

STRATEGI PEMASARAN PERPUSTAKAAN PERGURUAN TINGGI

Disusun Oleh:

Ahmad Hulaifi, S.I.Pust



BANJARMASIN

2021

ABSTRAK

Pada sebuah universitas, perpustakaan berperan sangat penting mengingat adanya Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Agar mencapai proses pencapaian tersebut, maka tentulah perpustakaan dikatakan sebagai jantungnya universitas yang berperan sebagai tempat untuk menyajikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Metode penulisan dalam makalah “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi” menggunakan metode studi literatur. Metode studi literatur merupakan penelitian yang persiapannya sama dengan penelitian lainnya akan tetapi sumber dan metode pengumpulan datanya dengan mengambil data melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan/kesimpulan seminar, buku dokumentasi, internet dan pustaka lainnya kemudian membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Tujuan perguruan tinggi di Indonesia dikenal dengan nama Tridharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat), maka perpustakaan perguruan tinggi pun memiliki tujuan membantu melaksanakan ketiga darma perguruan tinggi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penulisan	2
C. Tujuan Penulisan	3
D. Metode Penulian	3
BAB II : PEMBAHASAN	5
A. Pengertian Perpustakaan Perguruan Tinggi	5
B. Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi	6
C. Meningkatkan Kualitas Perpustakaan Perguruan Tinggi ...	9
D. Masa Depan Perpustakaan Perguruan Tinggi	11
E. Pengguna Perpustakaan Perguruan Tinggi	14
F. Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi	15
G. Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi	17
H. Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi	19
BAB III : PENUTUP	22
A. Simpulan	22
B. Saran.....	23
DAFTAR PUSTAKA	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perpustakaan menjadi tempat sumber informasi yang bermanfaat untuk semua orang baik pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Perpustakaan selain sebagai pusat informasi juga menjadi pusat pembelajaran dengan memberikan layanan informasi melalui buku, komputer dan internet, pusat kegiatan masyarakat dan bermitra dengan berbagai pihak. Menurut UU Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi bagi pemustaka.¹

Pada sebuah universitas, perpustakaan berperan sangat penting mengingat adanya Tri Dharma Perguruan Tinggi yang meliputi bidang pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Agar mencapai proses pencapaian tersebut, maka tentulah perpustakaan dikatakan sebagai jantungnya universitas yang berperan sebagai tempat untuk menyajikan informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan penggunanya.

Perpustakaan perguruan tinggi saat ini sedang berada dalam sebuah kondisi dimana sivitas akademi dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi. Tuntutan masyarakat akademis terhadap kecepatan, kemudahan dan keakuratan kebutuhan informasi semakin meningkat terlebih dalam pemenuhan

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, Bab I Pasal 1, diakses melalui <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.bpkp.go.id/public/upload/uu/2/36/4307.pdf&ved=2ahUKEwjctJOA9OnoAhVZIEsFHW17D9MQFjAAegQIAxAB&usg=A0vVaw2LLAofZidhpge9VQTAXxn9>, pada tanggal 15 Maret 2020 pukul 15.40 WITA.

kebutuhan yang berkaitan dengan tugas-tugas dan tanggung jawab mereka di universitas.

Hal tersebut menyebabkan perpustakaan perguruan tinggi ditantang untuk dapat merebut hati sivitas akademika untuk menjadikan perpustakaan sebagai tujuan pertama manakala mereka butuh memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuannya yang sangat erat dengan tugas-tugasnya di dunia perguruan tinggi dalam menyelesaikan tugas-tugasnya.²

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka perpustakaan perguruan tinggi harus lebih mendekatkan dirinya pada sivitas akademika, memahami secara pasti apa yang menjadi kebutuhan dari para penggunanya, serta melibatkan para pengguna secara aktif dalam operasional perpustakaan. Upaya-upaya tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran sivitas akademika terhadap keberadaan perpustakaan universitas untuk mereka dan disinilah peran pemasaran perpustakaan dibutuhkan.

Beranjak dari permasalahan di atas, mengingat betapa pentingnya memahami strategi pemasaran perpustakaan perguruan tinggi, maka dalam makalah “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi” akan dipaparkan mengenai strategi pemasaran perpustakaan perguruan tinggi yang tentunya dalam strategi tersebut akan membantu para penggunanya dalam memenuhi kebutuhan informasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam makalah ini adalah “Strategi Pemasaran

² Darmanto, Tesis: *Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*, Depok: Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, 2011, h. 1.

Perpustakaan Perguruan Tinggi”. Adapun secara substansi dispesifikasikan kepada beberapa bagian diantaranya sebagai berikut:

1. Apa pengertian dan fungsi dari perpustakaan perguruan tinggi?
2. Mengapa meningkatkan kualitas perpustakaan perguruan tinggi sangat penting untuk masa depan perpustakaan perguruan tinggi?
3. Bagaimana strategi pemasaran dan promosi perpustakaan perguruan tinggi?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi tujuan penulisan dalam makalah ini adalah “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi”. Adapun secara substansi dispesifikasikan kepada beberapa bagian diantaranya sebagai berikut: 1. Mengetahui pengertian dan fungsi dari perpustakaan perguruan tinggi.

2. Mengetahui alasan meningkatkan kualitas perpustakaan perguruan tinggi sangat penting untuk masa depan perpustakaan perguruan tinggi.
3. Mengetahui strategi pemasaran dan promosi perpustakaan perguruan tinggi.

