

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran suatu sistem keseluruhan dari kegiatan kegiatanusahauntuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Pemasaran, seperti yang kita ketahui merupakan rangkaian kegiatan manajemen. Umumnya berkaitan erat dengan memasarkan suatu produk yang nyata dalam hal ini seperti barang dan bersifat *profit oriented*. Pemasaran tidak terbatas pada dunia bisnis saja, namun juga penting bagi lembaga, instansi, atau organisasi yang bersifat *non-profit oriented* termasuk perpustakaan. Mereka mempunyai produk yang perlu dipasarkan untuk kepentingan konsumen. Pemasaran di Dinas perpustakaan dan kearsipan medan dengan melakukan kegiatan menyebarkan brosur secara online yaitu dari media social ataupun langsung dengan kegiatan perpustakaan keliling dan diperpustakaan setiap harinya yang didapatkan saat berkunjung keperpustakaan, membuat iklan dari radio, dan lainnya yang dapat membuat perpustakaan lebih banyak diketahui orang banyak.

Perpustakaan tidak memasarkan produk barang, tapi produk jasa, dalam hal ini adalah jasa informasi. Perpustakaan memiliki kekayaan yang bisa dipasarkan guna kepentingan user/pemakai perpustakaan. Koleksi buku-buku baru, jurnal/majalah, dokumen, kliping, jasa layanan peminjaman, jasa layanan penelusuran. Kesemuanya itu merupakan komoditi yang patut dipertimbangkan bagaimana cara memasarkannya. Pemasaran adalah sebuah proses sosial manajerial, dimana individu- individu kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain.

2. Aspek Pemasaran

Untuk mengetahui rumusan pemasaran kita tinjau lima aspek yang menunjang arti pemasaran yaitu kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi dan hasil. Kelima aspek pemasaran informasi perpustakaan menjadi :

- a. Kebutuhan informasi yang berarti keinginan untuk mendapatkan, mengetahui hal-hal di luar pengetahuan yang dimiliki, (*person knowledge*); misalnya berusaha mendapatkan dengan melalui cara membaca koran, atau majalah, melihat televisi, mendengarkan radio dan sebagainya .
- b. Keinginan mendapatkan informasi berarti kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya kepribadian seseorang untuk mendapatkan pengetahuan.
- c. Permintaan informasi berarti keinginan manusia untuk mengetahui dan mendapatkan informasi, ilmu pengetahuan, data, jawaban atas persoalan yang timbul dari aktivitas interaksi manusia, kegiatan belajar, dan sebagainya.
- d. Produksi informasi yang berarti kebutuhan, keinginan dan permintaan informasi yang terpenuhi mendorong manusia untuk menularkan/mentransfer kepada orang lain.
- e. Dengan tercapainya bauran informasi yang didapat dari keempat unsur tersebut, manusia dapat mengevaluasi diri sampai di mana daya serap dan imajinasinya dalam menerima pengetahuan dan hasilnya akan merupakan kekayaan pribadi yang dapat menaikkan kualitas diri.

3. Sistem Pemasaran

Pertama-tama perlu diingat bahwa lingkungan pada sistem pemasaran itu luas dan terbuka dengan banyak input, output, dan umpan-balik. Lingkungan pemasaran dapat dibagi kedalam lima lapisan dasar, yaitu lapisan kesatu adalah sistem global (dimana negara-negara berinteraksi), lapisan kedua adalah sistem masyarakat (berhubungan dengan kebudayaan, politik dan ekonomi), kemudian lapisan ke tiga adalah sistem

pemasaran (berhubungan dengan konsumen, pesaing, pemerintah dan sebagainya) lapisan ke empat adalah sistem secara organisasi (meliputi masalah keuangan, produksi, personalia) dan lapisan ke lima adalah sistem pemasaran manajerial (yang mempunyai subsistem administrasi pemasaran, fungsi-fungsi produk, pengembangan produk baru, saluran-saluran distribusi, distribusi secara fisik, kekuatan penjualan di lapangan, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan public relation, informasi dan penelitian pemasaran). Pada setiap lapisan merupakan sebuah sistem. Lapisan ke lima merupakan subsistem dari lapisan ke empat dan seterusnya.

Pemasaran dituntut untuk dapat menganalisa pasar dan lingkungan dari pemasarannya, hal ini dilakukan agar dapat menemukan peluang yang baik dan menemukan solusi untuk mengatasi ancaman yang datang dari pihak pesaing. Pemasaran juga harus menganalisis kekuatan dan kelemahan dari perusahaan sekaligus tindakan pemasaran saat ini dan diharapkan menemukan potensi yang baik untuk dikejar. Hal tersebut bertujuan supaya dapat mencocokkan kekuatan perusahaan dengan peluang yang menarik yang didapat dari lingkungannya, sekaligus meminimalisir atau mengatasi kelemahan dan ancaman (Kotler dan Amstrong, 2008:64).

4. Konsep Pemasaran

a. Produk (Product)

Merupakan barang fisik ataupun kombinasi keduanya, yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Produk merupakan elemen *marketing mix* yang pertama yang perlu diketahui. Pentingnya suatu produk fisik bukan terletak pada kepelikannya tetapi pada jasa yang dapat diberikannya. Oleh karena itu dalam membuat produk harus memperhatikan produk fisik dan jasa yang diberikan produk tersebut. Adapun prinsip pemilihan produk atau jasa, bila diaplikasikan dipustaka yaitu :

- 1) Kualitas barang/jasa harus baik. Seperti keberadaan koleksi yang lengkap, dan aktual yang mempunyai nilai relevansi tinggi.

