

Analisis Baruan Informasi Sebagai Strategi Pemasaran Informasi

Di Perpustakaan Universitas Islam Riau

Hurriya Ulfa^{1*}; Nova Aliza²; Dinda Nurul Azny³

^{1,2,3} Universitas Lancang Kuning

¹ Email: hurriyahulfa@gmail.com, ² Email: alizanova692@gmail.com, ³ Email: dindaazny@gmail.com

ABSTRACT

Nowadays, libraries face many problems. Due to the development of information technology that is growing rapidly, so that this phenomenon not only makes it easier for humans to get information but also becomes a threat to the extinction of libraries. Therefore, every library must have a strategy to maintain the function of the library as an information provider institution by the public. One way is to apply the 4P marketing mix (Price, Product, Place and Promotion) such as the Riau Islamic University library which has implemented the concept. The purpose of this study was to analyze the information mix as an information marketing strategy at the Riau Islamic University library. The method used in this research is a qualitative method with a case study approach. Data was collected through interviews, observations, and document analysis. The participants of this research consisted of librarians and users who were selected purposively. The results showed that the information mix at the Riau Islamic University library included four main components, namely information promotion, information distribution, information content, and user interaction. Information promotion involves the use of social media, websites, and electronic newsletters to disseminate information about library services and resources.

ABSTRAK

Pada saat sekarang, perpustakaan menghadapi beberapa permasalahan yang cukup banyak. Dikarenakan adanya perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat, sehingga Fenomena tersebut bukan hanya mempermudah manusia dalam mendapatkan informasi namun menjadi ancaman tersendiri akan adanya kepunahan perpustakaan. Oleh karena itu setiap perpustakaan harus mempunyai strategi untuk tetap mempertahankan fungsi perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi oleh khalayak ramai. Salah satu caranya yaitu dengan mengaplikasikan bauran pemasaran 4P (Price, Product, Place and Promotion) seperti perpustakaan Universitas Islam Riau yang telah menerapkan konsep tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bauran informasi sebagai strategi pemasaran informasi di perpustakaan Universitas Islam Riau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, partisipasi penelitian ini terdiri dari pustakawan dan pengguna yang dipilih secara purposive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran informasi di perpustakaan Universitas Islam Riau mencakup empat komponen utama yaitu promosi informasi, distribusi informasi, konten informasi, dan interaksi pengguna. Promosi informasi melibatkan penggunaan media sosial, situs web, dan buletin elektronik untuk menyebarkan informasi tentang layanan dan sumber daya perpustakaan.

Keywords: Baruan Information, Marketing Information, Information Services.

1. PENDAHULUAN

Di era digital, perpustakaan universitas menghadapi tantangan untuk memasarkan layanan informasi mereka secara efektif kepada mahasiswa, dosen, dan peneliti. Salah satu strategi yang semakin populer adalah analisis data sebagai alat pemasaran. Penggabungan informasi mengacu pada kombinasi berbagai jenis informasi dan layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan. Pendekatan komprehensif ini melibatkan analisis koleksi, sumber daya digital, layanan dan materi dari perpustakaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang paling memenuhi kebutuhan pengguna. Menurut (Srimulyo, 2022) Pemasaran melalui organisasi buku atau disebut pemasaran digital dilakukan antara lain karena adanya perubahan yang terjadi pada masyarakat tradisional menuju masyarakat modern yang disebut globalisasi.

Menurut (Esa, n.d.) tentang perpustakaan, Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi para pemustaka. Perpustakaan Universitas Islam Riau merupakan perpustakaan universitas yang berada di provinsi Riau. Perpustakaan Universitas Islam Riau menyediakan berbagai sumber informasi yang bisa diakses oleh pemustaka. Perpustakaan memudahkan para pengguna untuk dapat mengakses informasi dari kapanpun dan dimanapun. sehingga perpustakaan menyediakan sebuah link seperti link skripsi, jurnal, e-book, dan koleksi bahan pustaka lainnya.

Menurut (NS, 2006), tujuan perpustakaan adalah menyediakan sumber daya dan sumber informasi serta menjadi pusat pembelajaran. Informasi hybrid mencakup berbagai sumber daya dan layanan, termasuk buku fisik, e-book, jurnal ilmiah, database, layanan dukungan penelitian, instruksi perpustakaan, dan akses ke sumber daya digital. Dengan melakukan analisis komprehensif terhadap bidang-bidang ini, perpustakaan universitas dapat memperoleh wawasan tentang kebutuhan dan preferensi pengguna. Misalnya, dengan melacak penggunaan format yang berbeda, perpustakaan dapat mengidentifikasi sumber daya yang diminati dan menyesuaikan upaya pemasarannya.

