organisasi dalam meraih target pasarnya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Untuk menghindari pengurangan jumlah konsumen dan kehilangan daya saing produk di dunia pemasaran diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Dengan strategi yang tepat, diharapkan proses pemasaran berjalan ke arah yang benar dan tidak hanya melihat satu gaya pemasaran saja.

Strategi pemasaran menjadi sangat esensial dan penting dalam bidang ilmu pengetahuan dan informasi. Pustakawan harus menyusun rencana strategis pemasaran. Menurut Adeyoyin perpustakaan harus

belajar memasarkan sumber daya dan layanan informasinya karena alasan berikut:

- a. Perpustakaan bukan lagi satu-satunya industri jasa informasi
- b. Perpustakaan harus bersaing dengan organisasi atau departemen lain untuk mendapatkan dana.
- c. Pustakawan perpustakaan harus memasarkan layanan dan sumber daya mereka untuk meningkatkan citra perpustakaan.
- d. Pengguna perpustakaan mengharapkan pengakuan, perhatian dan penghargaan atas kebutuhan informasi individu mereka (Aderibigbe, 2015).

Terdapat 5 aspek penting yang mendukung pemasaran yaitu kebutuhan, permintaan, hasil, keinginan dan produksi. Kelima aspek pemasaran informasi perpustakaan yaitu:

- a. Kebutuhan informasi, yaitu keinginan untuk belajar di luar pengetahuan yang ada. Misalnya, cobalah untuk mendapatkan informasi dengan membaca koran, majalah, menonton tv, mendengarkan radio dan lainnya.
- b. Permintaan informasi adalah keinginan manusia untuk memperoleh dan mengetahui informasi, pengetahuan, data dan jawaban atas pertanyaan yang timbul dari interaksi manusia, kegiatan belajar dan sebagainya.
- c. Dengan tercapainya kebutuhan informasi, memungkinkan orang untuk menilai sendiri tingkat penyerapan dan imajinasi menerima pengetahuan, sehingga menghasilkan kekayaan pribadi yang dapat meningkatkan kualitasnya.
- d. Keinginan dalam mendapatkan informasi artinya kebutuhan seseorang akan informasi ada karena kepribadian untuk memperoleh pengetahuan.
- e. Produksi informasi, adalah kebutuhan, kemauan dan permintaan informasi yang menyebabkan orang mengirimkan atau berbagi informasi dengan orang lain.

Kelima aspek pemasaran ini diharapkan dapat mencerminkan berhasilnya tujuan pustakawan sebagai pengelola informasi dan kinerja dalam melayani pemustaka dan pencari jasa informasi (Zainurossalamia, 2020).

Adapun strategi dalam memasarkan yaitu:

a. Segmentasi

Menurut Rhenald Kasali (2003) segmentasi adalah proses mengotak-ngotakkan (yang heterogen) ke dalam kelompok-kelompok “potensial customers” yang memiliki kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter serta yang memiliki respon yang sama. Segmentasi menurut Kasali (2007) ada dua macam yaitu:

- 1) Segmentasi apriori dilakukan ketika produk/ide/jasa diluncurkan pasar. Dengan cara apriori pemasaran menunjuk siapa sasarnya, berapa usia, berapa penghasilan per bulan, dimana kelas sosialnya, dimana mereka dapat dijangkau, dan bagaimana perilaku mereka.
- 2) Segmentasi post-hoc dilakukan setelah produk/ide/jasa dijalankan. Setelah konsumen datang, data lalu dikumpulkan, diolah dan pemasaran meminta agar data itu berbicara siapa mereka, konsumen mereka.

Selanjutnya Kotler, Kartajaya, Huan, dan Liu (2003) mengelompokkan pendekatan dalam melakukan segmentasi pasar menjadi tiga, yaitu:

- 1) *Static Atribut Segmentation* mengelompokkan pasar berdasarkan atribut-atribut statis yang serupa, yang tidak selalu mencerminkan perilaku pembelian atau penggunaan, dan tidak secara langsung memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli. Jenis atribut ini mencakup geografi dan demografi.

- 2) *Dynamic Atribut Segmentation* mengelompokkan pasar berdasarkan atribut dinamis yang serupa, atau atribut-atribut yang mencerminkan karakteristik konsumen. Atribut ini mencakup variabel psikografis dan behavior.
- 3) *Individual Segmentation* mengelompokkan pasar atau unit terkecil atau individu (Ulumi, 2014).

c. *Targeting*

Targeting adalah membidik kelompok konsumen yang akan menjadi sasaran. Kotler (2003) melihat setidaknya ada 3 kriteria yang harus dipenuhi pada saat mengevaluasi dan menentukan segmen mana yang akan di jadikan target yaitu:

- 1) Perusahaan harus memastikan bahwa segmen pasar yang dibidik cukup besar dan akan cukup menguntungkan bagi perusahaan.
- 2) Strategi targeting itu harus didasarkan pada keunggulan kompetitif perusahaan yang bersangkutan
- 3) Segmen pasar yang dibidik harus didasarkan pada situasi persaingannya.

Ada beberapa manfaat adanya *targeting* (pemasaran bersasaran) yaitu alokasi sumber daya pemasaran lebih efisien, lebih memahami kebutuhandan keinginan pasar, dan lebih memahami situasi persaingan (Ulumi, 2014).

d. *Positioning*

Positioning merupakan strategi untuk membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi konsumen, *positioning* adalah bagaimana perusahaan mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk dengan sukarela mengikuti perusahaan. Menurut Kotler, Kartajaya, Huan, dan Liu (2003) ada empat kriteria yang dilakukan dalam menentukan *positioning* yaitu:

- 1) Kajian terhadap konsumen. *Positioning* harus mendeskripsikan value bagi konsumen karena *posiotioning* mendeskripsikan value yang unggul.
- 2) Didasarkan atas kajian pada kapabilitas perusahaan. *Positioning* harus mencerminkan kekuatan dan keunggulan kompetitif perusahaan.
- 3) Didasarkan atas kajian pada pesaing. *Positioning* harus bersifat unik sehingga dengan mudah dapat mendiferensiasikan diri dari para pesaing.
- 4) Didasarkan atas kajian perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. *Positioning* harus berkelanjutan dan selalu relevan dengan berbagai perubahan lingkungan bisnis.

Penentuan *positioning* dapat memperhatikan faktor-faktor berikut ini yaitu:

- 1) Proposisi nilai dan manfaat yang dapat diberikan perusahaan.
- 2) Capaian yang telah dihasilkan oleh perusahaan
- 3) Segmen pasar dan pelanggan yang di targetkan
- 4) Atribut yang jadi keunggulan produk dan merek perusahaan
- 5) Bisnis baru yang dimasuki
- 6) Originalitas dan posisi sebagai perusahaan atau merek baru di pasar (Ulumi, 2014).

Strategi pemasaran menggabungkan aktivitas yang berhubungan dengan penjualan, pemasaran, periklanan, hubungan masyarakat, dan jaringan. Setiap komponen dari strategi pemasaran memiliki tujuan tertentu, memberikan manfaat tertentu dan melengkapi komponen lainnya. Semua komponen harus bersatu untuk memperluas citra, memperkuat merek dan memastikan keunikan

perusahaan (Pinson., 2009). Ada beberapa cara dalam pemasaran layanan dan produk informasi yaitu :

- a. Mengembangkan produk, seperti pembuatan *database* dan katalog utama.
- b. Ditawarkan secara luas kepada pengguna, di pegang secara luas kepada pengguna, daftar tambahan harus di *upload* dikoran.
- c. Menjalin hubungan masyarakat yang baik dengan komunitas pengguna.
- d. Melakukan survei pengguna perputakaan dan meneliti kebutuhan produk survei berdasarkan kebutuhan pengguna.
- e. Memberikan layanan bimbingan dan konseling kepada pengguna (Sungadi, 2019).

5. Metode Evaluasi Strategi Pemasaran

Richard Rummelt memberikan empat kriteria yang dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu strategi yaitu Konsistensi, kesesuaian, kelayakan, dan keunggulan.

- a. Konsistensi yaitu suatu strategi tidak boleh menunjukkan tujuan dan kebijakan tidak konsisten. Tiga pedoman yang mendasari konsistensi strategi adalah persoalan manajerial, keberhasilan departemen, dan kebijakan organisasi.
- b. Kesesuaian yaitu sebuah strategi harus mewakili respon adaptif terhadap lingkungan eksternal dan terhadap perubahan penting lainnya.
- c. Kelayakan yaitu strategi memiliki kelayakan artinya bisakah strategi diusahakan dalam sumber daya fisik, manusia dan keuangan.
- d. Keunggulan yaitu sebuah strategi harus memfalisasi upaya menciptakan dan mempertahankan kerugian kompetitif di bidang aktivitas tertentu (David, Fred, 2016)

6. Kendala dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan

Tidak ada organisasi yang menghadapi kendala dalam menjalankan tugas atau fungsinya, sehingga pasti ada kendala dalam menjalankan misinya. Demikian pula perpustakaan menghadapi beberapa kendala, hambatan, atau masalah.

Menurut Sutarno, beberapa kendala dan keterbatasan yang biasa dihadapi perpustakaan baik internal maupun eksternal yaitu:

- a. Kendala internal
 - 1) Jumlah, jenis dan kualitas koleksi.
 - 2) Jumlah, dan kualitas sumber daya manusia
 - 3) Sarana dan prasarana
 - 4) Perabot dan perlengkapan
 - 5) Sumber pendanaan
 - 6) Sosialisasi
 - 7) Perhatian dari institusi/supervisor yang unggul
- b. Kendala eksternal
 - 1) Minat masyarakat dan budaya baca masyarakat secara umum masih tergolong rendah
 - 2) Perhatian, tanggapan, dan umpan balik masyarakat masih terbatas
 - 3) Aksebilitas informasi dan perpustakaan masih terbatas
 - 4) Kesadaran akan kebutuhan untuk menggunakan perpustakaan belum meningkat dan belum berkembang dengan baik.
 - 5) Kondisi sosial ekonomi dan sosial budaya belum sepenuhnya mendukung
 - 6) Ada jarak yang memisahkan antara perpustakaan dan masyarakat (N. S, 2006).

Di sisi lain, perpustakaan pasti akan menghadapi kendala dalam kegiatan pemasaran baik itu di dalam maupun di luar perpustakaan,

menurut Badollahi Mustafa kendala yang dihadapi perpustakaan dalam pemasaran adalah:

- a. Kendala dari dalam
 - 1) Pustakawan kurang memiliki pengetahuan dan teknik pemasaran
 - 2) Gedung perpustakaan yang tidak memadai
 - 3) Kurangnya dana untuk membeli bahan pustaka dan mengimplementasikan layanan baru
 - 4) Lemahnya apresiasi para pustakawan atas kenyataan pengguna perpustakaan menuntut layanan perpustakaan lebih banyak.
- b. Kendala dari luar
 - 1) Komitmen pimpinan untuk mendukung perpustakaan masih kurang.
 - 2) Manajemen organisasi yang lemah
 - 3) Faktor sosial adalah sudah menjadi budaya pengguna yang jarang ke perpustakaan (Mustafa, 1996).