- 2) Cara menggunakan dan memanfaatkan koleksi tidak rumit. Pemanfaatan alat-alat bibliografis, seperti halnya katalog.
- 3) Barang atau jasa mudah dikenal, mudah dicerna oleh pengetahuan. Sebab kaitannya dengan dunia perpustakaan dan pemasaran jasa informasi adalah prosedur peminjaman, pelayanan saat penelusuran yang cepat, tepat, maupun akurat.
- 4) Resiko/kerugian ditekan sekecil mungkin.
- 5) Berkaitan dengan sesuatu yang telah dakrabi oleh pengguna.

b. Kebutuhan, keinginan dan permintaan

Ada perbedaan antara kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan adalah keadaan dimana seseorang merasa tidak memiliki kepuasan dasar. Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Keinginan adalah hasrat akan pemuas tertentu dari kebutuhan tersebut, sedangkan permintaan adalah keinginan akan sesuatu yang didukung dengan kemampuan serta kesedian membelinya. Keinginan akan menjadi permintaan bila didukung daya beli. Perbedaan ini tamak jelas bahwa pemasar tidak menciptakan kebutuhan, dikarenakan kebutuhan sudah ada sebelumnya. Pemasar akan mempengaruhi keinginan dan permintaan dengan membuat suatu produk yang cocok, menarik, dan mudah didapatkan oleh pengguna yangg berkunjung.

c. Harga (*Price*)

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan pengguna untuk memperoleh produk hasil dari suatu organisasi. Namun dalam perpustakaan yang dimaksud harga disini bukan uang, melainkan keaktualan koleksi/informsi, relevansi informasi yang dibutuhkan pengguna dengan yang ditawarkan ataupun nilai guna informasi tersebut(Lubis et al., 2020).

d. Pasar

Pasar itu terdiri dari semua pengguna potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu serta mau dan mampu turut dalam pertukaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu. Istilah ini

untuk menunjukkan pada sejumlah pembeli atau penjual dalam melakukan transaksi pada suatu produk

e. Pemasaran dan pemasar

Pemasaran merupakan keinginan seseorang dalam hubungan dengan pasar untuk mewujudkan transaksi yang mungkin terjadi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan si pengguna/pembeli. Pemasar yaitu orang yang mencari sumberdaya dari orang lain dan mau menawarkan sesuatu yang bernilai. Oleh karena itu sebelum perpustakaan merancang dan mewujudkan penawarannya, maka harus mempunyai informasi yang akurat dan juga mutakhir mengenai manfaat apa yang dibutuhkan dan diharapkan pasar sasaran yang akan dilayani (Mulyadi, 2018).

5. Media Pemasaran Perpustakaan

Mediapemasaran merupakan alat yang digunakan sebagai sarana promosi perpustakaan, oleh karena itu perlu adanya pertimbangan yang matang dalam menentukan jenis media yang digunakan sebagai sarana pemasaran sesuai daya dukung perpustakaan, menyangkut kebijakan, dana, sarana prasarana serta sumber daya manusia yang ada. Menurut pandangan Raharjo menuturkan bahwa bentuk dan media pemasaran yang bisa digunakan oleh organisasi antara lain:

a. Publikasi

Adalah alat yang ampuh dan murah untuk memperkenalkan keberadaan perpustakaan termasuk jasa atau yang ditawarkan melalui berita di media penerbitan seperti surat kabar dan majalah maupun melalui radio, televisi ataupun panggung. Diperlukan jalinan kerja sama dengan media masa untuk memastikan pembuatannya serta pemangkasan isi pesansaat proses editing.

b. Iklan

Kegiatan ini memerlukan biaya untuk membuatnya, tapi bila direncanakan dan dapat dikendaikan dalam hal-hal yang ingin disampaikan dalam bentuk media cetak ataupun media elektronik.

1. Menggunakan media cetak

a) Surat kabar

Media surat kabar ini bisa dipakai untuk mendisplaykan buku-buku terbaru atau buku-buku yang sedang *best seller* di pasaran dan sudah dimiliki oleh perpustakaan. Surat kabar yang dipakai di perpustakaan ini surat kabar Kompas.

b) Majalah

Majalah bisa dipakai untuk menampilkan profil singkat perpustakaan serta apa saja keunggulan maupun ciri khas yang dimiliki perpustakaan yang bersangkutan dan tidak dimiliki oleh perpustakaan lainnya.

c) Brosur

Brosur sangat efektif dipakai untuk memberikan informasi yang sifatnya beralur misalnya, cara menjadi anggota, disitu diunjukkan prosesnya mulai dari datang ke perpustakaan sampai mendapatkan kartu anggota hingga terjadi proses transaksi peminjaman koleksi.

2. Menggunakan media elektronik

a) Media televisi

Media televisi sangat efektif dipakai untuk mempromosikan suatu produk barang atau jasa karena jangkauannya yang luas dan juga karena bentuk medianya yang audio visual.

b) Internet

Yaitu melalui penggunaan website ataupun sosial media yang menarik bagi perpustakaan yang bersangkutan akan memancing user untuk mendatangi perpustakaan tersebut website dan sosial media ini bisa menjadi perwakilan perpustakaan di dunia maya.

c) Radio

Bagi perpustakaan lokal bisa memanfaatkan media radio untuk perpustakaan. Mengingat radio adalah media audio maka bentuk atau isi iklannya dititik beratkan pada informasi-

informasi insidental, misalnya program perpustakaan yang berlangsung hanya mingguan.

d) Pameran

Pameran buku merupakan ajang yang bagus untuk memancing masyarakat datang ke perpustakaan, dengan rajin mengikuti pameran buku maupun mengadakan sendiri akan membuat perpustakaan dikenal secara langsung oleh masyarakat.