Menurut (Drs. Hartono, S.S, 2017) Tugas pokok dan fungsi perpustakaan meliputi tugas dalam menghimpun, mengelola, mengolah/mengorganisasi informasi, melestarikan informasi, dan melayani informasi kepada masyarakat pengguna. dengan memasarkan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna maka perpustakaan universitas Islam Riau melakukan strategi yaitu program pemasaran informasi, sehingga dapat memenuhi Citra perpustakaan dan dipandang oleh masyarakat pengguna. pemasaran informasi di perpustakaan merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling penting di perpustakaan sehingga diminati oleh pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran (marketing mix) didefinisikan sebagai kumpulan alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran ini terdiri dari empat elemen utama yang dikenal sebagai 4P:

a) Produk (Product): Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Ini termasuk fisik, layanan, ide, tempat, organisasi, atau kombinasi dari hal-hal tersebut.

b) Harga (Price): Jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Ini juga mencakup strategi penetapan harga, diskon, pembayaran, dan kebijakan kredit.

c) Tempat (Place): Semua aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Ini melibatkan saluran distribusi, lokasi ritel, logistik, dan manajemen rantai pasokan.

d) Promosi (Promotion): Berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai dan manfaat produk kepada konsumen, serta mendorong mereka untuk membeli. Ini mencakup periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung.

Bauran pemasaran dalam konteks layanan informasi mencakup beberapa elemen kunci yang harus diadaptasi dan diterapkan oleh perpustakaan dan penyedia layanan informasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan mempromosikan layanan mereka secara efektif. Penerapan bauran pemasaran dalam layanan informasi harus disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna. Perpustakaan harus proaktif dalam mengidentifikasi tren dan perubahan dalam kebutuhan informasi pengguna, serta beradaptasi dengan teknologi baru dan metode pemasaran yang inovatif untuk tetap relevan dan efektif dalam memberikan layanan.

2.2 Strategi Pemasaran Informasi di Perpustakaan

Perpustakaan yang efektif dalam pemasaran digital adalah perpustakaan yang dapat memanfaatkan teknologi untuk tidak hanya mempromosikan layanan mereka tetapi juga untuk menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik. Teknologi dan media digital memungkinkan perpustakaan untuk menjadi lebih responsif, interaktif, dan terhubung dengan komunitas pengguna mereka. Pemasaran digital bukan hanya tentang menjangkau lebih banyak orang, tetapi juga tentang membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan pengguna.

Kampanye pemasaran yang sukses di perpustakaan perguruan tinggi harus memanfaatkan semua elemen dari 7P framework (product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence). Perpustakaan harus terus berinovasi dalam layanan mereka, mengkomunikasikan manfaat tersebut dengan efektif kepada pengguna, dan memastikan bahwa pengalaman pengguna konsisten dengan kualitas yang dijanjikan. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, perpustakaan dapat meningkatkan visibilitas, keterlibatan, dan kepuasan pengguna.

Berikut adalah beberapa studi kasus dan praktik terbaik dalam kampanye pemasaran perpustakaan berdasarkan kerangka ini:

a) Produk (Product)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas A memperkenalkan layanan peminjaman e-book yang bisa diakses dari mana saja melalui aplikasi mobile. Mereka juga menambahkan koleksi buku teks digital yang sering digunakan dalam kurikulum.

Praktik Terbaik:

- Diversifikasi koleksi dengan menambahkan sumber daya digital seperti e-book, jurnal elektronik, dan database online.

- Menyediakan layanan tambahan seperti ruang belajar kolaboratif, program literasi informasi, dan konsultasi penelitian.

b) Harga (Price)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas B menawarkan keanggotaan premium dengan akses ke fasilitas khusus seperti ruang study pribadi dan peminjaman inter-library.

Praktik Terbaik:

- Menawarkan skema keanggotaan dengan berbagai tingkat akses dan manfaat.
- Mengadakan program penghapusan denda atau diskon untuk mendorong penggunaan layanan perpustakaan.

c) Tempat (Place)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas C meningkatkan aksesibilitas dengan mengembangkan portal online yang terintegrasi dengan sistem manajemen pembelajaran (LMS) universitas.

