

**STRATEGI PROMOSI DALAM PEMANFAATAN  
INSTITUTIONAL REPOSITORY DI PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**RIFQI ADYTYA**

**NIM. 200607110044**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG**

**2024**

**STRATEGI PROMOSI DALAM PEMANFAATAN  
*INSTITUTIONAL REPOSITORY* DI PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**RIFQI ADYTYA**

**200607110044**

**Diajukan kepada:**

**Fakultas Sains dan Teknologi**

**Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam**

**Memperoleh Gelar Sarjana Sains dan Informasi (S.S.I)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI**

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

**2024**

# LEMBAR PERSETUJUAN

## LEMBAR PERSETUJUAN

### STRATEGI PROMOSI DALAM PEMANFAATAN *INSTITUTIONAL REPOSITORY* DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

#### SKRIPSI

Oleh:

**RIFQI ADYTYA**

**200607110044**

Telah Diperiksa dan Disetujui:

Tanggal: 19 Juni 2024

Pembimbing I

Ganis Chandra Puspitadewi, M.A  
NIP. 199107212019032014

Pembimbing II

Mubasviroh, M.Pd.I  
NIP. 197905022023212024



# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PROMOSI DALAM PEMANFAATAN *INSTITUTIONAL REPOSITORY* DI PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

### SKRIPSI

Oleh:  
**RIFQI ADYTYA**  
200607110044

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Sains dan Informasi (S.S.I)

Pada tanggal 19 Juni 2024

	Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
Ketua Penguji	: <u>Annisa Fairivah, M.A</u> NIP. 198801122020122002	(  )
Anggota Penguji I	: <u>Anindya Gita Puspita, M.A</u> NIP. 198910292020122003	(  )
Anggota Penguji II	: <u>Ganis Chandra Puspitadewi, M.A</u> NIP. 199107212019032014	(  )
Anggota Penguji III	: <u>Mubasviroh, M.Pd.I</u> NIP. 197905022023212024	(  )

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Ir. Mohhammad Amin Harvadi, M.T  
NIP. 19670418 200501 1 001

# PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Adytya

NIM : 200607110044

Prodi : Perpustakaan dan Sains Informasi

Fakultas : Sains dan Teknologi

Judul Skripsi : Strategi Promosi dalam Pemanfaatan *Institutional Repository*  
di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil tulisan saya melalui penelitian dan observasi secara langsung yang telah saya lakukan. Bukan merupakan plagiasi, pengambilan data orang lain, ataupun ide orang lain yang saya akui sebagai tulisan ilmiah saya sendiri. Seluruh data rujukan dan sumber informasi sekunder telah saya cantumkan melalui sitasi dan tertera pada daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, 05 Juni 2024  
Yang membuat pernyataan,



Rifqi Adytya  
200607110044

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat kesehatan, kesempatan dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin terselsaikan tanpa adanya bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai. Izinkan penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sri Harini, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Seluruh keluarga besar saya, khususnya kedua orang tua saya tercinta Bapak Husni Thamrin dan Ibu Raiyah yang selalu memberikan doa dan harapannya kepada saya. Kemudian kakak saya Restu Yunanda dan Adik saya Abdi Manggala Putra yang selalu senantiasa memberikan semangat dan doanya selama penulis menempuh kuliah.
4. Dr. Ir. M. Amin Hariyadi, M.T., selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi fakultas Saintek UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi M.A., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan dan memberikan waktunya untuk selalu membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.
6. Ibu Mubasyiroh M.Pd.I, selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing pengerjaan skripsi ini hingga selesai.
7. Ibu Annisa Fajriyah M.A., selaku dosen penguji I dan Ibu Anindya Gita Puspita M.A., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan serta saran yang membangun dan menambah pengetahuan peneliti.