B. Pemasaran Perpustakaan

1. Pengertian Pemasaran Perpustakaan

Konsep perpustakaan sebagai lembaga selalu berkembang. Dulu, perpustakaan dinilai baik bilamana koleksi bukunya tersedia dalam jumlah yang sangat melimpah. Namun, ketika media penyimpan informasi semakin berkembang pesat, kualitas perpustakaan tidak hanya menekankan pada seberapa besar koleksinya, tetapi seberapa banyak layanan yang dapat ditawarkan perpustakaan tersebut kepada pelanggannya. Istilah yang digunakan sedikit bergeser, kalau dulu pihak yang memanfaatkan perpustakaan adalah pengguna, namun sebutan pengguna sudah mulai berubah menjadi pelanggan (customer) atau pemustaka sebagaimana digunakan dalam UU No 43 tahun 2007. Barangkali dalam beberapa tahun ke depan perpustakaan dapat menjelma menjadi organisasi yang menghasilkan produk untuk dijual. Bila konsep ini benar-benar terwujud, tentu definisi perpustakaan harus berubah.

Konsep pemasaran untuk organisasi nonprofit seperti perpustakaan dikenalkan oleh Kotler pada akhir tahun 1960an. Kemudian, pada tahun 1982 dia mengurai strategi pemasaran untuk organisasi nonprofit tersebut. Menurutnya organisasi nonprofit seperti halnya perpustakaan sebenarnya lebih banyak terkait dengan produk jasa daripada produk barang. Jasa sangat berbeda dibanding dengan barang manakala jasa punya karakteristik berupa “tidak dapat disentuh”, “tidak terpisah”, dan “musnah”. Karena karakteristik ini, jasa layanan informasi membutuhkan pendekatan yang berbeda dengan barang. Jasa layanan informasi tidak

hanya sebagai komoditas yang bernilai, tetapi juga komoditas yang dapat dijual seperti halnya produk lainnya.

Untuk itulah perpustakaan memerlukan pemasaran. Pemasaran ini sangat diperlukan karena dewasa ini banyak hal yang terjadi di perpustakaan, namun perpustakaan tetap harus mempertahankan bisnisnya, yaitu memberi layanan informasi pada pelanggannya (pemustaka).

Ada fenomena ketika anggaran perpustakaan menurun, lalu pelanggan perpustakaan yang juga menurun disamping minat baca di tengah masyarakat juga mengalami penurunan. Ada banyak hal yang menyebabkan mengapapelanggan mengurangi frekuensi kunjungan ke perpustakaan. Salah satu sebabnya adalah karena jaringan internet sudah semakin tersedia, dan acara tv yang semakin menggoda. Oldman dalam (Jose dan Bhat, 2007, 24) mengidentifikasi mengapa orang-orang tidak sering datang ke perpustakaan. Dia mengemukakan alasannya, yaitu:

1. Informasi yang dibutuhkan oleh seorang sering kali lebih cepat tersediadi tempat lain daripada di perpustakaan. Kebutuhan informasi antara satu orang dengan yang lain pasti berbeda. Siapa pun tidak dapat memaksa orang lain untuk menyukai atau tidak menyukai suatu informasi. Ketika seseorang membutuhkan informasi maka dengan segala cara dia mencoba untuk mendapatkannya. Cara mendapatkannya inilah bervariasi. Ada yang ke perpustakaan, ke toko buku, atau cukup melihat acara tv dengan harapan program acara dapat membantu mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Tantangan bagi perpustakaan adalah bagaimana caranya agar orang yang membutuhkan informasi dapat menghampirinya.
2. Mengobrol menjadikan lebih menarik ketimbang membaca buku. Di beberapa negara maju, barangkali pemandangan mengobrol di tempat umum (di kereta api) jarang ditemui. Rata-rata penumpang kereta api di Jepang umpamanya sudah menyiapkan bacaan untuk menghabiskan waktu selama dalam perjalanan. Pemandangan ini berbanding terbalik dengan di Indonesia. Di Indonesia, kebanyakan penumpang kereta api

lebih memilih mengobrol atau tidur untuk menghabiskan waktunya dalam perjalanan.

3. Banyak orang tidak menyadari bahwa sebenarnya mereka punya masalah informasi. Kebutuhan informasi merupakan kebutuhan non-fisiologis atau bukan kebutuhan pokok sehingga sebagian masyarakat kita tidak peduli akan kebutuhan informasi biarpun sebenarnya mereka butuh. Misalkan saja, seseorang bepergian ke Jakarta dengan menggunakan pesawat. Pesawat tersebut akan mendarat di Bandara Soekarno-Hatta Cengkareng. Barangkali orang tersebut hanya nekatsaja tanpa mencoba mencari tahu mengenai pesawat yang dia tumpangi serta bandar udara (air port) yang akan disinggahi. Bila dia sadar akan informasi, setidaknya dia akan mencari tahu mengenai seluk beluk pesawat dan bandar udara. Pesawat akan turun di terminal berapa, lalu bagaimana keluarnya dan transportasi apa yang dapat digunakan bila tidak ada jemputan. Barangkali informasi berkaitan dengan perjalanan tersebut.
 - a. Fungsi edukasi. Perpustakaan merupakan sumber belajar bagi siapa saja dari anggota masyarakat tanpa membedakan agama, ras, maupun warna kulit. Oleh karena itu, koleksi yang disediakan adalah koleksi yang mendukung pencapaian tujuan pembelajaran bagi semua anggota masyarakat.
 - b. Fungsi Informasi. Perpustakaan merupakan sumber informasi yang mudah diakses oleh pencari dan pengguna informasi.
 - c. Fungsi Riset. Perpustakaan mempersembahkan bahan-bahan primer dan sekunder yang paling mutakhir sebagai bahan untuk melakukan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni.
 - d. Fungsi Rekreasi. Rekreasi bermakna penyegaran kembali badan dan pikiran. Perpustakaan merupakan tempat yang paling menyenangkan sebagai penyegaran pikiran. Pikiran manusia memerlukan makanan dan makanan pikiran adalah membaca. Setiap pembaca dapat

menentukan bacaan rekreatif buat dirinya. Untuk itu, perpustakaan selalu menyediakan bahan yang berisi pengembangan kreativitas.