D. Metode Penulisan

Metode penulisan dalam makalah “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi” menggunakan metode studi literatur. Metode studi literatur merupakan penelitian yang persiapannya sama dengan penelitian lainnya akan tetapi sumber dan metode pengumpulan datanya dengan mengambil data melalui berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan/kesimpulan seminar, buku

dokumentasi, internet dan pustaka lainnya kemudian membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian.³

Penelusuran pustaka dalam studi literatur tidak hanya untuk langkah awal menyiapkan kerangka penelitian akan tetapi sekaligus memanfaatkan sumber-sumber perpustakaan untuk memperoleh data penelitian dengan data yang diperoleh dikompulsi, dianalisis, dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai studi literatur.

³ Melfianora, *Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur*, Pekanbaru: UPT Balai Pelatihan Penyuluh Pertanian, (s.a), h. 2.

BAB II

PEMBAHASAN

A. Pengertian Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan berasal dari kata dasar pustaka. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pustaka artinya kitab, buku. Dalam Bahasa Inggris, perpustakaan biasa dikenal dengan istilah *library*. Istilah ini berasal dari kata latin *liber* atau *libri* yang artinya buku. Dari kata latin tersebut, terbentuklah istilah *librarius* yang artinya tentang buku. Menurut Sulistyio Basuki, secara umum perpustakaan adalah sebuah ruangan, bagian sebuah gedung, ataupun gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata aturan tertentu untuk digunakan pembaca, bukan untuk dijual.

Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya. Tujuan perguruan tinggi di Indonesia dikenal dengan nama Tridharma Perguruan Tinggi (pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat), maka perpustakaan perguruan tinggi pun memiliki tujuan membantu melaksanakan ketiga darma perguruan tinggi.⁴

Menurut Syihabuddin Qalyubi dkk, perpustakaan perguruan tinggi adalah Unit Pelaksana Teknis (UPT) perguruan tinggi yang bersama-sama dengan unit lain turut melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan cara memilih, menghimpun, mengolah, merawat, dan melayani sumber informasi kepada lembaga induknya pada khususnya dan masyarakat akademis pada umumnya.⁵

⁴ Andi Prastowo, *Sumber Belajar dan Pusat Sumber Belajar: Teori Aplikasinya di Sekolah/Madrasah*, (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hal. 167.

⁵ Retno Tri Widyastuti, *Promosi sebagai Strategi Pemasaran Jasa di Perpustakaan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2012), hal. 8.

Terkait dengan perpustakaan perguruan tinggi sebagaimana diatur dalam Undang-undang Nomor 43 Tahun 2007 Pasal 24, bahwa:

1. Setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan Standar Nasional Pendidikan;
2. Perpustakaan sebagaimana dimaksud pada nomor 1 memiliki koleksi, baik jumlah judul maupun jumlah eksemplarnya, yang mencukupi untuk mendukung pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat;
3. Perpustakaan perguruan tinggi mengembangkan layanan perpustakaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi; dan
4. Setiap perguruan tinggi mengalokasikan dana untuk pengembangan perpustakaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan guna memenuhi standar nasional pendidikan dan standar nasional perpustakaan.⁶

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengertian perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang terdapat di sebuah universitas sebagai sumber informasi bagi sivitas akademika dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka.

B. Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi

Sebuah perpustakaan perguruan tinggi tentunya dalam menjalankan sebuah perpustakaan selalu ada fungsi perpustakaan perguruan tinggi. Adapun fungsi perpustakaan perguruan tinggi sebagai berikut.

1. Fungsi Edukasi

Perpustakaan merupakan sumber belajar bagi civitas akademika, oleh karena itu koleksi yang mendukung pencapaian tujuan pembelajaran, pengorganisasian

⁶ Rismayeti, "Perpustakaan Perguruan Tinggi: Pedoman, Pengelolaan dan Standarisasi", Jurnal Ilmu Budaya. Vol. 9 No. 2, Februari 2013.

bahan pembelajaran setiap program studi, koleksi tentang strategi belajar mengajar dan materi pendukung evaluasi pembelajaran. Dalam hal ini jelas, bahwa tugas pokok Perpustakaan Perguruan Tinggi ialah menunjang program Perguruan Tinggi yang salah satunya adalah bersifat edukasi. Sebagaimana kita ketahui bersama bahwa, cara belajar mahasiswa pada sebuah perguruan tinggi lebih bersifat serba aktif, hal ini terlihat dengan adanya kegiatan belajar terstruktur dan belajar mandiri sebagai tuntutan dari sistem SKS (Sistem Kredit Semester). Peranan dosen dalam hal ini bukan “mengajar” mahasiswa lagi , tetapi lebih tepat “ membelajarkan” mahasiswa. Seorang mahasiswa lebih dituntut untuk membaca sebanyak mungkin bahan bacaan yang ada di perpustakaan, terutama bahan bacaan yang berhubungan dengan mata kuliah yang sedang di tempuh. Terkadang tidak mengherankan bila ada Mahasiswa yang lebih banyak tahu dari Dosennya. Ini sering terjadi dan merupakan kenyataan dimana seorang dosen terkadang kewalahan menghadapi mahasiswa yang bertipe agresif karena banyak membaca.