8. Seluruh civitas akademik Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi yang telah membagikan ilmu pengetahuannya serta pengalaman selama masa perkuliahan.
9. Kepada para narasumber yaitu Kepala Perpustakaan, pustakawan dan mahasiswa Universitas Merdeka Malang yang terlibat dalam penelitian ini yang telah memberikan cukup banyaknya informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
10. Kepada seluruh rekan-rekan serta pembina asrama Payung Kemutar Center kabupaten Sumbawa Barat.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi angkatan 2020 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Seluruh orang yang terlibat dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan masih terdapat kekurangan baik dari segi penulisan dan lain sebagainya. Dengan adanya skripsi ini, penulis berharap bisa memberikan manfaat, ilmu, serta sedikit menambah wawasan kepada teman semuanya yang membaca skripsi ini, tak terkecuali penulis pribadi. Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Malang, 05 Juni 2024

Penulis,

Rifqi Adytya

## **MOTTO**

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

(Q.S Al-Baqarah 286)



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
مستخلص البحث .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Batasan Masalah .....	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Promosi dan Strategi Promosi.....	18
2.2.2 Bauran Pemasaraan ( <i>Marketing Mix</i> ).....	20
2.2.3 <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang .....	25
2.2.4 Pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Alur Penelitian .....	30
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	32
3.5 Instrumen Penelitian .....	32
3.6 Sumber Data.....	32

3.7 Pengumpulan Data .....	33
3.8 Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	40
4.1.1 <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang .....	40
4.1.2 Informan Penelitian.....	41
4.1.3 Strategi promosi dalam pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang .....	42
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Strategi promosi dalam pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang .....	64
4.3 Keterkaitan hasil penelitian dalam perspektif Islam .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara Informan Kunci .....	34
Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Informan Pendukung .....	36
Tabel 4. 1 Identitas Informan .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik jumlah pengunjung bulan Januari 2023 .....	3
Gambar 2.2 Statistik jumlah pengunjung bulan Desember 2023.....	4
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian .....	30
Gambar 4. 1 tampilan awal University of Merdeka Malang <i>Repository</i> .....	40
Gambar 4. 2 <i>Advanced Search</i> .....	44
Gambar 4. 3 Tampilan Website <i>E-Library</i> Universitas Merdeka Malang.....	47
Gambar 4. 4 SK Rektor tentang Peraturan Serah Simpan Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Merdeka Malang .....	48
Gambar 4. 5 Promosi Melalui Kegiatan Pendidikan Pemustaka .....	49
Gambar 4. 6 Kunjungan Mahasiswa Kamboja ke Perpustakaan .....	50
Gambar 4. 7 Kegiatan Workshop Pelatihan Promosi Perpustakaan .....	51
Gambar 4. 8 Media Promosi <i>Platform</i> Tiktok .....	52
Gambar 4. 9 Postingan dengan Like Tertinggi pada Tahun 2024.....	53
Gambar 4. 10 Media Promosi <i>Platform</i> Instagram .....	54
Gambar 4. 11 media promosi <i>platform</i> Facebook.....	54
Gambar 4. 12 SK Rektor tentang Penyerahan Skripsi/Tugas Akhir Program Studi D-III, D-IV, dan S-1 dalam Bentuk Cetak dan Non Cetak (CD) di Lingkungan Universitas Merdeka Malang .....	59
Gambar 4. 13 Fasilitas Komputer yang disediakan oleh Perpustakaan Universitas .....	61
Gambar 4. 14 Tampilan UI dari website <i>Repository</i> .....	61
Gambar 4. 15 Panduan Unggah Mandiri Tugas Akhir Mahasiswa.....	63
Gambar 4. 16 Saran Tampilan Website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang .....	70
Gambar 4. 17 Saran Feed Media Sosial terkait Promosi .....	73
Gambar 4. 18 Tampilan Luar Brosur Layanan <i>Institutional Repository</i> .....	74
Gambar 4. 19 Tampilan Dalam Brosur Layanan <i>Institutional Repository</i> .....	75
Gambar 4. 20 Saran Feeds Media Sosial Tutorial Cara Akses <i>Institutional Repository</i> ...	76
Gambar 4. 21 Saran Feed Sosialisasi dan Workshop <i>Institutional Repository</i> .....	78
Gambar 4. 22 Saran feed Seminar Nasional tentang <i>Institutional Repository</i> .....	79
Gambar 4. 23 Saran Feed Kegiatan <i>User Education</i> dan <i>Library Tour</i> .....	80
Gambar 6. 1 Wawancara dengan Kabag Pelayanan & Otomasi .....	121
Gambar 6. 2 Wawancara dengan Kepala Perpustakaan.....	121
Gambar 6. 3 Wawancara dengan Pustakawan Bagian Layanan Sirkulasi .....	122