- e. Fungsi Publikasi. Perpustakaan selayaknya juga membantu melakukan publikasi karya yang dihasilkan oleh warga masyarakat. Perpustakaan dan masyarakat memiliki hubungan yang saling menguntungkan. Masyarakat dapat menjadikan perpustakaan sebagai tempat yang paling strategis dalam menyebarluaskan karya mereka, dan pada saat yang bersamaan masyarakat dapat menjadikan perpustakaan sebagai penyedia bahan untuk membuat suatu karya bagi mereka.
 - f. Fungsi Deposit. Perpustakaan menjadi pusat deposit untuk seluruh karya dan pengetahuan yang dihasilkan oleh warga masyarakat.
 - g. Fungsi Interpretasi. Perpustakaan sudah seharusnya melakukan kajian dan memberikan nilai tambah terhadap sumber-sumber informasi yang dimilikinya untuk membantu pengguna dalam melakukan dharmanya.
4. Sebagian pemakai punya pengalaman tidak mengenakan ketikaberkunjung ke perpustakaan. Barangkali ini menjadi pekerjaan rumah buat pengelola perpustakaan bahwa pemakai akan mengenang kesan pertama kali waktu mereka mengunjungi suatu perpustakaan. Sering kali bila kesan pertama menyenangkan, pengguna cenderung mengingat kesan baik tersebut, namun sebaliknya bila mereka mendapat kesan yang kurang bagus, mereka tidak melupakan, dan mungkin bahkan enggan berkunjung untuk kedua kalinya.

C. Layanan Informasi

1. Pengertian layanan informasi

Layanan adalah fasilitas yang disediakan perpustakaan kepadapemakianya untuk pemanfaatan buku dan penyebaran informasi. Dari penjelasan ini, dapat dipahami bahwa layanan informasi adalah sarana yang menjadi penghubung antara penghubung antara pustakawan dan pemustaka dalam proses penelusuran informasi. Layanan perpustakaan merupakan salah

satu kegiatan teknis yang ada pelaksanaannya perlu adanya perencanaan dalam penyelenggaraannya. Fungsi layanan perpustakaan adalah mempertemukan pemustaka dengan bahan pustaka yang mereka minati.

Perpustakaan perlu melakukan upaya memberikan layanan terbaik kepada pemustaka agar bahan pustaka yang ada dapat dimanfaatkan secara maksimal. Pada prinsipnya, layanan perpustakaan adalah untuk memberikan kemudahan kepada pemustaka hanya saja sistem layanan yang digunakan disetiap perpustakaan berbeda-beda.

Hakekat layanan perpustakaan menurut Darmono sebagai berikut:

- a. Segala bentuk informasi yang dibutuhkan prmaai perpustakaan, baik untuk dimanfaatkan ditempat maupun untuk dibawa pulang untuk digunakan diluar ruangan perpustakaan.
- b. Sebagai sarana penelusuran informasi yang tersedia di perpustakaan yang merujuk pada keberadaan suatu informasi.

2. Konsep Jasa Layanan Informasi

Pelayanan informasi dan perpustakaan merupakan suatu proses atau upaya penyebarluasan sumber-sumber informasi baik buku ataupun non buku kepada pengguna sehingga terjadi titik temu antara kebutuhan informasi pengguna dengan sumber informasi yang ada diperpustakaan. Layanan informasi di perpustakaan merupakan ujung tombak dalam penyelenggaraankegiatan perpustakaan. Pelayanan perpustakaan inimerupakan sub sistem atau bagian dari keseluruhan kegiatanperpustakaan yang saling terkait dengan kegiatan lainnya seperti pengadaan, pengolahan, dan pemeliharaan bahan pustaka.

a. Strategi sistem layanan informasi

Seorang pengelola informasi perlu memperhitungkan sejumlah pertimbangan yang harus dilakukan sebelum dan sesudah suatu kegiatan dilakukan diperpustakaan, agar sasaran dan tujuan dapat dicapai serta diketahui hasilnya. Hal ini merupakan agenda strategi dalam berpikir agar perpustakaan dapat memberikan jasa layanan secara proaktif kepada pengguna.

Berikut merupakan strategi pelayanan secara umum menurut *De Vyre* terdapat tujuh strategi menuju keberhasilan layanan yaitu:

- 1) *Self Esteem*, merupakan upaya memberikan nilai pada diri sendiri untuk memahami keadaan yang dimiliki secara internal termasuk didalamnya memberikan perhatian, keteladanan kepada orang.
- 2) *Exceed Expectation*, berkaitan dengan pemenuhan harapan-harapan dan berusaha melebihi apa yang telah dijanjikan.
- 3) *Recover*, berkaitan dengan tanggapan atas keluhan langganan dan mencari tahu apa yang difikirkan masyarakat konsumen terhadap lembaga organisasi.
- 4) *Vision*, didalamnya termasuk pemikiran tentang rencana yang matang mengenai pelayanan jangka panjang termasuk memperhitungkan penilaian konsumen, sehingga terus menjadi perhatian lembaga informasi.
- 5) *Improve*, artinya berusaha melakukan peningkatan secara berencana dan terus menerus sehingga mempunyai kemampuan untuk bersaing dan memenangkan persaingan.
- 6) *Care*, artinya menaruh perhatian yang cukup terhadap konsumen, sehingga mereka merasa dihargai dan betul-betul diperhatikan sekalipun hanya basa basi.
- 7) *Empower*, yakni memberdayakan lingkungan internal seperti memberikan latihan, menanamkan rasa tanggung jawab, percaya kepada kemampuan diri serta menggugah untuk memberikan respon.