2. Fungsi Informasi

Peranan perpustakaan, disamping sebagai sarana pendidikan juga berfungsi sebagai pusat informasi. Diharapkan perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan informasi sang pemakai (*user*). Terkadang memang tidak semua informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dapat dipenuhi, karena memang tidak ada perpustakaan yang dapat memenuhi semua kebutuhan informasi pemakai. Untuk itu dibutuhkan peran pustakawan yang bisa memberikan arahan kemana sebaiknya mencari informasi yang dibutuhkan. Misalnya dengan menggunakan layanan rujukan dan media Internet.

3. Fungsi Riset (penelitian)

Salah satu fungsi dari Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah mendukung pelaksanaan riset yang dilakukan oleh civitas akademika melalui penyediaan informasi dan sumber-sumber informasi untuk keperluan penelitian pengguna. Informasi yang di peroleh melalui perpustakaan dapat mencegah terjadinya duplikasi penelitian. Kecuali penelitian yang akan dilakukan merupakan penelitian

yang berkelanjutan. Oleh karena itu, melalui fungsi riset diharapkan karya-karya penelitian yang dilakukan oleh civitas akademika akan semakin berkembang.

4. Fungsi Rekreasi

Perpustakaan disamping berfungsi sebagai sarana pendidikan, juga berfungsi sebagai tempat rekreasi. Tentunya rekreasi yang dimaksud disini bukan berarti jalan-jalan untuk liburan, tetapi lebih berhubungan dengan ilmu pengetahuan. seperti dengan cara menyajikan koleksi yang menghibur pembaca misalnya bacaan humor, cerita perjalanan hidup seseorang, novel, dan membuat kreasi keterampilan.

5. Fungsi Publikasi

Perpustakaan selayaknya juga membantu melakukan publikasi karya yang dihasilkan oleh karya perguruan tingginya civitas akademika dan non akademik.

6. Fungsi Deposit

Perpustakaan menjadi pusat deposit untuk seluruh karya dan pengetahuan.

7. Fungsi Interpretasi

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

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa fungsi perpustakaan perguruan tinggi adalah mendukung pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diantaranya menyediakan informasi ilmiah untuk para mahasiswa, dosen dan staf maupun pengguna dari luar. Baik koleksi buku, majalah, surat kabar dan jenis koleksi lainnya.

Beberapa fungsi yang telah dijabarkan diatas, terlihat demikian luasnya fungsi perpustakaan bagi pemakainya, terutama bagi civitas akademika. Tetapi besarnya fungsi perpustakaan tersebut, terkadang belum dibarengi dengan perhatian lebih kepada perpustakaan. Masih ada sebagian Perpustakaan Perguruan Tinggi yang belum bisa melakukan tugas dan fungsinya secara optimal. Hal ini diakibatkan

adanya kendala yang terkadang sulit dipecahkan, misalnya dalam memenuhi kebutuhan sumber daya manusia (SDM) dan sarana dalam pelaksanaan tugas.

Adanya aturan-aturan panjang dalam rangka pengadaan SDM atau peralatan perpustakaan merupakan salah satu faktor utamanya. Selain itu, perbandingan antara pemakai yang dilayani dengan petugas yang ada belum sesuai. Padahal sebuah Perpustakaan Perguruan Tinggi, walaupun itu perpustakaan yang ada di sebuah fakultas, membutuhkan beberapa orang tenaga pengelola. Karena pada dasarnya, kegiatan di perpustakaan bukan hanya melayani peminjaman dan pengembalian buku saja, tetapi meliputi juga penanganan administrasi, pengadaan, pengolahan, sirkulasi dan referensi. Apalagi di zaman teknologi informasi sekarang ini. Informasi yang beredar begitu pesat perkembangannya, perpustakaan dituntut untuk bisa menyeimbangkan antara informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dengan informasi yang tersedia di perpustakaan. Disinilah dibutuhkan peran pustakawan yang terlatih dan profesional untuk bisa menghadapi kondisi tersebut.⁷

C. Meningkatkan Kualitas Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan perguruan tinggi adalah sebuah perpustakaan yang berada di lembaga pendidikan tinggi dalam yaitu universitas, dan tidak terlepas dari konteksnya. Oleh karena itu keberadaan perpustakaan perguruan tinggi dipengaruhi oleh visi, misi serta fungsi universitas di mana perpustakaan berada. Kelompok perpustakaan universitas tidak terlepas dari kelompok yang terjadi di dalam perpustakaan universitas. Dalam konteks tersebut perpustakaan di tempatkan sebagai sebuah unit penunjang kegiatan akademik di luar fakultas seperti yang digambarkan dan dijelaskan dalam buku pedoman perpustakaan perguruan tinggi (Perpustakaan Perguruan Tinggi: Buku Pedoman, 2004) dan mendukung pelaksanaan tri darma perguruan tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) seperti yang diamanatkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia

⁷ Imran Berawi, "Mengenal Lebih Dekat Perpustakaan Perguruan Tinggi", Jurnal Iqra', Vol. 06 No. 01, Mei 2012, h. 49-51.

Nomor 43 Tahun 2007, tentang perpustakaan. Louis Round Wilson and Maurice Tauber mengungkapkan bahwa fungsi pendidikan tinggi dalam hal ini universitas terkait dengan (1) kekekalan pengetahuan dan pemikiran, (2) pengajaran, (3) penelitian, (4) publikasi, (5) penyebaran dan layanan, (6) interpretasi (Budd, 2005). Segala daya upaya yang dilakukan perpustakaan universitas mengarah kepada enam hal tersebut.