Gambar 6. 4 Wawancara dengan Kabag Pembinaan Koleksi..... 122

## ABSTRAK

Adytya, Rifqi. 2024. **Strategi Promosi dalam Pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang**. Skripsi. Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: (I) Ganis Chandra Puspitadewi, M. A., (II) Mubasyiroh, M.Pd.I

**Kata Kunci** : Strategi Promosi, *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang, 7Ps

Penelitian ini dilatarbelakangi dari adanya penurunan pengunjung yang memanfaatkan layanan *Institutional Repository* dan kurangnya pemahaman mahasiswa terkait layanan *Institutional Repository* yang disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu promosi. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi promosi yang tepat dalam pemanfaatan *Institutional Repository* dengan menggunakan teori 7Ps yaitu *product, price, place, promotion, people, process and physical evidence* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini berupa strategi promosi yang tepat dalam memanfaatkan *Institutional Repository* serta dapat di implementasikan yaitu : 1) Strategi *product* berupa pengecekan berkala dari produk yang dilayankan dan menambahkan sub-sub devisi yang membedakan lokasi antara jurnal dan tugas akhir mahasiswa ataupun produk yang lainnya. 2) Strategi *price* yaitu dapat menerapkan kebijakan akses parsial (*partial access*) yang memberikan akses terbuka kepada pengguna hanya pada bab I, II dan V. 3) Strategi *place* membuat saran tampilan website Perpustakaan yang informatif terkait dengan layanan *Institutional Repository*. 4) Strategi *promotion* melakukan promosi secara langsung misalnya mengadakan kegiatan workshop, sosialisasi, seminar nasional, *library tour* dan *user education*, sedangkan promosi secara tidak langsung yaitu dapat membuat postingan di media sosial Instagram, Facebook, Tiktok, dan X yang memuat informasi tentang *Institutional Repository* dan menggunakan media brosur dalam menyebarkan informasi terkait layanan *Institutional Repository*. 5) Strategi *process* yaitu membuat *feed* postingan terkait tutorial singkat cara mengakses dan mengunduh produk pada layanan *Institutional Repository* dan menyederhanakan syarat penyerahan tugas akhir mahasiswa. 6) Strategi *people* bisa berupa melaksanakan pelatihan rutin dan melakukan *knowladge sharing* antara pustakawan di lingkungan Universitas Merdeka Malang ataupun dengan pustakawan kampus lainnya. 7) Strategi *physical evidence* yaitu menambahkan menu deskripsi layanan *Institutional Repository* pada website perpustakaan dan layanan *Institutional Repository*, menambahkan menu sosial media, menu saran, *Contact Us* dan menu FAQ pada layanan *Institutional Repository*.

## ABSTRACT

Adytya, Rifqi. 2024. *Promotional Strategies in the Utilization of Institutional Repository at the Library of Merdeka Malang University*. Thesis. Library and Information Science Study Program, Faculty of Science and Technology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Supervisors : (I) Ganis Chandra Puspitadewi, M. A., (II) Mubasyiroh, M.Pd. I

**Keywords :** *Promotional Strategies, University of Merdeka Malang Repository, 7Ps.*

*This research is motivated by the decline in visitors who utilize Institutional Repository services and the lack of understanding of students regarding Institutional Repository services caused by several factors, one of which is promotion. So that the purpose of this research is to formulate the right promotion strategy in the utilization of the Institutional Repository using the 7Ps theory, namely product, price, place, promotion, people, process and Physical Evidence at Merdeka University Library Malang. This research uses qualitative research with a descriptive approach. The results of this study are in the form of an appropriate promotional strategy in utilizing the Institutional Repository and can be implemented, namely 1) The product strategy is in the form of periodic checking of the products served, as well as checking the subdivisions of the classification that still have no information (null) or can add sub-subdivisions that distinguish the location between journals and student final assignments or other products. 2) The price strategy is to implement a partial access policy that provides open access to users only in chapters I, II and V. 3) Place strategy makes suggestions for an informative Library website display related to Institutional Repository services. 4) Promotion strategies carry out direct promotions such as holding workshops, socialization activities, national seminars, library tours and user education, while indirect promotion is also important by making posts or feeds on social media both Instagram, Facebook, Tiktok, and X which contain information about the Institutional Repository, and use brochure media in disseminating information related to Institutional Repository services. 5) The process strategy is to create feed posts related to short tutorials on how to access and download products in the Institutional Repository service and simplify the requirements for submitting students' final assignments. 6) The people strategy can be in the form of carrying out routine training and conducting knowledge sharing between librarians within the Merdeka University of Malang or with other campus librarians. 7) The physical evidence strategy is to add an Institutional Repository service description menu on the Library website and Institutional Repository services, add a social media menu, suggestion menu, Contact Us and FAQ menu to the Institutional Repository service.*