Berdasarkan teori yang telah penulis jabarkan, terdapat dua subjek yang menjadi kajian penulis yaitu strategi perpustakaan dan pemasaran jasa layanan informasi

1. strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa penulis menggunakan teori strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa oleh Kasali (2007) sebagai substansi yang terdiri dari:
 - a. Segmentasi
 - b. *Targeting*
 - c. *Positioning*
2. pemasaran jasa layanan informasi, penulis menggunakan substansi dari bauran pemasaran yang dikemukakan oleh Ninla (2014), Sungadi (2019) dan Widuri (2000) yaitu :
 - a. produk,
 - b. harga,

- c. tempat,
 - d. promosi,
 - e. orang,
 - f. proses,
 - g. bukti fisik.
3. kendala yang dihadapi dalam pemasaran jasa layanan informasi dipergustakaan peneliti menggunakan teori dari Badollahi Mustafa (1996) yaitu :
- a. kendala dari dalam
 - b. kendala dari luar

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan yaitu penelitian sebelumnya yang melibatkan subjek penelitian yang saat ini tidak sedang diteliti untuk menentukan letak persamaan dan perbedaannya dengan penelitian saat ini. Ada beberapa penelitian sebelumnya dengan topik serupa, yaitu:

1. Promosi dan pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan Utsman bin Affan Universitas Muslim Indonesia Makasar, skripsi ini di serahkan oleh Hasanah pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang promosi dan pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Utsman bin Affan Universitas Muslim Indonesia Makasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana layanan informasi dipromosikan dan pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi perpustakaan dalam melakukan promosi dan pemasaran jasa layanan informasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dengan alat bantu berupa pedoman wawancara, kamera dan *audio recorder*. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan dalam promosi dan pemasaran jasa

layanan informasi di Perpustakaan Utsman bin Affan Universitas Indonesia Makassar adalah salah satu fungsi manajemen yang bertanggung jawab mengidentifikasi bagaimana memenuhi kebutuhan masyarakat (pemustaka dan staf perpustakaan) dan sistem pemasaran yang diterapkan di perpustakaan sudah tepat sasaran dalam merujuk mahasiswa baru ke perpustakaan setiap tahunnya.

2. Pemasaran jasa informasi di Perpustakaan Umum Kabupaten Tanjung Jabung Barat, skripsi ini diajukan oleh Rabiatul Adawiyah pada tahun 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengungkap bagaimana pemasaran jasa informasi, hambatan apa saja yang dihadapi dalam pemasaran jasa informasi dan upaya apa yang dilakukan dan upaya apa yang dilakukan untuk mengatasi hambatan pemasaran jasa informasi di Perpustakaan Umum Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil analisis data ditemukan bahwa tindakan pemasaran yang telah dilakukan yaitu oleh perpustakaan umum kabupaten tanjung jabung barat dalam pemasaran yaitu dengan melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah dan masyarakat dengan mengadakan lomba bercerita untuk sekolah sekolah. kendala dalam pemasaran yaitu masalah kualitas dan kuantitas pengelola perpustakaan masih minim baik dari sumber daya manusia masih kurang dana yang terbatas, sarana dan prasarana, apresiasi masyarakat masih rendah terhadap perpustakaan, keterbatasan akses informasi antar perpustakaan dan masyarakat.
3. Promosi Jasa Layanan Perpustakaan studi kasus di Perpustakaan Universitas Kristen Petra Surabaya oleh Unang Puspohadi pada tahun 2016. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui promosi jasa layanan perpustakaan perguruan tinggi yang dilakukan di Universitas Kristen (UK) Petra Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan teknik

pengumpulan data berupa dokumentasi, observasi dan wawancara mendalam. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi jasa layanan perpustakaan perguruan tinggi di UK Petra dilakukan disesuaikan dengan selera pemustaka yakni melalui pameran, even kegiatan tematik seperti saat natal dan *valentine*. Dengan media yang juga menyesuaikan dengan selera pemustaka, yakni media sosial dan *digital*, selain media konvensional.

Meskipun mempunyai persamaan dalam hal pemasaran, tetapi masih terdapat perbedaan dengan penelitian terdahulu dalam pembahasan yang dilakukan oleh penulis. Pada penelitian ini peneliti mengkaji mengenai strategi yang dilakukan dalam pemasaran jasa layanan informasi yang dilakukan oleh Perpustakaan Daerah Kabupaten Tanah Datar yang dilihat dari bauran pemasaran dan strategi pemasarannya. Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Sedangkan strategi pemasaran terdiri dari Segmentasi, *Targeting*, *Positioning*, serta kendala-kendala yang dialami dalam melaksanakan kegiatan pemasaran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field Research*). Menurut Djunaidi deskriptif kualitatif merupakan suatu langka untuk mendeskripsikan suatu objek, fenomena, atau latar sosial sasaran penelitian yang dijelaskan dalam tulisan naratif (Ghony, 2016). Sedangkan menurut Moleong berpendapat bahwa penelitian lapangan (*Field Research*) adalah suatu metode pengumpulan data kualitatif, artinya peneliti turun ke lapangan untuk mengamatis fenomena dalam suatu keadaan alamiahnya (Moloeng, 2006).

Metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian lapangan ini dipilih dengan tujuan untuk menggambarkan, mendeskripsikan dan menganalisis fenomena lapangan secara detail. Sebagaimana yang dikatakan oleh Bogdan dan Taylor metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif tentang suatu fenomena melalui kalimat atau kata-kata dan perilaku yang dapat diamati (Salim, 2012).

Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Peneliti mencari informasi yang kongkrit tentang strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi. Penelitian dilakukan dengan meneliti fakta-fakta dan fenomena yang ada dilapangan. Setelah mendapatkan informasi peneliti akan mendeskripsikan ke dalam bentuk narasi yang dituangkan dalam bentuk tulisan dan didukung oleh beberapa dokumen yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang akan dilakukan yaitu bertempat di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang beralamat

di Jln. Sutan Alam Bagagarsyah No.88, Baringin, Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat 27211.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini peneliti lakukan selama dua bulan, yang mencakup tahapan kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan						
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Juni	Juli
1.	Observasi awal	■						
2.	Pembuatan proposal		■					
3.	Bimbingan proposal			■	■	■		
4.	Seminar proposal						■	
5.	Penelitian						■	
6.	Bimbingan skripsi						■	■
7.	Munaqasyah							■

C. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen penelitian yang utama dan dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpulan data utama yang akan mengumpulkan data, mengevaluasi, menyelidiki, memeriksa serta menarik kesimpulan tentang masalah yang diteliti. Hal ini sejalan dengan pendapat ahmadi yang menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah manusia, yakni peneliti itu sendiri atau orang lain yang terlatih. Karena untuk dapat menangkap dan menjelaskan data yang diperoleh hanya dapat dilakukan oleh manusia (Ahmadi, 2014).

Untuk mengumpulkan data dari informan, peneliti sebagai instrumen utama penelitian memerlukan alat pendukung yaitu panduan atau pedoman wawancara yang mendalam dan alat rekam seperti *tape recorder*, *handphone*, kamera video untuk merekam hasil wawancara.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengambilan sampel *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu berdasarkan kepada karakteristik yang dimiliki oleh subjek yang dipilih karena karakteristik tersebut sesuai dengan tujuan penelitian (Martono, 2011). Alasan peneliti menggunakan metode *purposive sampling* yaitu karena dalam pengambilan sampel penelitian ini berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga sampel yang diambil nantinya tidak menyimpang dari tujuan penelitian.

D. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung melalui wawancara atau observasi yang dijadikan data utama oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang menjadi data primer yaitu kepala perpustakaan, kepala bidang perpustakaan, pustakawan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang dapat memberikan Informasi dan data yang peneliti inginkan.

Tabel 3. 2
Data Sumber Daya Manusia Perpustakaan Umum Daerah
Kabupaten Tanah Datar

No	Nama	Jabatan	Lulusan
1	D.Yonasri, SE.MA	KABID Perpustakaan	S2 Perencanaan
2	Cici Margaret Y, A.Md	Pustakawan	D3 Ilmu Perpustakaan
3	Rika Anggraini, A.Md	Pustakawan	D3 Ilmu Perpustakaan

4	Fiska Amelia P., A.Md	Pustakawan	D3 Ilmu Perpustakaan
---	-----------------------	------------	----------------------

2. Data sekunder

Sugiyono mendefinisikan data sekunder yaitu informasi yang didapatkan secara tidak langsung dari informan, tetapi melalui perantara berupa dokumen, buku-buku, dokumen atau artikel yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Subjek penelitian adalah keseluruhan objek dimana terdapat beberapa orang narasumber atau orang yang dijadikan informan yang dapat membantu memberikan informasi mengenai masalah yang berkaitan dengan penelitian.

Sumber data sekunder pada penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari dokumen-dokumen atau arsip yang peneliti dapatkan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar serta data lainnya yang berkaitan dan mendukung dalam mencapai tujuan penelitian yang peneliti lakukan. Dokumen ini dapat berupa laporan, program kegiatan dan dokumen lain yang melengkapi data penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan teknik kondisi yang alami, sumber data primer dan lebih banyak pada teknik observasi, wawancara dan dokumentasi (Ghony, 2016). Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang didahului dengan mengamati kemudian melakukan pencatatan secara logis, objektif, dan rasional dari berbagai fenomena dalam situasi realistis dan menguntungkan. Peneliti melakukan observasi langsung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini. Jenis observasi yang dilakukan adalah observasi tidak terstruktur, yaitu pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan

pedoman observasi, peneliti menyusun observasinya berdasarkan perkembangan yang terjadi dilapangan.

Ada beberapa observasi yang dapat digunakan dalam pengumpulan data yaitu: observasi partisipatif, observasi terstruktur atau tersamar dan observasi tak terstruktur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi partisipan, dimana peneliti ikut berperan aktif dalam kegiatan subyek yang sedang diamati. Observasi partisipatif adalah pengamatan yang dilakukan dengan cara peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau digunakan sebagai sumber data penelitian (Sugiyono, 2016).

Metode observasi bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang terdiri dari:

1. Kegiatan pemasaran jasa informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar
2. Strategi pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.
3. Kendala-kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan umum daerah kabupaten tanah datar.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik untuk mengumpulkan data dan informasi (Ghony, 2016). Sedangkan menurut Suwartono, wawancara adalah cara menjaring informasi atau data melalui interaksi verbal atau lisan (Suwartono, 2014). Peneliti mendapatkan informasi secara rinci tentang pemasaran jasa layanan informasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Tanah Datar dengan menggunakan metode wawancara. jenis wawancara yang digunakan yaitu wawancara bebas terpadu

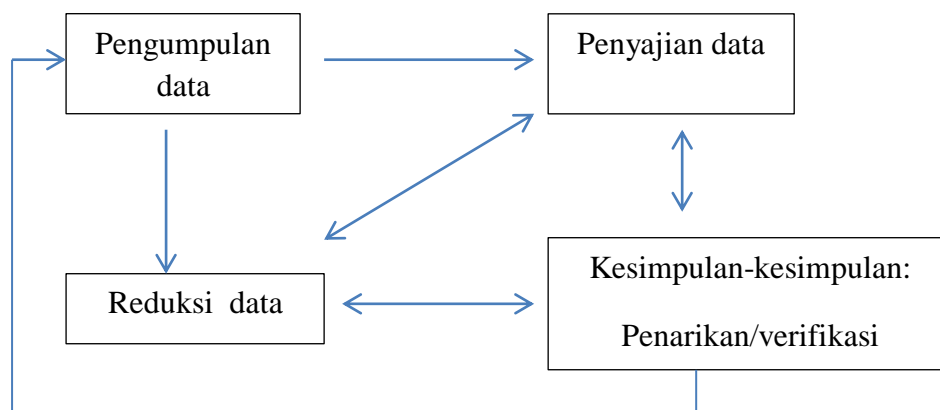
dimana beberapa pertanyaan yang ditanyakan tidak hanya berpedoman pada pertanyaan wawancara saja tetapi dapat dikembangkan sesuai situasi dan kondisi selama wawancara berlangsung. Adapun yang diwawancarai yaitu kepala perpustakaan, kepala bidang perpustakaan, dan staf perpustakaan umum daerah kabupaten tanah datar yang dapat memberikan informasi dan data yang peneliti inginkan (Iryana, n.d.)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara atau teknik pengumpulan data dari dokumen resmi internal yang berupa catatan, kuintansi, aturan organisasi, dan keputusan. Pengumpulan data didapatkan dari dokumen dan arsip yang terkait dengan kegiatan Strategi Perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Tanah Datar. Metode dokumentasi bisa dilakukan dengan cara merekam data, mencatat data penelitian yang ada pada buku-buku catatan, informasi yang diberikan oleh responden maupun informais dari dokumentasi meliputi geografi, struktur organisasi, keadaan tenaga kerja, keadaan sarana dan prasarana. (Iryana, n.d.).

F. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan bermakna jika telah diolah dan dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif berbentuk naratif untuk menarik kesimpulan tentang bagaimana memasarkan jasa layanan perpustakaan, khususnya sebagai hasil dari data observasi, wawancara, dan data dokumentasi tersebut dianalisis dengan data deskriptif kualitatif sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Proses Analisis Data

Gambar di atas menunjukkan sifat interaktif pengumpulan data dengan analisis data, pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Berikut penjelasannya.

1. Reduksi data adalah proses seleksi yang berfokus pada penyederhanaan, abstraksi dan transformasi data mentah yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi data meliputi a) meringkas data, yaitu peneliti melakukan ringkasan-ringkasan mengenai data yang didapatkan agar lebih terperinci. 2) mengkode, yakni melakukan pemilihan mengenai bagaian data mana yang dikode dan mana yang dibuang 3) menelusur tema yaitu menelusur cerita-cerita apa yang sedang berkembang, 4) membuat gugus-gugus. Caranya seleksi ketat atas data, ringkasan atau uraian singkat, dan menggolongkan ke dalam pola yang lebih luas.

Pengumpulan data mentah ini dilakukan oleh penulis melalui observasi, wawancara, dan penelusuran kepustakaan. Pengamatan ini dilakukan oleh penulis untuk mengkonfirmasi keadaan di mana penelitian dilakukan, dan wawancara dilakukan dengan menggunakan peralatan pendukung untuk merekam selama proses wawancara terjadi. Penelusuran literatur dilakukan dengan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya melalui media sosial

dan data yang disediakan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.

2. Penyajian data adalah kegiatan dimana kumpulan informasi dikumpulkan, sehingga memberikan kesempatan untuk menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Penyajian data dapat berupa teks naratif berupa catatan lapangan, matriks, bagan, jaringan, dan tabel. Setelah data direduksi, peneliti menyajikan sebagai catatan apa adanya. Data telah diubah menjadi transkrip yang ditelaah secara sistematis, untuk dapat memberikan pandangan yang komprehensif tentang subjek yang diteliti.
3. Menarik kesimpulan yang dicapai oleh peneliti yang sedang berlangsung di lapangan. Sejak awal, pengumpulan data mencari makna, penjelasan, sebab-akibat, dan proposisi. Kesimpulan ini juga telah diverifikasi selama penelitian, dengan meninjau catatan lapangan catatan lapangan, memunculkan ide-ide untuk mengembangkan kesepakatan antara para pihak. Setelah data terkumpul dan disajikan, maka penulis akan melakukan kegiatan selanjutnya yaitu menarik kesimpulan dari data terkait strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan umum kabupaten tanah datar (Rijali, 2018). Penulis akan menulis kesimpulan setelah data-data yang diperoleh sudah cukup untuk membuat suatu kesimpulan. Kesimpulan ini berguna untuk menjawab semua rumusan masalah.

G. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, uji validitas data yang digunakan peneliti adalah metode triangulasi. Triangulasi adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data yang dapat menghasilkan hasil dan interpretasi data yang lebih akurat dan kredibel (Yusuf, 2014). Berdasarkan uraian di atas, dapat dibayangkan bahwa untuk membuktikan keabsahan data yang ditemukan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi dimana data yang diperoleh dari hasil wawancara.

Dalam (Sugiyono, 2018) mengklasifikasikan triangulasi menjadi tiga macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu berikut penjelasannya:

a. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dapat dilaksanakan dengan memverifikasi data melalui berbagai sumber.

b. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dapat diterapkan dengan memverifikasi data dari sumber yang sama, tetapi dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan cara mengecek kembali data pada sumbernya dan masih menggunakan teknik yang sama, tetapi dengan waktu atau situasi yang berbeda.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi sumber sebagai validasi dimana triangulasi sumber bertujuan untuk mengecek keabsahan data dengan cara mengecek data pada beberapa sumber yang ada untuk menguji keabsahan data yang diterima oleh peneliti dari strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di perpustakaan umum kabupaten tanah datar.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

1. Sejarah Berdirinya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar merupakan perpustakaan yang berada pada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kab. Tanah Datar. Pada awalnya himpunan alumni KOAKUNRENZYO, JOKYU KANRI GAKKO, GUNSEI GAKKO” merupakan para guru maupun pelatih jepang untuk mengenang masa sekolah, sehingga mendirikan Perpustakaan di jalan Hamka no. 58 Parak Juar Batusangkar, di atas Tanah milik Ibu Hj. Gin Djailin Tamin dan di kelola oleh Yayasan Gunung Bungsu.

Selanjutnya Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Tanah Datar Nomor 08 Tahun 2003 tanggal 15 Januari 2003 Kantor Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Tanah Datar resmi terbentuk menjadi Unit Kearsipan dilingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Tanah Datar. Secara efektif kantor mulai berjalan pada tanggal 18 Agustus 2003. Pada tahun 2009 Kantor Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Tanah Datar berubah nama untuk kedua kalinya menjadi Kantor Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Tanah Datar Nomor 8 Tahun 2008 tentang Pembentukan dan Tata Kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah dan Penanaman Modal dan Lembaga Teknis Daerah.

Terakhir Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah, Kantor Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi Kabupaten Tanah Datar diganti menjadi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Tanah Datar.

2. Visi dan Misi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

a. Visi

Terwujudnya pengelolaan dan penyelamatan arsip dan layanan perpustakaan yang prima menuju tertib arsip dan peningkatan minat baca.

b. Misi

- 1) Meningkatkan sumber daya aparatur kearsipan dan perpustakaan yang berkualitas
- 2) Mewujudkan pelayanan prima bagi pengguna jasa kearsipan dan perpustakaan
- 3) Meningkatkan sistem dan mutu pengelolaan kearsipan dan perpustakaan
- 4) Meningkatkan sarana dan prasarana kearsipan dan perpustakaan
- 5) Menciptakan tenaga pengelola kearsipan dan perpustakaan yang profesional
- 6) Mendorong terciptanya tertib arsip dan perpustakaan yang berbasis teknologi informasi.
- 7) Melaksanakan pelestarian arsip dan perpustakaan sebagai pusat informasi dan pertanggungjawaban pemerintah
- 8) Meningkatkan penyelenggaraan hubungan lembaga dan kerja sama baik dalam maupun luar daerah dibidang kearsipan dan perpustakaan.

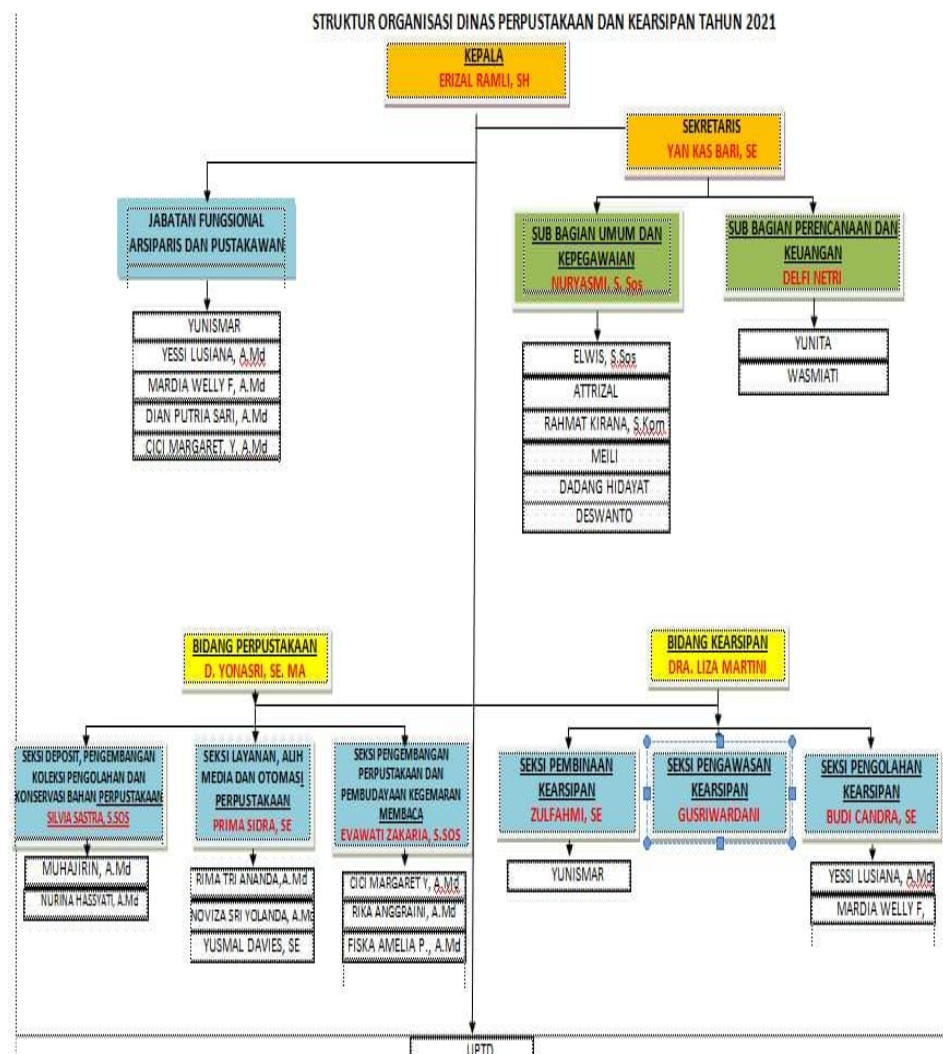
3. Sumber Daya Manusia

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar pada tahun 2022 jumlah total pegawai yang berada di lingkungan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------|------------------------|
| a. Evawati Zakaria, S.Sos | : Pustakawan ahli muda |
| b. Prima Sidra, SE | : Pustakawan ahli Muda |
| c. Silvia Satra, SAP | : Pustakawan ahli Muda |

- d. Cici Margaret Y, A.Md : Pustakawan Mahir
- e. Muhajirin A.Md : Pustakawan Terampil
- f. Rika Anggraini, A.Md : Pustakawan Terampil
- g. Rima Tri Ananda, A.Md : Pustakawan Terampil
- h. Noviza Sri Yolanda, A.Md :Pustakawan Terampil
- i. Fiska Amelia Putri, A.Md : Pustakawan Terampil
- j. Nurina Hassyati, A.Md : Pustakawan Terampil

4. Struktur Organisasi



Gambar 4. 1
Bagan Struktur Organisasi Perpustakaan Umum Daerah
Kabupaten Tanah Datar

5. Lokasi

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar Berlokasi di Jln. Sultan Alam Bagagarsyah No.88, Baringin, Lima Kaum, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat 27211.