b. Sistem layanan

Ada tiga sistem layanan yang masing-masing memiliki keuntungan dan kerugiannya, yaitu :

1. Sistem layanan terbuka

Sistem layanan terbuka setiap pengunjung atau pengguna perpustakaan diizinkan melakukan penelusuran langsung ke ruang koleksi dan berhak mengambil sendiri buku atau bahan-bahan yang dibutuhkannya. Apabila pemustaka ingin meminjam buku tersebut, mereka membawanya ke petugas bagian sirkulasi. Dengan demikian, sistem ini memberikan

kebebasan kepada pengunjung untuk memasuki ruang koleksi dan memilih sendiri koleksi yang dibutuhkannya, petugas hanya untuk mendapatkan koleksi seluas-luasnya, tidak hanya sekedar membaca-baca tepi mengetahui berbagai alternatif dari pilihan koleksi yang ada di rak, sesuai dengan kebutuhan pengguna. Sistem layanan terbuka biasanya diterapkan untuk layanan perpustakaan umum, perpustakaan sekolah dan perpustakaan perguruan tinggi, sistem layanan terbuka memiliki kelebihan dan kekurangan.

Beberapa kelebihan dari sistem layanan terbuka ini adalah;

- a) Lebih banyak bahan pustaka dalam subyek yang sama/berkaitan yang dapat ditemukan oleh pengguna jika dapat mencari sendiri di rak.
- b) Menghemat waktu petugas
- c) Pemakaian perpustakaan dapat lebih efisien, karena sementara mencari, pengguna dapat mempersempit atau memperluas penelusurannya.

Beberapa kerugian dari sistem layanan terbuka ini adalah:

- a) Jika koleksi sudah sangat banyak, pengguna harus berjalan cukup jauh untuk dapat menemukan bahan pustaka yang dibutuhkan
- b) Ruang yang dibutuhkan akan sangat besar untuk dapat menampung seluruh koleksi.
- c) Kemungkinan terselipnya bahan pustaka ditempat yang keliru dan ketidakteraturan akan sangat besar, karena dipakai oleh banyak pengguna yang tidak akan dapat diharapkan untuk dapat menjaga kerapian dalam pengaturan rak.

2. Sistem layanan tertutup

Sistem layanan tertutup adalah sistem layanan perpustakaan yang anggota atau pengunjungnya tidak diperkenankan menelusur dan mengambil sendiri buku-buku yang dibutuhkannya ke ruang koleksi, tetapi harus diambulkan oleh petugas, karena pengunjung tidak boleh memasuki ruang koleksi, pemustaka harus memesan koleksi yang dibutuhkan melalui petugas perpustakaan dibagian peminjaman atau

sirkulasi. Oleh karena itu, pengunjung harus menelusur terlebih dahulu buku yang diinginkan melalui katalog dan mencatat nomor panggil atau call number bahan pustaka yang dibutuhkan pada lembaran atau bon peminjaman, kemudian diserahkan kepada petugas, sistem layanan tertutup memiliki kelebihan dan kekurangan.

Beberapa kelebihan dari sistem layanan tertutup ini adalah:

- a) Menghemat ruangan
- b) Lebih aman dalam menyimpan bahan-bahan pustaka yang langka dan penting atau bersifat dokumentasi seperti karya disertasi, naskah kuno dan sebagainya.
- c) Letak buku dirak selalu terpelihara karena pengambilan buku dilakukan oleh petugas.
- d) Angka kehilangan bahan pustaka atau buku dapat ditekan dengan menggunakan slip buku yang dipinjam.
- e) Tidak diperlukannya petugas khusus untuk mengawasi pegawai perpustakaan.

Beberapa kekurangan dari sistem layanan tertutup ini adalah:

- a) Pengunjung tidak akrab dengan bahan pustaka
- b) Pengunjung tidak puas dalam memilih koleksi karena hanya melalui katalog saja
- c) Katalog cepat rusak karena sering digunakan
- d) Terjadi kesalah pahaman antara petugas dan pengunjung
- e) Terjadinya antrian panjang dibagian sirkulasi

3. Sistem layanan campuran

Pada sistem layanan campuran perpustakaan dapat menerapkan dua sistem layanan sekaligus, yaitu layanan terbuka dan layanan tertutup. Perpustakaan yang menggunakan sistem layanan campuran biasanya memberikan layanan secara tertutup untuk koleksi karya ilmiah (skripsi, tesis, dan hasil penelitian lainnya) dan koleksi referensi, sedangkan untuk koleksi lainnya menggunakan sistem layanan terbuka.

Beberapa kelebihan sistem layanan campuran sebagai berikut:

- a) Pemustaka langsung menggunakan koleksi umum dan koleksireferensisecara bersama.
- b) Tidak memerlukan ruang baca khusus koleksi referensi
- c) Menghemat tenaga layanan

America Libarary Assosiation merumuskan bahwa keberhasilan dalam pelayanan melibatkan tiga komponen yang terlibat langsung dalam jasa layanan informasi diperpustakaan yaitu, komponen staf, komponen fasilitas, dan komponen koleksi.