Untuk meningkatkan kualitas perguruan tinggi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran perpustakaan, dalam melakukan strategi pemasaran perpustakaan, dalam melakukan strategi perpustakaan peran pustakawan sangat dibutuhkan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan pustakawan adalah melakukan promosi, maka peran pustakawanlah untuk memasarkan produknya untuk memuaskan konsumen, dalam hal ini mempromosikan perpustakaan, maka pustakawan perlu mengenal perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau, mempergunakan barang-barang dan jasa. Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

- a. Tahap perolehan (*acquisition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*).
- b. Tahap konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*), dan mengevaluasi (*evaluating*).
- c. Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.⁸

⁸ Junaeti, dkk, "Peranan Perpustakaan Dalam Meningkatkan Kualitas Perguruan Tinggi: Konstruksi Pelayanan, Starategi, dan Citra Perpustakaan". Jurnal Libraria, Vol. 4, No. 1, Juni 2016, h. 38.

D. Masa Depan Perpustakaan Universitas

Dewasa ini informasi sedemikian melanda kehidupan masyarakat, termasuk di dalam perpustakaan universitas. Peran, fungsi dan tugas perpustakaan universitas dalam memberikan layanannya seolah-olah terlupakan oleh para penggunanya baik pengguna aktual maupun pengguna potensial. Oleh karenanya kemampuan dan keberadaan perpustakaan dalam membantu para penggunanya untuk memenuhi kebutuhan inipun perlu diperkenalkan dan diingatkan terus menerus kepada mereka.

Disinilah pentingnya peran pemasaran perpustakaan. Tidak sekedar untuk menunjukkan bahwa perpustakaan masih ada tetapi lebih dari itu adalah untuk mengingatkan kembali kepada para penggunanya bahwa perpustakaan memiliki peran yang sangat sentral dalam pemenuhan kebutuhannya.

Bahwa keberadaan perpustakaan akan dapat membuka pikiran para penggunanya sehingga pada akhirnya mereka akan mampu untuk bertahan hidup dan bahkan bersaing untuk mencapai apa yang diinginkannya. Seperti sebuah pepatah mengatakan *the mind is like a parachute; it works best when it is open* (Raish).

Tugas perpustakaan universitas adalah membuka pikiran para pengguna perpustakaan universitas agar mereka mampu mengatasi masalah yang dihadapinya sendiri atau bersama-sama dengan pihak lain. Maka dalam penyelenggaraannya, perpustakaan universitas harus mampu mengumpulkan, mengolah, menyediakan dan menyebar-luaskan informasi yang dimilikinya kepada masyarakat kampus.

Upaya ini semata-mata untuk memenuhi kebutuhan masyarakat kampus dengan memperkaya pengetahuan mereka serta memperbaiki mutu belajar mahasiswanya. Pada dasarnya Perpustakaan atau pusat informasi sekarang adalah sebuah sistem terbuka yang menerima masukan dari luar, menyerapnya, mentransformasikan informasi itu, dan kemudian menyampaikannya kembali kedalam lingkungannya. Smith menyimpulkan ada enam hal mengenai pencapaian masa depan perpustakaan akademik.

1. Perpustakaan akademik bukan sebuah akhir dari dirinya sendiri, untuk jangka panjang perpustakaan harus memuat sumber informasi dan menyediakan layanan tanpa perantara bagi para pelanggan yang menginginkannya.
2. Jika perpustakaan akademik masih ingin tetap sebagai komponen vital dari lembaga induknya, maka perpustakaan akademik harus memahami tekanantekanan yang dihadapi dunia pendidikan tinggi. Menyediakan dukungan bagi aktivitas pengajaran dan pembelajaran, walaupun anggaran kebutuhan pendukung akademik lembaga berubah dan cenderung terbatas.
3. Gagasan bahwa perpustakaan sebagai sebuah koleksi dari bahan-bahan yang kita miliki secara lokal—terutama buku-buku—tidak sesuai lagi dengan realita. Migrasi kearah suatu lingkungan digital harus dilakukan. Informasi dikemas dalam berbagai bentuk dan dapat disampaikan langsung ke *end users*, tanpa mediasi manusia secara langsung, sehingga mampu berkompetisi dengan penyedia informasi lain.
4. Fasilitas perpustakaan akademik tetap menjadi jantung dari lembaga masingmasing untuk memperluas jalinan pembelajaran seperti pengajaran kelas, pengajaran yang berbasis pada laboratorium, penelitian yang berbasis komputer, kajian pribadi, interaksi dalam komunitas virtual, dan kerjasama diantara staf pengajar, staf perpustakaan, dan mahasiswa.
5. Perpustakaan akademik melanjutkan sumber luar atau mengakui fungsi-fungsi menejemen informasinya kepada entitas non-perpustakaan.
6. Perpustakaan yang gagal berinovasi akan mati secara perlahan.

Itulah alasan mengapa perpustakaan akademik tetap diperlukan dan harus terus berjuang di tengah-tengah lingkungannya. Lima dalil dalam hukum yang dikemukakan oleh Ranganathan dapat menjelaskan untuk apa perpustakaan ada dan berada di tengah-tengah masyarakatnya. Sekalipun telah melewati milenium, keberadaan hukum ini masih tetap relevan untuk dijadikan spirit bagi pengembangan dan perubahan-perubahan perpustakaan.

