

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perpustakaan perguruan tinggi merupakan jantung bagi suatu universitas. Perkembangan ilmu pengetahuan saat ini menyebabkan perpustakaan tidak hanya menjadi tempat menyimpan buku, tetapi lebih dari itu, yaitu menjadi sumber atau tempat mencari informasi yang dapat ditemukan di perpustakaan. Perpustakaan mempunyai peran sebagai agen perubahan, karena perpustakaan tidak lepas dari perannya sebagai pusat pendidikan.

Secara umum, perpustakaan perguruan tinggi merupakan suatu tempat yang menyediakan informasi dalam berbagai bentuk yang diberikan untuk melayani pemustakanya, baik dosen, mahasiswa/karyawan dengan tujuan membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya yaitu tri dharma perguruan tinggi yang termasuk perpustakaan perguruan tinggi ialah perpustakaan jurusan, bagian, fakultas, universitas, institute, sekolah tinggi, akademi maupun perpustakaan program non gelar.<sup>1</sup>

Istilah perpustakaan telah memberi konotasi tentang adanya peminjaman dan pengambilan materi perpustakaan. Kebanyakan apa yang dipinjamkan di kembalikan adalah berupa buku-buku, seringkali materi perpustakaan yang lain seperti majalah, surat kabar, bentuk mikro, hanya boleh dibaca di perpustakaan saja. Perpustakaan dapat dikatakan sebagai suatu lembaga yang membantu

---

<sup>1</sup>Rismayeti, "Jurnal Ilmu Budaya" Vol.9 No.2 (Februari 2013) h.12 (*Perpustakaan Perguruan Tinggi: Pedoman Pengelolaan dan Standarisasi*)

orang-orang datang untuk memanfaatkan jasanya. Menurut pengertian ini, perpustakaan tidak dimaksudkan sebagai lembaga yang ingin mencapai tujuan laba, tetapi lebih mengutamakan pelayanan kepada masyarakat pembaca atau pencari informasi. Perpustakaan juga perlu menerapkan filsafah dan prinsip-prinsip pemasaran yang modern agar dapat mencapai tujuan organisasi dengan baik.

Pemasaran adalah suatu usaha menawarkan dan mendekatkan produk kepada konsumen yang terjadi berdasarkan asas pertukaran. Pemasaran, seperti yang kita ketahui merupakan rangkaian kegiatan manajemen. Pemasaran, 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* termasuk perpustakaan. Mereka mempunyai produk yang perlu di pasarkan untuk kepentingan konsumen. Pemasaran di perpustakaan tidak memasarkan produk barang tapi jasa, dalam hal ini adalah informasi. Perpustakaan memiliki kekayaan yang bisa di pasarkan 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.

Di dalam Kamus Kepustakawanan Indonesia Pemasaran merupakan pendekatan yang terencana untuk mengidentifikasi dan mendapat dukungan pemustaka. Dalam hal ini perpustakaan harus mengembangkan jasa layanan informasi yang menguntungkan pemustaka

dan perpustakaan. Keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh produk, harga, promosi, dan bentuk fisik. Kemudian untuk mengetahui efisiensi dan efektivitas pemasaran perlu langkah-langkah strategis antara lain dengan melakukan analisis pasar, analisis sumber daya, dan analisis misi.<sup>2</sup>

Maka bukan hal yang berlebihan bila pemasaran jasa informasi di perpustakaan perlu dibicarakan. Informasi punya relevansi yang sangat tinggi dalam proses pengambilan keputusan, setiap individu membutuhkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Bagaimana perpustakaan mengoptimalkan layanannya bagi para pemburu informasi? Sebab tidak semua orang menyadari bahwa informasi dapat diperoleh di perpustakaan.

Pemasaran jasa perpustakaan dapat diartikan sebagai upaya mendekatkan dan mempromosikan jasa yang diselenggarakan perpustakaan demi kepentingan pengguna serta untuk meningkatkan keefektivan informasi yang dimiliki perpustakaan. Ketersediaan informasi pada suatu perpustakaan dapat diketahui pengguna apabila perpustakaan tersebut menyebarluaskan dan memasarkan informasi yang dimiliki.

Pemasaran jasa perpustakaan mencakup pula pemasaran informasi. Sejak dulu sebenarnya dengan komoditas lain adalah informasi tidak pernah habis dipasarkan. Informasi tetap akan berada pada pemiliknya bahkan bisa terus bertambah meskipun pengguna informasi tersebut suatu saat menjadi pesaing. Dengan kata lain informasi akan makin bertambah jika informasi tersebut makin banyak digunakan, sebaliknya komoditas atau suatu benda akan semakin bertambah bila tidak dipasarkan atau digunakan. Apalagi dengan adanya

---

<sup>2</sup>Lasa Hs, *Kamus Kepustakawanan Indonesia* (Yogyakarta:Pustaka Book Publisher, 2009), h.234

teknologi informasi, bertambah pula kekayaan informasi tersebut membantu dan memudahkan penghimpunan, penyebaran, sirkulasi dan perolehan umpan balik.

Istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Information and Communication Technology (ICT)*, sering kita dengar dipergunakan dalam diskusi-diskusi ilmiah yang menunjuk pada kemajuan teknologi khususnya komputer. Teknologi komunikasi dan informasi terdiri atas tiga kata yaitu: Teknologi, Informasi, dan Komunikasi yang masing-masing memiliki makna tersendiri.

Penerapan teknologi informasi (TI) di perpustakaan merupakan wujud dari suatu perubahan layanan. Perubahan ini yang mendorong perpustakaan untuk melakukan modernisasi pelayanan dan menerapkan TI dalam aktivitas kesehariannya. Tuntutan perubahan yang semakin besar ini seakan menjadi tantangan bagi perpustakaan untuk berbenah dan selalu inovatif untuk dapat memberikan layanan yang terbaik melalui fasilitas teknologi informasi (TI). Salah satu penerapan ICT dalam perpustakaan adalah pemasaran jasa informasi dengan ICT.<sup>3</sup>

Teknologi informasi atau *Information and Communication Technology (ICT)* telah membawa perubahan dalam berbagai sektor, termasuk perpustakaan. Perubahan penting dan mendasar bagi pengelolaan perpustakaan, baik dalam memberikan layanan maupun dalam menjalin hubungan antar lembaga, unit atau institusi.

---

<sup>3</sup>Wahyu Supriyatno dan Ahmad Muhsin, *Teknologi Informasi Perpustakaan* (Yogyakarta: Kanisius, 2008), h.18

Dewasa ini perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah berjalan dengan sangat pesat. Berbagai kemudahan memperoleh informasi dari berbagai penjuru dunia dalam hitungan detik, perkembangan teknologi informasi ikut berimbas positif terhadap pencitraan dunia kepastakawanan. Hal ini dapat ditandai dengan semakin mudah dan bervariasinya jenis informasi dan bentuk layanan yang dapat tersedia di perpustakaan. Wujud nyata dari teknologi informasi tersebut adalah sudah banyaknya saat ini perpustakaan menerapkan sistem informasi perpustakaan yang berbasis teknologi informasi.<sup>4</sup>

Terjadinya perubahan pola pikir tentang perpustakaan, yaitu penyediaan koleksi yang dimiliki ke arah konsep “tidak harus memiliki” akan tetapi dapat “memberikan informasi”, telah menjadikan jalinan kerjasama antar perpustakaan dalam menampilkan koleksi yang dapat memudahkan penyampaian informasi, semakin mudah untuk diwujudkan, apalagi dengan adanya *ICT*. Maka konsep gedung yang besar dan mewah serta banyaknya koleksi bukan merupakan sesuatu yang ideal lagi.

Oleh karena itu pengembangan perpustakaan yang berbasis *ICT* atau teknologi informasi dan komunikasi bagi tenaga pengelola perpustakaan, dapat membantu pekerjaan di perpustakaan melalui fungsi sistem otomatisasi perpustakaan, sehingga proses pengelolaan perpustakaan lebih efektif dan efisien. Salah satu penerapan *ICT* dalam perpustakaan adalah dengan pemasaran jasa informasi menggunakan sistem *ICT*.

---

<sup>4</sup> Hidayani, “*Buletin Perpustakaan UIN Suka Riau*”, No.99 Thn.V.2011, h.20-21

Seperti halnya perpustakaan perguruan tinggi, sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, komunikasi dan budaya serta peningkatan kebutuhan pemustaka maka salah satu fungsi perpustakaan yaitu *dissemination of information center* yang artinya bahwa perpustakaan perguruan tinggi tidak hanya mengumpulkan, mengelolah, melayani, dan melestarikan namun juga berfungsi menyebarkan atau memasarkan jasa-jasa serta produk apa saja yang dimiliki perpustakaan tersebut.

Tempat yang peneliti ambil yaitu UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya, berdasarkan observasi yang penulis lakukan di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya, UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya telah melakukan pemasaran jasa informasi dengan menggunakan *Information and Communication Technologi(ICT)*, tetapi belum melakukannya secara efektif. Seharusnya para pemustaka dapat mencari informasi yang diingikannya hanya dengan melalui situs website perpustakaan, di website telah disediakan informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pemustaka. Selain melakukan pemasaran melalui sistem *Information and Communication Technologi (ICT)* perpustakaan Universitas Sriwijaya juga melakukan pemasaran dengan sistem lain, seperti melalui media televisi dan lain-lain. Hal inilah menjadi dasar peneliti untuk meneliti masalah efektivitas pemasaran jasa informasi dengan sistem *Information and Communication Technologi (ICT)* di perpustakaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai : **EFEKTIVITAS PEMASARAN JASA INFORMASI**

**MELALUI SYSTEM *INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY (ICT)* DI UPT PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDERALAYA.**

**1.2 Rumusan Masalah dan Batasan Masalah**

**A. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas dapat dirumuskan beberapa masalah, sebagai berikut:

1. Apa saja jasa informasi yang tersedia di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya?
2. Seberapa luas spectrum sebaran *Information and Communication Technology (ICT)* ke tengah khalayak pengguna (*user*)?
3. Berapa besar korelasi tinggi rendahnya jumlah pengguna jasa informasi di Universitas Sriwijaya Inderalaya setelah tersosialisasinya system *Information and Communication Technology (ICT)*?

**B. Batasan Masalah**

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengembang dari tujuan penelitian sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis membatasi masalah Pemasaran Jasa Informasi hanya melalui sistem *Information and Communication Technology (ICT)*.

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui jasa informasi apa yg tersedia di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya
- b. Untuk mengetahui seberapa luas spectrum sebaran *Information and Communication Technology (ICT)* ke tengah khalayak pengguna (*user*)
- c. Untuk mengetahui besaran korelasi tinggi rendahnya jumlah pengguna jasa informasi di Universitas Sriwijaya Inderalaya setelah tersosialisasinya system *Information and Communication Technology (ICT)*

#### 2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

##### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mejadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu perpustakaan dan informasi serta menambah kajian ilmu perpustakaan khususnya terhadap layanan perpustakaan

##### b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemustaka dalam pengambilan keputusan guna menemukan kebijakan organisasi. Dan bagi pihak lain penelitian ini

juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi untuk mengadakan penelitian serupa.

#### **1.4 Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka adalah menginformasikan penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan dengan penulisan dengan demikian dapat diketahui perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian dan karya tulis ilmiah yang pernah dilakukan sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang sedang direncanakan dan menunjukkan bahwa penelitian yang akan dilakukan penulis belum pernah dibahas atau diteliti. Kemudian beberapa kajian pustaka yang penulis ambil dalam penelitian ini dapat dari literature yang berupa buku cetak, artikel dan skripsi. Berikut penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kajian penelitian ini.

Kurnia Febriyanti, dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh Pemasaran Jasa Informasi terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Bina Darma Palembang* penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran jasa informasi dan kegiatan pemanfaatan perpustakaan di perpustakaan Universitas Bina Darma Palembang. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh ada beberapa pengaruh yang signifikan antara pemasaran jasa informasi dengan pemanfaatan perpustakaan oleh mahasiswa, pada perhitungan dengan korelasi product moment diperoleh nilai sebesar 0,752 sedangkan table dengan  $N= 125$  pada taraf signifikan  $R5\%$  maupun  $R1\%$  ( $0,230 < 0,752 > 0,176$ ). Hasil menunjukkan bahwa semakin baik pemasaran jasa informasi yang ada di

perpustakaan maka semakin tinggi pula minat kunjungan dan pemanfaatan perpustakaan oleh mahasiswa.<sup>5</sup>

Nooriko Retno Widuri, dalam artikel perpustakaan yang berjudul “*Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan*” yang isinya pemasaran, umumnya berkaitan erat dengan produk nyata seperti barang dan bersifat *profit oriented*. Pemasaran terbatas pada dunia bisnis saja, namun juga penting bagi lembaga, instansi, atau organisasi yang bersifat *non-profit oriented* termasuk perpustakaan. Pemasaran perpustakaan tidak memasarkan produk barang, tapi produk jasa informasi guna kepentingan pemakai. Agar perpustakaan dapat optimalkan 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.<sup>6</sup>

Khairani Parinduri, dalam sripsinya yang berjudul “*Hubungan Implementasi Pemasaran Jasa Informasi dengan Pemanfaatan Layanan Perpustakaan pada Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi (BPAD) Provinsi Sumatera Utara*” yang isinya dari hasil pengelolaan data dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara implementasi pemasaran jasa perpustakaan dengan pemanfaatan layanan perpustakaan pada Badan Perpustakaan Arsip dan Dokumentasi (BPAD) Provinsi Sumatera Utara, dengan demikian hipotesis diterima. Koefisien determinasi hasil korelasi adalah sebesar

---

<sup>5</sup>Kurnia Febriyanti, *Pengaruh Pemasaran Jasa Informasi terhadap Pemanfaatan Perpustakaan di Perpustakaan Universitas Bina Darma Palembang*, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2014), h.i

<sup>6</sup>Noorika Retno Widuri, *Pemasaran Jasa Informasi di Perpustakaan* artikel di akses pada 11 November 2014 dari <http://dii.lipi.go.id/bacaindex.php/bacaarticleview7775>.

0.96 atau 96%, hal ini menunjukkan bahwa 96% pemanfaatan layanan perpustakaan berhubungan dengan implementasi pemasaran jasa.<sup>7</sup>

Beberapa penelitian diatas belum ada yang membahas sripsi tentang efektivitas pemasaran jasa informasi melalui sistem *information and communication technology* di perpustakaan.

### 1.5 Kerangka Teori

Alasan penulis melakukan penelitian ini, secara umum berdasarkan pada teori perpustakaan. Sebagaimana teori Lasa Hs menyatakan bahwa perpustakaan merupakan sistem informasi yang didalamnya terdapat aktivitas pengumpulan, pengolahan, pengawetan, pelestarian, penyajian dan penyebaran informasi.<sup>8</sup>

Kemudian objek dalam penelitian adalah pada perpustakaan perguruan tinggi.

Perpustakaan adalah kumpulan buku-buku yang diorganisasikan sedemikian rupa untuk dipergunakan bagi keperluan membaca, konsultasi, dan studi.<sup>9</sup> Menurut Sulisty Basuki perpustakaan adalah sebuah ruangan, bagian dari sebuah gedung itu sendiri yang digunakan untuk menyimpan buku dan terbitan lainnya yang biasanya disimpan menurut tata susunan tertentu untuk digunakan pembaca dan tidak untuk di jual.<sup>10</sup>

Perpustakaan Perguruan Tinggi adalah perpustakaan yang terdapat pada perguruan tinggi, badan bawahannya, maupun lembaga yang berafiliasi dengan

---

<sup>7</sup>Khairani Parinduri, "Hubungan Implementasi Pemasaran Jasa Perpustakaan dengan Pemafaatan Layanan Perpustakaan, pada Badan Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi (BPAD)Provinsi Sumatera Utara," Skripsi, (Sumatera Utara: Fakultas Sastra, Universitas Sumatera Utara, 2010), h.i

<sup>8</sup> Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan* (Yogyakarta: Gama Media, 2009), h.20-21

<sup>9</sup>Noerhayati, *Pengelolaan Perpustakaan Jilid I* (Bandung: Alumni, 1987), h.28

<sup>10</sup> Sulisty-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka), h.3

perguruan tinggi, dengan tujuan utama membantu perguruan tinggi mencapai tujuannya yakni Tridharma perguruan tinggi (Pengabdian, penelitian dan pengabdian masyarakat).<sup>11</sup>

Sedangkan secara khusus, beberapa teori yang dianggap relevan digunakan sebagai alat ukur untuk mencari jawaban dari permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Efektivitas

Menurut Lasa HS, efektivitas adalah melakukan pekerjaan yang benar (doing the right things). Agar efektif dan efisien dalam mengomunikasi informasi, jasa dan fasilitas perpustakaan kiranya perlu memperhatikan, kebutuhan, empati dan sikap positif.<sup>12</sup>

### 2. Pemasaran

Menurut William J.Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli potensial.<sup>13</sup>

### 3. Pemasaran Jasa Informasi

Pemasaran jasa informasi adalah suatu proses kegiatan pemasaran oleh suatu pihak kepada pihak lain yang terencana dengan kegiatan pemasaran jasa yang tidak terwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan. Pada pelaksanaannya kegiatan pemasaran jasa informasi yaitu penawaran

---

<sup>11</sup> Herlina, *Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (Palembang: IAIN Raden Fatah Press, 2006), h.26

<sup>12</sup> Lasa Hs, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, h.73-74

<sup>13</sup> William J.Stanton, *Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1991), h.7

tentang suatu produk, jasa, harga, promosi, fasilitas, orang, proses, dan janji yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (*Information and Communication Technology*) adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan dan transfer atau pemindahan informasi antarmedia.<sup>14</sup>

## 1.6 Metode Penelitian

Penelitian merupakan suatu aktivitas ilmiah yang harus dilakukan secara sistematis, teratur, tertib, baik mengenai prosedurnya maupun dalam proses berpikir tentang materinya. Menurut Sugiyono metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.<sup>15</sup>

Kata “metodologi” penelitian berasal dari kata *methodh* yang berarti cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dan *logos* yang berarti ilmu pengetahuan. Jadi metodologi memiliki arti cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, metode penelitian adalah mengemukakan secara teknis metode-metode yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Sedangkan yang dimaksud dengan metodologi penelitian adalah suatu cabang ilmu

---

<sup>14</sup> Rusman, Deni Kurniawan dan Cepi Riyana, *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pres, 2011), h.89

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010), hal. 2

pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian.<sup>16</sup>

Berdasarkan dari pengertian metodologi maka peneliti menyimpulkan bahwa metodologi adalah ilmu yang membahas tentang cara kerja yang dilakukan dalam kegiatan penelitian guna memecahkan suatu masalah atau menerangkan suatu objek atau peristiwa yang sedang diteliti secara sistematis, teratur, tertib dan dapat dipertanggung jawabkan.

#### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Pada penelitian deskriptif ini, peneliti berusaha menggambarkan kegiatan penelitian yang dilakukan pada objek tertentu secara jelas dan sistematis.<sup>17</sup>

Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejernih mungkin tanpa ada perlakuan obyek yang diteliti.

#### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk melakukan pengukuran sehingga dapat menggunakan data statistik dalam pengujiannya terhadap gejala yang ada pada saat penelitian.

---

<sup>16</sup>TIM Penyusun, *Pedoman penulisan skripsi fakultas adab dan humaniora* (Palembang : Fakultas adab dan humaniora, 2013), hal.20

<sup>17</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta : Bumi Aksara, 2003), hal. 14

### 3. Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya.

### 4. Sumber Data

- a. Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden dari tempat penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang diperoleh dari tempat penelitian berupa kata-kata dan tindakan yang diperoleh melalui observasi dan wawancara terhadap responden.
- b. Sumber data sekunder yaitu, data penunjang yang dapat mendukung data primer. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari dokumen yang dapat menunjang penelitian yaitu buku tamu, daftar pengunjung perpustakaan dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 5. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi pada prinsipnya adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam satu tempat dan secara terencana menjadi target kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian.<sup>18</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya.

---

<sup>18</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, hal. 53

## b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penentuan sampel adalah untuk memperoleh data keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi. Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (sampel berdasarkan tujuan penelitian). Di dalam penelitian ini penulis hanya mengambil sampel perwakilan dari pengunjung UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya. Adapun karakteristik yang menjadi sampel penelitian adalah sebagai berikut:

Jika jumlah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Jadi bila jumlah populasi 1000 dan hasil penelitian itu akan diberlakukan untuk 1000 orang tersebut tanpa ada kesalahan, maka jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah populasi tersebut yaitu 1000 orang. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya makin kecil jumlah sampel menjauhi populasi, maka semakin besar kesalahan generalisasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5% dan 10%. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1040 mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan Universitas Sriwijaya dalam bulan September 2015, berdasarkan tabel penentuan sampel

berdasarkan taraf kesalahan 1% = 399, 5%= 258 dan 10%=213. Maka peneliti mengambil taraf kesalah 1% sebanyak 399 sampel dari 1040 populasi.<sup>19</sup>

## 6. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi merupakan proses yang kompleks, yang tersusun dari proses biologis dan psikologis. Dalam menggunakan teknik observasi yang terpenting ialah mengandalkan pengamatan dan ingatan si peneliti.<sup>20</sup>

Metode observasi merupakan metode penelitian sistematis, sengaja, dengan indera dapat menangkap kejadian yang sedang berlangsung. Bertujuan memperoleh data sebagai bukti data sebelumnya. Observasi akan dilakukan di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya dalam upaya untuk mengetahui efektivitas pemasaran jasa informasi melalui system *Information and Communication Technology (ICT)*.

### b. Kuesioner atau Angket

Kuesioner atau Angket ialah daftar pertanyaan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak

---

<sup>19</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif, kuantitatif dan R&D* (Bandung : alfabeta, 2013), h.86-87

<sup>20</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), h.54

langsung (melalui pos atau perantara).<sup>21</sup> Pada metode ini kegiatan yang dilakukan adalah membuat beberapa pertanyaan untuk mengetahui pengaruh pendidikan pemakai (*user education*) yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya kepada para pengguna dalam upaya pemanfaatan *system information and communication technology (ICT)* oleh pemustaka.

c. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.<sup>22</sup> Metode wawancara akan dilakukan dengan cara tanya jawab mengenai bagaimana efektivitas pemasaran jasa informasi melalui *system information and communication technology (ICT)* di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya.

d. Dokumentasi

Yaitu berupa teknik pengumpulan data melalui arsip-arsip atau dokumen-dokumen tentang objek penelitian, dalam hal ini UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya. Data dokumentasi ini digunakan untuk lebih memperkuat atau melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara.

---

<sup>21</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, h.60

<sup>22</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, hal.57

## 7. Analisis Data

Data di kumpulkan terlebih dahulu lalu diperiksa kembali, kemudian diklasifikasikan atau mengelompokkan data-data tersebut secara sistematis berdasarkan ciri-ciri yang sama dengan petunjuk yang telah ditetapkan, selanjutnya analisis dengan menggunakan statistic analisis product moment dengan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mencari nilai statistik dasar
2. Mencari jumlah kuadrat (JK)  $\Rightarrow JK_x = \sum X^2 - \{(\sum X)^2 : N\}$   
 $JK_y = \sum Y^2 - \{(\sum Y)^2 : N\}$
3. Mencari jumlah product (JP)  $\Rightarrow JP_{xy} = \sum XY - \{(\sum X)(\sum Y) : N\}$
4. Mencari koefisien korelasi  $\Rightarrow R_{xy} = \frac{JP_{xy}}{\sqrt{(JK_x)(JK_y)}}$
5. Mengkonsultasikan nilai R hitung dengan nilai R table
6. Menginterpretasi hasil analisis
7. Mencari koefisien determinasi  $\Rightarrow R_{xy}^2 = (R_{xy})^2 =$  koefisien determinasi: 100%
8. Menginterpretasi hasil analisis
9. Menyimpulkan hasil analisis

Dalam penelitian ini hanya sampai pada menginterpretasikan hasil analisis saja sebab dengan penelitian ini hanya mencari korelasi saja sehingga koefisien determinasi tidak di gunakan.

### 1.7 Definisi Operasional

Efektivitas adalah suatu tingkat dimana suatu tindakan atau aktivitas menunjukkan tercapainya tujuan yang sudah ditetapkan. Sedangkan menurut

Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian efektivitas adalah efek, kiat pengaruh, kesan yang membawa hasil guna (usaha dan tindakan).<sup>23</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian pemasaran adalah proses, cara, pembuatan, memasarkan suatu barang atau jasa.<sup>24</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian jasa adalah tindakan yang baik yang berguna bagi orang, kelompok masyarakat, bangsa dan negara.<sup>25</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata teknologi berarti kemampuan teknis yang berlandaskan pengetahuan ilmu eksakta yang berlandaskan proses teknik.<sup>26</sup> Informasi mengandung makna penerangan, keterangan, pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu.<sup>27</sup> Sedangkan komunikasi berarti pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.<sup>28</sup> Berdasarkan tiga definisi kata tersebut dapat diartikan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah sistem atau teknologi yang dapat mereproduksi batasan ruang dan waktu untuk mengambil, memindahkan, menganalisis, menyajikan, menyimpan dan menyampaikan data menjadi sebuah informasi.

---

<sup>23</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed.1 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h. 285

<sup>24</sup> Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gita Media Press), h.586

<sup>25</sup> Tim Prima Pena, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h.362

<sup>26</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed.1 (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), h.746

<sup>27</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed.1, h.345

<sup>28</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Ed.1, h.446

## 1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab yaitu:

**BAB I, Pendahuluan.** Bab ini berisikan mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, Analisis Data dan Sistematika Pembahasan.

**BAB II, Landasan Teori.** Bab ini menjelaskan tentang Pengertian Perpustakaan, Fungsi Perpustakaan, Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran, serta Pengertian ICT.

**BAB III, Deskripsi Wilayah Penelitian.** Berisi Deskripsi Wilayah Penelitian yang meliputi Sejarah Singkat Berdirinya Perpustakaan, Visi dan Misi Perpustakaan, Struktur Organisasi, Tugas Pokok dan Fungsi Perpustakaan, Layanan yang Tersedia di Perpustakaan, Keadaan Karyawan Perpustakaan (SDM), dan Sarana dan Prasarana Perpustakaan.

**BAB IV, Hasil dan Pembahasan.** Analisis data yang berkaitan dengan persoalan pokok yang dikaji tentang Efektivitas Pemasaran Jasa Informasi Melalui *Sytem Information and Communication Technology (ICT)* di UPT Perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya.

**BAB V, Penutup.** Berisikan Kesimpulan dan Saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Pengertian dan Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi

##### A. Pengertian Perpustakaan

Perpustakaan secara umum merupakan unit kerja yang menghimpun, mengelola dan menyajikan kekayaan intelektual untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi dan rekreasi untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.<sup>29</sup>

Ada beberapa ciri pokok perpustakaan yang dapat dijadikan dasar untuk mendefinisikan sebuah perpustakaan. Berikut ciri-ciri perpustakaan:

1. Perpustakaan merupakan suatu unit kerja. Adanya perpustakaan tidak berdiri sendiri, tetapi merupakan unit kerja dari suatu badan atau lembaga tertentu.
2. Perpustakaan mengelola sejumlah bahan pustaka. Perpustakaan menyediakan sejumlah bahan pustaka. Bahan pustaka bukan hanya berupa buku-buku, tetapi juga dapat berupa majalah, surat kabar, brosur, mikro film, peta, globe, gambar-gambar, dan lain sebagainya.
3. Perpustakaan harus digunakan oleh pemustaka. Tujuan pengelolaan atau pengaturan bahan-bahan pustaka tidak lain adalah agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya oleh pemakainya.
4. Perpustakaan sebagai sumber informasi. Perpustakaan tidak hanya sebagai tumpukan buku tanpa ada gunanya, tetapi secara prinsip, perpustakaan

---

<sup>29</sup>Lasa HS, *Manajemen Perpustakaan Sekolah*, h.12.

harus dapat dijadikan atau berfungsi sebagai sumber informasi bagi setiap yang membutuhkannya.<sup>30</sup>

Menurut Herlina, 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 yakni Tri Dharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, Pengabdian masyarakat). Yang termasuk perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan jurusan, fakultas, lembaga penelitian, universitas, institute, sekolah tinggi, akademi, dan politeknik.

Adapun menurut Sutarno NS yang dimaksud dengan istilah perpustakaan perguruan tinggi adalah semua perpustakaan pada pendidikan tinggi yakni mencakup universitas, institute, sekolah tinggi, akademik, dan yang setingkat. Perpustakaan perguruan tinggi adalah perpustakaan yang memiliki cirri sebagai berikut:

- 1) Lokasinya berada di setiap perpustakaan tinggi atau universitas. Perpustakaan pusat yang berbentuk Unit Pelayanan Teknis (UPT), fakultas, program pasca, jurusan, program diploma atau akademi.
- 2) Penyelenggaranya adalah perguruan tinggi yang bersangkutan.
- 3) Dana yang diperlukan berasal dari perguruan tinggi atau bantuan lain yang dapat digali, termasuk bantuan dari luar negeri, kalau ada.
- 4) Pemakainya (civitas akademika) yang meliputi dosen, mahasiswa, peneliti dan tenaga kependidikan lainnya.
- 5) Tugasnya memfasilitasi kegiatan perguruan tinggi, yang dikenal dengan istilah Tri Dharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

---

<sup>30</sup> Sutarno NS, *Perpustakaan dan Masyarakat* (Jakarta: Sagung Seto, 2006), h.32

Perpustakaan perguruan tinggi sering disebut sebagai jantung perguruan tinggi, karena fungsinya yang sangat penting dalam mengembangkan penelitian (*riset*) dan pengembangan ilmu pengetahuan. Semua perpustakaan tersebut menjadi asset yang bernilai bagi kehidupan umat manusia. Oleh karena itu setiap komponen bangsa ikut bertanggung jawab dalam memelihara, melestarikan, membina dan mengembangkan simbol kemajuan peradaban kehidupan umat manusia.<sup>31</sup>

Pada hakikatnya perpustakaan perguruan tinggi adalah suatu unit kerja yang merupakan bagian integral dari suatu lembaga induknya, yang bersama-sama dengan unit lainnya tetapi dalam peranan yang berbeda, bertugas membantu perguruan tinggi yang bersangkutan dalam melaksanakan Tri Dharma.

Dengan kata lain perpustakaan adalah salah satu alat yang vital dalam setiap program pendidikan, pengajaran dan penelitian (*research*) bagi setiap lembaga pendidikan dan ilmu pengetahuan. Dapat juga dikatakan bahwa nilai suatu lembaga pendidikan perguruan tinggi, atau lembaga riset dan ilmu pengetahuan itu bergantung pada kualitas dan kelengkapan dan kesempurnaan jasa yang diberikan oleh perpustakaan.

Tuntutan zaman telah banyak mengubah arti suatu perpustakaan perguruan tinggi sebagai konsekuensi adanya perkembangan metode belajar dan mengajar modern sehingga perpustakaan tersebut tidak hanya bertugas

---

<sup>31</sup>Sutarno NS, *Perpustakaan dan Masyarakat*, h.28-29

mengumpulkan, menyimpan, dan meminjamkan bahan-bahannya saja tetapi lebih banyak lagi jasa-jasa serta fasilitas yang dituntut oleh masyarakat.

Tujuan diselenggarakannya perpustakaan perguruan tinggi adalah untuk mendukung, memperlancar serta mempertinggi kualitas pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi melalui pelayanan informasi yang meliputi aspek-aspek:

- a. Pengumpulan informasi
- b. Pengolahan informasi
- c. Pemanfaatan informasi
- d. Penyebarluasan informasi<sup>32</sup>

## **B. Fungsi Perpustakaan Perguruan Tinggi**

Berbicara soal fungsi perpustakaan perguruan tinggi, maka dengan singkat dapat diuraikan disini, bahwa perpustakaan tidak boleh sekali-kali menjadi semacam gudang buku ataupun merangkap sebagai ruang belajar saja. Oleh karena itu perpustakaan harus dapat berfungsi sebagai:

1. Jantung dari semua program pendidikan *universal* atau institute yang bersangkutan, harus mampu membantu dan menjadi pusat dari kegiatan-kegiatan akademis lembaga pendidikannya.
2. Pusat alat-alat peraga pengajaran atau *instructional materials center*.

Dalam membantu memperlancar jalannya perkuliahan-perkuliahan serta praktikum-praktikum, perpustakaan dapat memberikan bahan-bahan dan fasilitas-fasilitas, yang dibutuhkan oleh para dosen dalam perkuliahan di

---

<sup>32</sup> Noerhayati S, *pengelolaan Perpustakaan* (Bandung: Alumni, 1986), h.1-2

dalam kelas, perpustakaan, laboratorium, dan seterusnya. Demikian juga dalam pelaksanaan *extension service* dari universitas yang bersangkutan kepada masyarakat di luar lingkungan lembaga tadi, perpustakaan dapat menyediakan jasa-jasanya bahan-bahannya, serta fasilitasnya yang diperlukan oleh *mission* itu misalnya : film-film, filmstrip, bahan-bahan lainnya, rung konfrensi atau diskusi dan bantuan tenaga-tenaga ahli perpustakaan.

3. *Clearing House* (Pusat Pengumpulan/Penyimpanan) bagi semua penerbitan dari dan tentang daerahnya maupun alam bidang-bidang atau tugas pokok perpustakaan, yakni *the preservation of knoeledge*.
4. *Social Center*, dan pusat kegiatan cultural masyarakat setempat. Haruslah diingat bahwa pengunjung perpustakaan perguruan tinggi tidak hanya terdiri dari mahaiswa, pengajar, dan para pegawai lembaga itu saja, masyarakat di luar perguruan tinggi pun datang mempergunakan fasilitas-fasilitas, jasa-jasa, dan bahan-bahan yang disediakan atau diberikan oleh perpustakaan itu. Tentu saja dalam hal ini mereka itu mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda-beda, adanya perbedaan *background* mereka serta adanya kelainan-kelainan dalam kebutuhan, minat,selera dan umur mereka.<sup>33</sup>

Dengan kata lain fungsi perpustakaan dalam versi yang baru dapat disimpulkan sebagai berikut, yang ditinjau dari segi proses pelayanannya berfungsi sebagai:

---

<sup>33</sup> Noerhayati S, *Pengelolaan Perpustakaan*,h.51-53

- a. Pusat pengumpulan informasi
- b. Pusat pelestarian informasi
- c. Pusat pengelolaan informasi
- d. Pusat pemanfaatan informasi, dan
- e. Pusat penyebarluasan informasi.

## 2.2 Pengertian Pemasaran dan Unsur Pemasaran

### A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran mempunyai peran yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan. Pentingnya pemasaran dalam masyarakat, tercermin pula pada setiap kehidupan dalam masyarakat yang tidak terlepas dari kegiatan pemasaran.<sup>34</sup> Hal inilah yang membuat para pakar mendefinisikan arti pemasaran.