Seiring dengan perubahan paradigma perpustakaan, staf dituntut untuk memiliki kualifikasi khusus yaitu staf memiliki kemampuan terhadap spesialisasi yang menjadi bidang garapan kerja serta memiliki kemampuan bekerja secara profesional. di samping itu staf diharapkan memiliki kualifikasi khusus yaitu staff memiliki pemahaman tentang hakekat, fungsi, serta peranan dan tujuan perpustakaan, staf memiliki kemampuan dalam menggunakan media komunikasi, serta staf keragaman masyarakat pengguna untuk dapat memeberikan dan menyediakan buku yang tepat kepada pengguna yang tepat.(Rahayu, 2014, 24).

D. Perpustakaan

1. Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum diperuntukkan bagi masyarakat umum, tempat masyarakat mencari sebuah nformasi dengan koleksi yang bersifat umum, dan merupakan pusat utama kehidupan budaya bagi masyarakat umum. Perpustakaan umum memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat umum, memberikan layanan tanpa membedakan asal keturunan, pangkat, jabatan, suku bangsa, adat kebiasaan, politik, latar belakang pendidikan maupun keadaan sosial ekonomi(Ariyani & Wirawan, 2017 p.56).

Perpustakaan sebagai lembaga penyedia jasa diharapkan dapat memenuhi kepuasan penggunaanya dengan penyediaan berbagai sumber informasi dan memberikan pelayanan yang berkualitas. Perpustakaan berperan sebagai pusat informasi pembelajaran bagi setiap jenjang pendidikan. Perpustakaan sebagai pusat sumber informasi menyimpan informasi pembelajaran dalam

berbagai bentuk dan jenisnya, dapat dimanfaatkan oleh seluruh anggota masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan mereka akan informasi seperti untuk penelitian, belajar, mengisi waktu luang untuk membaca, dan sebagainya. Peranan perpustakaan pada masa sekarang ini tidak lagi terbatas pada buku-buku saja melainkan juga mencakup buku cetak lain yang bukan buku, misalnya: majalah, surat kabar, tape, film, microfilm, dan dalam bentuk digital seperti elektronik jurnal (*e-journal*), buku elektronik (*e-Book*) dan sebagainya yang dihasilkan oleh kemajuan ilmu dan teknologi.

Perpustakaan umum didirikan dengan tujuan untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi secara menyeluruh di daerah tertentu tanpa membedakan lapisan masyarakat. Melalui perpustakaan umum diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan masyarakat karena perpustakaan umum mempunyai tugas sendiri yang ikut serta dalam mencerdaskan rakyat dengan pelayanan informasi. Akibat dari kemajuan ilmu dan teknologi yang telah membawa perubahan besar dalam kehidupan umat manusia, perpustakaan menempati tempat yang paling penting dalam pengelolaan informasi pembelajaran tersebut, untuk selanjutnya memberikan pelayanan jasa yang sebesar-besarnya kepada para pengguna sebagai sumber informasi dalam proses belajar mengajar.

1. Layanan Perpustakaan Umum

Layanan perpustakaan merupakan kegiatan yang langsung mempertemukan pemustaka dengan pustakawan sehingga penilaian akan diberikan langsung oleh pemustaka terhadap Pasal ayat 1 Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, mengisyaratkan bahwa pelayanan perpustakaan harus dilakukan secara prima dan berorientasi bagi kepentingan pemustaka. Artinya bahwa layanan perpustakaan harus berorientasi pada kebutuhan pengguna. Oleh karenanya apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pengguna itulah menjadi basis layanan perpustakaan.

Layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pengguna, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan

keuntungan bagi perpustakaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pengguna akan semakin tinggi.

Perpustakaan akan berhasil memperoleh pengguna dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pengguna. Ketika pengguna telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara pihak perpustakaan dan pengguna, menciptakan dasar yang baik bagi pelayanan dan membentuk rekomendasi sebuah koleksi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perpustakaan.

Kegiatan layanan merupakan kegiatan yang sangat menentukan baik buruknya citra perpustakaan karena secara langsung berhubungan dengan pengguna. Pelayanan yang diberikan haruslah dapat meminimalisasikan ketidakpuasan pengguna dalam memanfaatkan perpustakaan. Kepuasan pengguna merupakan tingkat keseimbangan antara kebutuhan yang ingin dipenuhi dengan kenyataan yang diterima, apabila ada keseimbangan maka akan terjadi kepuasan dan apabila yang diperoleh tidak sesuai dengan kenyataan maka akan terjadi ketidakpuasan. Di dalam perpustakaan terdapat banyak sekali jenis layanan. Banyaknya jenis layanan perpustakaan dipengaruhi oleh jenis perpustakaan itu sendiri, karena beda jenis perpustakaan maka beda pula jumlah dan sasaran penggunaannya. Perpustakaan umum sendiri merupakan perpustakaan yang sasaran penggunaannya adalah masyarakat umum. Banyaknya ragam masyarakat yang menjadi sasaran pengguna perpustakaan umum turut membuat jenis layanan perpustakaan umum menjadi beragam. Adapun beberapa jenis layanan yang harus dimiliki oleh perpustakaan umum adalah sebagai berikut :

- a) Layanan ruang baca, adalah layanan yang diberikan kepada pemustaka untuk memanfaatkan koleksi dan sarana prasarana perpustakaan untuk membaca. Adapun sarana dan prasarana yang terdapat dalam ruang bacaini adalah seperti koleksi perpustakaan, rak buku, meja dan kursi individu, meja dan kursi kelompok, dan lain-lain. agar dapat menciptakan

suasana nyaman yang membuat pemustaka betah berada diperpustakaan, ruang baca harus ditata sedemikian rupa. Koleksi yang disediakan harus sesuai dengan kebutuhan pemustaka. Didalam ruang baca harus disediakan tempat duduk dan meja yang nyaman, pendingin ruangan, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup, dan disediakan pula ambal ntuk pemustaka duduk lesehan (Elnadi, 2018).