Hukum ini membantu kita fokus pada dua aspek kunci dari layanan perpustakaan. Pertama, perpustakaan adalah mengenai apa yang kita sebut dengan 'buku' walaupun saat ini telah diperluas menjadi segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi dan karya imajinasi kreatif—objek informasi. Kedua, dan mungkin yang lebih penting, Ranganathan mengingatkan kepada kita bahwa perpustakaan adalah tentang orang—pembaca, pengguna, pelanggan—yang menggunakan obyek informasi yang terpusat.

Tren organisasi modern termasuk dalam perpustakaan, yang menjadi prinsip penggerak kearah keberhasilan adalah layanan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Layanan yang ditawarkan berbasis pada pertimbangan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perpustakaan harus berubah. Model lama mendasarkan diri pada pemikiran perpustakaan merupakan gudang pengetahuan, namun sekarang berada dibawah konsep yang mendasarkan diri pada pengembangan peran perantara.

Cowley and Hammond dalam Bhatti menyimpulkan hubungan antara staf perpustakaan dan staf akademik merupakan faktor kunci dalam pengembangan pendidikan pengguna yang efektif. Samuel Green, Pustakawan Perpustakaan Worcester Library dan mantan presiden Asosiasi Perpustakaan Amerika menyatakan:

Perpustakaan yang ideal adalah yang mengundang setiap orang yang memiliki pertanyaan untuk ditanyakan datang ke perpustakaan dan mengajukan pertanyaannya, dengan jaminan bahwa dia akan diterima dengan baik, pertanyaannya dipertimbangkan dengan penuh simpatik, dan setiap usaha dibuat untuk menemukan jawaban yang diinginkan.⁹

⁹ Darmanto, "Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga", Tesis, Universitas Indonesia, 2011. h. 11-13.

E. Pengguna Perpustakaan Universitas

Sesuai dengan peran perpustakaan universitas yang adalah menunjang dan mendukung proses belajar mengajar dan bahkan penelitian, maka perpustakaan universitas harus melayani kebutuhan dan sekaligus membantu semua pengguna perpustakaan universitas (pengguna aktual dan potensial) untuk memenuhi semua kebutuhan yang berkaitan erat dengan proses belajar, mengajar dan penelitian. Pengguna utama perpustakaan universitas adalah komunitas universitas. Karena alasan keberadaan koleksi dan layanan di perpustakaan akademik adalah keberadaan komunitas universitas yang harus dipahami dengan baik oleh perpustakaan dan pustakawan universitas. Ada dua pengguna utama perpustakaan universitas yaitu pengajar dan mahasiswa.

1. Pengajar

Waktu terbanyak yang dihabiskan oleh pengajar adalah terkait erat dengan ilmu pengetahuan dan pengembangan dan perkembangannya. Seorang pengajar dituntut untuk senantiasa memperbaharui wawasan keilmuannya sesuai dengan fungsi dan tugasnya di dalam universitas. Dua tugas utama pengajar didalam universitas, yaitu: a. Mengajar

Sebagian waktu terbesar yang dihabiskan oleh pengajar adalah untuk mengajar. Oleh karena itu perpustakaan dan pustakawan harus benar-benar memahami terhadap efisiensi waktu yang digunakan para pengajar dalam pemenuhan kebutuhan informasinya. Untuk menunjang tugas pengajar ini dengan baik, maka perpustakaan dapat mengadopsi tiga strategi sebagai berikut seperti yang disarankan David Dowell dan Jack Scott yaitu menjangkau setiap pengajar, membangun infrastruktur perpustakaan, dan menempatkan perpustakaan didalam proses pembuatan keputusan akademik dan proses pembuatan keputusan sumber informasi perguruan tinggi. Strategi ini secara implisit adalah pentingnya hubungan antara pengajar dan pustakawan sebab perpustakaan akan kebanyakan dinilai dari perpustakaan oleh pengajar adalah pelayanan perpustakaan. b. Penelitian

Pada beberapa universitas seperti universitas penelitian aktivitas utama pengajar adalah penelitian dan peran pendukung perpustakaan pada penelitian tersebut sangat dibutuhkan. Dalam hal ini perpustakaan bertindak sebagai sumber informasi itu sendiri dan akses bibliografis dan intelektual ke informasi. Disinilah perpustakaan sebenarnya menjadi sebuah *gateway* ke informasi bahkan ke knowledge bagi ilmuwan. Pustakawan harus memikirkan *content*, *users*, dan *media* untuk memenuhi ideal akses. Pengajar terkadang juga menganggap bahwa perpustakaan adalah milik mereka terutama untuk koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan. Hal ini bisa terjadi manakala perpustakaan mengalokasikan pendanaan fakultas dan melibatkan pengajar dalam memilih koleksi. Tendensi kepemilikan ini dapat memunculkan kesulitan potensial bagi perpustakaan manakala perpustakaan akan merubah kebijakan dan aktivitasnya. Perubahan kurikulum yang dilakukan oleh para pengajar juga akan banyak mempengaruhi perpustakaan. Demikian juga sebaliknya tidak jarang perubahan kebijakan dan aktivitas perpustakaan akan cukup mempengaruhi pengajar.