## مستخلص البحث

أديتيا، رفقى. 2024. استراتيجية الترويج في استخدام المستودع المؤسسي في مكتبة جامعة Merdeka مالانج. البحث الجامعي. قسم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. (المشرف الأول) : غانيس جانديرا بوسيتادوي، الماجستير. (المشرف الثاني) : مبشرة، الماجستير.

**الكلمات الرئيسية:** استراتيجية الترويج، المستودع المؤسسي لجامعة Merdeka مالانج، نظرية سبعة الفئات.

كان الدافع وراء هذا البحث هو انخفاض عدد الزوار الذين يستخدمون خدمات المستودع المؤسسي ونقص فهم الطلاب فيما يتعلق بخدمات المستودع المؤسسي والذي نتج عن عدة عوامل، أحدها كان الترويج. لذا فإن الهدف من هذا البحث هو صياغة استراتيجية ترويجية مناسبة في استخدام المستودع المؤسسي باستخدام نظرية PSY، وهي المنتج والسعر والمكان والترويج والأشخاص والعملية والأدلة المادية في مكتبة جامعة Merdeka مالانج. يستخدم هذا البحث البحث النوعي مع المنهج الوصفي. نتائج هذا البحث هي استراتيجيات ترويجية مناسبة للاستفادة من المستودع المؤسسي ويمكن تنفيذها، وهي: (١) استراتيجية المنتج تكون على شكل فحص دوري للمنتجات المقدمة وكذلك فحص الأقسام الفرعية للتصنيف التي لا تزال ليس لديها معلومات (خالية) أو يمكن إضافة أقسام فرعية تفرق الموقع بين المجالات والطلاب النهائي المهام أو غيرها من المنتجات. (٢) تهدف استراتيجية الأسعار إلى تنفيذ سياسة الوصول الجزئي التي توفر الوصول المفتوح للمستخدمين فقط إلى الفصول الأول والثاني والخامس. (٣) تقدم استراتيجية المكان اقتراحات لعروض موقع المكتبة الإلكترونية الإعلامية المتعلقة بخدمات المستودع المؤسسي. (٤) تنفذ استراتيجية الترويج الترويج المباشر، على سبيل المثال عقد ورش العمل والتنشئة الاجتماعية والندوات الوطنية وجولات المكتبات وتثقيف المستخدمين، في حين أن الترويج غير المباشر مهم أيضاً من خلال نشر المنشورات على وسائل التواصل الاجتماعي انستغرام و فيسبوك و تيك توك و المستودعات ، واستخدام وسائط الكتيبات للنشر. المعلومات المتعلقة بخدمات المستودع المؤسسي. (٥) تتمثل إستراتيجية العملية في إنشاء موجز للمنشورات المتعلقة بالبرامج التعليمية القصيرة حول كيفية الوصول إلى المنتجات وتنزيلها على خدمة المستودع المؤسسي وتبسيط متطلبات إرسال الواجبات النهائية للطلاب. (٦) يمكن أن تكون استراتيجية الأفراد في شكل إجراء تدريب روتيني وإجراء تبادل المعرفة بين أمناء المكتبات في جامعة Merdeka مالانج أو مع أمناء المكتبات الآخرين في الحرم الجامعي. (٧) تقوم استراتيجية الأدلة المادية بإضافة قائمة وصف لخدمات المستودع المؤسسي على موقع المكتبة وخدمات المستودع المؤسسي، وإضافة قائمة وسائل التواصل الاجتماعي، وقائمة الاقتراحات، وقائمة اتصل بنا وقائمة الأسئلة الشائعة حول خدمات المستودع المؤسسي.



# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*Institutional Repository* merupakan wadah atau tempat penyimpanan koleksi digital yang berisi hasil intelektual yang dihasilkan oleh suatu lembaga, seperti makalah penelitian, skripsi, tesis, disertasi, ataupun karya ilmiah lainnya. Tujuan utamanya adalah untuk menjaga dan memungkinkan akses kepada karya-karya penelitian yang dihasilkan oleh lembaga tersebut, meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap lembaga dan para penelitiannya, serta mendorong penyebaran luas karya ilmiah melalui akses terbuka (Asadi et al., 2019). Kemajuan teknologi informasi mendorong lahirnya berbagai aplikasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan sistem pengelolaan *Institutional Repository*. Beberapa *software* pengolah *Institutional Repository* yang dapat digunakan diantaranya *EPrints*, *DSpace*, *Omeka*, *WEKO*, *Digital Commons*, *Islandora*, *CONTENTdm*, *OPUS*, *HAL* ataupun *Pure* (Azhari, 2023).

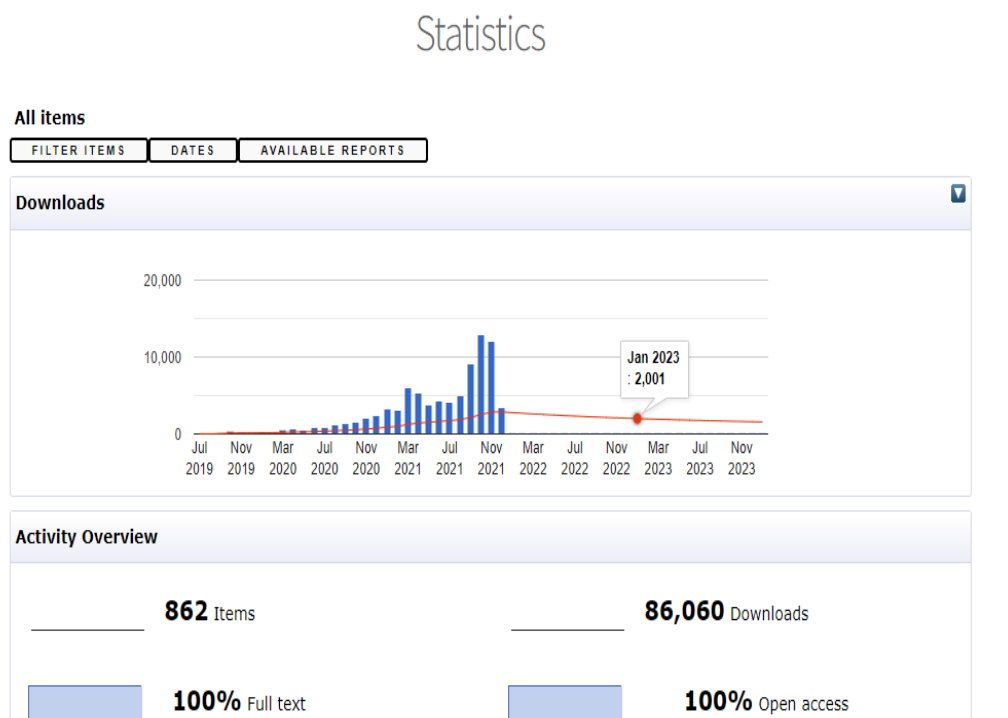
Banyak perguruan tinggi di Indonesia saat ini telah memperkenalkan *Institutional Repository* sebagai sarana yang memudahkan pengguna dalam menyebarkan, melestarikan karya ilmiah dari civitas akademik institusi perguruan tinggi yang bersangkutan dan juga kemudahan dalam mengaksesnya (Prasetyawan, 2017). Dalam proses pengembangan aplikasi *Institutional Repository*, berbagai pertimbangan muncul terkait pilihan antara aplikasi sumber terbuka (*open source*) atau aplikasi berbayar (*proprietary*) dengan beberapa pertimbangan diantaranya yaitu untuk menghindari tindakan plagiasi dan faktor pertimbangan lainnya yang sesuai dengan situasi di perpustakaan perguruan tinggi. Salah satu Perpustakaan perguruan tinggi yang mengelola *Institutional Repository* adalah Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang memiliki peran sebagai Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang bertanggung jawab atas pengelolaan, penyimpanan, dan distribusi karya ilmiah yang dihasilkan oleh seluruh civitas akademika. Hal ini merupakan upaya perpustakaan perguruan tinggi untuk mendukung terlaksananya Tri Dharma

perguruan tinggi, yang mencakup pendidikan, penelitian, dan pelayanan kepada masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu adanya kebijakan yang jelas dari perguruan tinggi agar mendorong terwujudnya pemanfaatan *Institutional Repository* secara optimal.