Praktik Terbaik:

- Memastikan akses mudah ke layanan perpustakaan baik secara fisik maupun digital.
- Mengoptimalkan ruang fisik perpustakaan untuk berbagai kebutuhan pengguna, seperti area studi tentang, ruang diskusi, dan laboratorium komputer.

d) Promosi (Promotion)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas D menjalankan kampanye media sosial dengan hashtag khusus, mengadakan kontes foto, dan memanfaatkan influencer kampus untuk meningkatkan kesadaran tentang layanan perpustakaan.

Praktik Terbaik:

- Menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti media sosial, email, dan publikasi cetak untuk mempromosikan layanan dan acara perpustakaan.
- Mengadakan acara khusus seperti pameran buku, workshop, dan seminar untuk menarik perhatian dan partisipasi pengguna.

e) Orang (People)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas E melatih stafnya untuk menjadi pustakawan referensi yang proaktif dan ramah, yang aktif mengadakan sesi orientasi bagi mahasiswa baru.

Praktik Terbaik:

- Melatih staf perpustakaan untuk memberikan layanan pelanggan yang luar biasa dan menjadi sumber daya yang berpengetahuan bagi pengguna.
- Membangun budaya pelayanan yang berfokus pada pengguna di seluruh staf perpustakaan.

f) Proses (Process)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas F menerapkan sistem manajemen perpustakaan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pemesanan dan perpanjangan peminjaman secara online.

Praktik Terbaik:

- Mengembangkan dan menerapkan proses yang efisien untuk peminjaman, pengembalian, dan reservasi sumber daya.
- Mengotomatisasi proses administratif untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu tunggu pengguna.

g) Bukti Fisik (Physical Evidence)

Studi Kasus: Perpustakaan Universitas G merombak desain interiornya untuk menciptakan lingkungan yang lebih modern dan nyaman dengan fasilitas seperti area duduk ergonomis, pencahayaan yang baik, dan akses Wifi yang cepat.

Praktik Terbaik:

- Memastikan bahwa lingkungan fisik perpustakaan mencerminkan kualitas dan profesionalisme layanan yang ditawarkan.
- Menyediakan fasilitas yang nyaman dan menarik untuk meningkatkan pengalaman pengguna di perpustakaan.

2.3 Peran Perpustakaan dalam Pendidikan Tinggi

perpustakaan universitas bukan hanya penyedia buku dan jurnal, tetapi juga pusat yang mendukung seluruh ekosistem akademik melalui penyediaan sumber daya informasi, dukungan penelitian, fasilitas pembelajaran, adopsi teknologi, dan pembentukan komunitas akademik. Peran ini sangat penting untuk memastikan bahwa perpustakaan tetap relevan dan efektif dalam mendukung tujuan pendidikan dan penelitian di universitas.

Layanan inovatif di perpustakaan universitas memainkan peran penting dalam meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Perpustakaan yang inovatif dalam layanan mereka dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pengguna. Dengan memanfaatkan teknologi, menyediakan akses yang mudah ke sumber daya informasi, menciptakan lingkungan belajar yang mendukung, dan menawarkan program pendidikan yang relevan,

perpustakaan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan berperan sebagai pusat sumber daya akademik yang vital di universitas.

Menurut (Soedibyo, 2003) Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 Pasal 55 Tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebutkan bahwa salah satu syarat dalam menyelenggarakan pendidikan perguruan tinggi harus memiliki sebuah perpustakaan. Sama halnya dengan yang tertera(Esa, n.d.) di Undang-undang Nomor 43 Tahun 2007, pasal 24 ayat 1 bahwa setiap perguruan tinggi menyelenggarakan perpustakaan yang memenuhi standar nasional perpustakaan dengan memperhatikan standar pendidikan nasional.

2. METODE (Times New Roman 12)

Penelitian mengenai Analisis Bauran Informasi Sebagai Strategi Pemasaran Informasi Di perpustakaan Universitas Islam Riau ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu mengumpulkan informasi berdasarkan faktor- faktor yang menjadi pendukung terhadap objek penelitian, kemudian faktor-faktor tersebut untuk dicari perannya(Ayu & Shifa, 2020). Penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang menggali dan menemukan makna pada beberapa individu atau kelompok orang dari masalah atau isu yang perlu dieksplorasi sehingga membutuhkan pemahaman yang detail dan lengkap tentang permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini penulis mengambil teknik pengumpulan informasi melalui observasi, wawancara dan studidokumentasi. bahwa Teknik pengumpulan informasi merupakan langkah yang blurring strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan informasi.

Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah informasi manual yakni, informasi yang diperoleh langsung dari sumber informasi pustakawan perpustakaan Universitas Islam Riau. bahwa Teknik pengumpulan informasi merupakan langkah yang blurring strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan informasi. Adapun sumber informasi dalam penelitian ini adalah informasi manual yakni, informasi yang diperoleh langsung dari sumber informasi pustakawan perpustakaan Universitas Islam Riau dan informasi sekunder yakni, yang dilakukan dengan menganalisis dan mengutip informasi dari artikel penelitian internasional ataupun nasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN (Times New Roman 12)

Profil Perpustakaan Universitas Islam Riau.

Dilansir (*Pmb.Uir.Ac.Id/Sejarah*, n.d.) Perpustakaan Universitas Islam Riau merupakan perpustakaan universitas yang terletak di provinsi Riau. Perpustakaan Universitas Islam Riau sangat strategis terletak di tengah tengah gedung fakultas. Universitas Islam Riau (UIR) merupakan lembaga tertua di Provinsi Riau yang didirikan pada tanggal 4 September 1962, bertepatan dengan tahun 23 Dzulqaidah 1382 H, di bawah Yayasan Lembaga Pendidikan Islam Riau (YLPI). Oleh karena itu, perpustakaan UIR awalnya terletak di Jalan Prof. Mohd. Yamin, SH Pekanbaru, saat itu di kampus UIR terdapat 2 gedung. Pada tahun 1990/1991 Perpustakaan

UIR menempati gedung baru di Pekanbaru Km, Marpoyan. Fasilitas 11 dan cukup untuk mendukung peningkatan jumlah siswa.

Perkembangan UIR terus mengalami kemajuan dengan bertambahnya banyak departemen dan program studi. Begitu pula dengan perkembangan yang ada di UIR, maka gedung perpustakaan juga diperluas hingga ke permukaan tanah. Selain itu, Perpustakaan UIR juga meresmikan gedung baru pada tahun 2008/2009, dilengkapi dengan koleksi 30.952 koleksi buku / 62.274 eksemplar dan buku berbeda, seperti majalah, surat kabar, terbitan berkala, majalah cetak, majalah langganan, jurnal elektronik dan teologi. Selain koleksi khas perpustakaan UIR, juga terdapat koleksi penelitian dan buku-buku keagamaan (Islam). Klasifikasi akreditasi Perpustakaan UIR adalah Kategori B berdasarkan sertifikat akreditasi Perpustakaan Nasional RI nomor 07/1/ee/XII. 2011.

Perpustakaan Universitas Islam Riau memberikan pelayanan di hari senin-jumat 07:30-17:00 dan hari sabtu 07:30-14:00. Perpustakaan Universitas Islam Riau memiliki visi dan misi sebagai acuan penyelenggaraan perpustakaan. Visi perpustakaan UIR yaitu menjadikan perpustakaan sebagai pusat informasi ilmiah bagi civitas akademika Universitas Islam Riau yang berbasis IT tahun 2020. sedangkan misi perpustakaan UIR yaitu :

- A. Menyajikan informasi keilmuan sesuai kebutuhan civitas akademika Universitas Islam Riau secara edukatif dan informatif.
- B. Membina sumber daya manusia agar siap menghadapi perkembangan teknologi informasi di era globalisasi.
- C. Memberikan pelayanan dan fasilitas yang berkualitas sehingga memberikan kenyamanan kepada pemustaka.
- D. Menyediakan beragam koleksi dan sistem informasi perpustakaan terkini.

Perpustakaan UIR juga memiliki peraturan yang perlu diterapkan oleh pemustaka. Setiap Mahasiswa/i dan civitas akademik Universitas Islam Riau Wajib Menjadi Anggota Perpustakaan. Pemustaka yang mengunjungi perpustakaan diwajibkan terlebih dahulu untuk mengisi buku tamu elektronik dengan scan KTM pada sistem otomasi yang disediakan. Pemustaka harus terlebih dahulu menitipkan tas, jaket, dan yang sejenisnya pada tempat penitipan tas (locker) sebelum memasuki ruang koleksi. Hanya buku catatan, laptop, barang berharga lainnya yang dibenarkan untuk dibawa ke ruangan koleksi. Pemustaka harus berkelakuan baik dan berpakaian rapi selama berada di dalam perpustakaan. Pemustaka yang memakai sandal dan celana pendek tidak dibenarkan masuk ke dalam perpustakaan. Memeriksa buku yang dipinjam untuk memastikan kondisinya dalam keadaan baik dan lengkap. Mengembalikan koleksi yang dipinjam sebelum atau pada tanggal yang tertera pada slip tanggal kembali (date due slip). Mengupload data skripsi ke sistem otomasi perpustakaan untuk mendapatkan bebas pustaka dari Perpustakaan UIR tanpa dipungut biaya (gratis).