2. Mahasiswa

Populasi terbesar yang dilayani oleh perpustakaan universitas adalah mahasiswa. Perpustakaan universitas yang efektif akan merangkul sebuah peran aktif dalam pembelajaran mahasiswa. Layanan yang dirancang akan berpusat pada mahasiswa dan bagaimana kegiatan pembelajaran dapat difasilitasi.¹⁰

F. Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi

Ada sebuah pernyataan yang mengatakan bahwa sebagian besar orang yang bekerja dan kuliah di universitas memiliki sangat sedikit pengetahuan tentang perpustakaan. Bagi mahasiswa ini mungkin disebabkan oleh pembentukan gambaran tentang perpustakaan di sekolah asalnya atau bagi pengajar barangkali karena pengalaman mereka dulu ketika menjadi mahasiswa, dan merupakan upaya

¹⁰ Darmanto, Disertasi Doktor: “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga” (Depok: FIB UI, 2011), 13-15.

yang cukup sulit untuk meyakinkan mereka bahwa perpustakaan yang sekarang mereka hadapi berbeda dari yang dulu.

Merubah perpustakaan saat ini mungkin akan menemui perlawanan dari pengajar dan administrasi perguruan tinggi atau universitas, karena mereka memandang perubahan yang akan dilakukan tidak perlu dan sia-sia. Di pikiran mereka barangkali tergambar sebuah “perpustakaan akademik yang pantas.” Bagi mahasiswa mereka sadar bahwa perpustakaan dapat menyediakan buku dan artikel jurnal untuk silabus kuliah mereka, tetapi mereka tidak benar-benar melihat perpustakaan yang sesuai dalam kehidupan mereka. Maka dari itu, perpustakaan universitas membutuhkan strategi pemasaran.

Sebuah rencana praktis untuk meningkatkan kesadaran komunitas universitas terhadap perpustakaan yang harus dikembangkan untuk perpustakaan masa depan. Maka komunikasi terhadap para pengguna perpustakaan pun harus dibuka selebar-lebarnya untuk mendapatkan sebuah pemahaman bersama terhadap kebutuhan para pelanggan perpustakaan. Karena sekali lagi kehadiran perpustakaan universitas di tengah-tengah komunitas universitas adalah dalam rangka membantu memenuhi kebutuhan informasi komunitasnya. Spalding dan Wang dalam artikel *The challenges and opportunities of marketing academic libraries in the USA: Experiences of US academic libraries with global application*, mengutip pendapat Lewis (2000) bahwa Sebuah rencana strategis akan menyediakan sebuah struktur untuk menganalisa peluang dan tantangan yang terjadi sekarang dan masa depan sebuah wajah organisasi. Rencana strategis akan memaksa perpustakaan universitas untuk mengartikulasikan dengan jelas visinya di masa depan, dan apa misi kuncinya yang berhubungan dengan misi universitas sebagai lembaga induknya.

Perpustakaan universitas jarang memiliki rencana pemasaran. Apa yang dilakukan selama ini lebih banyak mengambil dari sini dan dari sana, melakukan sebentar kemudian meninggalkannya seperti bulletin dan brosur. Spalding dan Wang juga mengatakan bahwa dengan menggunakan prinsip-prinsip dan teknik pemasaran, perpustakaan dapat memahami kebutuhan penggunanya dengan lebih baik, dapat memberikan alasan yang tepat terhadap pembiayaan, mengkomunikasikan dengan lebih efektif ke bermacam-macam audiens eksternal,

serta mencapai efisiensi lebih besar dan hasil yang optimal dalam menyampaikan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan kliennya yang teridentifikasi.¹¹

G. Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi

Istilah strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumber daya sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tertentu.¹² Sedangkan pengertian pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajerial. Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut adalah masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditi.¹³

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah.

Adapun dalam rangka mewujudkan strategis pemasaran perpustakaan maka dapat merujuk pada pemaparan tiga strategi dalam pemasaran, yakni sebagai berikut.¹⁴

¹¹ Darmanto, Disertai Doktor: “Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga” (Depok: FIB UI, 2011), 15-16.

¹² Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1997), h.19.

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006, h. 4.

¹⁴ Nur Syahid, *Strategi Pemasaran Jasa Perpustakaan Perguruan Tinggi*, Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, (s.a), h. 9.

1. Meraih posisi produk

Meraih posisi produk yaitu menetapkan produk informasi yang diinginkan pasar. Apa ragam informasi yang akan disuguhkan, apa saja jenisnya, hendak dikemas dalam bentuk apa dan bagaimana bentuk pelayanannya.

Meraih posisi produk ini dapat ditempuh melalui:

- a. Memahami lingkungan (kecenderungan dinamika pasar).
- b. Memusatkan perhatian; selain mengenai teknik operasional, public relation dan kepercayaan.
- c. Mencari sasaran yang tepat; mengkonsentrasikan produk-produk tertentu, untuk beberapa kelompok pemakai tertentu saja, atau mengetahui segmen sasarannya.
- d. Bereksperimen, dinamis, kreatifitas, dalam menciptakan produk baru - kemasan baru perpustakaan. Misalnya mengenai layout, waktu dan jenis layanan serta kemasan informasinya.

2. Meraih posisi pasar

Meraih posisi pasar yaitu menciptakan kepercayaan/pengetahuan dan pasar (kredibilitas), produk yang dikeluarkan dapat memenuhi kebutuhan pasar, sehingga akan mendapat pujian dan pasar. Adapun upaya yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut.