Kebijakan yang diterapkan oleh institusi perguruan tinggi mempunyai peranan yang signifikan untuk menentukan pilihan aplikasi yang akan digunakan. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang memilih software *EPrints* sebagai penerapan pengelola *Institutional Repository* dan mulai dibangun dan diterapkan pada tahun 2018, hal ini dikarenakan oleh *EPrints* yang bersifat sumber terbuka sehingga banyak digunakan oleh Perpustakaan perguruan tinggi lain. *Repository* Universitas merdeka malang dinamai dengan University of Merdeka Malang *Repository*. Sebelum adanya University of Merdeka Malang *Repository*, pengumpulan karya ilmiah dari anggota akademis Universitas Merdeka Malang telah dilakukan dalam bentuk digital tetapi menghimpun atau mengumpulkan *Compact Disk (CD)* yang memuat salinan digital dari setiap karya ilmiah. Koleksi University of Merdeka Malang *Repository* berjumlah 2.964 yang terdiri dari Tugas Akhir mahasiswa, artikel jurnal dosen, disertasi, thesis dan lain sebagainya yang berkaitan dengan hasil karya civitas akademika institusi itu sendiri.

Proses ini memiliki tantangan sendiri bagi pustakawan yang bertanggung jawab, dan juga terbukti kurang efektif ketika ada permintaan untuk menggandakan salah satu karya ilmiah tersebut oleh pemustaka. Oleh karena itu, diterapkannya sistem informasi *Institutional Repository* diharapkan dapat membantu mengurangi beban kerja pustakawan dan memudahkan pemustaka dalam memanfaatkan karya ilmiah. Hadirnya *Institutional Repository* diharapkan kepada civitas akademika perguruan tinggi dapat memanfaatkan dengan optimal sehingga dapat memberikan kemudahan bagi mereka dalam menyimpan dan mengakses karya mereka dengan mudah. Selain itu, *Institutional Repository* juga berpotensi menjadi saluran publikasi dan sarana promosi bagi perguruan tinggi, yang pada gilirannya akan meningkatkan visibilitas mereka di mata publik.

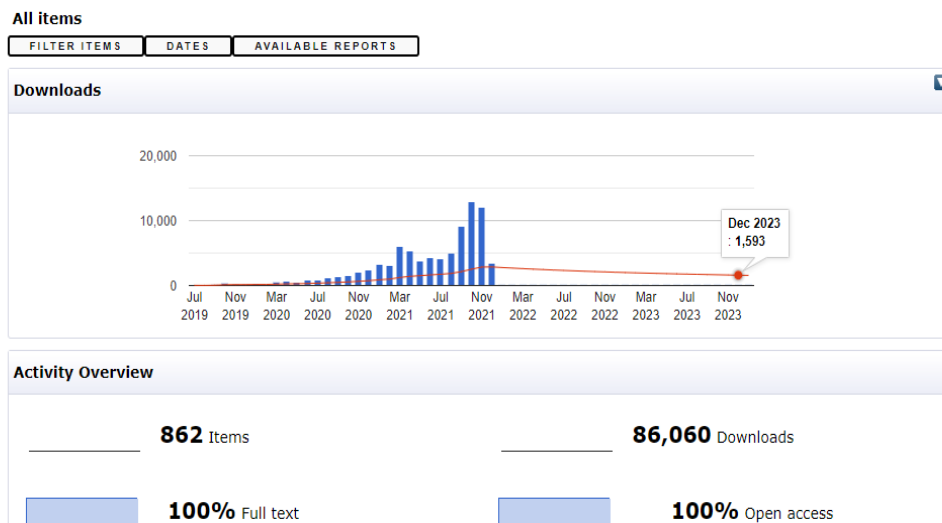
Menurut (Ulum & Setiawan, 2016) Agar terwujudnya pemanfaatan *Institutional Repository* dengan baik, perlu adanya promosi secara intensif dengan menyampaikan berbagai keuntungan dalam pemanfaatan *Institutional Repository*. sehingga strategi promosi yang tepat diperlukan untuk menyebarluaskan hasil karya civitas akademika yang dimuat dalam *Institutional Repository*. Sebelum mengambil topik ini, peneliti melaksanakan pengamatan awal secara langsung di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang selama dua bulan, dan ditemukan beberapa kendala yaitu adanya penurunan jumlah pengunjung dan jumlah pemanfaatan *Institutional Repository*, dan belum adanya promosi *Institutional Repository* yang dilakukan oleh pihak Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Berikut statistik jumlah pengunjung yang memanfaatkan *Institutional Repository* bisa dilihat pada hasil gambar 1.1 dan 1.2 (University of Merdeka Malang *Repository*, 2023):