Menurut *American Marketing Association*, Pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.<sup>35</sup>

Pendapat Lasa HS pemasaran informasi merupakan penekatan yang terencana untuk mengidentifikasi dan mendapat dukungan pemustaka. Dalam hal ini perpustakaan harus mengembangkan jasa layanan informasi yang menguntungkan pemustaka dan perpustakaan. Keberhasilan pemasaran dipengaruhi oleh produk, harga, promosi, dan bentuk fisik. Kemudian untuk mengetahui efisiensi dan efektivitas pemasaran perlu langkah-langkah strategik antara lain dengan melakukan analisis pasar, analisis sumber daya, dan analisis misi.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Noerhayati S, *Pengelolaan Perpustakaan*, h.51-53

<sup>35</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: dasar, konsep, dan strategi*, h.4

<sup>36</sup> Lasa HS, *Kamus Kepustakawanan Indonesia*, h.234

Sejumlah peneliti mengamati bahwa ada perbedaan dasar dalam fungsi pemasaran pada perusahaan dengan organisasi nirlaba. Perbedaannya terletak pada sumber dana dan dampaknya terhadap organisasi. Perusahaan memperoleh modal pertamanya dari inspektor dan pemodal. Sebaliknya, organisasi nirlaba memperoleh dari donor atau lembaga induknya.

Perpustakaan yang merupakan organisasi nirlaba yang dibentuk untuk melayani kebutuhan informasi sekelompok yang telah ditentukan. Konsep pertukaran berlaku untuk perpustakaan. Dengan dukungan dana yang diberikan oleh perguruan tinggi, perpustakaan menyediakan koleksi dan jasa layanan yang kemudian ditawarkan kepada civitas akademi. Perpustakaan menerima anggaran dari lembaga induknya yang sebagian besar berasal dari biaya pendidikan yang diterima dari para mahasiswa. Meskipun sudah ada kepastian bahwa dan akan tetap diterima, selama perpustakaan tidak menyimpang dari kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh lembaga induknya orientasi pemasaran menuntut perpustakaan untuk selalu menyediakan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Koleksi dan jasa layanan yang bermutu akan meningkatkan pemanfaatan perpustakaan dan menjadi tolak ukur keberhasilan perpustakaan secara keseluruhan.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Elisa Ekaningsih, Pemasaran Jasa Perpustakaan dan Informasi pada Perpustakaan Perguruan Tinggi artikel diakses pada 27 Januari 2015 dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream>

## B. Pengertian Jasa

Menurut Kotler, jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bias berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.<sup>38</sup> adapun karakteristik jasa antara lain:

### 1. *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang, jika barang merupakan suatu objek, alat atau benda, maka jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*), atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki. Jasa bersifat *Intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium, atau didengar sebelum digunakan. Seorang tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum ia menikmatinya sendiri. Bila pelanggan membeli jasa, maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

### 2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi kemudian dijual lalu dikonsumsi, sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi atau dinikmati secara kebersamaan. Jadi terdapat interaksi antara penyedia jasa dan pengguna jasa atau pelanggan yang merupakan ciri dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyediaan jasa dan

---

<sup>38</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2000), h.6

penggunaan jasa ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa merupakan unsur penting. Dengan demikian, kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada proses rekrutmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawannya. Demikian pula hanya dengan fasilitas pendukung jasa sangat perlu diperhatikan, didalam dunia perpustakaan misalnya ruangan perpustakaan yang nyaman, fasilitas komputer, mesin fotocopy, dan lain sebagainya.

### 3. *Variability*

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *nonstandardized output* yang artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

### 4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.<sup>39</sup>

## **C. Konsep Pemasaran**

Dari perkembangan falsafah pemikiran tentang pemasaran terlihat ada lima konsep yang mendasari pendekatan yang terdapat dalam pemasaran. Konsep inilah yang melandasi dan mengarahkan usaha-usaha pemasaran yang akan berkaitan dengan kepentingan perusahaan atau organisasi, konsumen, atau langganan, dan masyarakat. Berikut lima konsep dasar dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran organisasi:

---

<sup>39</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, h.15-18

## 1. Konsep Produksi

Konsep produksi adalah suatu orientasi manajemen yang menganggap bahwa konsumen akan menyenangi produk-produk yang telah tersedia dan dapat dibeli. Oleh karena itu, tugas utama manajemen adalah mengadakan perbaikan dalam produksi dan distribusi sehingga lebih efisien. Jika dikaitkan dengan perpustakaan, upaya yang dapat dilakukan oleh segenap pustakawan yaitu memperbaiki layanan-layanan serta jasa yang akan diberikan kepada pemustaka, sehingga pemustaka akan menyenangi produk yang dimiliki perpustakaan tersebut dan mau memanfaatkan perpustakaan.

## 2. Konsep produk

Konsep ini merupakan orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan lebih tertarik pada produk-produk yang ditawarkan dengan mutu yang terbaik pada tingkat harga tertentu, oleh karena itu, organisasi atau perusahaan haruslah berusaha untuk melakukan perbaikan mutu produk yang dihasilkan. Organisasi nirlaba seperti perpustakaan akan disukai dan menarik pemustaka jika perpustakaan tersebut mampu menawarkan dan memberikan informasi serta layanan yang terbaik. Manajemen perpustakaan disini membuat produk atau jasa yang berkualitas, karena pemustaka dianggap menyukai produk/jasa berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik. Misalnya perpustakaan perguruan tinggi yang memberikan jasa layanan pengiriman dokumen, jasa ini merupakan layanan yang berkualitas karena pemustaka

dapat meminta artikel jurnal bagian dari buku yang tidak terdapat di perpustakaan, unit-unit informasi atau perpustakaan lain baik didalam maupun diluar negeri.

### 3. Konsep penjualan

Merupakan suatu orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk organisasi didasarkan atas pertimbangan usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk menggugah atau mendorong minat akan produk tersebut. Jadi yang ditekankan dalam konsep ini adalah asumsi bahwa konsumen sama sekali tidak akan membeli terhadap jumlah yang cukup terhadap organisasi kecuali apabila organisasi tersebut berusaha semaksimal mungkin untuk merangsang mereka terhadap produk yang ditawarkan. Dalam kegiatan organisasi perpustakaan, konsep penjualan ini merupakan promosi, dimana perpustakaan melakukan serangkaian kegiatan pengenalan produk dan jasa dengan cara yang menarik dan kreatif kepada pemustaka, agar supaya mereka mau memanfaatkan produk dan jasa perpustakaan tersebut.

### 4. Konsep pemasaran

Merupakan orientasi manajemen yang menekankan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan organisasi menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju (sasaran) dan kemampuan organisasi tersebut memenuhinya dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para saingan. Konsep

pemasaran menunjukkan ciri dan seni dari kegiatan pemasaran yang akan dilakukan dengan mencari apa yang diinginkan konsumen dan berusaha memenuhinya. Organisasi perpustakaan sangat diharapkan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan para pemustaka dalam berbagai hal, perpustakaan dapat mencari apa-apa saja yang diinginkan *user* melalui kegiatan analisis kebutuhan pengguna perpustakaan.

#### 5. Konsep pemasaran masyarakat

Konsep ini menyatakan bahwa tugas organisasi adalah tidak sekedar menetapkan kebutuhan dari pasar yang menjadi sasarannya serta memberikan kepuasan yang diinginkan mereka secara efektif dan efisien, tetapi lebih dari itu bahwa organisasi tersebut hendaknya juga tetap menjaga bahwa harus dapat meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat umumnya. Seperti organisasi perpustakaan yang menghasilkan jasa, perpustakaan bukan sekedar menghasilkan apa yang diinginkan para *user* tetapi juga dapat bermanfaat bagi perseorangan dan masyarakat dalam jangka panjang sebagai cara untuk menarik dan memperhatikan para pemustaka.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, h.70-74

## D. Variabel Pemasaran

Agar pemasaran ini dapat berhasil, perlu diperhatikan unsure-unsur yang dikenal dengan 9 P, yakni *Product, Plance, Process, Promotion People, Physical Evidence, dan Public Relation*.<sup>41</sup>

### 1. *Product* (Hasil)

Produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasannya. Jadi produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran.<sup>42</sup>

Dalam dunia perpustakaan sudah pasti produk yang ada yaitu berupa koleksi serta jasa layanan. Koleksi yang dimiliki perpustakaan terdiri dari bahan buku dan non buku. Bahan buku terdiri dari buku teks, buku ajar, buku referensi, buku paket, majalah, Koran, dan lainnya. Sedangkan bahan nonbuku dapat terdiri dari mikrofis, film mikro, kaset, piringan hitam, CD, dan lainnya.<sup>43</sup> Jasa layanan yang ada di perpustakaan antara lain:

#### a. Layanan Sirkulasi

Layanan sirkulasi yaitu layanan yang berkaitan dengan peredaran bahan pustaka termasuk diantaranya keanggotaan, peminjaman, perpanjangan, pengembalian, penagihan, dan penerbitan

---

<sup>41</sup> Lasa Hs, Manajemen Perpustakaan, h.244

<sup>42</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, h.182

<sup>43</sup> Lasa Hs, Manajemen Perpustakaan, h.47

surat keterangan bebas dari tagihan perpustakaan (SKBP) untuk mahasiswa yang akan diwisuda.<sup>44</sup>

#### b. Layanan Referensi

Kegiatan pelayanan referensi berupa pelayanan dalam memberikan bantuan kepada pemakai untuk mendapatkan informasi yang bersifat pendek-singkat tetapi dibutuhkan dalam waktu yang cepat dari koleksi referens. Kegiatan jasa layanan ini meliputi: menjawab pertanyaan-pertanyaan pemakai yang berupa jenis pertanyaan *referens*, membantu pemakai dalam menggunakan koleksi referensi dan lain-lain.

#### c. Layanan Pendidikan Pemakai

Pendidikan pemakai ialah usaha bimbingan atau petunjuk kepada pemakai tentang cara pemanfaatan koleksi bahan pustaka yang disediakan secara efektif dan efisien. Bimbingan itu dapat berupa bimbingan individual ataupun secara kelompok.<sup>45</sup>

#### d. Layanan Internet

Layanan internet yaitu layanan penggunaan terminal internet. Biasanya setiap pengguna terminal internet dikenakan biaya sebesar per jam, dan disediakan bon pemesanan (*booking*) penggunaan terminal hanya diperkenankan untuk jangka waktu maksimal dua jam jika penggunanya ramai.

---

<sup>44</sup> Herlina, *Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, h.116

<sup>45</sup> Noerhayati, *Pengelolaan Perpustakaan*, h.120-122

e. Layanan Penelusuran Informasi

Penelusuran informasi dengan computer adalah kegiatan menemukan informasi bibliografi, data atau teks penuh (*full text*) melalui pengkalan data yang dibangun sendiri atau pangkalan data lain melalui jaringan kerjasama atau melalui CD-ROM.

f. Layanan Digital

Layanan digital yaitu layanan penelusuran artikel, penelusuran informasi dan pengumpulan bahan-bahan yang berkaitan dengan sumber daya yang tersedia melalui internet atau web.

g. Layanan Pemilihan Bahan Pustaka

Pengguna dapat setiap saat mengusulkan pembelian suatu judul bahan pustaka dengan mengisi formulir pengadaan bahan pustaka yang tersedia pada kaunter-kaunter pelayanan yang ada.

h. Layanan Pengiriman Dokumen (*Document Delivery Service*)

Perpustakaan melayani permintaan artikel jurnal bagian dari buku yang tidak tersedia di perpustakaan unit-unit informasi atau perpustakaan lain baik di dalam maupun di luar negeri.

i. Layanan Pandang Dengar (*Audio-Visual*)

Layanan ini merupakan kegiatan meminjamkan koleksi *audio-visual* kepada pengguna untuk ditayangkan dengan bantuan perlengkapan di dalam perpustakaan. Adapun bentuk koleksi pandang dengar seperti: *slide*, beningan dan pustaka retik yang hanya menampilkan cerita (gambar), kaset pita, piringan hitam, dan ccompact

disk menampilkan bunyi, film dengan proyekturnya, kaset video melalui video, DVD dengan DVD playernya yang dapat menampilkan bunyi dan cita.

j. Layanan Jasa Kesiangan Informasi (JK)

Jasa kegiatan informasi (JK) memungkinkan pengguna mengetahui pustaka baru dalam bidang yang diminati. JKI mencakup kegiatan membayar bahan pustaka yang baru di terima oleh perpustakaan, memilih dokumen yang sesuai dengan minat pengguna agar selalu dapat mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, memungkinkan pengguna mengetahui informasi mutakhir yang tersedia di perpustakaan sesuai dengan bidang minatnya, memungkinkan terjalinnya hubungan yang harmonis antara pengguna dan perpustakaan sehingga pelayanan dan koleksi yang tersedia termanfaatkan dengan lebih tepat guna.

k. Silang Layan

Silang layan adalah kerjasama antara perpustakaan dalam bentuk silang memanfaatkan sumber daya dan pelayanan informasi semua perpustakaan yang terlibat. Silang layan didasari kenyataan bahwa tidak ada perpustakaan yang mampu memenuhi semua kebutuhan penggunanya.

l. Layanan Fotocopy

Ada operator untuk memfotocopy bagian-bagian dari suatu bahan pustaka yang diperlukan oleh pengguna. Tidak dibenarkan untuk

memfotocopy secara utuh suatu bahan pustaka karena melanggar undang-undang hak cipta.<sup>46</sup>

Semua jenis layanan yang telah disebutkan diatas merupakan produk jasa sari sebuah perpustakaan. Layanan ini diperuntukkan bagi pengguna, sehingga pengguna dapat memanfaatkan jasa perpustakaan tersebut dengan tepat guna. Layanan-layanan inilah merupakan produk yang dihasilkan oleh perpustakaan, sehingga perpustakaan dapat menawarkan sejumlah produk jasanya kepada pengguna yang membutuhkan. Hal ini juga bertujuan untuk mempermudah para *user* menggunakan atau memanfaatkan perpustakaan secara efektif dan efisien.

## 2. Harga (*Price*)

Secara tradisional perpustakaan perguruan tinggi selalu memberikan produk atau jasa kepada pengguna secara Cuma-Cuma. Tetapi, dengan tersedianya jasa-jasa khusus dengan teknologi tinggi yang mahal biayanya, telah mulai banyak produk dan jasa perpustakaan yang harus dibayar langsung oleh pengguna. Kecenderungan ini mulai meningkat dengan bertambah besarnya otonomi yang diberikan oleh pemerintah kepada perguruan tinggi. Meskipun demikian harga produk dan jasa yang ditetapkan oleh perpustakaan beragam. Ada yang menetapkan sama dengan biaya produksi, atau sebagian biaya produksi ditanggung oleh perpustakaan dan sebagianya oleh pengguna, atau ada juga yang menambahkan sedikit keuntungan sehingga harga yang ditetapkan di atas

---

<sup>46</sup> Herlina, *Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, h.125-129

biaya produksi.<sup>47</sup> Contoh jasa atau produk perpustakaan yang perlu dibayar pemustaka adalah jasa layanan fotocopy dan jasa layanan internet. Kedua jasa tersebut dapat menghasilkan uang bagi perpustakaan. Disisi lain keaktualan atau kelengkapan bahan pustaka yang dibutuhkan pengguna merupakan harga bagi perpustakaan, karena perpustakaan mendapat nilai lebih dari para pengguna.<sup>48</sup>

### 3. Distribusi atau Tempat (*Place*)

Informasi yang ditawarkan perpustakaan harus jelas lokasi, buku, rak, ruang, atau lembaga mana yang memilikinya. Kepastian lokasi ini besar pengaruhnya terhadap proses temu kembali dan pemakai harus diyakinkan akan keberadaan informasi itu. Oleh karena itu, dalam pencatatan bahan informasi harus dilakukan senilai dan setepat mungkin.

### 4. Proses (*Process*)

Dalam melaksanakan pemasaran perlu dipikirkan mekanisme, prosedur atau system yang akan dilaksanakan. Pemilihan proses ini ikut menentukan keberhasilan pemasaran informasi kepada masyarakat. Banyak media yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan pemasaran.<sup>49</sup>

### 5. Promosi

Suatu produk betapapun bermanfaat akan tetapi jika tidak oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui kemanfaatannya.

---

<sup>47</sup> [Httprepositary.usu.ac.id/bitstream](http://prepository.usu.ac.id/bitstream)

<sup>48</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, h.212

<sup>49</sup> Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan*, h.244

Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi harus berusaha mempengaruhi para konsumen, untuk dapat menciptakan permintaan atas produk itu, dan kemudian dipelihara dan dikembangkan. Usaha tersebut dapat dilakukan melakukan melalui kegiatan promosi, yang merupakan salah satu dari acuan atau bauran pemasaran. Kegiatan promosi yang dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikenakan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan share pasar.<sup>50</sup>

#### 6. Sumber Daya Manusia (*People*)

Untuk memasarkan informasi, diperlukan orang yang tangguh, lincah, rajin, dan ulet. Dalam pelaksanaan dilapangan, petugas pemasaran akan menghadapi pelanggan atau pemakai (*Customer*) yang bermacam-macam watak, sifat dan pendidikannya. Pemakai selaku *Customer* terkadang ingin diperlakukan seperti pembeli di *mall*. Mereka kadang beranggapan pembeli adalah raja.

#### 7. Bersifat Fisik (*Physical Evidence*)

Informasi yang ditawarkan atau dikelola oleh perpustakaan bentuknya dapat dilihat dan bukannya sesuatu yang maya. Informasi memang bukan merupakan benda berwujud, tetapi merupakan benda abstrak. Namun demikian kewujudannya itu dapat dilihat, dirasakan, dipahami, dan seterusnya, apalagi setelah direkam, ditulis, dan ditayangkan.