- a. Memanfaatkan dan mulut ke mulut, menyampaikan pesan-pesan yang positif tentang image perpustakaan.
- b. Membina infrastruktur pasar, melakukan kerjasama, partnership dan menjadi pelaku komunikasi.
- c. Mengembangkan hubungan-hubungan antar perpustakaan, membuka sistem jaringan.
- d. Melayani pemakai yang tepat, ketepatan dalam menjaring pengguna, siapa saja yang seyogyanya dimotivasi. Perlu menjadikan potensial user ke actual user.

- e. Menjalin hubungan dengan media massa. Melalui pemberitaan di media massa, umumnya mampu menyentuh masyarakat dan akhirnya menimbulkan kepercayaan pada masyarakat.

3. Meraih posisi organisasi,

Upaya yang dapat dilakukan adalah menanamkan image yang positif mengenai perpustakaan., menerapkan konsep managerial, kualifikasi pustakawan, ditinjau dan intelektualnya, kepribadiannya serta kiat seninya.

H. Promosi Perpustakaan Perguruan Tinggi

Perpustakaan merupakan sumber informasi dan lembaga perantara yang sangat penting dalam proses komunikasi dalam sebuah perguruan tinggi. Namun banyak pengguna yang tidak memanfaatkan layanan yang ada di perpustakaan. Itu dikarenakan banyaknya pengguna yang enggan untuk menggunakan dan memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan di perpustakaan tersebut. Bahkan ada pengguna yang enggan untuk datang di perpustakaan meskipun hanya berkunjung saja. Oleh karena itu perpustakaan harus melakukan kegiatan promosi agar dapat menarik perhatian pengguna untuk berkunjung ke perpustakaan dan mengenal perpustakaan, sehingga mereka mau memanfaatkan perpustakaan secara maksimal.

Berikut beberapa promosi perpustakaan perguruan tinggi yang dapat dilakukan, yaitu sebagai berikut.¹⁵

1. Mengadakan pendidikan pengguna

Kegiatan pendidikan pengguna dilaksanakan rutin setiap tahunnya. Kegiatan ini mempunyai peran penting dalam mempromosikan dan menjelaskan bagaimana cara menggunakan perpustakaan. Karena selain menarik pengunjung untuk setidaknya mau datang ke perpustakaan, kegiatan ini juga mengajarkan

¹⁵ Retno Tri Widyastuti, *Tugas Akhir: Promosi sebagai Strategi Pemasaran Jasa di Perpustakaan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, Surakarta: Fakultas Ilmu dan Ilmu Politik, 2012, h. 47.

bagaimana menggunakan perpustakaan yang baik dan benar, khususnya dalam penggunaan dan pemanfaatan layanan.

2. Mengadakan seminar

Seminar pada umumnya merupakan sebuah bentuk pengajaran akademis, baik di sebuah universitas maupun diberikan oleh suatu organisasi komersial atau profesional. Sebuah seminar biasanya memiliki fokus pada suatu topik yang khusus, di mana mereka yang hadir dapat berpartisipasi secara aktif. Seminar seringkali dilaksanakan melalui sebuah dialog dengan seorang moderator seminar, atau melalui sebuah presentasi hasil penelitian dalam bentuk yang lebih formal.

3. Mencetak Brosur atau Pamflet

Brosur adalah terbitan tidak berkala yang dapat terdiri dari satu hingga sejumlah kecil halaman, tidak terkait dengan terbitan lain, dan selesai dalam sekali terbit. Halamannya sering dijadikan satu (antara lain dengan stapler, benang, atau kawat), biasanya memiliki sampul, tapi tidak menggunakan jilid keras. Biasanya dalam brosur ini berisi sekilas tentang sejarah perpustakaan, visi dan misi perpustakaan, pelayanan dan fasilitas yang ada di perpustakaan, koleksi-koleksi yang dimiliki perpustakaan, kegiatan yang dilakukan perpustakaan, jam buka perpustakaan, dan keanggotaan perpustakaan. Mencetak brosur atau pamflet ini diharapkan para pengguna yang belum pernah mengunjungi perpustakaan bisa tertarik untuk berkunjung dan memanfaatkan fasilitas dan layanan di Perpustakaan perguruan tinggi setelah membaca brosur atau pamflet tersebut.

4. Majalah Dinding (Mading)

Banyak sekali kegiatan yang dilakukan dalam mempromosikan perpustakaan. Majalah dinding merupakan salah satu sarana komunikasi massa dalam bentuk tertulis yang bisa dijadikan sebagai sarana promosi perpustakaan. Majalah dinding biasanya ditempel di tempat yang strategis agar mudah dibaca. Selain bisa dijadikan sarana promosi, mading juga merupakan sarana untuk mengapresiasi ide-ide para mitra perpustakaan. Mereka bisa menulis apapun mengenai perpustakaan misalnya tentang resensi buku baru maupun hal lain seperti

puisi, cerpen, bahkan ramalan bintang. Mading tersebut dibuat seperti stand, kadang-kadang stand dibuat sesuai dengan event atau peringatan hari penting. Setidaknya mading ini bisa menarik perhatian para pengguna untuk berkunjung ke perpustakaan.

5. Web Perpustakaan

Era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin maju sekarang ini, maka perpustakaan dituntut pula untuk memberikan informasi yang cepat dan mudah. Untuk itu, Perpustakaan perguruan tinggi perlu menggunakan media situs internet untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat. Layanan yang disediakan dalam situs internet ini biasanya terdiri dari profil, layanan, keanggotaan, staff, koleksi buku baru, penelusuran buku (OPAC).