6. Fasilitas

Gedung perpustakaan terdiri dari 3 lantai dan fasilitas ruang sebagai berikut:

a. Lantai 1 terdiri dari :

- 1) Ruang baca umum
- 2) Ruang perpustakaan anak
- 3) Musholla
- 4) Toilet
- 5) Ruang pengolahan
- 6) Resepsionis
- 7) Loker dan rak penitipan barang
- 8) Rak koran

b. Lantai 2 terdiri dari

- 1) Ruang tandon
- 2) Ruang pengolahan
- 3) Ruang staf perpustakaan

c. Lantai 3 terdiri dari

- 1) Ruang audio visual, multimedia
- 2) Aula
- 3) Musholla
- 4) Toilet

d. Fasilitas penunjang

- 1) Layanan pembuatan kartu anggota, perpanjangan pinjaman dan penelusuran koleksi online, layanan perpanjangan buku.
- 2) Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menerima kunjungan dari sekolah-sekolah untuk pengenalan perpustakaan.

Jadwal kunjungan dikonfirmasi terlebih dahulu dan kunjungan dilayani pada hari kerja dan jam kerja.

e. Wifi / Hot Spot Area

f. Layanan perpustakaan keliling

Layanan perpustakaan keliling ditujukan untuk menjangkau lembaga pendidikan Sekolah Dasar, Madrasah, Karang Taruna, TK, PAUD dan masyarakat umum yang tersebar di seputar Kabupaten Tanah Datar.

g. Layanan ruang baca anak

Layanan yang menitikberatkan pada pendampingan kegiatan membaca bagi anak-anak, seperti permainan edukatif yang tidak membosankan bagi anak-anak. Dunia anak adalah dunia bermain oleh sebab itu untuk menarik minat anak-anak ke perpustakaan maka disediakan wahana tersebut

h. Sistem pelayanan perpustakaan

1) Jam layanan

- a) Hari Senin s.d Kamis : 08.00 WIB – 15.30 WIB
- b) Hari Jum'at : 09.00 WIB – 16.00 WIB
- c) Hari Sabtu : 08.00 WIB – 12.00 WIB

2) Fasilitas layanan

Perpustakaan melayani fasilitas layanan dasar perpustakaan berupa :

- a) Layanan keanggotaan
- b) Layanan peminjaman buku
- c) Layanan pengembalian atau perpanjangan buku
- d) Layanan baca di tempat
- e) Layanan penitipan barang (locker)
- f) Layanan audio visual
- g) Layanan perpustakaan keliling

3) Layanan tambahan

- a) Layanan magang (PKL) / penelitian bagi pelajar atau mahasiswa
- b) Layanan mendongeng untuk anak (*Story Telling*)
- c) Layanan fasilitas internet
- d) Layanan pemutara film
- e) Layanan pembinaan pengolahan perpustakaan
- f) Layanan pelaksanaan seminar, workshop
- g) Layanan pelaksanaan pameran dan pelestarian seni budaya

i. Koleksi

Koleksi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tahun 2021 berupa buku, referensi dengan jumlah koleksi 40.527 eksemplar dari 16.050 judul. Berikut data koleksi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tahun 2021:

Tabel 4. 1
Data Koleksi Perpustakaan Umum Daerah
Kabupaten Tanah Datar tahun 2021

NO	KLASIFIKASI	2020	
		JUDUL	EKS
1	000 - 099 (Karya-Karya Umum)	682	1.226
2	100 - 199 (Filsafat dan Psikologi)	535	1.443
3	200 -299 (Agama)	3.398	10.659
4	300 -399 (Ilmu - ilmu Sosial)	3.602	7.937
5	400 - 499 (Bahasa)	512	1.020
6	500 -599 (Ilmu - ilmu murni/Sains)	683	1.823
7	600 - 699 (Teknologi)	2.616	5.819
8	700 - 799 (Seni Rekreasi dan Olahraga)	935	2.739
9	800 - 899 (Kesusastraan)	1.697	4.951

10	900 - 999 (Sejarah Ilmu Bumi dan Geografi)	893	1.972
TOTAL KESELURUHAN		16.050	40.527

B. Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini diperoleh dari wawancara kepada informan, observasi langsung di lapangan serta pengumpulan data dari dokumen-dokumen pendukung yang berhubungan dengan strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Kegiatan penelitian ini berlangsung pada bulan Mei-Juni 2022 dengan mewawancarai informan, yang masing informan adalah Kabid Perpustakaan, pustakawan bidang pengembangan perpustakaan dan pembudayaan kegemaran membaca. Peneliti akan mendeskripsikan temuan penelitian berdasarkan apa yang peneliti peroleh di lapangan yaitu:

1. Strategi Pemasaran Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

Setiap organisasi atau perpustakaan harus memiliki suatu rencana pemasaran strategis untuk keberhasilan pencapaian pemasaran yang telah ditentukan. Dalam mengembangkan suatu rencana pemasaran perpustakaan memerlukan proses yang sistematis, yang dimulai dari menganalisa situasi, mengidentifikasi pasar, menetapkan terget sasaran, menentukan *positioning* yang diinginkan, serta merancang suatu perencanaan pemasaran terpadu yang strategis. Dalam hal ini Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah melakukan segmentasi, memilih target pasar, *positioning*, dan merancang bauran pemasaran.

a) Segmentasi

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah melakukan proses segmentasi melalui analisa data primer dan

analisa data sekunder. Karena dalam melayani seluruh lapisan masyarakat Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar perlu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam pemenuhan informasi, sehingga perpustakaan bisa melayani semua segmen yang ada dalam masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan oleh Rika selaku pustakawan bagian pengembangan perpustakaan, ia mengatakan bahwa”

“Proses segmentasi yang kami lakukan dalam menganalisa kebutuhan masyarakat supaya dapat terpenuhi yaitu dengan menyebarkan angket keinginan pemustaka pada angket tersebut pemustaka dapat menulis daftar buku yang mereka inginkan, karena kami berusaha menjangkau semua lapisan masyarakat Kabupaten Tanah Datar untuk kami layani (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Hal yang sama juga dijelaskan saat wawancara dengan Cici, dan fiska yang menyatakan bahwa:

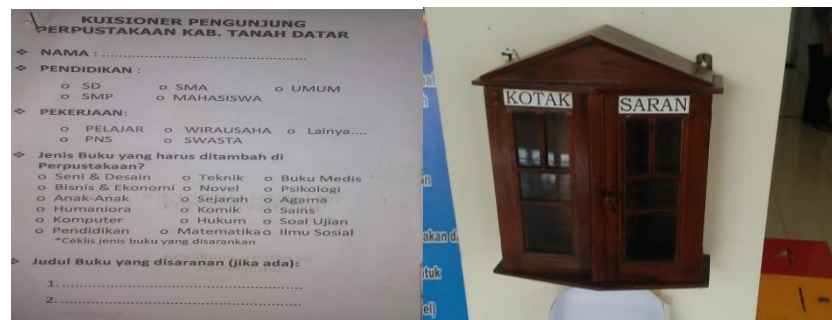
“Perpustakaan menganalisis kebutuhan masyarakat dengan menyediakan kuesioner bagi masyarakat tentang koleksi apa yang sedang mereka butuhkan dan juga kami menyediakan kotak saran untuk membantu kami menjadi lebih baik (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Perpustakaan membagikan kuesioner dalam menghimpun koleksi yang dibutuhkan oleh pemustaka, dan dari sanalah kami menganalisis kebutuhan-kebutuhan apa saja yang diinginkan oleh pemustaka (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah melakukan kegiatan segmentasi yaitu dalam mengetahui kebutuhan masyarakat dengan kegiatan menyebarkan Kuesioner keinginan pemustaka yang mana angket tersebut berisi daftar buku-buku yang dibutuhkan atau diinginkan oleh pemustaka.

Selain kegiatan menyebarkan kuesioner tersebut, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga

menyediakan kotak saran dan pada kotak saran tersebut pemustaka dapat menuliskan saran-saran untuk perpustakaan baik dalam hal pemenuhan kebutuhan pemustaka atau untuk kebaikan perpustakaan kedepannya.



Gambar 4. 2 Kuisisioner dan Kotak Saran untuk pengunjung

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa melalui kuisisioner dan kotak saran yang disediakan ini Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dapat mengetahui keinginan dari pemustaka dan saran-saran yang diberikan oleh pemustaka dapat juga dijadikan acuan dalam melakukan suatu evaluasi baik dalam pelayanan maupun dalam hal pengadaan koleksi yang dibutuhkan.

b) Targeting

Dari pernyataan informan di atas dapat dilihat bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dimana perpustakaan terbuka untuk umum, jadi mereka menargetkan seluruh lapisan masyarakat tanpa membedakan masyarakat untuk menjadi target sasaran mereka, sebagaimana pendapat Rika yang mengatakan bahwa:

“Perpustakaan tidak memandang atau menargetkan satu segmen saja, tapi kami mencoba menargetkan semua segmen masyarakat tanpa memandang strata, jadi kami disini menargetkan semua lapisan masyarakat Kabupaten Tanah Datar menjadi target kami (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Sama halnya dengan Rika, Cici dan Fiska juga berpendapat bahwa tidak Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

tidak hanya menargetkan pada satu segmen saja, akan tetapi perpustakaan menargetkan seluruh lapisan masyarakat untuk menjadi target pasarnya.

“Dalam memilih target sasaran perpustakaan tidak memandang satu segmen saja tapi semua lapisan masyarakat yang ada di kabupaten tanah datar termasuk didalamnya pelajar, mahasiswa, pegawai dan anak-anak (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Target sasaran Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu masyarakat umum pelajar, mahasiswa dan anak usia 5 tahun keatas berdasarkan program nasional literasi sejak dini (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Berdasarkan hasil wawancara diatas terlihat bahwa dalam menentukan target sasaran perpustakaan tidak membatasi pada satu segmen saja tapi yang menjadi target sasarannya yaitu seluruh lapisan masyarakat Kabupaten Tanah Datar untuk dapat berkunjung ke perpustakaan dalam mencari informasi yang mereka inginkan.

Adapun target sasaran tersebut yaitu semua masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, dan anak-anak khususnya usia 5 tahun ke atas yang sesuai dengan program literasi nasional yaitu program literasi sejak dini yang mana anak-anak juga menjadi target sasaran dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten tanah datar.



Gambar 4. 3 Ruang Baca Anak

Sesuai dengan program literasi nasional yaitu program literasi sejak dini yang dimulai dari usia 5 tahun ke atas maka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan tempat khusus anak-anak untuk membaca dan bermain sambil belajar yang akan meningkatkan minat anak-anak sejak dini.

c) Positioning

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan mengatakan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar akan menjadi pusat informasi daerah, karena Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menjadi rujukan dari perpustakaan yang ada di nagari-nagari yang tersebar di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini didukung oleh hasil wawancara dengan beberapa informan, yaitu

“Adapun yang membedakan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dengan perpustakaan lain yaitu dari segi koleksi dimana di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar terdapat koleksi minangkabau corner yang mana supaya koleksi tersebut menjadi rujukan dalam mencari informasi lokal (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

“Yang membedakan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dengan perpustakaan lain yaitu dengan adanya fasilitas yang memadai dalam memberikan kenyamanan kepada pengguna serta adanya koleksi unggulan seperti novel, komik dan minangkabau *corner* (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Desain gedung perpustakaan yang kita miliki ini berbeda dari desain perpustakaan lainnya, selanjutnya koleksi yang menjadi keunggulan yaitu adanya koleksi daerah dan dengan adanya fasilitas-fasilitas yang memadai (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Dari beberapa paparan hasil wawancara diatas peneliti menyimpulkan bahwa Perpustakaan Umum Kabupaten Tanah Datar mempunyai keunikan dengan adanya minangkabau corner yang menyediakan berbagai koleksi minang berupa buku-buku

yang berkaitan dengan minangkabau dan ditulis dalam bahasa minangkabau.