- b) Layanan sirkulasi merupakan jenis layanan yang berhubungan langsung dengan pemustaka. Layanan sirkulasi ini meliputi: pendaftaran anggota perpustakaan, peminjaman dan pengebalian buku, penagihan bahan pustaka yang belum dikembalikan, penarikan uang denda kepada pemustaka yang terlambat mengembalikan buku, dan lain sebagainya (Bororing, 2016).
- c) Layanan referensi, menurut *American Library Association* (ALA) merupakan layanan perpustakaan yang memberikan pemustaka rujukan informasi-informasi untuk kepentingan riset. Bertujuan agar pengguna perpustakaan dapat menemukan informasi secara cepat dan tepat, membuat pemustaka dapat menelusur informasi dengan pilihan yang lebih luas dan berkesinambungan, dan membuat pemustaka dapat menggunakan koleksi referensi dengan lebih tepat guna (Umi Kalsum, 2016).
- d) Layanan akses internet, layanan ini biasa terdapat diperpustakaan yang sudah terautomasi atau sudah menerapkan konsep perpustakaan digital, dapat dimanfaatkan oleh pemustaka untuk mencari sumber-sumber informasi secara online (Wibawanto, 2018).
- e) Layanan koleksi audio visual, adalah layanan yang memberikan koleksi audio-visual sebagai sumber informasinya. Koleksi-koleksi audio visual itu misalnya seperti CD-ROM, Disket, microfilm dan lain sebagainya. Untuk jenis layanan ini biasanya diberikan satu ruangan khusus audio visual karena diperlukan alat khusus untuk membaca jenis koleki ini (Misbah, 2021).

- f) Layanan pendidikan pemustaka, yakni layanan yang diberikan kepada pemustaka baru tentang bagaimana cara menggunakan fasilitas perpustakaan, bagaimana cara menemukan sumber informasi, peraturan dan tata tertib perpustakaan (Nafi'ah et al., 2021).
- g) Layanan kelompok pembaca khusus, layanan ini ditunjukkan kepada anak-anak dan penyandang disabilitas. Untuk anak-anak biasanya disediakan layanan bercerita atau story telling. Untuk penyandang disabilitas disediakan koeksi-koleksi khusus dan layanan khusus (Trisakti et al., 2019).
- h) Layanan perpustakaan keliling, merupakan jenis layanan yang diberikan untuk pemustaka yang tempat tinggalnya jauh dari perpustakaan sehingga membuat mereka tidak dapat berkunjung langsung ke perpustakaan (Majid et al., 2021).

2. Promosi Perpustakaan Umum

a. Pengertian Promosi.

Promosi adalah bagian dan proses pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan kombinasi bauran promosi. Bauran promosi merupakan gabungan arus informasi secara menyeluruh dan hanya dilakukan oleh satu organisasi atau individu tertentu. suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang di tawarkan (Boakye, 2014).

b. Fungsi dan Tujuan Promosi

Adapun fungsi dari promosi sebagai berikut :

1. Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli, maksudnya perhatian dari calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan didalam membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa.

2. Menciptakan dan menumbuhkan interest pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau berhenti. Maksud dari pernyataan tahap berikut ini adalah timbulnya rasa tertarik dan rasa tertarik ini menjadi fungsi utama dari kegiatan promosi.
3. Pengembangan rasa ingin tau calon pembeli yang untuk memiliki barang yang ditawarkan. Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu, maka timbul rasa untuk dapat memilikinya. Bagi calon pembeli merasa mampu (dalam hal harga cara pemakaiannya, dsb), maka rasa ingin memilikinya ini semakin menjadi besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli.

Tujuan promosi perpustakaan adalah untuk menyadarkan masyarakat pengguna tentang pentingnya perpustakaan bagi kehidupan. Mempromosikan perpustakaan juga tidak berbeda dengan mempromosikan sebuah produk komersial. Dalam marketing, kita mengenal istilah edukasi pasar. Maka, untuk perpustakaan pun ada yang disebut dengan user education atau pendidikan pengguna, dan cara inilah yang paling efektif dalam melakukan promosi perpustakaan. Selain itu tujuan promosi perpustakaan antara lain menginformasikan, mempengaruhi, membujuk, dan meningkatkan pemakai perpustakaan.

E. Teori Pemasaran

Menurut Ojiambo dalam Fuady (1996) melihat setidaknya ada empat alasan utama mengapa perpustakaan memasarkan dirinya sebagai berikut :

1. Pemasaran merupakan salah satu fungsi manajemen yang memungkinkan pengelola perpustakaan mengetahui keinginan dan kebutuhan pemakainya. Dengan mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pemakai, pengelola perpustakaan dapat menyiapkan diri untuk memuaskan pemakainya.

2. Pengelola akan mengetahui tidak hanya pemakai aktual, tetapi juga pemakai potensial. Keberhasilan dalam mengetahui kebutuhan pemakai potensial, pengelola lebih dapat menyiapkan jenis layanan yang dibutuhkan oleh pemakai potensial sehingga pada gilirannya mereka menjadi pemakai actual.
3. Pustakawan (pengelola perpustakaan) perlu menyampaikan apa yang dimiliki oleh perpustakaan kepada masyarakat agar mereka dapat memanfaatkan layanan perpustakaan tersebut dengan maksimal. Pemanfaatan fasilitas oleh pemakai akan membantu perpustakaan dalam penambahan biaya dalam lembaga induknya.
4. Pemasaran akan memberi citra positif bagi pustakawan (pengelelola perpustakaan).