---

<sup>50</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, h.239

#### 8. Kekuatan (*Power*)

Untuk mendukung keberhasilan pemasaran dilakukan kekuatan (*power*) yang dapat berupa dukungan dana, kemauan, perhatian, kebijaksanaan, atau kiat-kiat. Semua pihak harus mendukung adanya pemasaran ini terutama pimpinan perpustakaan harus memberikan keijaksanaannya.

#### 9. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Peran hubungan masyarakat dalam pemasaran produk sangat penting karena bagian inilah yang menghubungkan antara perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi dengan pemakai sebagai pengguna informasi. Tugas hubungan masyarakat ini pada perpustakaan yang besar dapat dibentuk satuan tugas atau bagian tersendiri. Akan tetapi bagi perpustakaan kecil, tugas ini dapat dilaksanakan oleh bagian sirkulasi atau meja informasi.

Perpustakaan dan pusat informasi sebagai lembaga penyedia informasi untuk masyarakat. Untuk menjaga antara keduanya diperlukan humas. Dengan adanya tugas atau bagian humas ini diharapkan tercipta hubungan baik dan saling mengutamakan antara perpustakaan dan pemakai jasa perpustakaan.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan*, h.246

## E. Strategi Pemasaran Jasa Informasi

Adanya langkah pemasaran akan memberikan kontribusi yang bagus bagi suatu perpustakaan. Dengan kegiatan ini akan diperoleh masukan dalam pengambilan keputusan, terutama mengenai hal-hal yang terkait dengan pelayanan publik. Perpustakaan juga akan mendapatkan masukan yang berharga dalam pengadaan bahan informasi yang diinginkan pemakai. Oleh karena itu, perlu dipahami strategi pemasaran menurut Widuri yakni, meraih posisi organisasi, posisi pasar, dan posisi produk.

### 1. Posisi Organisasi

Salah satu tujuan pemasaran informasi adalah untuk mempromosikan perpustakaan pada tataran yang strategis dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan pendidikan seumur hidup (*long life education*) masyarakat pada umumnya. Untuk itu, perpustakaan perlu menerapkan system manajemen yang sesuai dan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas.

### 2. Posisi Pasar

Untuk meningkatkan citra perpustakaan dimata pemakai perlu ditanamkan kepercayaan pada masyarakat pemakai. Dan kesesuaian produk dengan kebutuhan.

### 3. Posisi Produk

Yakni upaya produk informasi yang diinginkan oleh masyarakat meliputi jenis informasi, pengemasan, dan cara penyajian informasi. Untuk meraih posisi produk ini dengan baik, perpustakaan harus

memahami lingkungan. Dengan pemahaman lingkungan ini akan dapat ditetapkan strategi pemasaran, teknik operasional, hubungan masyarakat, dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat.<sup>52</sup>

## **F. Metode Pemasaran**

### **1. Promosi**

Untuk mengoptimalkan pemanfaatan perpustakaan perlu diadakan promosi perpustakaan. Beberapa perpustakaan perguruan tinggi bahkan memiliki bagian promosi tersendiri agar lebih biasa berkonsentrasi dalam mengadakan berbagai kegiatan promosi.<sup>53</sup>

Promosi adalah mekanisme komunikatif pemasaran dengan memanfaatkan teknik-teknik hubungan masyarakat dan merupakan suatu kegiatan penting pada suatu organisasi. Promosi merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi dan konsumen dengan tujuan utama memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh organisasi, sekaligus membujuk konsumen untuk bereaksi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Di dalam perpustakaan, promosi dan publikasi perpustakaan merupakan kelanjutan kegiatan lebih lanjut setelah semuanya sudah siap, baik perangkat lunak, perangkat keras, maupun perangkat manusia. Mempromosikan, mempublikasikan atau memasyarakatkan dan sosialisasi perpustakaan mempunyai beberapa sasaran yaitu:

---

<sup>52</sup> Lasa Hs, *Manajemen Perpustakaan*, h.249-250

<sup>53</sup> Anita Nusantari, *Strategi Pengembangan Perpustakaan* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2012), h.98

- a. Menginformasikan, atau memberitahukan supaya masyarakat tahu dan kenal
- b. Mengingatkan, agar masyarakat selalu ingat
- c. Menarik perhatian agar masyarakat tertarik pada perpustakaan<sup>54</sup>

## 2. Publikasi

Publikasi adalah perangsangan non-personal agar ada permintaan terhadap produk atau jasa melalui berita mengenai hal-hal di media penerbitan atau melalui penyajian yang menarik. Publikasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Brosur
- b. Poster
- c. Iklan
- d. *News-Latter*
- e. *Bookmark* (Pembatas Buku)

## 3. Pemasaran dalam bentuk kegiatan perpustakaan

### a. Pameran

Pameran atau peragaan merupakan sarana menyampaikan informasi kepada hadirin dalam jumlah besar. Melalui pameran perpustakaan berusaha menyajikan berbagai aspek jasa informasi. Penyajian ini sebaiknya mencakup semua jasa informasi namun dalam bahasa sederhana.

---

<sup>54</sup> Sutarno NS, *Manajemen Perpustakaan: Suatu Pendekatan Praktik*, h.101

b. Bazar

Bazaar adalah salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dan digunakan untuk tujuan promosi perpustakaan. Bazar adalah suatu kegiatan jual-beli barang yang dilakukan pada suatu tempat tertentu dan bukan pada tempat yang biasanya dilakukan proses jual-beli. Tujuan utama diadakannya bazaar, diharapkan semakin banyak orang yang mengetahui keberadaan dan berkunjung ke perpustakaan untuk memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan.<sup>55</sup>

c. Ceramah

Ceramah merupakan cara murah untuk mempublikasikan jasa informasi perpustakaan. Ceramah ini dapat diberikan pada berbagai kelompok masyarakat. Walaupun jumlah hadirin terbatas, kesempatan ceramah harus digunakan tidak hanya untuk menceritakan jasa perpustakaan melainkan juga cara memperoleh masukan dari hadirin. Masukan ini diperoleh dari diskusi dan Tanya jawab sesuai ceramah. Mungkin saja yang berbicara pada pustakawan orang yang sudah pension atau manusia usia lanjut. Hal tersebut tidak dapat diremehkan karena mereka memiliki kemampuan menyebarkan informasi tentang jasa perpustakaan kepada orang lain.

d. Wisata Perpustakaan

Bentuk kegiatan jenis ini yaitu mengajak serombongan orang untuk berkeliling perpustakaan guna melihat sudut di perpustakaan

---

<sup>55</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, h.126

bahwa disana ada petugas perpustakaan yang member penjelasan mengenai koleksi, fasilitaas yang ada, cara-cara menggunakan fasilitas itu serta bagaimana menemukan informasi dan apa manfaatnya bagi mereka. Melalui kegiatan wisata perpustakaan diharapkan pengguna dapat mengetahui secara langsung apa yang dimiliki perpustakaan yang bermanfaat bagi mereka dan bagaimana menggunakannya.

e. Buku Panduan Perpustakaan

Buku panduan ini dapat mempermudah pengguna dalam memanfaatkan perpustakaan, biasanya buku panduan ini diberikan kepada mereka yang baru menjadi anggota perpustakaan. Buku ini biasanya berisi panduan penelusuan bahan pustaka, panduan klasifikasi, panduan gedung, panduan rak, panduan topik, serta berisi aturan-aturan perpustakaan.

f. Pemasaran dalam Bentuk Media Elektronik

1) Media Elektronik

Media seperti pers, radio, dan televisi merupakan alat penting menyebarkan informasi mengenai jasa perpustakaan. Media mampu mencapai ratusan ribu orang.<sup>56</sup>

2) *Website*

*Website* dapat dijadikan salah satu sarana dalam melakukan kegiatan promosi di perpustakaan, dengan mendesain website perpustakaan memungkinkan pustakawan menempatkan

---

<sup>56</sup> Sulisty-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan*, h.289

pesan promosi perpustakaan, jasa dan layanan, koleksi atau informasi penting lainnya yang diadakan untuk dapat dinikmati oleh siapa saja, dimana saja di internet. Keefektivannya menyebarkan informasi tidak diragukan lagi.

*Facebook* adalah *website* jaringan social dimana para pengguna dapat bergabung dalam komunikasi seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dengan berinteraksi dengan orang lain. *Facebook* dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk melakukan kegiatan promosi perpustakaan dalam bentuk media elektronik.<sup>57</sup>

### **2.3 Pengertian *Information and Communication Technology (ICT)***

#### 1. Informasi

Menurut Budi Sutedjo dan Rahayuningsih, Rochaety, Yanti,. Informasi merupakan pemrosesan data yang diperoleh dari setiap elemen sistem menjadi bentuk yang mudah dipahami dan merupakan pengetahuan yang relevan dan dibutuhkan, dimana informasi itu sendiri merupakan pernyataan yang menjelaskan suatu peristiwa sehingga manusia dapat membedakan antara satu dengan yang lainnya.

#### 2. Teknologi Informasi

Menurut TI dapat diartikan sebagai teknologi yang digunakan untuk menyimpan, menghasilkan, mengolah serta menyebarkan informasi.

---

<sup>57</sup> <http://www.ondodesign.net/jas-web-design-murah-semarang-indonesia/tips-dan-artikel-jasa-pembuatancms-joomla-blog-facebook-web-design-murah>

Teknologi Informasi atau IT (*Information Technology*) merupakan mata rantai dari perkembangan SI (Sistem Informasi). Kalau dilihat dari susunan kata, yakni kata teknologi dan informasi, maka teknologi informasi dapat diartikan sebagai hasil rekayasa manusia terhadap proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima.

### 3. *Information Communications Technology (ICT)*

Istilah Teknologi Informasi dan Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Information and Communication Technology (ICT)*, sering kita dengar dipergunakan dalam diskusi-diskusi ilmiah yang menunjuk pada kemajuan teknologi khususnya komputer. Teknologi komunikasi dan informasi terdiri atas tiga kata yaitu: Teknologi, Informasi, dan Komunikasi yang masing-masing memiliki makna tersendiri.

Di *The Dictionary of Computers, Information Processing and Telecommunications*, teknologi informasi diberi batasan sebagai teknologi pengadaan, pengolahan, penyimpanan, dan penyebaran berbagai jenis informasi dengan memanfaatkan komputer dan telekomunikasi yang lahir karena “adanya dorongan-dorongan kuat untuk menciptakan teknologi baru yang dapat mengatasi kelambatan manusia mengolah informasi”

Teknologi Informasi dan Komunikasi (*TIK*) atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Information and Communication Technology (ICT)*, dalam *wikipedia (id.wikipedia.org)* dipahami sebagai payung besar terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi. Teknologi disini berarti menyangkut teknologi informasi dan

teknologi komunikasi. Teknologi informasi dipahami sebagai bentuk teknologi yang dipergunakan untuk keperluan pengelolaan informasi, sedangkan teknologi komunikasi merupakan dipahami sebagai media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu perangkat satu ke perangkat lainnya, atau dari satu tempat ke tempat lainnya.

Sehingga dari kedua hal di atas dapat ditarik ‘benang merah’nya bahwa teknologi informasi dan komunikasi di perpustakaan merupakan semua hal terkait teknologi yang digunakan untuk pengelolaan informasi dan diseminasi informasi di perpustakaan guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi itu sendiri dan rekreasi bagi pemustaka.

## **2.4 Manfaat dan Dampak *Information and Communication Technology (ICT)* bagi Perpustakaan**

### **1. Manfaat *ICT* di Dunia Perpustakaan**

Hampir sebagian kehidupan kita dikelilingi oleh teknologi informasi baik yang sederhana maupun yang canggih. Saat kita ingin menyampaikan pesan yang sangat penting ke tempat yang jauh, tak terbayangkan bila informasi tersebut harus kita sampaikan dengan daun lontar atau dikirim melalui burung merpati pos. Penggunaan telepon sangat memudahkan kita untuk menyampaikan informasi sepenting apapun dalam waktu yang singkat apalagi dengan perkembangan telepon genggam dengan fitur dan kelengkapan fungsi yang semakin beragam.

Perpustakaan dengan berbagai ciri khas dan kemampuannya dalam mengelola informasi, mempunyai alasan tersendiri mengapa perpustakaan perlu menggunakan *ICT* sebagai alat bantu, di antaranya:

- a. Sistematisasi informasi: terjadinya ledakan informasi yang membanjiri dunia saat ini membutuhkan pengelolaan yang lebih sistematis. Hampir semua Perguruan Tinggi di Indonesia menggunakan *ICT* dalam pengelolaan data base perpustakaan.
- b. Tingginya akses informasi: kebutuhan pengguna untuk mencari dan menemukan kembali informasi lebih mudah jika difasilitasi dengan sarana *ICT*. Katalog *online* memungkinkan pustakawan dan pengguna untuk mendapatkan informasi dari berbagai sumber. Sudah menjadi hal yang lumrah untuk menyusun pengajuan daftar pustaka baru dengan mengunjungi dan menggunakan data-data.
- c. Efisiensi pekerjaan: komputer di perpustakaan membantu pekerjaan menjadi lebih cepat. Pencatatan buku-buku baru serta pengolahan akan lebih mudah jika disimpan dalam berkas komputer. Pengkatalogan tidak hanya dengan *DDC*.
- d. Salinan data atau informasi yang dibuat dapat diseragamkan sehingga memudahkan pengguna (*user friendly*). Konsep *MARC* yang populer tahun 90an masih digunakan dalam rangka menyeragamkan penentuan tag (ruas) data bibliografi pustaka.

- e. Penyajian informasi dan data yang menarik, sekaligus sebagai promosi perpustakaan merupakan upaya dalam rangka promosi perpustakaan dengan penampilan data yang bervariasi.
- f. Pengguna dapat belajar dan mencari sendiri informasi yang dibutuhkan dengan bantuan sarana *ICT*, khususnya komputer.

## 2. Dampak Penggunaan *ICT*

Kehadiran *ICT* di perpustakaan, selain menguntungkan juga berdampak sampingan di antaranya:

- a. Dapat menimbulkan pengangguran: penggunaan komputer bertujuan memperingan dan mempercepat pekerjaan, sehingga terjadi efisiensi pekerjaan karena beban kerja yang berkurang.
- b. Hak pribadi: kemungkinan adanya penyalahgunaan data untuk kepentingan pribadi. Adanya peluang untuk memindahkan data yang tadinya milik pribadi atau rahasia, dapat diakses oleh orang lain. dengan mudahnya dapat diakses dan *download* untuk kepentingan kantor atau pribadi.
- c. Hak cipta: perlindungan hak cipta seseorang sulit diwujudkan. Sebuah karya atau kumpulan data dapat dengan mudah dicopy dan dimiliki oleh orang lain tanpa seizin pemiliknya. Terlebih jika bertujuan untuk mencari keuntungan pribadi.
- d. Data tidak dapat diakses: ketergantungan pada komputer menimbulkan kelemahan bila listrik mati atau komputer terserang virus, maka data tidak dapat diakses.

- e. Menghambat pekerjaan : ketidakmampuan dan ketidakmauan pustakawan dalam menguasai teknologi dapat menimbulkan kendala dan memunculkan anggapan bahwa teknologi justru menghambat pekerjaan.

## **BAB III**

### **DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN**

#### **3.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perpustakaan Unsri**

Pada awal berdirinya Unsri (1953) yang waktu itu masih bernama Syakyakirti. Perpustakaan Unsri masih merupakan perpustakaan kecil dengan koleksi 235 buku diantaranya diperoleh sumbangan dari Dr. J.J. Van de Veldo. Pada tahun 1958 KODAM IV Sriwijaya yang dipelopori oleh Letkol Burlian sekaligus mendirikan Perpustakaan Ilmu Sosial dengan pemeliharaan dan pembelian koleksinya dilakukan oleh Mr. Sutan Takdir Ali Syahbana, J. Dunga Lts, Muchtar Effendi. Pada tahun 1963 Perpustakaan Unsri mulai banyak mendapat bantuan, diantaranya:

1. Paperda Lembaga Ilmu Sriwijaya 7000 buku
2. PT. Shell 100 buku
3. ICA Jakarta 80 buku Ilmu ternak
4. Kedutaan Besar Yugoslavia dan India
5. Membeli 3000 buku

Pada tahun 1974 perpustakaan umum di bawah naungan Unsri yang waktu itu masih menumpang di AULA Unsri telah mempunyai koleksi buku sebanyak 1148 judul, dan 29.967 eksemplar. Bersamaan berjalannya waktu, didirikan pula perpustakaan di masing-masing fakultas (ruang baca), yang sampai saat ini masih berfungsi.

Pada tahun 1995 Perpustakaan Unsri memiliki dua gedung Perpustakaan Pusat di Inderalaya dan Perpustakaan di Kampus Bukit Besar Palembang.

Pimpinan Perpustakaan Unsri dari awal berdiri hingga sekarang adalah : Taufik Nuskam (1958-1963); A. Rozali BA (1963-1972); M. Ali Batutihe, SH (1972-1978); Dra. Chuzaimah D. Diem, MLS (1978-1985); Ali Syamsir Alioeddin, SH (1985-1989); Dr. Chuzaimah D Diem, MLS (1989-1999); Drs. Majelis, MSLS (1999-2003); Drs. Djunaidi, MSLS (2003 - 2011), Drs Halim Sobri, MSi (2011- 2015), dan PLT kepala perpustakaan Prof. Aris Saggaf pelaksana harian dilakukan oleh koordinator administrasi Elfi Moralita, SS (sekarang).