Gambar 1.1 Statistik jumlah pengunjung bulan Januari 2023

(Sumber : <https://eprints.unmer.ac.id/>, 31 Januari 2024)

## Statistics



Gambar 2.2 Statistik jumlah pengunjung bulan Desember 2023

(Sumber : <https://eprints.unmer.ac.id/>, 31 Januari 2024)

Berdasarkan statistik jumlah pengunjung untuk memanfaatkan artikel karya ilmiah dari sistem University of Merdeka Malang *Repository*, dapat dilihat adanya penurunan yang semula pada bulan Januari 2023 berjumlah 2.001 pengunjung, menurun pada bulan Desember 2023 hanya tersisa 1.593 pengunjung (University of Merdeka Malang *Repository*, 2023). Penurunan pengunjung tersebut di pengaruhi oleh beberapa faktor, sebagaimana yang di jelaskan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi:

*“Terkait dengan penurunan jumlah pengunjung memang banyak faktor yang mempengaruhinya, pertama terkait dengan koleksi yang dibutuhkan oleh pengguna tidak ada di IR atau jumlah koleksi yang bisa dikatakan tidak bertambah. Kedua koleksi yang sudah di upload juga terbatas yang dikarenakan lambatnya proses administrasi di bagian pengolahan dan masih banyak mahasiswa yang menyerahkan file tugas akhir tidak sesuai dengan syarat yang diberikan oleh perpustakaan dan file tugas akhir mahasiswa yang masih banyak kurangnya atau typo sehingga pihak pengelola juga harus mengecek kembali. Faktor Ketiga juga berkaitan dengan promosi yang mana untuk memperkenalkan karya lokal konten kita yang bisa digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa untuk tugas akhirnya.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Adanya penurunan tersebut memicu ketertarikan peneliti untuk mengambil dan meneliti permasalahan dengan fokus pada faktor promosinya. Menurut Islam & Islam dalam (Suharso & Pramesti, 2020) Promosi memegang peranan penting dalam menentukan kesuksesan sebuah konsep pemasaran, terlepas dari nilai dan kualitas unggul sebuah produk atau layanan, jika konsumen atau masyarakat tidak pernah mendengar atau belum memiliki keyakinan bahwa produk atau layanan tersebut akan memberikan manfaat bagi mereka, maka kemungkinan besar mereka tidak akan membelinya. Setelah dilaksanakannya observasi pertama pada bulan November 2023, bahwa masih banyak pemustaka atau mahasiswa yang masih kurang pemahamannya tentang *Institutional Repository* baik dalam memanfaatkan ataupun mengaksesnya seperti yang di kemukakan oleh pustakawan layanan sirkulasi sekaligus yang mengelola bagian promosi:

*“Iya memang benar banyak mahasiswa yang masih kurang tau atau masih kurang familiar tentang apa itu Institutional Repository.”* (GDA, wawancara, November 2023)

Padahal, menurut Westell dalam (Kurniawan, 2016) suatu *Institutional Repository* dapat dikatakan berhasil apabila faktor-faktor keberhasilannya terpenuhi, salah satu faktor keberhasilan tersebut yaitu terkait dengan promosi. Kegiatan promosi memiliki hubungan yang erat dengan upaya memperkenalkan produk kepada masyarakat umum dengan tujuan menarik perhatian pengguna. Dalam Al-Quran, konsep yang berhubungan dengan "promosi" terdapat dalam surat Ali Imran ayat 77 yang berbunyi:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ ۗ وَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya : *“Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian di akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka pada hari Kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih.”* (Q.S. Ali Imran/3: 77)