6. Berita/Pengumuman

Berita atau pengumuman digunakan untuk menginformasikan jika ada pengumuman-pengumuman mengenai Perpustakaan perguruan tinggi, baik dari kegiatan, kebijakan ataupun yang lainnya. Melalui situs ini maka setiap orang yang ingin mengetahui informasi tentang Perpustakaan perguruan tinggi bisa membukanya secara bebas. Informasi yang tersedia selain mengenai perpustakaan, juga mengenai jenis-jenis kegiatan yang telah dan akan dilaksanakan. Sehingga ini cara mudah untuk mengetahui tentang Perpustakaan tersebut tanpa berkunjung langsung ke Perpustakaan perguruan tinggi.

BAB III

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pemaparan materi yang telah dikemukakan penulis di atas, maka ada beberapa yang bisa tarik dalam makalah Startegi Pemasaran Perguruan Tinggi—ini, yaitu sebagai berikut:

1. Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang berada dalam suatu perguruan tinggi atau perguruan tinggi. Perpustakaan ini membantu jalannya kegiatan belajar-mengajar di sebuah perguruan tinggi.
2. Perpustakaan perguruan tinggi memiliki berbagai macam fungsi, yaitu: fungsi edukasi, fungsi informasi, fungsi riset (penelitian), fungsi rekreasi, fungsi publikasi, fungsi deposit, dan interpretasi.
3. Meningkatkan kualitas perpustakaan perguruan tinggi bisa dengan strategi pemasaran perpustakaan. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu promosi perpustakaan. Peran pustakawan yang sangat dibutuhkan dalam hal ini.
4. Keberadaan perpustakaan dapat membuka pikiran para penggunanya sehingga pada akhirnya mereka akan mampu untuk bertahan hidup dan bahkan bersaing untuk mencapai apa yang diinginkannya. Untuk itu, masa depan perpustakaan tinggi masih memiliki masa depan cerah. Para pengguna memerlukan perpustakaan untuk mengajar dan belajar di perguruan tinggi tersebut.
5. Pengguna perpustakaan tinggi terbagi menjadi dua yaitu tenaga pengajar (dosen) dan mahasiswa.
6. Pemasaran perpustakaan perguruan tinggi sangat penting dilakukan, karena kehadiran perpustakaan perguruan tinggi di tengah-tengah komunitas perguruan tinggi adalah dalam rangka membantu memenuhi kebutuhan informasi komunitasnya. Rencana strategis akan memaksa perpustakaan untuk mengartikulasikan dengan jelas visinya di masa depan, dan apa misi kuncinya yang berhubungan dengan misi universitas sebagai lembaga induknya.

7. Strategi pemasaran perpustakaan perguruan tinggi terbagi ke dalam beberapa bagian, seperti yang dipaparkan oleh Regis M Kenna (1985) yaitu: meraih posisi produk, meraih posisi pasar, dan meraih posisi organisasi.
8. Promosi perpustakaan perguruan tinggi bisa melalui berbagai metode berikut, yaitu: mengadakan pendidikan pengguna, mengadakan seminar, mencetak brosur atau pamflet, majalah dinding (mading), web perpustakaan, dan berita/pengumuman.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa dalam makalah ini masih jauh dengan kata sempurna. Saya berharap kepada pembaca bisa memaklumi hal tersebut. Oleh karena itu saya meminta maaf sebesar-besarnya atas kesalahan ini. Penulis juga berharap kepada pembaca agar bisa memberi kritik atau masukan dalam makalah ini agar penulis bisa memperbaikinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Berawi, Imran, “*Mengenal Lebih Dekat Perpustakaan Perguruan Tinggi*”, Jurnal Iqra’, Vol. 06 No. 01, Mei 2012, h. 49-51.
- Darmanto, Disertasi Doktor: “*Strategi Pemasaran Perpustakaan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Perpustakaan Universitas*”, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga” Depok: FIB Universitas Indonesia, 2011.
- Junaeti, dkk, “*Peranan Perpustakaan Dalam Meningkatkan Kualitas Perguruan Tinggi: Konstruksi Pelayanan, Starategi, dan Citra Perpustakaan*”, Jurnal Libraria, Vol. 4, No. 1, Juni 2016.
- Melfianora, *Penulisan Karya Tulis Ilmiah dengan Studi Literatur*, Pekanbaru: UPT Balai Pelatihan Penyuluh Pertanian, (s.a).
- Prastowo, Andi, *Sumber Belajar dan Pusat Sumber Belajar: Teori Aplikasinya di Sekolah/Madrasah*, Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Rangkuti, Freddy, *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2006.
- Rismayeti, “*Perpustakaan Perguruan Tinggi: Pedoman, Pengelolaan dan Standarisasi*”, Jurnal Ilmu Budaya. Vol. 9 No. 2, Februari 2013.
- Syahid, Nur, *Strategi Pemasaran Jasa Perpustakaan Perguruan Tinggi*, Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, (s.a).
- Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2007 tentang Perpustakaan, Bab I Pasal 1, diakses melalui <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://www.bpkp.go.id/public/upload/uu/2/36/4307.pdf&ved=2ahUKEwjctJOA9OnoAhVZIEsFHW17D9MQFjAAegQIAxAB&usg=AOvVaw2LLAofZidhpge9VQTAXxn9>, pada tanggal 15 Maret 2020 pukul 15.40 WITA.

Widyastuti, Retno Tri, *Promosi sebagai Strategi Pemasaran Jasa di Perpustakaan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2012.