### **3.2 Visi dan Misi**

#### 1. Visi

UPT Perpustakaan Unsri memiliki visi “*Menjadikan perpustakaan sebagai pusat informasi yang lengkap dan berbasis teknologi informasi yang siap menjawab tantangan perkembangan dunia perpustakaan, dokumentasi dan informasi*” dewasa ini.

#### 2. Misi

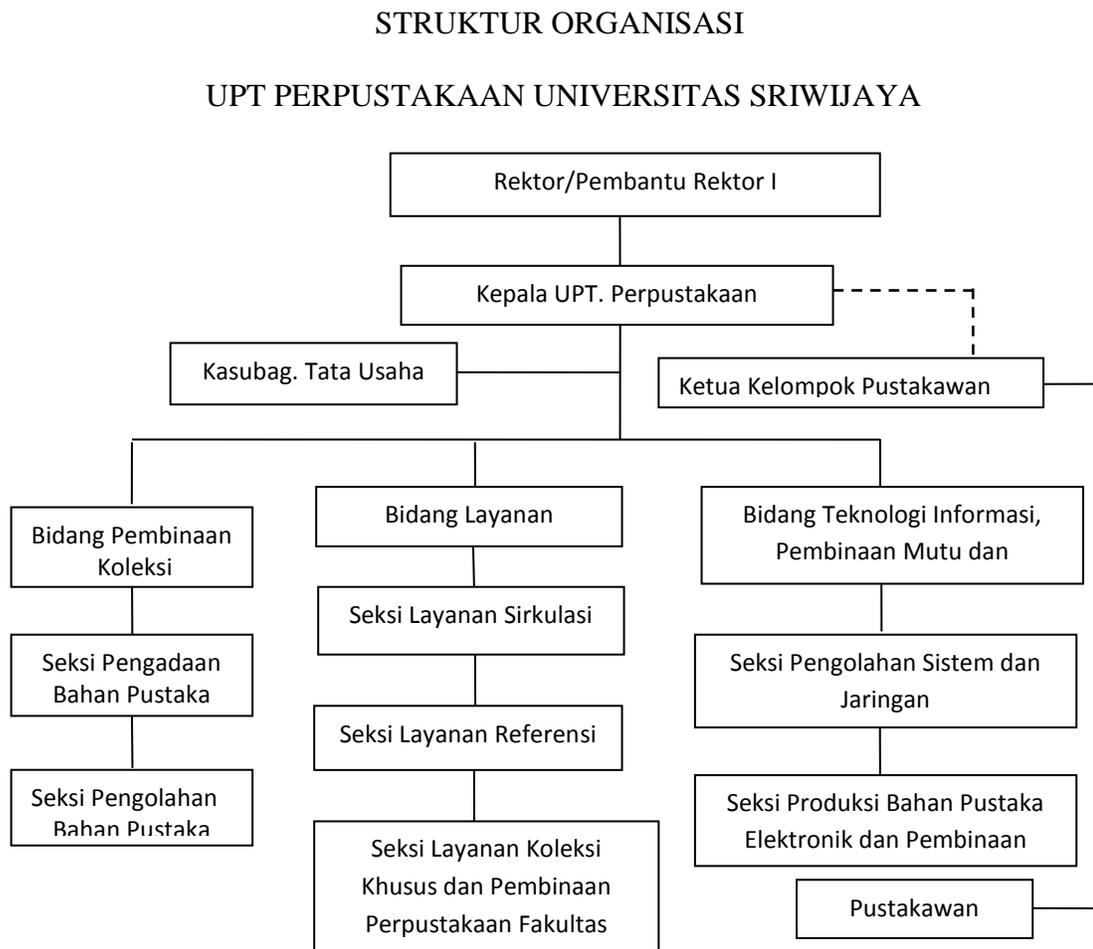
Untuk menjadikan visi tersebut di atas, maka dikembangkan misi sebagai berikut:

- a. Memberikan layanan informasi untuk keperluan pendidikan, penelitian dan pengabdian pada masyarakat, khususnya civitas akademika Unsri.
- b. Mendapatkan, mengolah, menyimpan, dan menyebarkan informasi dengan berbasis teknologi informasi untuk ke perluan pengguna, khususnya civitas akademika Universitas Sriwijaya.

- c. Mengupayakan agar pengguna dapat menemukan informasi secara mudah, cepat dan tepat.

### 3.3 Struktur Organisasi UPT Perpustakaan Unsri

Untuk menjamin legitimasi organisasi dan untuk kelancaran pelaksanaan pelaksanaan manajemen dalam mengatur tata laksana kerja di UPT Perpustakaan Unsri dibentuk struktur organisasi yang berdasarkan SK Mendikbud 0195/O/1995 tanggal 18 Juli 1995 dan PP 60 tahun 1999 tentang pendidikan tinggi dan dijabarkan lebih lanjut dalam menghadapi perkembangan Unsri saat ini maka UPT Perpustakaan perlu diperkuat dengan Keputusan Rektor Universitas Sriwijaya yang baru sebagai berikut:



Daftar Karyawan dan Bidang Tugas yang Dijabat adalah :

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Elfi Moralita, SS	Kepala UPT Perpustakaan	Struktural
2.	Novita Olivien, S.Sos	Kasubag Tata Usaha	Struktural
3.	Drs. H. Sudirman Bakri, S.Sos	Subject Specialist, Ketua Kelompok Pustakawan	Pustakawan Madya
4.	Drs. Djunaidi, MSLS	Pembina	Pustakawan Madya
5.	Mulkan Achmad, S.Pd.	Kepala Bidang Layanan	Pustakawan Madya
6.	Bahtera	Kepala Bidang Pembinaan Koleksi	Pustakawan Penyelia
7.	Ir. Siti Rulyah	Kepala Bidang Teknologi Informasi, Pembinaan Mutu dan Kerjasama	Pustakawan Madya
8.	Usman Hambali, A.Ma	Ketua Seksi Layanan koleksi khusus dan Pembinaan Ruang Baca Fakultas	Pustakawan Penyelia
9.	Elfi Moralita, S.S.	Ketua Seksi Layanan Sirkulasi	Pustakawan Muda
10.	Dies Meiritasari, S.Sos	Ketua Seksi Layanan Referensi dan Periodikal	Pustakawan Pertama
11.	Amsri, S.Sos.	Ketua Seksi Pengadaan Bahan Pustaka	Pustakawan Pertama
12.	Novita Olivien, S.Sos.	Ketua Seksi Pengolahan Bahan Pustaka	Pustakawan Pertama
13.	M. Syafei, A.Ma.	Ketua Seksi Produksi Bahan Pustaka Elektronik dan Pembinaan Mutu	Pustakawan Penyelia

14.	Triady Hermansyah, AMa., A.Md.	Ketua Seksi Pengolahan Sistem dan Jaringan	
15.	Evi Kurnia N., S.Sos.	Koord. Pelayanan Ruang Baca Unsri Bukit Besar	Pustakawan Pertama
16.	Betaria Febrianti, S.Sos.	Koord. Layanan Internet dan Sampoerna	Pustakawan Pertama
17.	Aidela Zulhana, B.Sc.	Pelaksana Pengolahan Bahan Pustaka	Pustakawan Penyelia
18.	Hendry Gunawan, A.Ma.	Koord. Ruang Deposit	Pustakawan Penyelia
19.	Subari	Pelaksana Pengolahan Bahan Pustaka	Pustakawan Penyelia
20.	Hj. Sumiati	Pelaksana Ruang Baca Bukit Besar Palembang	Pustakawan Penyelia
21.	Novita Vitriana, A.Md.	Pelaksana Pelayanan Periodikal	Pustakawan Pelaksana Lanjutan
22.	Afrizal Azis, A.Md.	Pelaksana Pengadaan Bahan Pustaka	Pustakawan Pelaksana Lanjutan
23.	Sri Kustinawati	Arsiparis Layanan Skripsi dan Penelitian	Arsiparis Pelaksana Lanjutan
24.	Sri Astuti, S.E.	Pelaksana layanan koleksi khusus (Penelitian dan Skripsi)	
25.	Elly Suryani	Pelaksana layanan Sampoerna Corner	
26.	Nurjannah	Pelaksana layanan Referens	
27.	Sri Wahyuningsih	Pelaksana Tata Usaha dan PUMK	
28.	Tukiman	Pelaksana Layanan Sirkulasi	

29.	Suherman	Pramu Kantor dan jaga Komputer Pengunjung	
30.	Jaswarman Putra, A.Ma.,A.Md.	Pelaksana Layanan Sirkulasi dan Teknisi Komputer	
31.	Lipi Sunarti, A.Md.	Pelaksana Layanan Sirkulasi	
32.	M. Irwan, A.Ma., S.E.	Pelaksana Layanan Internet dan AVA	
33.	Kharisma Afrianti, SE	Pelaksana Pengolahan Bahan Pustaka	
34.	Husnil Amril, A.Ma., SIP	Pelaksana Layanan Periodikal	
35.	Murzilawati, A.Ma	Pelaksana Tata Usaha dan Administrasi Keuangan	
36.	Ahmad Hidayat	Pramu Kantor dan Pemegang Kunci Ruang Baca Bukit Besar	
37.	Nuris Haryanto	Pramu Kantor dan Jaga Penitipan Tas	
38.	Agus Apriyanto	Pramu Kantor, Jaga Buku Keluar Sirkulasi	
39.	M. Tohar	Pelaksana Perawatan Bahan Pustaka dan Jaga Ruang Deposit	

### **3.4 Tugas Pokok dan Fungsi UPT.Perpustakaan Universitas Sriwijaya**

Perpustakaan Universitas Sriwijaya mempunyai tugas pokok

1. Menyusun, merencanakan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan yang bertujuan menyediakan layanan informasi berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan program tridharma yang mendukung perguruan tinggi berbasis riset khususnya di bidang pengembangan sumber daya alam.
2. Menyusun, merencanakan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan dalam mengolah dan mengembangkan pusat arsip universitas.

Perpustakaan adalah salah satu unit kerja di Universitas Sriwijaya yang berfungsi:

1. Menyediakan sumber daya pustaka (informasi) untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan program akademik (tridharma)
2. Menyediakan fasilitas belajar yang lengkap dan berkualitas untuk kepentingan civitas akademika dan masyarakat umum, sesuai dengan kemampuan keuangan universitas.
3. Mengumpulkan, mengolah, memproduksi, menyimpan dan memberikan informasi serta menyebarluaskan hasil karya di bidang ilmu pengetahuan teknologi dan seni.
4. Mengembangkan system jaringan informasi pada perguruan tinggi di tingkat nasional maupun internasional di bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan seni.
5. Melestarikan ilmu pengetahuan dan seni

6. Menciptakan lingkungan gemar baca yang tertib, nyaman dan bersahabat<sup>58</sup>

### **3.5 Layanan yang tersedia di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya**

1. Layanan Tata Usaha

Melakukan kegiatan layanan administrasi Perpustakaan seperti surat menyurat, kerumahtanggaan, perlengkapan, dan kepegawaian.

2. Layanan Teknis

Melakukan layanan pengadaan, pengolahan, dan perawatan bahan pustaka.

3. Layanan Sirkulasi

Unit layanan sirkulasi melaksanakan kegiatan sebagai berikut :

- a. Melayani pendaftaran/daftar ulang anggota,
- b. Peminjaman dan pengembalian buku
- c. Pengurusan kartu bebas pustaka.
- d. Kegiatan penagihan pengguna yang terlambat mengembalikan buku
- e. Selain itu menginput database kegiatan layanan

4. Layanan Referensi

Unit layanan ini menyediakan bahan-bahan rujukan seperti kamus, ensiklopedi, direktori dan lain-lain. Juga melayani permintaan penelusuran informasi melalui media rujukan tersebut.

5. Layanan Periodikal

Unit layanan ini menyediakan koleksi jurnal, majalah (luar negeri dan dalam negeri) yang bersifat ilmiah, populer dan hiburan, koran (pusat dan daerah), dan terbitan-terbitan berkala lainnya.

---

<sup>58</sup> Laporan akuntabilitas kinerja unit kerja UPT Perpustakaan 2014, h.3

6. Layanan Koleksi Khusus

Unit layanan ini menyediakan koleksi laporan penelitian, skripsi, tesis dan disertasi. Dan koleksi lain seperti makalah mahasiswa dan dosen.

7. Layanan Komputer

Unit layanan jasa komputer ini menyediakan beberapa buah komputer untuk pengetikan, printer B/W dan warna, dan scanner. Semua pengguna perpustakaan baik anggota maupun non anggota yang berasal dari sivitas akademika Unsri dapat menggunakan fasilitas ini, sesuai peraturan yang berlaku.

8. Layanan Jasa Sampoerna Corner

Unit layanan pojok Sampoerna menyediakan layanan internet, layanan TV Cable (Indovision), layanan baca buku dari sumbangan Sampoerna Foundation, dan lain-lain.

9. Layanan Internet *Conoco Phillips*

Unit layanan Internet dari *Conoco Phillips* ini ( sejak tanggal 23 Juli 2009 waktu serahterima) memberikan layanan internet bagi mahasiswa dalam lingkungan Unsri dengan 100 unit komputer. Internet ini terutama bagi keperluan akademik dimana mahasiswa dapat berkomunikasi dengan para pembimbing akademiknya, konsultasi dengan dosen pembimbingnya, pengisian KRS, dan berbagai keperluan akademik lainnya.

Layanan internet Conoco saat ini juga memberikan layanan kepada pengguna berupa: E-Journal, E-Books, Proquest dan Garuda Dikti. Melalui

layanan ini para pengguna banyak mendapat informasi secara online, untuk keperluan tugas-tugas kuliah yang diberikan dosen.

#### 10. Layanan Foto Copy

Unit layanan foto copy milik bersama Kelompok Pustakawan yang memberikan layanan bagi para pengguna yang akan memfotocopy koleksi bahan pustaka yang dibutuhkan sebagian dari isinya. Baik koleksi buku teks, referensi, koleksi skripsi, tesis, disertasi maupun koleksi hasil penelitian.

#### 11. Audio Visual (AVA)

Unit layanan AVA memberikan layanan kepada pengguna tentang koleksi CD-ROM, kaset recorder, video kaset, disket program dengan fasilitas komputer, vcd player, video player, tape recorder dan televisi.

#### 12. Layanan pembinaan Ruang baca fakultas

UPT Perpustakaan Unsri akan melakukan pembinaan bagi setiap ruang baca yang ada di fakultas dalam lingkungan Universitas Sriwijaya dengan menugaskan seorang koordinator.

### 3.6 Sumber Daya Manusia (SDM) UPT.Perpustakaan Universitas Sriwijaya

Keadaan pegawai perpustakaan Universitas Sriwijaya berdasarkan tingkat pendidikan.

Tabel 1

S2	S1	D3	D2	SLTA	SMP	Jml/Orang
3	13	4	6	8	0	34

Tabel 2

Keadaan pegawai perpustakaan Universitas Sriwijaya berdasarkan golongan kepangkatan.

IV b	IV a	III d	III c	III b	III a	II d	II c	II b	II a	Jml
0	3	4	4	5	7	0	3	0	8	34

Tabel 3

Profil SDM berdasarkan tingkat pendidikan usia dan status kepegawaian

Status	<25th	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	>55th	Jml
PNS	1	2	0	3	2	8	3	6	25
BLU	0	4	2	2	1	0	0	0	9

Tabel 4

Tingkat Pendidikan dan Usia Sumber Daya Manusia yang berstatus PNS

Pdd/Usia	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	>55	Jml
S2	0	0	1	0	1	1	0	3
S1	1	1	2	1	5	1	2	13
D3	1	1	0	1	0	0	1	4
D2	1	1	1	0	2	1	1	6
SLTA	3	0	1	1	1	0	2	8
SLTP	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	6	3	5	3	9	3	3	34

### 3.7 Koleksi UPT.Perpustakaan Universitas Sriwijaya

Keadaan koleksi yang dimiliki UPT.Perpustakaan Universitas Sriwijaya

Tabel 5

No	Komposisi/Jenis Koleksi	Judul	Eksemplar
1	Buku teks	56.796	132.277
2	Referensi	12.714	16.688
3	Micro Fische	3.893	3.893
4	Majalah	616	1.390
5	CD	3.170	3.791
6	Kaset Video/Film	19	24
7	Kaset Suara	66	263
8	Laporan Penelitian	13.823	13.823
9	Skripsi/thesis	38.427	38.427
	Jumlah	129.524	210.621

Koleksi buku teks yang dimiliki oleh perpustakaan Universitas Sriwijaya

diantaranya: ilmu perpustakaan dan informasi, filsafat, aliran-aliran filsafat, filsafat moral, filsafat kuno abad pertengahan, filsafat timur, filsafat barat modern, psikologi, logika, agama, sosiologi dan antropologi, statistik, ilmu politik, ilmu ekonomi, ilmu hokum, administrasi Negara, etimologi bahasa Indonesia, matematika, astronomi, fisika, kimia, ilmu pengetahuan tentang bumi, palentologi, ilmutentan kehidupan, ilmu tentang tumbuhan, ilmu tentang hewan, ilmu kedokteran, anatomi, fisiolog, kesehatan umum, farmakologi, pembedahan, ilmu teknik, pertanian, manajemen, teknologi kimia, buku-buku kesenian, kesusastraan, geografi, dan sejarah.

Koleksi referensi yang dimiliki oleh perpustakaan Universitas Sriwijaya diantaranya: kamus, ensiklopedi, terbitan berseri, dan bibliografi.