Gambar 1. Gedung Perpustakaan UIR

Sumber : (<https://images.app.goo.gl/BVUXV99wMWryYSaT7>)

Implementasi Bauran Pemasaran Di Perpustakaan Universitas Islam Riau.

Dilihat dari sejarah Universitas Islam Riau merupakan Universitas tertua di Pekanbaru. perpustakaan UIR memiliki jumlah anggota perpustakaan 21532 dan anggota perpustakaan yang masih aktif 7099. Koleksi buku yang tersedia 37122 , jumlah judul 36850, skripsi 19543, dan jurnal / karya ilmiah 2751. Bauran Pemasaran informasi di perpustakaan Universitas Islam Riau aktif melakukan kegiatan pemasaran berupa promosi melalui media seperti berikut :

1. Price

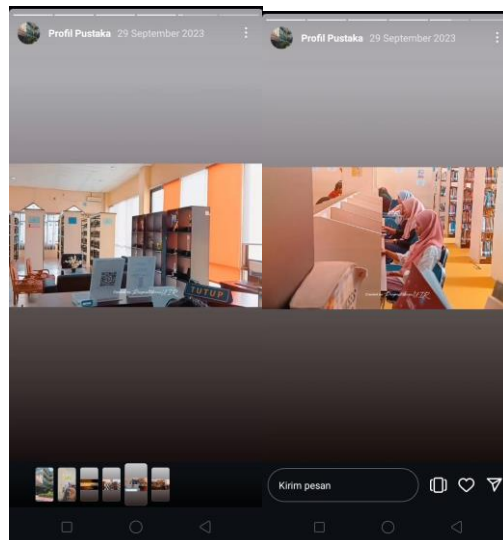
Menurut (Tahir, 2023) Price atau Harga merupakan alat tukar atau nilai mata uang yang harus ditukarkan oleh konsumen kepada penjual dapat dipergunakan pertukaran barang atau jasa. Perpustakaan Universitas Islam Riau menetapkan harga sebagai nilai dari kepuasan pelayanan kepada pemustaka. kepuasan tersebut berupa kelengkapan koleksi, sarana dan prasarana, pelayanan yang diberikan oleh pustakawan, kebersihan (ruangan, kamar mandi, dan mushola), layanan online, dan kritik atau saran untuk perpustakaan Universitas Islam Riau.



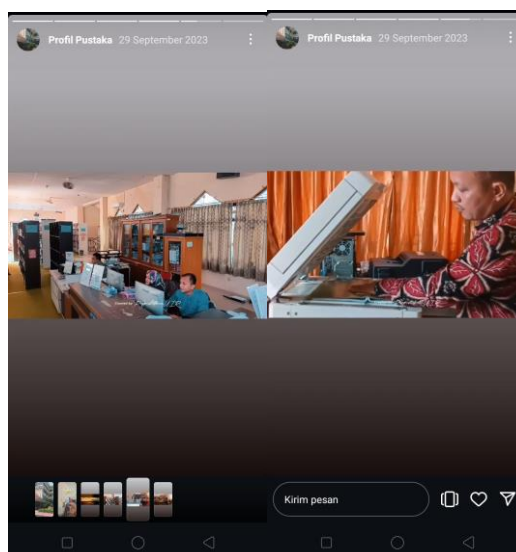
Gambar2. Postingan Survei Pelayanan Perpustakaan

2. Product (produk)

Perpustakaan Universitas Islam Riau menghasilkan Product atau (produk) yang dikemas dalam bentuk media dapat diambil informasinya bagi pemustaka. Menurut (Febriyanti, 2021) *Physical evidence* menampilkan gambar atau bentuk fisik gedung dan ruangan layanan yang disajikan pada media sosial baik dalam bentuk video maupun dalam bentuk foto. Perpustakaan Universitas Islam Riau memposting sorotan instastory dalam guna untuk memperlihatkan kepada pengguna instagram yang berisikan tentang profil perpustakaan Universitas Islam Riau.