Gambar 4. 4 Minangkabau Corner

Minangkabau *corner* ini menjadi koleksi local content yang ada di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Minangkabau corner penting dalam melestarikan peninggalan kebudayaan minangkabau dan juga upaya dalam penyelamatan budaya minang agar tidak termakan oleh zaman dan teknologi. Keberadaan minangkabau corner ini juga menjadi pusat informasi ke minangkabau-an.

d) Bauran pemasaran

Salah satu cara untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif adalah melalui pemanfaatan unsur-unsur bauran pemasaran. Unsur-unsur tersebut merupakan suatu unsur yang saling berkaitan satu sama lain sehingga suatu perpustakaan atau organisasi dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, serta memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

1) Produk (*Product*)

Koleksi menjadi suatu yang penting di suatu perpustakaan tidak terkecuali di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam mewujudkan visi dan misi perpustakaan. Seperti yang disampaikan oleh Rika saat peneliti melakukan wawancara, ia mengatakan bahwa:

“Koleksi yang tersedia di perpustakaan ini yaitu berbagai macam koleksi umum dan untuk koleksi digital masih dalam perencanaan. Untuk layanan jasa kami disini menyediakan berbagai macam layanan yaitu terdiri dari layanan sirkulasi, referensi, tandon, layanan anak, serta layanan ruang baca. Serta dalam menarik minat pengunjung kami menyediakan internet gratis bagi pengunjung (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Hampir sama dengan pendapat Rika, Fiska dan Cici juga mengatakan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar akan memfokuskan untuk membuka layanan secara online. Berikut hasil wawancara dengan Fiska dan Cici:

“Dalam perencanaan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar akan membuka layanan secara online. Untuk koleksi sendiri disini tersedia berbagai macam koleksi seperti koleksi umum, novel, komik dan lain-lain. Disini kami mempunyai layanan referensi yang mana membantu pemustaka dalam menemukan informasi yang dibutuhkan, selanjutnya ada layanan sirkulasi, layanan ruang baca umum, layanan pendidikan anak yang memberikan edukasi kepada anak-anak, layanan tandon, layanan perpustakaan keliling (Fiska Amelia Putri, (27 Juni 2022)”

“Dalam penyediaan koleksi kami akan menyediakan koleksi digital yang bisa diakses oleh pemustaka dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang ke perpustakaan dan program ini masih dalam tahap perencanaan, selain berupaya dalam mewujudkan koleksi digital, kami juga menyediakan koleksi tercetak baik koleksi umum, koleksi anak, keagamaan ataupun referensi (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Dari beberapa paparan hasil wawancara diatas dapat peneliti simpulkan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan berbagai koleksi umum, dan untuk koleksi digital masih dalam tahap persiapan atau perencanaan.

Sementara untuk layanan jasa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar mempunyai layanan informasi referensi untuk memberikan informasi kepada pemustaka dalam pencarian informasi dan juga ada layanan sirkulasi, layanan ruang baca umum, layanan pendidikan anak yang berfungsi memberikan edukasi kepada anak-anak, layanan tandon, layanan perpustakaan keliling.



Gambar 4. 5 Koleksi Umum dan Novel

Senada dengan pernyataan yang dikemukakan oleh beberapa informan dan pada saat peneliti melakukan observasi produk yang disediakan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu berbagai macam koleksi umum, novel, majalah dan lain-lain yang dapat dimanfaatkan oleh pemustaka yang datang ke perpustakaan.

2) **Harga (*Price*)**

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tidak meminta biaya sepersen pun kepada pemustaka. Karena perpustakaan sebagai organisasi non profit yang didanai oleh masyarakat tidak seharusnya mengharapkan keuntungan dari apa yang telah mereka layankan. Berikut hasil wawancara dengan salah satu informan, ia mengatakan bahwa :

“Layanan yang di sediakan di perpustakaan ini gratis untuk semua masyarakat yang datang ke perpustakaan tanpa di pungut biaya sedikit pun, dan untuk denda keterlambatan

dalam pengembalian buku kami tidak menerapkan denda dengan biaya tapi dengan sistem sanksi tidak bisa meminjam buku sesuai dengan waktu keterlambatan dalam pengembalian buku (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Semua layanan yang ada diberikan secara Cuma-Cuma, dengan mengikuti kebijakan-kebijakan yang ada, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar Juga Menyediakan Aula untuk keperluan masyarakat secara gratis apabila ingin melaksanakan suatu acara. Hal ini disampaikan oleh Kabid perpustakaan yang mengatakan bahwa:

“Disini kami juga menyediakan tempat atau aula secara gratis bagi masyarakat yang ingin melaksanakan kegiatan tanpa di pungut biaya (Yonasri, 23 Juni 2022)”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Fiska dan Cici bahwa dalam memberikan layanan ataupun sanksi keterlambatan dalam pengembalian buku tidak dikenakan sanksi berupa uang tetapi tergantung dari keterlambatan dalam pengembalian buku tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara sebagai berikut:

“Tidak ada dikenakan biaya apapun karena Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar mendenda masyarakat yang terlambat mengembalikan buku sesuai dengan keterlambatan dalam pengembalian tersebut, misalnya terlambat mengembalikan buku selama 10 hari maka selama 10 hari kedepan tidak bisa meminjam buku (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Tidak memungut biaya apapun dalam pemberian layanan ataupun dalam keterlambatan dalam pengembalian buku karena dalam pengembalian buku sanksi yang diberikan adalah tidak boleh meminjam buku sesuai waktu keterlambatan dalam mengembalikan buku tersebut (Cici Margarer, 28 Juni 2022)”

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam penentuan biaya bagi pemustaka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah

Datar tidak memungut biaya sepersen pun dalam memberikan layanan, serta dalam denda keterlambatan pengembalian buku pun tidak dipungut biaya melainkan suatu sanksi berupa tidak boleh meminjam buku sesuai dengan lama waktu keterlambatannya.

3) **Tempat (*Place*)**

Perpustakaan menyediakan tempat yang cukup luas dan strategis, selain itu perpustakaan juga memberikan kemudahan akses bagi masyarakat melalui layanan perpustakaan keliling untuk menjangkau semua segmen yang ada di masyarakat. Tidak hanya dengan perpustakaan keliling, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga merencanakan E-book dalam mempermudah dalam pemenuhan informasi masyarakat. Hal ini disampaikan oleh Rika dan Fiska pada saat peneliti melakukan wawancara:

“ Di sini kami menyediakan tempat yang luas dan nyaman bagi pemustaka, Disini kami juga menyediakan perpustakaan keliling yang selalu berupaya untuk mendekatkan perpustakaan kepada masyarakat. Dan semoga nantinya dengan adanya e-book akan jauh lebih mendekatkan perpustakaan dengan masyarakat (Rika Anggaraini, 23 Juni 2022)”

“Dengan adanya perpustakaan keliling memudahkan akses masyarakat dalam mendapatkan informasi yang mereka inginkan. Tidak hanya itu di perpustakaan ini sendiri memiliki 7 pustakawan yang dapat membantu masyarakat dalam mencari informasi dan perpustakaan juga memberikan fasilitas internet gratis (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

Adapun dari hasil wawancara dengan Yonasri selaku kepala bidang perpustakaan dan Cici selaku pustakawan di bidang pengembangan perpustakaan, mereka juga mengatakan bahwa Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar terletak di tempat yang strategis sehingga pemustaka dapat

mengaksesnya dengan mudah. Hal ini disampaikan saat peneliti melakukan wawancara:

“Perpustakaan kita ini terletak di posisi yang sangat strategis karena berdekatan dengan sekolah mulai dari sd-sma sehingga mudah untuk diakses oleh masyarakat yang ingin berkunjung ke perpustakaan (Yonasri, 23 Juni 2022)”

“Untuk akses ke perpustakaan sangat mudah karena perpustakaan ini berlokasi dipinggir jalan raya yang dapat memudahkan masyarakat umum untuk mengakses perpustakaan tersebut dan juga perpustakaan kita ini di kelilingi oleh sekolah-sekolah (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara dengan beberapa informan diatas yaitu bahwa dalam menyediakan tempat dan lokasi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan tempay yang luas dan lokasi yang strategis sehingga mudah untuk dijangkau oleh pemustaka.



Gambar 4. 6 Perpustakaan Keliling

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga memberikan kemudahan akses bagi masyarakat melalui layanan perpustakaan keliling untuk menjangkau semua segmen yang ada di masyarakat.

4) Promosi (*Promotion*)

Ada berbagai macam kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Hal ini

terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa informan, yaitu:

“Disini saya berusaha untuk melakukan himbauan kepada camat-camat, wali nagari dan kantor-kantor untuk selalu melakukan kunjungan ke perpustakaan, tidak lupa pula melakukan himbauan ke sekolah-sekolah mengenai perpustakaan kita ini. Selain itu Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga melakukan kerja sama dengan perpustakaan yang ada di sekolah-sekolah dan yang tersebar di nagari-nagari yang ada di Kabupaten Tanah Datar (Yonasri, 23 Juni 2022)”

“Dalam melakukan promosi perpustakaan kami melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter dan Website perpustakaan itu sendiri. Promosi juga dilakukan melalui radio luhak nan tuo dan melalui perpustakaan keliling dan melalui pamflet-pamflet (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

“Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar melakukan kegiatan promosi melalui media sosial, radio luhak nan tuo dan perpustakaan keliling (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Dalam melakukan kegiatan promosi perpustakaan menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, lomba-lomba, radio, dan perpustakaan keliling (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan website perpustakaan, promosi juga dilakukan melalui radio Luhak Nan Tuo, pamflet, melalui perpustakaan keliling, dan melakukan himbauan kepada camat, sosialisasi ke sekolah-sekolah, serta ada juga melalui lomba-lomba yang bertujuan untuk meningkatkan minat menulis dan membaca bagi masyarakat.

Kegiatan promosi ini dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan masyarakat ke perpustakaan dan juga untuk lebih mengenalkan atau memberitahukan kepada masyarakat mengenai keberadaan dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar itu sendiri kepada masyarakat.



Gambar 4. 7 Lomba BerceKita

Salah satu cara yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan kegiatan promosi dengan mengadakan lomba-lomba seperti yang telah diadakan yaitu lomba bercerita untuk siswa SD tingkat Kabupaten Tanah Datar kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka lebih memperkenalkan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar kepada masyarakat.

5) **Orang (People)**

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sebanyak 10 orang, dengan jumlah pustakawannya 7 orang.

Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar melakukan berbagai kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas dari sumber dayanya. Hal ini disampaikan oleh informan saat peneliti melakukan

wawancara di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar:

“Upaya yang kami dilakukan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di perpustakaan ini yaitu dengan mengikuti pelatihan-pelatihan perpustakaan serta mengikuti bimbingan teknis perpustakaan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dari staf perpustakaan itu sendiri dalam kemajuan perpustakaan dan memberikan layanan yang lebih baik lagi kepada masyarakat (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Informasi serupa juga peneliti dapatkan saat melakukan wawancara dengan beberapa informan lainnya, yang mengatakan bahwa:

“Dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia pustakawan yang ada disini mengikuti berbagai kegiatan seminar, webinar, maupun BIMTEK tentang perpustakaan (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan sumber daya manusia yang ada di perpustakaan ini yaitu dengan cara mengikuti berbagai kegiatan seminar atau pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan perpustakaan serta mengikuti Bimtek perpustakaan (Cici margaret, 28 Juni 2022)”

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara diatas yaitu dalam meningkatkan sumber daya manusianya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar melakukan pelatihan-pelatihan seminar, maupun webinar untuk pustakawan baik yang berlatar belakang pustakawan maupun yang tidak memiliki latar belakang pendidikan pustakawan, serta mengikuti beberapa bimbingan teknis perpustakaan.