Koleksi majalah yang dimiliki oleh perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya diantaranya: majalah ilmiah (jurnal-jurnal sumbangan dari instansi-instansi), majalah semi ilmiah (majalah langgan, seperti:property,tribus, dan trabos).

### 3.8 Sarana dan Prasarana Perpustakaan Universitas Sriwijaya

Tabel 6

#### Sarana dan Prasarana

No	Nama Barang	Jumlah	Kondisi baik	Ket
1	Computer	86	32	
2	Printer	25	17	
3	Meja computer	51	51	
4	Meja resepsionis	6	3	
5	Meja baca	128	118	
6	Kursi baca	923	1.002	
7	Kursi kerja <sup>1</sup> / <sub>2</sub> biro	25	23	
8	Rak titipan tas	28	28	
9	Rak buku	327	327	
10	Telephon	2	2	
11	Kipas angin	37	36	
12	Lemari display	28	28	
13	Lemari besi	11	11	
14	Lemari arsip	16	16	
15	OHP	1	1	

16	Televisi	9	5	
17	Video	2	1	
18	Mesin fotocopy	2	2	
19	Mesin tik	8	4	
20	Mesin vinil	3	3	
21	Filling cabinet	22	22	
22	Loker	40	40	
23	Ac	29	29	
24	Aiphon	0	0	
25	Stabilizer	40	31	
26	Sice	7	6	
27	Mesin potong rumput	1	1	
28	Note book	1	1	
29	Camera digital	2	2	
30	Viewer	1	1	
31	Komputer SC	5	5	
32	Komputer WB	2	2	
33	Komputer PMD	3	3	
34	Komputer Conoco	94	94	
35	Meja oshin	10	10	
36	Vacuum cleaner	3	2	
37	Lemari buku kaca	6	6	
38	Tangga almunium	1	1	
39	Menin fax	1	1	
40	Trolly buku	8	8	
41	Dispenser	4	4	
42	TOA	1	1	
43	Kompor gas dua mata	1	1	
44	Tabung gas 12kg	2	2	

45	Mesin air sumizu	1	1	
46	Lemari kartu majalah	4	4	
47	Soun System (satu set)	1	1	
48	Lori Roda ARCO	1	1	

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Untuk mengetahui efektivitas pemasaran jasa informasi melalui system *Information Communication and Technology (ICT)* di UPT perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya, penulis mendapatkan data dengan cara menyebarkan angket kepada 75 mahasiswa yang berkunjung selama bulan Mei dan Juni 2015, Observasi dan wawancara dengan pustakawan. Kemudian analisis data dilakukan dengan cara data dikumpulkan terlebih dahulu lalu diperiksa kembali, kemudian diklasifikasikan atau pengelompokan data-data tersebut secara sistematis berdasarkan ciri-ciri yang sama dengan petunjuk yang telah ditetapkan. Selanjutnya analisis dengan menggunakan rumus *product moment*.

#### **4.1 Jasa Informasi yang Tersedia di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya**

##### **1. Layanan Tata Usaha**

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan Tata Usaha yaitu kegiatan layanan administrasi Perpustakaan seperti surat menyurat, kerumahtanggaan, perlengkapan, dan kepegawaian.

##### **2. Layanan Teknis**

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan Teknis yaitu kegiatan pengadaan, pengolahan, dan perawatan bahan pustaka.

### 3. Layanan Sirkulasi

Unit layanan sirkulasi melaksanakan kegiatan sebagai berikut :

- a. Melayani pendaftaran/daftar ulang anggota, seorang petugas layanan sirkulasi melakukan verifikasi terhadap data diri calon anggota yang diisi pada kartu registrasi dengan kartu identitas calon anggota, setelah itu barulah petugas sirkulasi memproduksi KTA (kartu tanda anggota) untuk calon anggota yang bersangkutan dan kemudian memfilekan kartu registrasi yang telah diisi oleh calon anggota.
- b. Peminjaman, biasanya penyelenggaraan administrasi peminjaman dengan menggunakan kartu buku yang telah ada di dalam kantong buku yang disediakan, kemudian petugas sirkulasi mencatat nomor anggota, tanggal pengembalian, tanda buku yang dicatat pada kartu buku dan buku yang telah disediakan. Pengembalian buku, biasanya petugas sirkulasi mencari kartu buku berdasarkan nomor panggil dan tanggal kembali, kartu buku tersebut selanjutnya dimasukkan kembali ke dalam kantong kartu buku dan bahan pustaka tersebut siap untuk di susun kembali ke rak. Jika suatu bahan pustakan yang terlambat dikembalikan oleh pemustaka, maka pemustaka akan dikenakan denda yang telah ditentukan oleh petugas sirkulasi.
- c. Pengurusan kartu bebas pustaka, prosedur pemberian surat keterangan bebas pustaka yang dilakukan oleh petugas layanan dengan cara meminta tanda pengenal kepada pengguna yang membutuhkan tanda bukti bebas pustaka, petugas mengambil kartu peminjaman berdasarkan nomor anggota

yang tertera pada tanda pengenal yang dimiliki pengguna, petugas memeriksa pada kartu peminjaman ada atau tidaknya peminjaman bahan pustaka yang belum dikembalikan, kartu peminjaman yang menyatakan bahwa pengguna tidak mempunyai peminjaman bahan pustaka yang belum dikembalikan distempel pada bebas pustaka, petugas memeriksa kembali bebas pustaka dengan identitas pengguna.

- d. Kegiatan penagihan pengguna yang terlambat mengembalikan buku, biasanya petugas sirkulasi mengirimkan surat tagihan kealamat peminjam atau dengan pengumuman yang ditempel di papan pengumuman yang berisikan informasi singkat mengenai bahan pustaka yang ditagih.
- e. Selain itu menginput data base kegiatan layanan, untuk kegiatan menginput data base kegiatan layanan ini ada petugas sendiri yang menginput setiap kegiatan yang ada di layanan sirkulasi.

#### 4. Layanan Jasa Referensi dan Priodikal

Unit layanan referensi menyediakan bahan-bahan rujukan seperti kamus, ensiklopedi, direktori dan lain-lain. Juga melayani permintaan penelusuran informasi melalui media rujukan tersebut. Layanan priodikal menyediakan koleksi jurnal, majalah (luar negeri dan dalam negeri) yang bersifat ilmiah, populer dan hiburan, koran (pusat dan daerah), dan terbitan-terbitan berkala lainnya.

kegiatan yang terdapat disini selain kegiatan referensi seperti penelusuran literature, pendidikan pemakai, bantuan menggunakan alat penelusuran, di layanan referensi ini tidak hanya memiliki koleksi referensi

saja tapi ada juga koleksi priodikal seperti jurnal, jurnal ilmiah (nasional maupun jurnal internasional), populer dan hiburan, koran (pusat dan daerah), dan terbitan-terbitan berkala lainnya. Yang menjadi sasaran dalam pemasaran jasa informasi adalah seluruh civitas akademik Universitas Sriwaya.

5. Layanan Jasa Koleksi Khusus

Kegiatan yang dilakukan pada layanan koleksi khusus yaitu menyediakan koleksi laporan penelitian, skripsi, tesis dan disertasi. Dan koleksi lain seperti makalah mahasiswa dan dosen yang di perlukan pemustaka.

6. Layanan Jasa Komputer

Kegiatan layanan jasa komputer ini menyediakan beberapa buah komputer untuk pengetikan, printer B/W dan warna, dan scanner. Semua pengguna perpustakaan baik anggota maupun non anggota yang berasal dari sivitas akademika Unsri dapat menggunakan fasilitas ini, sesuai peraturan yang berlaku di perpustakaan.

7. Layanan Jasa Sampoerna Corner

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan pojok Sampoerna menyediakan layanan internet, layanan TV Cable (Indovision), layanan baca buku dari sumbangan Sampoerna Foundation, dan lain-lain.

8. Layanan Jasa Internet *Conoco Phillips*

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan Internet dari *Conoco Phillips* ini ( sejak tanggal 23 Juli 2009 waktu serahterima) memberikan layanan

internet bagi mahasiswa dalam lingkungan Unsri dengan 100 unit komputer. Internet ini terutama bagi keperluan akademik dimana mahasiswa dapat berkomunikasi dengan para pembimbing akademiknya, konsultasi dengan dosen pembimbingnya, pengisian KRS, dan berbagai keperluan akademik lainnya.

Layanan internet Conoco saat ini juga memberikan layanan kepada pengguna berupa: E-Journal, E-Books, Proquest dan Garuda Dikti. Melalui layanan ini para pengguna banyak mendapat informasi secara online, untuk keperluan tugas-tugas kuliah yang diberikan dosen.

9. Layanan Jasa Foto copy

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan Foto copy ini memberikan layanan bagi para pengguna yang akan memfoto copy koleksi bahan pustaka yang dibutuhkan sebagian dari isinya. Baik koleksi buku teks, referensi, koleksi skripsi, tesis, disertasi maupun koleksi hasil penelitian.

10. Layanan Jasa Audio Visual (AVA)

Kegiatan yang dilakukan oleh layanan AVA memberikan layanan kepada pengguna tentang koleksi CD-ROM, kaset recorder, video kaset, disket program dengan fasilitas komputer, vcd player, video player, tape recorder dan televisi.

11. Layanan Jasa pembinaan Ruang baca fakultas

Kegiatan yang dilakukan jasa pembinaan ruang baca fakultas yaitu melakukan pembinaan bagi setiap ruang baca yang ada di fakultas dalam lingkungan Universitas Sriwijaya dengan menugaskan seorang koordinator.

**4.2 Luas Spectrum Sebaran *Information Communication and Technology (ICT)* ke tengah khalayak pengguna (*user*) dapat dilihat dari Tanggapan Responden berikut.**

**1. Kunjungan Mahasiswa ke Perpustakaan**

Pada pertanyaan ini, untuk mengetahui pernah atau tidak pernahnya responden mengunjungi perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya, diajukan pertanyaan sebagai berikut, Apakah anda sering mengunjungi perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya? Berikut adalah tabel persentase jawaban responden.

Tabel 7

Frekuensi kunjungan mahasiswa ke perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya

NO	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Ya	170	42,6%
2	Kadang-kadang	153	38,3%
3	Tidak pernah	76	19,1%
		399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 170 (42,6%) dari 399 mahasiswa menjawab sering mengunjungi perpustakaan. Terdapat 153 (38,3%) dari 399 mahasiswa menjawab kadang-kadang atau jarang mengunjungi perpustakaan. Selanjutnya terdapat 76 (19,1%) dari 399 mahasiswa menjawab tidak pernah mengunjungi perpustakaan.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, kunjungan mahasiswa ke perpustakaan cukup tinggi, karena terlihat dari jumlah pengunjung yang setiap harinya semakin banyak dan semakin meningkat setiap bulannya.

Dari data diatas, hasil tersebut menunjukkan bahwa kunjungan mahasiswa di perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya termasuk dalam golongan tinggi. Mahasiswa memiliki kesadaran untuk mengunjungi perpustakaan dan memanfaatkannya.

## 2. Faktor Penarik Pengunjung Perpustakaan

Banyak faktor yang membuat pengguna perpustakaan mau datang ke perpustakaan, salah satunya layanan yang ada di perpustakaan serta ketersediaan koleksinya. Dibawah ini tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai apa yang membuat mahasiswa tertarik untuk datang ke perpustakaan.

Tabel 8

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang ketertarikan pengunjung ke perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Layanan yang baik	180	45,1%
2	Koleksi yang cukup lengkap	140	53,1%
3	Suasana perpustakaan yang nyaman	79	19,8%
		399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 180 (45,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mahasiswa mengunjungi perpustakaan karena tertarik dengan layanan yang baik yang diberikan oleh perpustakaan, selanjutnya terdapat 140 (53,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa ketertarikan mereka ke perpustakaan dikarenakan koleksi yang ada di perpustakaan cukup lengkap. Terakhir terdapat 79 (19,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka tertarik ke perpustakaan karena suasana di perpustakaan yang nyaman.

Berdasarkan observasi penulis, memang koleksi yang ada di perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya cukup banyak dan lengkap. Dari data diatas dapat diketahui bahwasanya mahasiswa lebih banyak menyatakan bahwa yang membuat mereka tertarik ke perpustakaan dikarenakan koleksi yang ada di perpustakaan.

#### **4.3 Korelasi Tinggi Rendahnya Jumlah Pengguna Jasa Informasi di Universitas Sriwijaya Inderalaya Setelah Tersosialisasinya System *Information and Communication Technology (ICT)* dapat dilihat Dari:**

##### **A. Tanggapan Responden Tentang *Information Communication and Technology (ICT)* di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya**

*Information Communication and Technology (ICT)* dalam penelitian ini disebut *variable independent* yaitu yang menjelaskan atau mempengaruhi *variable* lain. Untuk memudahkan penulisan *variable* ini di lambangkan dengan varabel X.

## 1. Kunjungan Mahasiswa ke Perpustakaan

Pada pertanyaan ini, untuk mengetahui pernah atau tidak pernahnya responden mengunjungi perpustakaan perguruan tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya, diajukan pertanyaan sebagai berikut, Apakah anda sering mengunjungi perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya? Berikut adalah tabel persentase jawaban responden.

Tabel 9

Frekuensi kunjungan mahasiswa ke perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya

NO	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Ya	170	42,6%
2	Kadang-kadang	153	38,3%
3	Tidak pernah	76	19,1%
		399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 170 (42,6%) dari 399 mahasiswa menjawab sering mengunjungi perpustakaan. Terdapat 153 (38,3%) dari 399 mahasiswa menjawab kadang-kadang atau jarang mengunjungi perpustakaan. Selanjutnya terdapat 76 (19,1%) dari 399 mahasiswa menjawab tidak pernah mengunjungi perpustakaan.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, kunjungan mahasiswa ke perpustakaan cukup tinggi, karena terlihat dari jumlah pengunjung yang setiap harinya semakin banyak dan semakin meningkat setiap bulannya.

Dari data diatas, hasil tersebut menunjukkan bahwa kunjungan mahasiswa di perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya termasuk dalam golongan tinggi. Mahasiswa memiliki kesadaran untuk mengunjungi perpustakaan dan memanfaatkannya.

## **2. Peran Perpustakaan dalam Mendukung Serta Memperlancar Pelaksanaan Program Kegiatan Perguruan Tinggi**

Perpustakaan berperan dalam mendukung serta memperlancar pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi yang tercantum dalam tri dharma perguruan tinggi yaitu pembelajaran, penelitian serta pengabdian masyarakat. Berikut pertanyaan yang diajukan. Apakah perpustakaan mendukung dan memperlancar pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi?

Tabel 10

Frekuensi tanggapan mahasiswa tentang keberadaan perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat mendukung	223	56%
2	Cukup mendukung	130	32,5%
3	Tidak mendukung	46	11,5%
	jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 223 (56%) dari 399 mahasiswa menjawab perpustakaan sangat mendukung program kegiatan perguruan tinggi. Ada 130 (32,5%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa perpustakaan cukup mendukung serta memperlancar pelaksanaan

program perguruan tinggi. Selanjutnya terdapat 46 (11,5%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa perpustakaan tidak mendukung program kegiatan perguruan tinggi.

Dari pengamatan penulis keberadaan perpustakaan Universitas Sriwijaya sangat mendukung dan memperlancar pelaksanaan program perguruan tinggi yang termasuk didalam Tri Dharma perguruan tinggi, hal ini terbukti banyak mahasiswa semester akhir yang sedang melakukan penelitian, memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan.

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa keberadaan perpustakaan sangat mendukung, memperlancar pelaksanaan program kegiatan perguruan tinggi.

### 3. Informasi diperoleh dengan cepat melalui system *Information Communication and Technology (ICT)*.

Pada bagian ini diajukan pertanyaan, apakah anda mendapatkan informasi dengan cepat melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*? Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa.

Tabel 11

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang informasi yang diperoleh dengan cepat melalui sistem *ICT*

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Ya	189	47,4%
2	Kadang-kadang	154	38,6%

3	Tidak	56	14%
	jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 189 (47,4%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka mendapatkan informasi dengan cepat melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*. Selanjutnya terdapat 154 (38,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan kadang-kadang mendapatkan informasi dengan cepat melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*. Selanjutnya terdapat 56 (14%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka tidak mendapatkan informasi dengan cepat melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*.

Dari observasi penulis, perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya cukup baik dalam memberikan informasi kepada para pemustaka, terbukti para pemustaka dengan cepat dapat memperoleh informasi yang di butuhkan melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*.

#### **4. Pemanfaatan system *Information Communication and Technology (ICT)*.**

Dalam mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, arus globalisasi dan era perdagangan bebas, perpustakaan dituntut untuk dapat memberikan layanan secara proaktif dan professional melalui pengembangan sistem otomasi, serta menerapkan standar kinerja yang

berkualitas. Pertanyaan yang diajukan apakah anda memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan? Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai metode pemasaran.

Tabel 12

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang pemanfaatan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Ya	188	47,1%
2	Kadang-kadang	183	45,8%
3	Tidak	28	7,1%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 188 (47,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka telah memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan. Lalu terdapat 183 (45,8%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa kadang-kadang mereka memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan. Selanjutnya terdapat 28 (7,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka tidak memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan.

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa telah memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan universitas sriwijaya Inderalaya.

**5. Dukungan dari lingkungan sekitar untuk memanfaatkan system *Information Communication and Technology (ICT)*.**

Pada bagian ini diajukan pertanyaan, apakah lingkungan sekitar perpustakaan mendukung anda untuk memanfaatkan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang disediakan oleh perpustakaan?