Gambar 3,4.. Instastory menunjukkan ruangan perpustakaan UIR



Gambar 5,6. Instastory menunjukkan ruangan perpustakaan UIR

3. Promotion

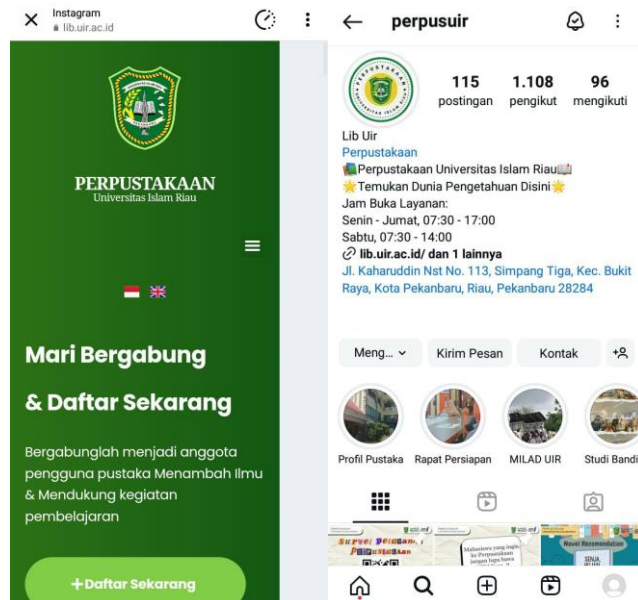
Perpustakaan Universitas Islam Riau melakukan kegiatan Promotion (Promosi) yaitu berupa banner, brosur, dan kegiatan user education. Mempromosikan seperti banner, brosur, dan user education merupakan strategi yang menarik perhatian kepada pemustaka agar dapat berkunjung di perpustakaan Universitas Islam Riau. kegiatan user education diperuntukkan kepada mahasiswa baru Universitas Islam Riau mengenal lebih dalam seperti koleksi, layanan, daftar keanggotaan.



Gambar 7. Poster Perpustakaan UIR

4. Place (tempat)

Kegiatan pemasaran di Perpustakaan Universitas Islam Riau dapat dimanfaatkan oleh pemustaka. Place atau tempat yang paling strategis pemasaran di perpustakaan yaitu media sosial instagram dan website. Perpustakaan Universitas Islam Riau memanfaatkan Instagram perpusuir sebagai media dalam pemasaran dan website sebagai layanan online berupa informasi pendaftaran keanggotaan, usulan buku pustaka, survey Lib.UIR, bebas pustaka, repository UIR, Pendaftaran library class, catalog online (OPAC), digilib UIR, E-Journal, dan kotak saran.



Gambar 8,9. Website perpustakaan UIR dan Instagram Perpustakaan UIR

Perpustakaan Universitas Islam Riau dalam melakukan pemasarannya menggunakan feed instagram dan Reels instagram dengan username perpusuir. Media digital ini merupakan pemasaran lebih mendayatarikan kepada masyarakat kalangan mahasiswa dan dosen. sehingga pustaka membuat konten konten yang menarik di media sosial yaitu instagram informasi yang berkaitan dengan koleksi buku,kunjungan,hibah buku,MOU,stock opname,lomba,jam buka dan tutup perpustakaan dan informasi lainnya berupa hari besar,peringatan hari pahlawan, memperingati maulid nabi,tips membaca efektif,dan lain lain.

Transkrip Wawancara

“Umpamanya ketika mahasiswa mau mencari skripsi itu sudah tersedia linknya di sistem jadi tidak perlu meminta file nya ke pustakawan dan itu berlaku untuk jurnal,buku,dan koleksi koleksi lainnya.”

(Fajro, wawancara, 19 Maret, 2024)

“Pengadaan sumber informasi seperti buku dilakukan per 1 tahun, jadi pengadaan buku di perpustakaan ini biasanya jika mahasiswa sedang membutuhkan sebuah buku dan buku tersebut tidak tersedia di perpustakaan,maka mahasiswa akan memberikan informasi pengadaan buku melalui instagram perpusuir dan biasanya dilakukan pengadaan buku sekali sebulan.”