Kegiatan ini dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di perpustakaan agar dapat memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakat.

6) Sarana fisik (*Physical Evidence*)

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar Menyediakan Fasilitas-fasilitas yang diharapkan dapat membuat pemustaka nyaman berada di perpustakaan. Hal ini terlihat dari keterangan yang disampaikan oleh Rika, ia mengatakan bahwa:

“ Dengan gedung yang baru ini diharapkan pemustaka merasa nyaman berada di perpustakaan ini, dan mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat. Sebelum mulai bekerja 15 menit awal kami disini melakukan kegiatan bersih-bersih dan menata kembali buku di rak supaya tidak ada buku yang salah letak sehingga pemustaka akan mudah mencari informasi yang mereka inginkan. Kemudian untuk ruangan baca anak memiliki ruangan tersendiri di lantai 1 (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

Tidak hanya menyediakan gedung yang nyaman bagi pemustaka, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga menyediakan fasilitas-fasilitas dalam menunjang kelancaran dalam melakukan kegiatan di perpustakaan, termasuk internet gratis yang disediakan oleh perpustakaan. Dan ruang diskusi atau aula untuk acara” terdapat di lantai 3 yang menjadi kenyamanan tersendiri bagi pemustaka. Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan sebagai berikut:

“Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar berusaha menyiapkan gedung dan sarana prasarana yang akan membuat nyaman masyarakat yang datang berkunjung ke perpustakaan seperti menyediakan komputer untuk buku kunjungan dan ruang baca dilengkapi dengan AC serta adanya internet gratis (Fiska Amelia putri, 27 Juni 2022)”

“Dalam menyiapkan gedung dan sarana prasarana Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah sekitar 80 % karena gedung masih baru dan juga karena adanya keterbatasan dalam dana. Dan disini juga sudah tersedia komputer untuk pengunjung yang datang apabila ingin mencari tugas di internet atau dalam penggunaan OPAC (Cici margaret, 28 Juni 2022)”

Dapat disimpulkan dari beberapa hasil wawancara diatas yaitu dalam menyediakan sarana dan prasarana untuk pemustaka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan fasilitas-fasilitas yang nyaman dalam menunjang kegiatan yang ada di perpustakaan, untuk anak-anak juga disediakan ruang baca anak yang mempunyai tempat khusus dan terpisah dari ruang baca umum untuk mereka membaca sambil bermain agar tidak mengganggu pemustaka lainnya.

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga menyediakan fasilitas-fasilitas penunjang dalam kelancaran kegiatan di perpustakaan yaitu seperti adanya termasuk internet gratis yang disediakan oleh perpustakaan, ruangan yang ber-AC, serta ruang diskusi atau aula untuk acara” terdapat di lantai 3 yang menjadi kenyamanan tersendiri bagi pemustaka.



Gambar 4. 8 Gedung Perpustakaan dan Aplikasi OPAC

Dengan adanya gedung yang baru ini diharapkan akan memberikan kenyamanan bagi pemustaka yang datang sehingga membuat mereka betah untuk berlama-lama di perpustakaan. Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga menyediakan komputer untuk OPAC yang berguna dalam membantu pemustaka untuk menemukan koleksi yang di inginkan dengan mudah.

7) Proses (*Proces*)

Proses dalam perpustakaan menjadi sangat penting karena proses akan menentukan bagaimana layanan yang ada di perpustakaan dapat di manfaatkan oleh penggunanya. Dalam memberikan layanan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar memiliki standar atau acuan kepada UU No 43 tahun 2007 tentang perpustakaan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Rika dan Fiska dalam wawancara berikut:

“Disini kami dalam proses yang diberikan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan mengacu pada UU No 43 tahun 2007 tentang perpustakaan dan PERDA tentang perpustakaan, serta dalam mempermudah pemustaka dalam semua prosedur layanan yang ada di perpustakaan (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

“Acuan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam memberikan layanan mengacu pada UU No 43 tahun 2007 tentang perpustakaan dan disini kami juga menyediakan kotak saran bagi pemustaka untuk dapat menyampaikan kritikan dan saran mengenai layanan yang kami berikan dan hal ini juga menjadi bahan evaluasi bagi kami dalam meningkatkan layanan (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

Hal yang sama juga disampaikan oleh kak Cici bahwa acuan dalam memberikan layanan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu UU No 43 tahun 2007 dan Peraturan Daerah tentang perpustakaan yang dibuat oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Hal ini sebagaimana disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Dalam memberikan layanan kami mengacu kepada UU No 43 tahun 2007 tentang perpustakaan dan juga Perda Perpustakaan yang dibuat oleh perpustakaan kita ini dan dalam memberikan layanan kita akan selalu mempermudah tanpa berbelit-belit sehingga dalam proses layanan yang diberikan tidak mempersulit pemustaka dalam memenuhi keinginan pemustaka itu sendiri misalnya dalam pendaftaran anggota perpustakaan bisa melalui online dengan mengisi link pendaftaran tanpa harus datang ke perpustakaan (Cici margaret, 28 Juni 2022)”

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Dalam memberikan layanan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar memiliki standar atau acuan kepada UU No 43 tahun 2007 tentang perpustakaan dan Peraturan daerah tentang perpustakaan yang dibuat oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.

Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga mempermudah prosedur layanan kepada pemustaka, misalnya dalam pendaftaran anggota perpustakaan bisa melalui online dengan mengisi link pendaftaran tanpa harus datang ke perpustakaan.

2. Kendala Strategi Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

Dalam melakukan tugas dan fungsinya tidak ada satupun organisasi yang tidak menghadapi permasalahan, sehingga pasti ada saja suatu problema di ditemui selama menjalankan misinya. Hal yang sama juga terjadi di perpustakaan, yang mana tentunya akan menghadapi suatu hambatan, permasalahan atau kendala. Begitupun yang terjadi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar juga mengalami beberapa kendala dalam melakukan kegiatan pemasaran. Berikut penjelasan dari Bapak Yonasri:

“ Kendalan yang dihadapi yaitu mengenai masalah keterbatasan dana dalam melaksanakan berbagai kegiatan dan dalam pengadaan koleksi perpustakaan yang masih belum memenuhi kebutuhan pemustaka, masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kehadiran suatu perpustakaan serta lemahnya minat baca dan gemar membaca bagi masyarakat kita (Yonasri, 23 Juni 2022)”

Kemudian beberapa informan lain mengemukakan tentang kendala yang hadapi dalam melakukan kegiatan pemasaran selama pandemi covid-19 yaitu tidak jalannya perpustakaan keliling dan pemustaka juga dibatasi untuk datang ke perpustakaan sehingga menyebabkan jumlah kunjungan

ke perpustakaan menurun dan juga kurangnya minat baca masyarakat. Hal ini sebagaimana disampaikan dalam wawancara sebagai berikut:

“Kendala yang kami hadapi dalam melakukan kegiatan pemasaran selama pandemi ini yaitu terhentinya kegiatan perpustakaan keliling dan terbatasnya jumlah kunjungan (Rika Anggraini, 23 Juni 2022)”

“Dalam melakukan kegiatan pemasaran kendala yang kami hadapi selama pandemi covid-19 yaitu terhentinya kegiatan perpustakaan keliling dan pemustaka juga dibatasi untuk datang ke perpustakaan sehingga menyebabkan penurunan jumlah kunjungan (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Kendala yang kita hadapi disini dalam kegiatan pemasaran yaitu selama pandemi ini perpustakaan keliling tidak jalan, pemustaka yang datangpun dibatasi dan hal ini menyebabkan menurunnya jumlah kunjungan ke perpustakaan (Cici Margaret, 28 Juni 2022).

Adapun upaya yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam mengatasi kendala yang ada yaitu terlihat dari hasil wawancara dengan beberapa informan yaitu:

“Upaya yang kami lakukan disini dalam mengatasi kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan media sosial semaksimal mungkin agar pemustaka tetap mengetahui informasi mengenai perpustakaan meskipun dalam masa pandemi covid-19 (Rika Anggraini, 23 juni 2022)”

“Dalam mengatasi kendala yang dihadapi perpustakaan dari segi dana yaitu kami berusaha untuk bisa mengelola dana yang ada atau merealisasikan kegiatan-kegiatan yang direncanakan dengan dana yang terbatas tersebut dan kami tidak henti-hentinya menghimbau kepada masyarakat mengenai pentingnya keberadaan suatu perpustakaan dan pentingnya kegiatan gemar membaca (Yonasri, 23 Juni 2022)”

“Upaya yang kami lakukan dalam mengatasi kendala yang terjadi yaitu untuk pengunjung yang datang ke perpustakaan diterapkan peraturan untuk mematuhi protokol kesehatan yang ada seperti memakai masker, mencuci tangan, pakai handsanitizer cek suhu badan. Sehingga pemustaka yang datang ke perpustakaan merasa aman (Fiska Amelia Putri, 27 Juni 2022)”

“Disini kami berupaya untuk mengatasi kendala yang dialami dalam melakukan kegiatan pemasaran selama pandemi ini yaitu lebih banyak melakukan kegiatan dan memberitahukan segala informasi yang ada di perpustakaan melalui media sosial saja karena adanya

keterbatasan untuk membuat kerumunan selama pandemi ini (Cici Margaret, 28 Juni 2022)”

Dari penjelasan beberapa informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan kegiatan pemasaran adapun kendala yang dihadapi oleh perpustakaan dalam melakukan kegiatan pemasaran yaitu masih belum sepenuhnya mendapatkan dukungan dari masyarakat atau pemerintah dan masih rendahnya kesadaran masyarakat akan kehadiran perpustakaan dan pemerintah yang belum sepenuhnya berpihak kepada perpustakaan.

Kemudian masih terbatasnya anggaran dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan dan dalam pengadaan koleksi perpustakaan yang masih belum memenuhi kebutuhan masyarakat serta kendala yang hadapi dalam melakukan kegiatan pemasaran selama pandemi covid-19 yaitu tidak jalannya perpustakaan keliling dan pemustaka juga dibatasi untuk datang ke perpustakaan sehingga menyebabkan jumlah kunjungan ke perpustakaan menurun.

Upaya yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam mengatasi kendala yang dihadapi yaitu dengan menggunakan dana yang ada sebaik mungkin dan berusaha untuk merealisasikan kegiatan-kegiatan yang direncanakan sebaik mungkin, serta menggunakan media sosial semaksimal mungkin agar pemustaka tetap mengetahui informasi mengenai perpustakaan meskipun dalam masa pandemi covid-19 dan untuk pengunjung yang datang ke perpustakaan dihimbau untuk untuk mematuhi protokol kesehatan yang ada.

C. Pembahasan

1. Staregi Pemasaran Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

a. Segmentasi

Menurut Rhenald Kasali (2003) segmentasi adalah proses mengotak-otakkan (yang heterogen) ke dalam kelompok-kelompok “potensial customers” yang memiliki kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter serta yang memiliki respon yang sama (Ulumi,

2014). Dalam menawarkan produk dan layanan kepada pengguna akan lebih bagus jika mengetahui secara pasti siapa pengguna atau calon pengguna yang akan menjadi target sasaran. Dengan adanya segmentasi, maka sumber daya yang ada di perpustakaan baik itu produk ataupun layanan dapat dimanfaatkan oleh pemustaka dengan tepat.