Tabel 13

Frekuensi jawaban mahasiswa dukungan lingkungan sekitar dalam pemanfaatan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat mendukung	234	58,6%
2	Cukup mendukung	122	30,6%
3	Tidak mendukung	43	10,8%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa 234 (58,6%) dari 399 mahasiswa yang menyatakan bahwa lingkungan sekitar sangat mendukung pemanfaatan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* perpustakaan, selanjutnya 122 (30,6%) dari 399 mahasiswa mengatakan bahwa lingkungan sekitar cukup mendukung dalam pemanfaatan sistem *Information Communication and Technology*

(ICT) Perpustakaan, selanjutnya ada 23 (10,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa lingkungan sekitar tidak mendukung pemanfaatan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* perpustakaan.

## 6. Faktor Penarik Pengunjung Perpustakaan

Banyak faktor yang membuat pengguna perpustakaan mau datang ke perpustakaan, salah satunya layanan yang ada di perpustakaan serta ketersediaan koleksinya. Dibawah ini tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai apa yang membuat mahasiswa tertarik untuk datang ke perpustakaan.

Tabel 14

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang ketertarikan pengunjung ke perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Layanan yang baik	180	45,1%
2	Koleksi yang cukup lengkap	140	53,1%
3	Suasana perpustakaan yang nyaman	79	19,8%
		399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 180 (45,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mahasiswa mengunjungi perpustakaan karena tertarik dengan layanan yang baik yang diberikan oleh perpustakaan, selanjutnya terdapat 140 (53,1%) dari 399 mahasiswa

menyatakan bahwa ketertarikan mereka ke perpustakaan dikarenakan koleksi yang ada di perpustakaan cukup lengkap. Terakhir terdapat 79 (19,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa mereka tertarik ke perpustakaan karena suasana di perpustakaan yang nyaman.

Berdasarkan observasi penulis, memang koleksi yang ada di perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya cukup banyak dan lengkap. Dari data diatas dapat diketahui bahwasanya mahasiswa lebih banyak menyatakan bahwa yang membuat mereka tertarik ke perpustakaan dikarenakan koleksi yang ada di perpustakaan.

#### 7. Layanan yang sering dimanfaatkan

Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai Jenis layanan apa yang sering anda dimanfaatkan?

Tabel 15

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang layanan yang sering dimanfaatkan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Layana <i>digital library</i>	265	66,4%
2	Layanan sirkulasi dan Refrensi	104	26,1%
3	Layanan Foto copy	30	7,5%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui 265 (66,4%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa layanan yang paling sering dimanfaatkan yaitu Layana *digital library*. Selanjutnya 104 (26,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa layanan *sirkulasi dan refrensi* yang sering

dimanfaatkan. Terakhir ada 30 (7,5%) dari 399 mahasiswa yang menyatakan bahwa jenis layanan foto copyyng sering di manfaatkan.

## **B. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Efektivitas Pemasaran Jasa Informasi di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya**

Pemasaran jasa informasi di dalam penelitian ini disebut variable dependen. Variable dependen yaitu variable yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable independen. Untuk memudahkan penulis variable ini dilambangkan variable Y.

### **1. Kegiatan perpustakaan dalam memasarkan jasa-jasa yang dimiliki**

Perpustakaan bukan saja hanya mengolah serta menyimpan koleksi serta jasa yang dimiliki perpustakaan, akan tetapi perpustakaan diharuskan memasarkan jasa-jasa apa saja yang dimiliki perpustakaan tersebut, sehingga diajukan pertanyaan apakah perpustakaan selama ini sudah melakukan pemasaran/mensosialisasikan jasa-jasa yang dimiliki perpustakaan kepada pemustaka? Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa.

Tabel 16

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang pemasaran jasa-jasa yang dimiliki perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Ya	196	49,1%
2	Kadang-kadang	179	44,9%
3	Tidak Pernah	24	6%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 196 (49,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan sering memasarkan jasanya. Ada 179 (44,9%) dari 399 mahasiswa yang menyatakan kadang-kadang perpustakaan melakukan kegiatan pemasaran jasa yang dimiliki kepada pemustaka. Selanjutnya terdapat 24 (6%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa perpustakaan tidak pernah melakukan kegiatan pemasaran jasa yang dimiliki kepada pemustaka.

Dari data diatas menunjukkan bahwa perpustakaan tidak pernah atau jarang dalam melakukan kegiatan memasarkan jasa, layanan, serta koleksi yang dimilikinya kepada para pemustaka. Hal ini terlihat dari frekuensi jawaban mahasiswa pada pertanyaan ini.

## 2. Kegiatan promosi yang baik

Promosi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Jika kegiatan promosi dilakukan dengan baik, maka pencitraan perpustakaan akan

semakin bagus serta dapat menarik para pengunjung untuk datang ke perpustakaan. Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa tentang apakah perpustakaan sudah melakukan kegiatan promosi dengan baik?

Tabel 17

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang kegiatan promosi yang baik

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat baik	188	47,1%
2	Cukup baik	174	44,6%
3	Kurang baik	37	9,3%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: dat primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 188 (47,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan Universitas Sriwijaya melakukan kegiatan promosi dengan sangat baik kepada para pemustaka. Ada 174 (44,6%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa perpustakaan melakukan promosi dengan cukup baik. Selanjutnya ada 37 (9,3%) dari 399 mahasiswa menjawab bahwa perpustakaan masih kurang baik dalam melakukan promosi.

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan sudah melaksanakan kegiatan promosinya dengan sangat baik kepada para pemustaka.

### 3. Analisis kebutuhan pemustaka

Analisis kebutuhan pengguna perlu diadakan oleh para pustakawan, hal ini berfungsi sebagai tolak ukur kegiatan pengadaan bahan pustaka

yang dilakukan perpustakaan. Kegiatan ini juga bertujuan untuk mengetahui bahwa koleksi apa saja yang diinginkan para pemustaka. Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa tentang apakah perpustakaan melakukan analisis kebutuhan pemustaka?

Tabel 18

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang analisis kebutuhan pemustaka

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sering dilakukan	185	46,4%
2	Kadang dilakukan	159	39,8%
3	Tidak melakukan	55	13,8%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 185 (46,4%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan sering melakukan analisis kebutuhan pemustaka. Ada 159 (39,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan tidak kadang-kadang melakukan analisis kebutuhan pemustaka. Selanjutnya ada 55 (13,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan tidak pernah melakukan analisis kebutuhan pemustaka.

Dari data diatas bahwasanya perpustakaan Universitas Sriwijaya Indralaya sering melakukan analisis kebutuhan pemustaka.

#### 4. Perpustakaan memberikan informasi serta layanan yang baik kepada pemustaka

Pada bagian ini diajukan pertanyaan, apakah perpustakaan memberikan informasi serta layanan terbaik kepada pemustaka? Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa.

Tabel 19

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang informasi dan layanan yang baik

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat baik	180	45,1%
2	Cukup baik	175	43,9%
3	Kurang baik	44	11%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa ada 180 (45,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan perpustakaan memberikan informasi serta layanan yang sangat baik. Ada 175 (43,9%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan cukup baik dalam memberikan informasi serta layanan kepada pengguna. Selanjutnya ada 44 (11%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan kurang baik dalam memberikan informasi serta layanan kepada pengguna.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perpustakaan memberikan informasi serta layanan yang baik kepada para pemustaka.

## 5. Perbaikan layanan dan jasa yang ada di perpustakaan

Pada pertanyaan bagian ini, untuk mengetahui data mengenai apakah pustakawan selalu memperbaiki layanan serta jasa yang ada di perpustakaan. Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa.

Tabel 20

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang perbaikan layanan dan jasa yang ada di perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sering memperbaiki	177	44,4%
2	Jarang memperbaiki	161	40,3%
3	Belum memperbaiki	61	15,3%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 177 (44,4%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa pustakawan sering memperbaiki layanan serta jasa yang ada di perpustakaan. Ada 161 (40,3%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa pustakawan jarang memperbaiki layanan serta jasa yang ada di perpustakaan. Selanjutnya terdapat 62 (15,3%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa perpustakaan belum memperbaiki layanan serta jasa yang ada.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pustakawan sering melakukan perbaikan layanan serta jasa yang ada di perpustakaan.

## 6. Metode pemasaran yang berhasil untuk menarik pemustaka

Metode pemasaran sangat berguna dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Metode yang kreatif dan penyampaian yang menarik akan dengan mudah mengajak para sasaran pemasaran untuk datang dan mau memanfaatkan produk dan jasa yang kita pasarkan. Pertanyaan yang diajukan metode apa yang menurut anda lebih berhasil dalam menarik pemustaka berkunjung ke perpustakaan?. Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai metode pemasaran.

Tabel 21

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang metode pemasaran jasa informasi perpustakaan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Kegiatan	243	60,9%
2	Publikasi	94	23,6%
3	Media elektronik	62	15,5%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 243 (60,9) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa metode pemasaran melalui kegiatan pameran, bazar, ceramah, dan roadshow. terdapat 94 (23,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa metode publikasi seperti penyebaran brosur, poster dan *news-latter*. Terakhir terdapat 62 (15,5%) dari 399

mahasiswa menyatakan metode pemasaran melalui media elektronik seperti *website*, *opac* dan *facebook*.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa metode pemasaran yang paling tepat dan hasil dalam menarik pengunjung yaitu metode pemasaran melalui kegiatan perpustakaan seperti kegiatan pameran, bazar, ceramah dan roadshow. Maka dari itu perpustakaan harus terus melakukan kegiatan pemasran serta menggunakan metode pemasaran yang dianggap sangat berhasil dalam menarik para pengguna perpustakaan.

## 7. Keberhasilan metode pemasran

Pada bagian ini diajukan pertanyaan., apakah metode tersebut berhasil menarik pengunjung untuk datang dan memanfaatkan perpustakaan?

Tabel 22

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang keberhasilan metode pemasaran

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat berhasil	252	63,2%
2	Cukup berhasil	98	24,6%
3	Tidak berhasil	49	12,2%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 252 (63,2%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa metode yang digunakan dalam kegiatan pemasran sangat baik, sehingga berhasil menarik pengunjung. Selanjutnya terdapat 98 (24,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa metode yang digunakan cukup berhasil. Terakhir terdapat 49 (12,2%) dari

399 mahasiswa menyatakan bahwa metode yang digunakan dalam kegiatan pemasaran ini tidak berhasil.

#### **8. Kepuasan pengunjung terhadap pemasaran jasa informasi di perpustakaan dengan sistem *Information Communication and Technology (ICT)***

Berikut tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai apakah anda puas dengan pemasaran jasa informasi di perpustakaan melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*?

Tabel 23

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang kepuasan pengunjung terhadap pemasaran jasa informasi

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat puas	214	53,6%
2	Cukup puas	159	39,8%
3	Tidak puas	26	6,5%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui 214 (53,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan sangat puas dengan pemasaran jasa informasi di perpustakaan setelah menggunakan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*, terdapat 159 (39,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan cukup puas dengan pemasaran jasa informasi di perpustakaan setelah menggunakan sistem *Information Communication and*

*Technology (ICT)*. Selanjutnya 26 (6,5%) dari 399 mahasiswa menyatakan tidak puas dengan pemasaran jasa informasi di perpustakaan setelah menggunakan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*.

### **9. Efektif dan efisiensi pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)***

Dibawah ini tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai apakah anda setuju pemasaran jasa informasi dengan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* lebih efektif dan efisien dari pada menggunakan sistem manual?

Tabel 24

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang Efektif dan efisiensi pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)*

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat setuju	210	52,6%
2	Cukup setuju	174	43,6%
3	Tidak setuju	15	3,8%
	Jumlah	399	100,00%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa 210 (52,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan sangat setuju jika pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* dibanding lebih efektif dan efisien. Terdapat 174 (43,6%) dari 399

mahasiswa menyatakan cukup setuju jika pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* terbilang lebih efektif dan efisien. Selanjutnya 15 (3,8%) dari 399 mahasiswa menyatakan tidak setuju jika pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* dikatakan lebih efektif dan efisien di bandingkan menggunakan sistem manual.

Dari data diatas, dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* lebih efektif dan efisien dibanding dengan sistem manual.

#### **10. Pemasaran informasi di perpustakaan sudah sesuai dengan harapan pengguna**

Dibawah ini tabel persentase jawaban mahasiswa mengenai apakah pemasaran jasa informasi sudah sesuai dengan harapan?

Tabel 25

Frekuensi jawaban mahasiswa tentang Pemasaran informasi di perpustakaan sudah sesuai dengan harapan pengguna

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat sesuai	196	49,1%
2	Cukup sesuai	149	37,3%
3	Tidak sesuai	54	13,6%
	Jumlah	399	100%

Sumber data: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 196 (49,1%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa pemasaran jasa informasi di perpustakaan Universitas Sriwijaya sangat sesuai dengan harapan pemustaka. Lalu terdapat 149 (37,3%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa pemasaran jasa informasi di perpustakaan Universitas Sriwijaya cukup sesuai dengan harapan pemustaka. Selanjutnya terdapat 54 (13,6%) dari 399 mahasiswa menyatakan bahwa pemasaran jasa informasi di perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya tidak sesuai dengan harapan pemustaka.

#### **4.4 Perhitungan Korelasi berdasarkan Rumus *Product Moment*: Efektivitas pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya.**

Untuk menganalisis hasil penelitian ini maka akan diuji dengan korelasi *Product Moment* sebagai berikut.

##### **KETERANGAN:**

X = *Information Communication and Technology (ICT)*

Y= Pemasaran Jasa Informasi

##### **1. Mencari Nilai Statistik Dasar**

Dari data pemasaran jasa informasi dan *Information Communication and Technology (ICT)* oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya Inderalaya.

Tabel 27

KS	X	Y	XX	YY	XY
1	21	27	441	729	567
2	19	23	361	529	437
3	18	26	324	676	468
4	17	20	289	400	340
5	18	24	324	576	432
6	15	21	225	441	315
7	15	23	225	529	345
8	16	25	256	625	400
9	17	24	289	576	408
10	17	22	289	484	374
11	17	26	289	676	442
12	16	25	256	625	400
13	16	23	256	529	368
14	18	27	324	729	486
15	17	23	289	529	391
16	15	23	225	529	345
17	15	23	225	529	345
18	15	24	225	576	360
19	17	25	289	625	425
20	15	24	225	576	360
21	16	24	256	576	384
22	18	24	324	576	432
23	16	24	256	576	384
24	17	25	289	625	425
25	15	24	225	576	360
26	17	24	289	576	408
27	18	27	324	729	486
28	18	28	324	784	504
29	17	25	289	625	425
30	20	26	400	676	520
31	18	24	324	576	432
32	17	26	289	676	442
33	14	21	196	441	294
34	16	24	256	576	384
35	14	22	196	484	308

36	16	23	256	529	368
37	15	24	225	576	360
38	17	24	289	576	408
39	16	22	256	484	352
40	18	27	324	729	486
41	17	24	289	576	408
42	18	26	324	676	468
43	20	25	400	625	500
44	18	24	324	576	432
45	14	25	196	625	350
46	14	24	196	576	336
47	15	22	225	484	330
48	17	23	289	529	391
49	16	23	256	529	368
50	17	22	289	484	374
51	19	26	361	676	494
52	17	22	289	484	374
53	18	25	324	625	450
54	17	23	289	529	391
55	17	24	289	576	408
56	19	27	361	729	513
57	18	26	324	676	468
58	17	25	289	625	425
59	20	27	400	729	540
60	18	24	324	576	432
61	17	22	289	484	374
62	16	22	256	484	352
63	17	24	289	576	408
64	17	25	289	625	425
65	16	25	256	625	400
66	16	23	256	529	368
67	16	24	256	576	384
68	17	26	289	676	442
69	19	25	361	625	475
70	17	22	289	484	374
71	17	26	289	676	442
72	19	26	361	676	494
73	17	25	289	625	425

74	15	21	225	441	315
75	16	22	256	484	352
76	17	25	289	625	425
77	17	25	289	625	425
78	15	24	225	576	360
79	15	21	225	441	315
80	16	24	256	576	384
81	15	22	225	484	330
82	16	26	256	676	416
83	15	24	225	576	360
84	19	25	361	625	475
85	19	28	361	784	532
86	19	25	361	625	475
87	19	28	361	784	532
88	20	26	400	676	520
89	19	24	361	576	456
90	17	26	289	676	442
91	13	21	169	441	273
92	15	24	225	576	360
93	15	22	225	484	330
94	17	23	289	529	391
95	16	24	256	576	384
96	15	24	225	576	360
97	17	22	289	484	374
98	20	27	400	729	540
99	18	24	324	576	432
100	18	26	324	676	468
101	19	25	361	625	475
102	16	24	256	576	384
103	15	25	225	625	375
104	16	24	256	576	384
105	16	22	256	484	352
106	16	23	256	529	368
107	15	23	225	529	345
108	14	22	196	484	308
109	18	26	324	676	468
110	16	22	256	484	352
111	17	25	289	625	425

112	17	23	289	529	391
113	18	24	324	576	432
114	20	27	400	729	540
115	18	26	324	676	468
116	16	25	256	625	400
117	18	26	324	676	468
118	17	24	289	576	408
119	14	26	196	676	364
120	14	21	196	441	294
121	16	24	256	576	384
122	18	22	324	484	396
123	17	23	289	529	391
124	17	24	289	576	408
125	17	24	289	576	408
126	16	22	256	484	352
127	16	27	256	729	432
128	16	24	256	576	384
129	17	26	289	676	442
130	18	25	324	625	450
131	18	24	324	576	432
132	14	25	196	625	350
133	16	24	256	576	384
134	17	22	289	484	374
135	16	23	256	529	368
136	15	23	225	529	345
137	16	22	256	484	352
138	17	26	289	676	442
139	15	22	225	484	330
140	17	25	289	625	425
141	16	23	256	529	368
142	16	24	256	576	384
143	19	27	361	729	513
144	19	26	361	676	494
145	20	25	400	625	500
146	20	26	400	676	520
147	18	24	324	576	432
148	18	26	324	676	468
149	14	21	196	441	294