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Sri Ayuningsih Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, dengan judul penelitian “ Pengaruh Strategi Pemasaran JasaInformasi Terhadap Perkembangan Perpustakaan di UPT Perpustakaan UIN Alauddin Makassar”Tujuan penelitian ini yaitu untuk Untuk mengetahui Pengaruh Strategi pemasaran jasa informasi dalam hal ini promosi di UPT Perpustakaan UIN Alauddin Makassar, Untuk mengetahui perkembangan perpustakaan dalam hal ini minat kunjung pemustaka di UPT Perpustakaan UIN Alauddin Makassar danUntuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran jasa informasi terhadap perkembangan perpustakaan di UPT UIN Perpustakaan Alauddin Makassar.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Alwi Nur Rahman Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan judul penelitian “Pemasaran Layanan Informasi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Jambi” Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikandan mengungkapkan bagaimana pemasaran jasa layanan informasi, kendala apa saja yang dihadapi dalam pemasaran jasa layanan informasi dan upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam Pemasaran Jasa Layanan Informasi di Perpustakaan Kota Jambi. Penelitian ini

menggunakan penelitian Kualitatif Deskriptif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

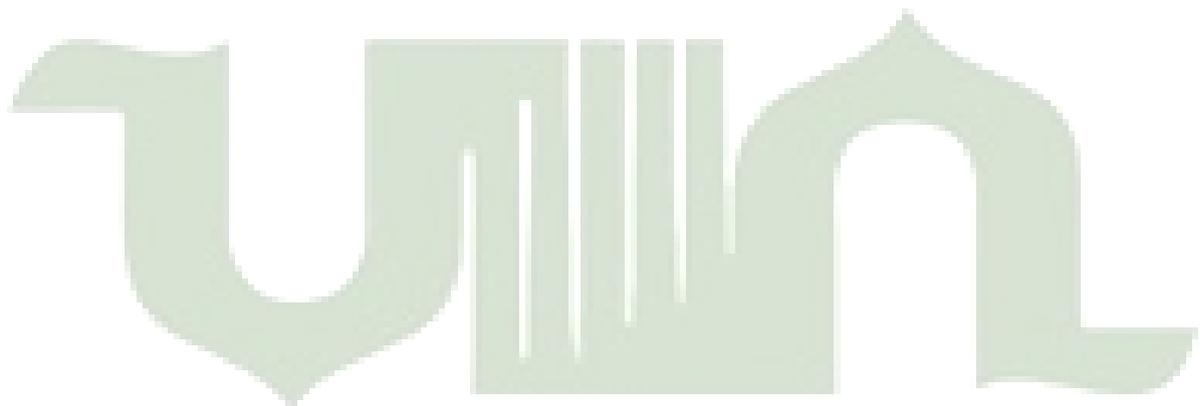
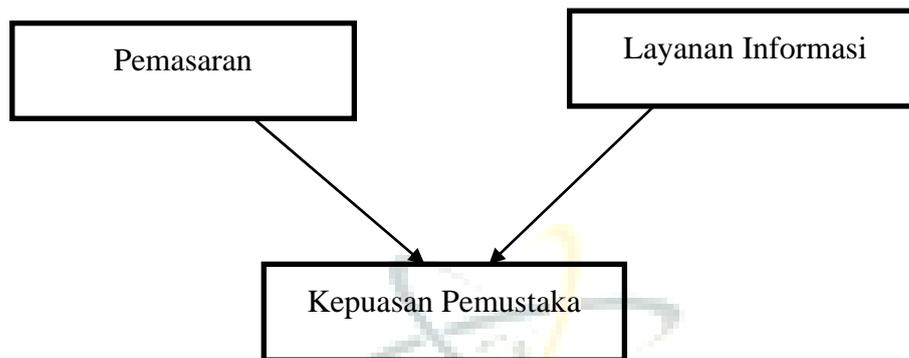
Peneliti terdahulu pernah dilakukan oleh Noorika Retno Widuri dalam jurnal dokumentasi dan informasi di perpustakaan, dengan judul penelitian “Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan”. Pemasaran, umumnya berkaitan erat dengan produk nyata seperti barang dan bersifat *profit oriented*. Pemasaran tidak terbatas pada dunia bisnis saja, namun juga penting bagi lembaga, instansi, atau organisasi yang bersifat non-profit oriented termasuk perpustakaan. Pemasaran di perpustakaan tidak memasarkan produk barang, tapi produk jasa informasi guna kepentingan pemakai. Agar perpustakaan dapat optimal dalam layanannya bagi pemakai, perlu kiat-kiat tertentu yang berkaitan dengan pemasaran jasa informasi. Dengan demikian bentuk layanan jasa dan tugas layanan yang diberikan dapat terorganisasi dengan baik.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Luki Budiawan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, dengan judul penelitian “Pemasaran Jasa Informasi Badan Perpustakaan Dan Arsip Daerah Provinsi Banten” adapun penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh perpustakaan BPAD Banten dan kendala-kendala yang dihadapi oleh perpustakaan BPAD Banten dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Rabiatal Adawiyah Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, dengan judul penelitian “Pemasaran Jasa Informasi Badan Perpustakaan Umum Kabupaten Tanjung Jabung Barat” penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengungkapkan bagaimana pemasaran jasa informasi, kendala apa yang dihadapi dalam pemasaran jasa informasi dan upaya apa yang dilakukan untuk menanggulangi kendala dalam pemasaran jasa informasi di perpustakaan Umum Kabupaten Tanjung Jabung Barat. Dan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sama-sama membahas tentang pemasaran di perpustakaan. Perbedaan dengan beberapa penelitian sebelumnya yaitu terletak pada fokus penelitian.

G. Kerangka Teoritik



UNIVERSITAS ISLAM FIQH CIRIBON
SUMATERA UTARA MEDAN