Dalam melihat pasar secara jelas, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar melakukan kegiatan segmentasi dengan melihat pasar berdasarkan *static attribute segmentation* dan *dynamic attribute segmentation*. Dimana *static attribute segmentation* yaitu melihat pasar dengan berdasarkan geografis dan demografis, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar mengidentifikasi melalui data primer yang mereka miliki berupa angket kuesioner dan biodata pemustaka pada saat mendaftar sebagai anggota perpustakaan. Sedangkan *dynamic attribute segmentation* merupakan cara memandang pasar berdasarkan atribut-atribut yang mencerminkan karakteristik pemustaka. Atribut-atribut tersebut mencakup variabel psikografis dan behavioral. Untuk menganalisa hal ini Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar memfasilitasi dengan menyediakan kotak saran untuk dapat mendengar aspirasi dari pemustakanya.

Dari kegiatan segmentasi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dalam hal melihat dan mengetahui siapa calon pengguna yang akan menjadi target sasaran agar sumber daya yang ada di perpustakaan dapat dimanfaatkan dengan tepat, menurut peneliti sudah bagus karena dengan menyebarkan kuisisioner yang berisi keinginan atau kebutuhan pemustaka maka dari sanalah perpustakaan dapat melakukan analisis secara tepat serta kotak saran yang disediakan untuk pemustaka dalam menyurakan pendapat dari pemustaka.

b. Targeting

Targeting adalah membidik kelompok konsumen yang akan menjadi sasaran. Ada beberapa manfaat adanya *targeting* (pemasaran bersasaran) yaitu alokasi sumber daya pemasaran lebih efisien, lebih memahami kebutuhandan keinginan pasar, dan lebih memahami situasi persaingan (Ulumi, 2014). Dalam mencapai visi misinya, target pasar merupakan sebuah cermin untuk melihat dan mengetahui tentang ketercapaian dari sebuah perpustakaan baik dalam jangka pendek ataupun jangka panjang. Hal ini juga menjadi tolak ukur untuk membuat suatu perbaikan dan peningkatan terhadap rencana pemasaran yang akan datang.

Dari penjelasan informan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan kegiatan *targeting* mereka menargetkan seluruh lapisan masyarakat baik itu masyarakat umum, pelajar, mahasiswa, ataupun anak-anak untuk menjadi target pasar mereka.

Untuk melayani semua segmen masyarakat, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah menyediakan sumber daya yang disiapkan untuk segmen-segmen yang telah diidentifikasi, dan dalam menyediakan informasi informasi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan informasi untuk seluruh lapisan masyarakat dan informasi yang bersifat umum. Dan untuk menjangkau masyarakat yang posisinya jauh dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar, mereka menyediakan layanan perpustakaan keliling yang berupaya memberikan layanan informasi sampai ke daerah yang terpencil.

Dari kegiatan *targeting* yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dalam menentukan kelompok konsumen yang akan menjadi sasaran yang mana dalam menentukan target pasarnya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tidak menargetkan satu segemen saja tetapi semua lapisan masyarakat dan menurut peneliti ini sangat

bagus karena semua masyarakat memiliki hak yang sama dalam hal memperoleh atau mendapatkan informasi yang mereka inginkan.

c. *Positioning*

Positioning merupakan strategi untuk membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi konsumen, *positioning* adalah bagaimana perusahaan mendapatkan kepercayaan pelanggan untuk dengan sukarela mengikuti perusahaan (Ulumi, 2014). Jadi *positioning* yaitu cara memposisikan produk ke pikiran pelanggan, bahwa organisasi dapat mengkomunikasikan produk dan layanan kepada masyarakat sehingga, masyarakat memiliki penilaian dan tanggapan tertentu tentang organisasi dan akhirnya dapat membedakan dengan kompetitor lainnya.

Dengan adanya minangkabau corner sebagai produk yang menjadi keunggulan dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar, dan Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar akan menjadi alat untuk pelestarian bahan pustaka sebagai hasil budaya. Karena perpustakaan umum bertugas memnumbuhkan apresiasi budaya masyarakat sekitarnya, sehingga dapat meningkatkan keikutsertaan, kegemaran, dan apresiasi masyarakat terhadap segala bentuk seni budaya.

Dari kegiatan *positioning* yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar untuk mendapatkan penilaian atau tanggapan tertentu agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya di tengah-tengah masyarakat menurut peneliti dengan adanya minangkabau corner di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten sudah menjadi nilai tersendiri bagi masyarakat karena dapat menumbuhkan apresiasi budaya masyarakat sekitarnya.

d. Bauran pemasaran

1) Produk (*Product*)

Produk merupakan elemen yang sangat menentukan dalam pemasaran, karena elemen ini merupakan sesuatu yang dipertukarkan antara organisasi dengan pengguna. Produk ialah barang yang dibuat atau diproduksi dalam pemenuhan kebutuhan suatu kelompok. Suatu produk dapat berupa produk atau jasa, sehingga dapat berwujud dan tidak berwujud (Falabiba., 2014).

Tentu saja di perpustakaan produknya adalah koleksi dan layanan perpustakaan. Perpustakaan menawarkan berbagai layanan yang berbeda kepada pemustaka dengan berbagai macam cara, contohnya layanan informasi terkini, daftar penambahan bahan pustaka, layanan berbasis web, OPAC, layanan informasi terseleksi, dan lainnya. Layanan tersebut termasuk dalam produk perpustakaan sehingga pustakawan harus memasarkan serta mempromosikan produknya kepada pengguna perpustakaan (Sungadi, 2019).

Dalam melayani pasar mereka, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menyediakan produk yang dapat digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat, yang mana sesuai dengan tugas dan fungsi perpustakaan umum yaitu memberikan layanan kepada seluruh lapisan masyarakat, sebagai pusat informasi, tempat rekreasi, penelitian, sumber belajar, dan pelestarian koleksi bahan pustaka yang dimilikinya. Produk yang dimiliki oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu koleksi yang mencakup semua disiplin ilmu dan yang lebih banyak koleksi keagamaan, koleksi referensi, minangkabau *corner*, koleksi anak-anak, layanan jasa yang diberikan berupa layanan informasi referensi, layanan sirkulasi, layanan anak, layanan tandon dan layanan perpustakaan keliling.

Menurut peneliti produk atau koleksi yang disediakan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah cukup memadai namun masih perlu untuk dilakukan pengadaan koleksi dari berbagai bidang ilmu pengetahuan agar semakin terpenuhinya kebutuhan informasi pemustaka.

2) Harga (*Price*)

Harga pada dasarnya adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk setiap produk atau jasa yang disediakan. Penetapan harga adalah bagian yang sangat penting dari rencana pemasaran karena dipertimbangkan saat menentukan profitabilitas berkelanjutan dari perusahaan atau organisasi. (Falabiba., 2014). Dalam suatu perpustakaan yang dimaksud dengan harga yaitu keaktualan informasi, hubungan antara informasi dan dibutuhkan pengguna dengan yang ditawarkan ataupun nilai kegunaan informasi tersebut (Widuri, 2000).

Sebagai organisasi nirlaba, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar hanya mencari eksistensi dari keberadaannya sehingga dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat luas. Hal ini terlihat dari penjelasan informan bahwa tidak ada sepeserpun biaya yang dikenakan kepada seluruh layanan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar baik dalam keterlambatan dalam pengembalian buku.

Menurut peneliti dalam menentukan biaya bagi pemustaka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar tidak memungut biaya apapun kepada pemustaka dan hal tersebut karena perpustakaan merupakan organisasi nirlaba yang tidak mengambil keuntungan dari pemustakanya.

3) Tempat (*Place*)

Berkenan dengan penempatan dan distribusi produk, perusahaan atau organisasi harus menempatkan dan

mendistribusikan produk lokasi yang dapat di akses oleh pelanggan (Falabiba., 2014). Tempat juga berarti merencanakan dan menjalankan program pelayanan atau distribusi produk dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat serta sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui tempat pelayanan yang tepat. Mengenai layanan informasi pemasaran, perhatian harus diberikan pada lokasi strategis yang mudah diakses semua pihak, dan lokasi pemasaran yang menjadi fokus lalu lintas dari berbagai arah setiap saat dan di segala bidang (Widuri, 2000).

Dalam mempermudah akses masyarakat menuju perpustakaan, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar telah menyediakan layanan perpustakaan kepada masyarakat di pusat kota dan dikelilingi oleh sekolah-sekolah sehingga memudahkan akses bagi masyarakat untuk datang ke perpustakaan terutama bagi pelajar sebagaimana yang telah tertulis pada UU No 43 tahun 2007 tentang hak, kewajiban dan kewenangan perpustakaan.

Menurut peneliti dalam menyediakan tempat dan akses yang mudah kepada pemustaka Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah menyediakan akses yang baik karena perpustakaan ini berlokasi di dekat jalan raya dan dikelilingi oleh sekolah-sekolah yang memudahkan diakses bagi pelajar yang ingin mengunjungi perpustakaan.

4) Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran karena dapat meningkatkan merek dan penjualan. (Falabiba., 2014). Promosi perpustakaan bertujuan agar semua program dan kegiatan yang dilakukan perpustakaan untuk pemustaka dapat diketahui secara utuh dan jelas oleh masyarakat. Kemudian mendapatkan respon atau tanggapan

dari mereka, dari respon tersebut diharapkan perpustakaan dapat mengetahui sejauh mana eksistensi perpustakaan dalam mewujudkan visi misi perpustakaan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Radio Luhak Nan Tuo, lomba, dan melalui perpustakaan keliling. Promosi yang telah dilakukan ini sudah baik dalam memperkenalkan perpustakaan kepada masyarakat hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan masyarakat ke Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar untuk menggunakan koleksi dan jasa perpustakaan, walaupun masih belum signifikan tetapi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah bisa mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan secara perlahan.

Menurut peneliti kegiatan promosi yang dilakuakn oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah bagus dengan melalui media sosial, perpustakaan keliling dan lainnya, namun alangkah baiknya juga dilakukan kegiatan-kegiatan yang lebih menarik minat masyarakat seperti kegiatan bedah buku, lomba-lomba literasi lainnya.

5) Orang (*People*)

Orang atau sumber daya manusia sangat penting dalam pemasaran karena mereka adalah penyedia jasa layanan. Oleh karena itu, penting untuk menempatkan orang-orang yang profesional dibidangnya (Falabiba., 2014). Dalam pemasaran dan promosi layanan perpustakaan yang disediakan oleh pakar perpustakaan keberhasilan kegiatan tergantung pada feed back dari para konsumen yang terlibat. Umpan balik tersebut akan menghasilkan pengetahuan tentang sistem perpustakaan dan,

membantu meningkatkan layanan dan sistem perpustakaan (Sungadi, 2019). Sumber daya manusia mencakup semua faktor yang mempengaruhi dan melingkupi organisasi. Fasilitas, aset, dan prasarana lainnya tidak dapat berfungsi secara optimal apabila tidak tersedia sumber daya manusia sebagai penggerak organisasi.

Untuk mencapai visi misinya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar mempunyai sumber daya manusia sebanyak 10 orang. Dari 10 orang staf yang ada di Perpustakaan Umum Daerah, ada 7 orang yang berlatar belakang pendidikan Ilmu Perpustakaan, dan lebihnya sumber daya manusia yang ada hanya berbekal dari pelatihan. Dalam meningkatkan sumber daya manusianya, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar mempunyai program peningkatan kualitas SDM melalui bimbingan pelatihan perpustakaan. Kegiatan ini dilakukan dengan mengikutsertakan pegawai-pegawai dalam kegiatan seminar, webinar dan bimbingan pelatihan perpustakaan. Program tersebut sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan terbaik untuk masyarakat.