150	18	24	324	576	432
151	15	22	225	484	330
152	17	23	289	529	391
153	16	24	256	576	384
154	16	24	256	576	384
155	17	22	289	484	374
156	19	27	361	729	513
157	16	24	256	576	384
158	16	26	256	676	416
159	17	25	289	625	425
160	16	24	256	576	384
161	15	27	225	729	405
162	15	24	225	576	360
163	15	22	225	484	330
164	17	22	289	484	374
165	16	24	256	576	384
166	14	25	196	625	350
167	19	25	361	625	475
168	17	23	289	529	391
169	15	24	225	576	360
170	17	26	289	676	442
171	18	25	324	625	450
172	19	22	361	484	418
173	16	26	256	676	416
174	16	26	256	676	416
175	21	27	441	729	567
176	19	23	361	529	437
177	18	26	324	676	468
178	17	20	289	400	340
179	18	24	324	576	432
180	15	21	225	441	315
181	15	23	225	529	345
182	16	25	256	625	400
183	17	24	289	576	408
184	17	22	289	484	374
185	17	26	289	676	442
186	16	25	256	625	400
187	16	23	256	529	368

188	18	27	324	729	486
189	17	23	289	529	391
190	15	23	225	529	345
191	15	23	225	529	345
192	15	24	225	576	360
193	17	25	289	625	425
194	15	24	225	576	360
195	16	24	256	576	384
196	18	24	324	576	432
197	16	24	256	576	384
198	17	25	289	625	425
199	15	24	225	576	360
200	17	24	289	576	408
201	18	27	324	729	486
202	18	28	324	784	504
203	17	25	289	625	425
204	20	26	400	676	520
205	18	24	324	576	432
206	17	26	289	676	442
207	14	21	196	441	294
208	16	24	256	576	384
209	14	22	196	484	308
210	16	23	256	529	368
211	15	24	225	576	360
212	17	24	289	576	408
213	16	22	256	484	352
214	18	27	324	729	486
215	17	24	289	576	408
216	18	26	324	676	468
217	20	25	400	625	500
218	18	24	324	576	432
219	14	25	196	625	350
220	14	24	196	576	336
221	15	22	225	484	330
222	17	23	289	529	391
223	16	23	256	529	368
224	17	22	289	484	374
225	19	26	361	676	494

226	17	22	289	484	374
227	18	25	324	625	450
228	17	23	289	529	391
229	17	24	289	576	408
230	19	27	361	729	513
231	18	26	324	676	468
232	17	25	289	625	425
233	20	26	400	676	520
234	18	24	324	576	432
235	17	26	289	676	442
236	16	21	256	441	336
237	17	24	289	576	408
238	17	22	289	484	374
239	16	23	256	529	368
240	16	24	256	576	384
241	16	24	256	576	384
242	17	22	289	484	374
243	19	27	361	729	513
244	17	24	289	576	408
245	17	26	289	676	442
246	19	25	361	625	475
247	17	24	289	576	408
248	15	25	225	625	375
249	16	24	256	576	384
250	17	22	289	484	374
251	17	23	289	529	391
252	15	23	225	529	345
253	15	22	225	484	330
254	16	26	256	676	416
255	15	22	225	484	330
256	16	25	256	625	400
257	15	23	225	529	345
258	19	24	361	576	456
259	19	27	361	729	513
260	19	26	361	676	494
261	19	25	361	625	475
262	20	26	400	676	520
263	19	24	361	576	456

264	17	26	289	676	442
265	13	21	169	441	273
266	15	24	225	576	360
267	15	22	225	484	330
268	17	23	289	529	391
269	16	24	256	576	384
270	15	24	225	576	360
271	17	22	289	484	374
272	20	27	400	729	540
273	18	24	324	576	432
274	18	26	324	676	468
275	19	25	361	625	475
276	16	24	256	576	384
277	15	27	225	729	405
278	16	24	256	576	384
279	16	22	256	484	352
280	16	22	256	484	352
281	15	24	225	576	360
282	14	25	196	625	350
283	18	25	324	625	450
284	16	23	256	529	368
285	17	24	289	576	408
286	17	26	289	676	442
287	18	25	324	625	450
288	20	22	400	484	440
289	18	26	324	676	468
290	16	26	256	676	416
291	18	26	324	676	468
292	17	24	289	576	408
293	14	26	196	676	364
294	14	21	196	441	294
295	16	24	256	576	384
296	18	22	324	484	396
297	17	23	289	529	391
298	17	24	289	576	408
299	17	24	289	576	408
300	16	22	256	484	352
301	16	27	256	729	432

302	16	24	256	576	384
303	17	26	289	676	442
304	18	25	324	625	450
305	18	24	324	576	432
306	14	25	196	625	350
307	16	24	256	576	384
308	17	22	289	484	374
309	16	23	256	529	368
310	15	23	225	529	345
311	16	22	256	484	352
312	17	26	289	676	442
313	15	22	225	484	330
314	17	25	289	625	425
315	16	23	256	529	368
316	16	24	256	576	384
317	19	27	361	729	513
318	19	26	361	676	494
319	20	25	400	625	500
320	20	27	400	729	540
321	18	23	324	529	414
322	18	26	324	676	468
323	14	20	196	400	280
324	18	24	324	576	432
325	15	21	225	441	315
326	17	23	289	529	391
327	16	25	256	625	400
328	16	24	256	576	384
329	17	22	289	484	374
330	19	26	361	676	494
331	16	25	256	625	400
332	16	23	256	529	368
333	17	27	289	729	459
334	16	23	256	529	368
335	15	23	225	529	345
336	15	23	225	529	345
337	15	24	225	576	360
338	17	25	289	625	425
339	16	24	256	576	384

340	14	24	196	576	336
341	19	24	361	576	456
342	17	24	289	576	408
343	15	25	225	625	375
344	17	24	289	576	408
345	18	24	324	576	432
346	19	27	361	729	513
347	16	28	256	784	448
348	16	25	256	625	400
349	21	26	441	676	546
350	19	24	361	576	456
351	18	26	324	676	468
352	17	21	289	441	357
353	18	24	324	576	432
354	15	22	225	484	330
355	15	23	225	529	345
356	16	24	256	576	384
357	17	24	289	576	408
358	17	22	289	484	374
359	17	27	289	729	459
360	16	24	256	576	384
361	16	26	256	676	416
362	18	25	324	625	450
363	17	24	289	576	408
364	15	25	225	625	375
365	15	24	225	576	360
366	15	22	225	484	330
367	17	23	289	529	391
368	15	23	225	529	345
369	16	22	256	484	352
370	18	26	324	676	468
371	16	22	256	484	352
372	17	25	289	625	425
373	15	23	225	529	345
374	17	24	289	576	408
375	18	27	324	729	486
376	18	26	324	676	468
377	17	25	289	625	425

378	20	27	400	729	540
379	18	23	324	529	414
380	17	26	289	676	442
381	14	20	196	400	280
382	16	24	256	576	384
383	14	21	196	441	294
384	16	23	256	529	368
385	15	25	225	625	375
386	17	24	289	576	408
387	16	22	256	484	352
388	18	26	324	676	468
389	17	25	289	625	425
390	18	23	324	529	414
391	20	27	400	729	540
392	18	23	324	529	414
393	14	23	196	529	322
394	14	23	196	529	322
395	15	24	225	576	360
396	17	25	289	625	425
397	16	24	256	576	384
398	17	24	289	576	408
399	19	24	361	576	456
$\Sigma$	6688	9640	113070	234016	162108

$$N = 399 \quad \Sigma x = 6688 \quad \Sigma y = 9640$$

$$\Sigma X^2 = 113070, \quad \Sigma Y^2 = 234016, \quad \Sigma XY = 162108$$

## 2. Mencari Jumlah Kuadrat (JK)

$$JK_x = \Sigma X^2 - \{(\Sigma X)^2 : N\}$$

$$JK_x = 113070 - \{(6688)^2 : 399\}$$

$$= 113070 - \{44729344 : 399\}$$

$$= 113070 - 112103$$

$$= 967$$

$$JK_y = \Sigma Y^2 - \{(\Sigma Y)^2 : N\}$$

$$JK_y = 234016 - \{(9640)^2 : 399\}$$

$$\begin{aligned}
 &= 234016 - \{92929600 : 399\} \\
 &= 234016 - 232906 \\
 &= 1110
 \end{aligned}$$

### 3. Mencari Jumlah Produk (JP)

$$\begin{aligned}
 JP_{xy} &= \sum xy - \{(\sum X)(\sum Y) : N\} \\
 JP_{xy} &= 162108 - \{(6688)(9640) : 399\} \\
 &= 162108 - \{64472320 : 399\} \\
 &= 162108 - 161584 \\
 &= 524
 \end{aligned}$$

### 4. Mencari Koefisiensi Korelasi

$$\begin{aligned}
 R_{xy} &= JP_{xy} : \sqrt{\{(JK_x)(JK_y)\}} \\
 R_{xy} &= JP_{xy} : \sqrt{\{(967)(1110)\}} \\
 &= 524 : \sqrt{1073370} \\
 &= 524 : 1036 \\
 &= 0,505
 \end{aligned}$$

### 5. Mengkorelasi Nilai R Hitung dengan R Tabel

Setelah data dari pemasaran jasa informasi dan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*, maka langkah selanjutnya data tersebut dianalisis bersamaan dengan analisis koefisien *Product Moment*. Hasil pengujian hipotesis ada pengaruh yang signifikan antara pemasaran jasa informasi dengan sistem *Information Communication and Technology (ICT)*, pada perhitungan dengan korelasi *product moment* diperoleh nilai sebesar 0,525 sedangkan tabel dengan  $N=399$  pada taraf signifikan  $R5\%$  maupun  $R1\%$  ( $0,148 < 0,505 > 0,113$ ). Hasil

menunjukkan bahwa semakin baik sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang digunakan oleh perpustakaan maka akan semakin efektif pemasaran jasa informasi pada perpustakaan.

#### **6. Menginterpretasi Hasil Analisis**

1. Sistem *Information Communication and Technology (ICT)* berpengaruh positif terhadap pemasaran jasa informasi di perpustakaan universitas sriwijaya.
2. Pengaruh *Information Communication and Technology (ICT)* terhadap pemasaran jasa informasi sangat dapat dipercaya.

#### **7. Mencari Koefisien Determinasi**

$$\begin{aligned} R_{xy}^2 &= 0,505^2 \\ &= 0,255 \\ &= 25,5\% \end{aligned}$$

#### **8. Menginterpretasi Hasil Analisis**

1. Efektivitas pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* secara sistematis sebesar 25,5%
2. Efektivitas pemasaran jasa informasi menggunakan sistem manual sebesar 74,5%

#### **9. Menyimpulkan Analisis**

Setelah data dari pemasaran jasa informasi dan sistem *Information Communication and Technology (ICT)* dianalisis satu persatu, maka langkah selanjutnya data tersebut dianalisis secara bersama dengan koefisien *product moment*. Hasil pengujian hipotesis diperoleh ada pengaruh yang signifikan antara pemasaran jasa informasi dan sistem *Information*

*Communication and Technology (ICT)*, pada perhitungan dengan korelasi *product moment* diperoleh nilai sebesar 0,505 sedangkan tabel dengan N= 399 taraf signifikan R1% maupun R5% ( $0,148 < 0,505 > 0,113$ ). Hasil menunjukkan bahwa semakin baik sistem *Information Communication and Technology (ICT)* yang digunakan oleh perpustakaan maka akan semakin efektif pemasaran jasa informasi pada perpustakaan.

#### **4.5 Usaha yang dilakukan untuk meningkatkan keefektivan pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)***

Dari hasil analisis diatas selain variable bebas da variable terkait, ditemukan juga variable moderator yakni berbagai hambatan seperti waktu dan tempat dalam proses pemasaran jasa informasi perpustakaan. Selain masalah waktu dan tempat, pustakawan yang melakukan kegiatan pemasaranpu sedikit, sehingga membuat kegiatan pemasaran terkadang di *pending* untuk beberapa saat.

Dari hasil wawancara dengan staf pustakawan Dies Meiritasari, S.Sos beliau mengatakan bahwa UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya sering melakukan kegiatan pemasaran jasa pada saat orientasi mahasiswa baru pada saat inilah para staf perpustakaan mempromosikan apa saja yang dimiliki oleh perpustakaan yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa baru. Selain pada saat orientasi mahasiswa baru, metode lain yang digunakan adalah *roadshow* ke fakultas-fakultas (kegiatan menjemput bola) pustakawan datang langsung ke fakultas-fakultas dan menjelaskan apa saja fasilitas dan koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan, selain kegiatan *roadshow* metode lain yang digunakan untuk

memasarkan jasa informasi yang dimiliki perpustakaan juga melakukan pameran produk, *workshop* dan seminar.

Menurut Ir.Siti Rulya selaku staf perpustakaan, Jasa informasi yang dimiliki UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya diantaranya layanan sirkulasi dimana menjadi tempat bagi para mahasiswa untuk mencari informasi yang mereka butuhkan dengan cara meminjam koleksi yang tersedia, selanjutnya jasa informasi yang dimiliki yaitu unit layanan referensi dan periodikal, kegiatan yang terdapat disini selain kegiatan referensi seperti penelusuran literature, pendidikan pemakai, bantuan menggunakan alat penelusuran, di layanan referensi ini tidak hanya memiliki koleksi referensi saja tapi ada juga koleksi periodikal seperti jurnal, jurnal ilmiah (nasional maupun jurnal internasional), populer dan hiburan, koran (pusat dan daerah), dan terbitan-terbitan berkala lainnya. Yang menjadi sasaran dalam pemasaran jasa informasi adalah seluruh civitas akademik Universitas Sriwijaya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan dari penjelasan pada bab sebelumnya dan berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan penulis untuk menguji kesignifikan Efektivitas Pemasaran Jasa Informasi Melalui Sistem *Information and Comunication Technology (ICT)* di UPT Perpustakaan Universitas Sriwijaya Inderalaya, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Layanan Jasa Informasi yang tersedia di UPT Perpustakaan Perguruan Tinggi Universitas Sriwijaya Inderalaya adalah sebagai berikut, layanan tata usaha merupakan layanan yang melakukan kegiatan administrasi perpustakaan, layanan sirkulasi merupakan layanan yang melakukan kegiatan pendaftaran anggota perpustakaan, peminjaman dan pengurusan kartu bebas pustaka, layanan jasa referensi dan priodikal merupakan layanan jasa informasi yang menyediakan bahan-bahan rujukan dan informasi yang dibutuhkan oleh pemustaka, layanan jasa sampoerna corner merupakan layanan jasa informasi yang memberikan layanan internet yang memungkinkan para pemustaka dapat mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya, berdasarkan penjelasan diatas layanan jasa informasi yang disediakan oleh perpustakaan universitas sriwijaya inderalaya sudah cukup baik.
- b. Berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada para responden bahwa luas spectrum sebaran *Infomation and Comunication Technology (ICT)* ke tengah khalayak pengguna perpustakaan cukup tinggi karena hasil

dari angket menunjukkan kegiatan pemasaran jasa informasi yang dilakukan oleh perpustakaan universitas sriwijaya inderalaya sebaran spectrumnya cukup luas dan hampir semua pemustaka mengetahui terhadap pemasaran jasa informasi yang telah dilakukan oleh pihak perpustakaan.

- c. Korelasi Pemasaran jasa informasi dengan sistem *Information Communication Technology (ICT)* di perpustakaan universitas sriwijaya inderalaya kegiatan pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* adalah tujuannya untuk mempermudah para pemustaka mengakses informasi yang mereka butuhkan, dan berdasarkan perkembangan zaman yang semakin canggih pihak perpustakaan melakukan pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Technology (ICT)* dan secara matematis efektivitas pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Tehcnology (ICT)* adalah sebesar 25,5% bearti pemasaran jasa informasi melalui sistem *Information Communication and Techonolgy (ICT)* belum cukup efektif karena efektivitas pemasaran information menggunakan sistem manual secara matematis sebesar 74,5 %.

## 5.2 SARAN

Mengacu pada hasil penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran diajukan oleh penulis, yaitu:

Kegiatan pemasaran jasa informasi di perpustakaan Universitas Sriwijaya hendaknya terus dilakukan dan ditingkatkan supaya informasi yang dimiliki oleh perpustakaan baik itu informasi dalam bentuk cetak maupun non cetak dapat dimanfaatkan dengan optimal oleh para pemustaka.

Selain itu juga pihak perpustakaan harus meningkatkan lagi pemasaran jasa informasi melalui system *Information Communication and Technology (ICT)*, agar informasi atau koleksi yang dimiliki perpustakaan termanfaat secara optimal dan dapat diakses tanpa perlu datang langsung ke perpustakaan. Dan sebaiknya pihak perpustakaan dapat merekrut pustakawan yang dapat melakukan pemasaran jasa informasi melalui system *Information Communication and Technology (ICT)*.

Selanjutnya perpustakaan juga hendaknya melakukan analisis kebutuhan pemustaka supaya koleksi yang dimiliki oleh perpustakaan sesuai dengan kebutuhan pemustaka.