(Fajro, wawancara, 19 Maret, 2024)

“Perpustakaan UIR memiliki koleksi seperti jurnal ,majalah dan media digital lainnya. Perpustakaan UIR sudah berlangganan jurnal.menjaln

kerjasama dengan simpokom. mengklasifikasikan koleksi atau mengelompokkan melalui aplikasi slims 9.”

(Fajro, wawancara, 19 Maret, 2024)

“Pemasaran perpustakaan Universitas Islam Riau menggunakan brosur, poster, dan user education. User education di perpustakaan UIR dilakukan dengan mahasiswa jika ada yang menanyakan tentang perpustakaan. sistem memperkenalkan perpustakaan akan secara tersistem dan kontinu (berkelanjutan).”

(Fajro, wawancara, 19 Maret, 2024)

4. KESIMPULAN

Perpustakaan Universitas Islam Riau telah berhasil mengintegrasikan strategi pemasaran yang efektif dengan mengikuti bauran pemasaran yang komprehensif, termasuk penetapan harga yang memadai, penyediaan produk dan promosi yang relevan, serta pemanfaatan tempat (media sosial dan website) yang strategis dalam menjangkau pemustaka potensial. Lokasi perpustakaan strategis di tengah-tengah gedung fakultas. Berdiri sejak tahun 1962 dan terus berkembang dengan penambahan departemen dan program studi. Memiliki fasilitas yang memadai untuk mendukung peningkatan jumlah siswa. Koleksi buku dan sumber informasi yang beragam, termasuk koleksi khas perpustakaan dan koleksi keagamaan. Memiliki visi dan misi yang jelas sebagai pusat informasi ilmiah bagi civitas akademika. Menyediakan pelayanan dan fasilitas berkualitas serta menerapkan peraturan bagi pengunjung. Implementasi bauran pemasaran di Perpustakaan Universitas Islam Riau : Penetapan harga berdasarkan kepuasan pelayanan kepada pengunjung, termasuk kelengkapan koleksi, sarana prasarana, kebersihan, dan layanan online. Penyediaan informasi dalam berbagai bentuk media untuk pemustaka, seperti publikasi melalui media sosial. Kegiatan promosi melalui banner, brosur, dan kegiatan user education untuk menarik perhatian pemustaka. Memanfaatkan media sosial (Instagram) dan website sebagai tempat strategis dalam pemasaran, dengan konten yang relevan dan menarik bagi pemustaka. Menyediakan layanan online, seperti pendaftaran keanggotaan, usulan buku pustaka, dan akses ke sumber informasi elektronik, yang dapat diakses oleh pemustaka dari mana saja dan kapan saja. Menyampaikan informasi tentang profil perpustakaan, layanan, koleksi terbaru, serta kegiatan dan acara yang relevan melalui posting reguler di media sosial dan website. Mengemas informasi dalam berbagai bentuk media yang dapat diakses oleh pemustaka, seperti buku cetak, e-journal, dan database online. Dengan mengimplementasikan strategi ini secara terintegrasi, Perpustakaan Universitas Islam Riau dapat meningkatkan visibilitas, aksesibilitas, dan kepuasan pemustaka, serta memperluas dampaknya sebagai pusat informasi dan pengetahuan bagi civitas akademika dan masyarakat umum.

PEMBAGIAN PERAN PENULIS

Dinda Nurul Azny : Abstrak dan Metode. **Hurriya Ulfa** : Pendahuluan, Hasil dan kesimpulan.

Nova Aliza : Tinjauan pustaka dan kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu, D., & Shifa, F. (2020). *Analisis Bauran Informasi sebagai Strategi Pemasaran*

Informasi di Perpustakaan Universitas Indonesia. 9(3), 1–12.

Drs.Hartono, S.S, M. H. (2017). *Manajemen sistem informasi perpustakaan.* Gava media.

Esa, M. (n.d.). *d, bahwa.*

NS, S. (2006). *Perpustakaan dan masyarakat* (revisi). Jakarta:Sagung seto,2006.

pmb.uir.ac.id/sejarah. (n.d.). <https://pmb.uir.ac.id/sejarah>

Soedibyo. (2003). UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL. *Teknik Bendungan*, 1–7.

Srimulyo, K. (2022). *pemasaran informasi* (N. (zadina Abadi) (Ed.)). Airlangga University press.

Tahir, M. (2023). *Volume . 19 Issue 2 (2023) Pages 378-385 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Analysis of the effect of price and produ.* 2(2), 378–385.