Menurut peneliti dalam upaya meningkatkan sumber daya manusianya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah melakukan berbagai kegiatan seperti seminar, webinar, pelatihan-pelatihan, dan BIMTEK tentang perpustakaan yang mana kegiatan ini sudah sangat bagus dalam hal mengupgrade ilmu-ilmu pustakawannya agar mampu memberikan pelayanan lebih baik lagi.

6) Sarana fisik (*Physical Evidence*)

Harus ada bukti penggunaan layanan secara luas dan kesaksian dari konsumen yang telah menggunakan jasa tersebut dalam industri jasa (Falabiba., 2014). Menurut

Shostac, “Objek fisik adalah defenisi sendiri sebuah layanan dalam bidang pendidikan dan tugas pemasaran adalah mendefenisikan untuk layanan apa yang tidak dapat didefinisikan sendiri”. Bukti layanan bisa bersifat kebetulan dan penting. Bukti fisik dapat membantu kegiatan pemasaran dalam memberikan layanan yang tepat kepada pengguna perpustakaan. Hal tersebut bisa membuat layanan menjadi kenyataan (Sungadi, 2019).

Segala sarana dan fasilitas yang disediakan guna menunjang kebutuhan masyarakat dalam memperoleh kenyamanan dalam perpustakaan. Dengan gedung Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yang baru sekarang ini diharapkan pemustaka merasa nyaman dan juga tidak lupa menyediakan fasilitas-fasilitas yang menunjang kelancaran dalam melakukan kegiatan di perpustakaan, termasuk dalam menyediakan internet gratis bagi pemustaka agar semakin betah berada di perpustakaan serta ruang baca yang dilengkapi dengan AC yang membuat pemustaka menjadi nyaman.

Menurut peneliti sarana dan prasaran yang disediakan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah lumayan bagus dan mencukupi memadai dan dengan gedung perpustakaan yang baru sekarang ini diharapkan dapat memberikan kenyamanan bagi pemustaka dalam berkunjung ke Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar.

7) Proses (*Proses*)

Proses yaitu manajemen proses dan terdiri dari perencanaan proses, pengendalian, perencanaan operasional, peralatan yang tersedia untuk pengguna, penjadwalan, kualitas layanan, dan lain-lain (Sungadi, 2019).

Sistem dan proses organisasi mempengaruhi dalam penyampaian layanan. Oleh karena itu, untuk meminimalkan biaya dan memaksimalkan keuntungan sebuah perusahaan atau organisasi harus selalu mempunyai proses yang telah dirancang khusus (Falabiba., 2014).

Dalam menjalankan kegiatan organisasinya Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar memiliki kebijakan-kebijakan yang mengatur proses kelancaran manajemen di perpustakaan, kebijakan tersebut terdapat dalam Perda Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dan standar tersebut mengacu pada UU No 43 Tahun 2007 dan Peraturan daerah tentang perpustakaan. Untuk efektifitas kelancaran kerja dalam memberikan layanan kepada pemustaka, Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar akan mempermudah alur pelayanan yang ada di perpustakaan

Menurut peneliti manajemen proses yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah bagus karena mengacu kepada UU No 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan dan PERDA tentang perpustakaan.

2. Kendala Strategi Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar

Tidak ada organisasi yang menghadapi kendala dalam menjalankan tugas atau fungsinya, sehingga pasti ada kendala dalam menjalankan misinya. Demikian pula perpustakaan menghadapi beberapa kendala, hambatan, atau masalah.

menurut Badollahi Mustafa kendala yang dihadapi perpustakaan dalam pemasaran adalah:

a. Kendala dari dalam

- 1) Pustakawan kurang memiliki pengetahuan dan teknik pemasaran

- 2) Gedung perpustakaan yang tidak memadai
- 3) Kurangnya dana untuk membeli bahan pustaka dan mengimplementasikan layanan baru
- 4) Lemahnya apresiasi para pustakawan atas kenyataan pengguna perpustakaan menuntut layanan perpustakaan lebih banyak.

b. Kendala dari luar

- 1) Komitmen pimpinan untuk mendukung perpustakaan masih kurang.
- 2) Manajemen organisasi yang lemah
- 3) Faktor sosial adalah sudah menjadi budaya pengguna yang jarang ke perpustakaan (Mustafa, 1996).

Dari keterangan informan, kendala yang dihadapi oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan kegiatan pemasaran yaitu dari segi penganggaran, karena hal ini dapat menjadi kendala dalam kegiatan pengadaan koleksi perpustakaan. Koleksi yang saat ada di perpustakaan masih kurang memenuhi kebutuhan informasi masyarakat dan itu terlihat dari jumlah koleksi saat ini yang dimiliki oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar. Selain anggaran, Selain itu selama pandemi ini beberapa kegiatan juga ditiadakan seperti perpustakaan keliling dan juga mengurangi jumlah kunjungan ke perpustakaan karena adanya aturan untuk tidak berkumpul beramai-ramai.

Adapun upaya yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam mengatasi kendala yang dihadapi yaitu dengan menggunakan dana yang ada sebaik mungkin dan berusaha untuk merealisasikan kegiatan-kegiatan yang direncanakan sebaik mungkin, serta menggunakan media sosial semaksimal mungkin agar pemustaka tetap mengetahui informasi mengenai perpustakaan meskipun dalam masa pandemi covid-19 dan untuk pengunjung yang

datang ke perpustakaan dihimbau untuk tetap mematuhi protokol kesehatan yang ada.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dengan judul Strategi Perpustakaan dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar, maka dapat peneliti simpulkan bahwa:

1. Strategi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam pemasaran jasa layanan yaitu *pertama* segmentasi dengan cara menyebarkan angket kuisisioner, dan dari kotak saran untuk mendengar aspirasi pemustakanya. *Kedua* targetting yaitu target sasaran dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar semua lapisan masyarakat Kabupaten Tanah Datar tanpa pengecualian. *Ketiga* positioning, yang menjadi keunggulan dari Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu dengan adanya minangkabau corner yang dapat melestarikan bahan pustaka hasil budaya lokal. *Keempat* bauran pemasaran yaitu Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar menggunakan bauran pemasaran marketix mix 7P yang mana terdiri dari produk, price, place, promotion, people, physical evidence, dan proces.
2. Kendala yang dihadapi Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam melakukan kegiatan pemasaran yaitu kurangnya anggaran dalam melakukan pemasaran, serta anggaran juga menjadi hambatan dalam pengadaan koleksi yang menyebabkan koleksi tidak bisa dimanfaatkan secara maksimal. Selain itu yang menjadi kendala Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar dalam kegiatan pemasaran yaitu dengan adanya pandemi covid-19 ini sehingga kegiatan perpustakaan keliling di hentikan dan kunjungan ke perpustakaan juga di batasi.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dapat peneliti kemukakan implikasi dari hasil penelitian ini secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Teori yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang sudah ada dan dapat digunakan untuk melakukan penelitian mengenai strategi perpustakaan dalam pemasaran jasa layanan informasi.

2. Implikasi Praktis

Strategi pemasaran jasa layanan informasi yang dilakukan oleh Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar sudah tepat dalam memasarkan jasa layanan informasinya kepada masyarakat.

C. Saran

1. Perpustakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar diharapkan dapat merealisasikan perpustakaan digital yang telah di rencanakan oleh dalam mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan dimanapun dan kapanpun.
2. Untuk menambah jumlah koleksi yang ada di Perputsakaan Umum Daerah Kabupaten Tanah Datar, diharapkan lebih banyak lagi mengumpulkan karya ilmiah masyarakat dengan cara bekerja sama dengan lembaga pendidikan atau komunitas-komunitas yang ada di Kabupaten Tanah Datar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ad, S. (2020). *Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi*. 3(2), 53–63.
- Aderibigbe, O. A. (2015). *Strategies for Marketing Information Resources and Services in Federal University Libraries in the North- west zone of Nigeria*. 3(October), 303–309. <https://doi.org/10.14662/IJALIS2015.051>
- Adiyati, N. (2015). perpustakaan sebagai layanan jasa informasi. *Knowledge Sharing, layanan jasa informasi*. <https://nitaadiyati.wordpress.com/2015/01/12/perpustakaan-sebagai-layanan-jasa-informasi/>
- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Ayuningtyas, T. (2015). Kualitas Layanan di Perpustakaan Umum Kota Madiun (Studi Deskriptif tentang Kualitas Layanan dengan Menggunakan LibQual di Perpustakaan Umum Kota Madiun). *Libri-Net*, 4(1), 120–133.
- Basuki, S. (2004). *Pengantar Dokumentasi*. Rekayasa Sains.
- Benson, O. V., Udo-anyanwu, A. J., & Onuoha, C. O. (2016). *Strategies Used in Marketing Library and Information Services in Tertiary Institutions in Imo State Strategies Used in Marketing Library and Information Services in Tertiary Institutions in Imo State*. January.
- David, Fred, R. (2016). *Manajemen Strategis: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing Konsep* (15th ed.). salemba empat.
- Departemen Agama, *Al-Quran dan Tarjamah*. (2004). Tri Karya.
- Ghill, P. (n.d.). *The Public Library Service: IFLA/UNESCO Guidelines For Development*. Munchen :IFLA and Institution Publication, 1.
- Ghony, M. D. and F. A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Ar-Ruzz Media.
- Ghozy, A. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Perpustakaan* (Hartono (Ed.); ed. 1). UIN-Maliki Press.

- Iryana. (n.d.). *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif*.
- Katsir, I. (2015). *Tafsir Surat Al-Ahzab, ayat 70-71*.
- Khasanah, A. (2015). Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di Sd Alam Baturraden. *El-Tarbawi*, 8(2), 161–176. <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol8.iss2.art4>
- Kosasih, A. (2009). *Jasa Informasi Perpustakaan*. 1–10.
- Lestari, E. A., Hanoem, M., & Puspitarini, R. C. (2020). Indeks Kepuasan Masyarakat Atas Pelayanan Publik di Perpustakaan Umum Kota Probolinggo. *Publicio: Jurnal Ilmiah Politik, Kebijakan Dan Sosial*, 2(1), 45–48. <https://doi.org/10.51747/publicio.v2i1.505>
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Moloeng, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustafa, B. (1996). *Promosi Jasa Perpustakaan*. Universitas Terbuka.
- N. S, S. (2006). *Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktis*. Sagung Seto.
- Ninla Elmawati Falabiba, Anggaran, W., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Wiyono, B. ., Ninla Elmawati Falabiba, Zhang, Y. J., Li, Y., & Chen, X. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 5, Issue 2).
- Puspohadi, U. (2016). *Promosi Jasa Layanan Perpustakaan*.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*. 17(33), 81–95.
- Saleh, A. R. (2014). *modul 1 Manajemen Perpustakaan*. 1–45.
- Salim, dan S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi*

Dalam Ilmu Sosial, dan Menggunakan Informasi Secara Bertanggungjawab.
Citapustaka Media.

Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sungadi. (2019). Promosi Perpustakaan dan Pemasaran Layanan Perpustakaan: Peran Profesional Perpustakaan. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, vol.2, 135–150.

Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Andi.

Ulumi, B. (2014). *Pemasaran Jasa Informasi PERPUSTAKAAN* (Ed. 1). Universitas Terbuka.

Widuri, N. R. (2000). Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan. *Jasa Informasi Teknologi PDII-LIPI*, 25, 72.

Yusuf, M. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. kencana.

Yusup, P. M. (2016). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan* (R. Damayanti (Ed.); ed. 2). Bumi Aksara.

Zainurossalamia, S. (2020). *manajemen pemasaran* (Hamdan (Ed.); 1st ed.). Forum Pemuda Aswaja.