Menurut tafsir (Kemenag, 2019) Ayat ini mengancam kepada siapa saja yang berkhianat, dan menukarnya dengan hal-hal yang bersifat duniawi yang tidak ada nilainya di hadapan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang

memperjualbelikan atau menukar janji yang dikuatkan dengan nama Allah untuk ditepati, dan sumpah-sumpah mereka dengan hal-hal yang bersifat duniawi; itu sama saja mereka menukarnya dengan harga murah atau nilai yang rendah dibanding balasan yang kelak diterimanya di akhirat jika mereka jujur, mereka justru tidak memperoleh bagian sama sekali di akhirat. Bukan itu saja, Allah juga tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikan mereka dengan pandangan rahmat pada hari kiamat, dan tidak akan menyucikan atau mengampuni dosa-dosa mereka. Bagi mereka azab yang pedih di neraka, dan mereka kekal di dalamnya. Sejalan juga dengan firman Allah yang terdapat dalam surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”* (Q.S. An-Nisa'/2 :29)

Menurut tafsir tahlili, Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Mencari kekayaan diperbolehkan melalui cara berniaga atau berjual beli yang didasarkan pada kesepakatan dan kerelaan dari kedua belah pihak tanpa adanya paksaan. Jual beli yang dilakukan dengan paksaan dianggap tidak sah meskipun ada pembayaran atau penggantinya. Dalam usaha mendapatkan kekayaan, tidak boleh ada tindakan yang merugikan atau menzalimi orang lain, baik individu maupun masyarakat. Mendapatkan harta secara tidak sah, seperti mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan tindakan serupa, dilarang (Qur'an Kemenag, 2019).

Ayat ini ditunjukkan kepada seluruh umat manusia yang ada di dunia ini tidak ada pengkhususan karena di tinjau dari asbab al-Nuzul surah ini bercerita tentang persengkataan tanah antara orang Yahudi dan orang Muslim yang mengakibatkan Sumpah palsu ini terjadi di antara mereka. Ayat ini berlaku untuk

semua orang yang melakukan sumpah (Nursyah et al., 2022). Sehingga Al-Qur'an juga menjelaskan beberapa cara yang baik dan benar dalam melakukan jual beli agar terhindar dari sumpah palsu. Al-Qur'an juga menjelaskan berbagai teknik promosi produk yang efektif dengan cara yang baik dan sempurna (Syahputra, 2019). Sebagai berikut:

1. Ketika membaca Al-Qur'an, kita akan merasakan kedamaian dan kemuliaan yang berasal dari Allah. Dalam dunia bisnis, praktik promosi harus dijalankan tanpa mencemarkan citra produk pesaing. Oleh karena itu, konsep etika bisnis sangat dihargai dan menghormati orang lain lebih diutamakan daripada merendahkan produk orang lain.
2. Diangkat derajatnya (dikenal oleh Allah). Melakukan promosi yang kuat dan berkelanjutan akan menyebabkan produk tersebut menjadi lebih dikenal oleh masyarakat.

Sesuai latar belakang yang telah dijabarkan oleh peneliti, peneliti menarik kesimpulan yaitu pentingnya suatu promosi baik dari lembaga pelayanan jasa ataupun non jasa agar produk atau layanan dapat diketahui oleh masyarakat umum, sehingga masyarakat tersebut tertarik untuk membeli atau memanfaatkan layanan dan produk yang telah ditawarkan oleh lembaga yang terkait. Khususnya terkait dengan promosi *Institutional Repository* yang dikelola oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, sehingga dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif agar dalam melakukan perumusan strategi promosi pemanfaatan *Institutional Repository* dapat lebih tepat dengan menggunakan teori 7Ps atau singkatan dari (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Sehingga peneliti mengambil judul penelitian “**Strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan utama yang hendak dicapai yaitu untuk merumuskan strategi promosi yang tepat dalam pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bisa memberi manfaat untuk para peneliti dan instansi terkait. Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Memberikan saran dan masukan untuk Perpustakaan Universitas Merdeka Malang untuk melakukan promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository*.
2. Sebagai sarana untuk mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman penulis tentang suatu topik pelaksanaan promosi *Institutional Repository* serta dalam melakukan pengelolaan dengan baik.

### **1.5 Batasan Masalah**

Ditinjau dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti membatasi penelitian ini pada permasalahan pokok permasalahan yang ada agar pembahasannya tidak begitu luas. Pokok dari permasalahan yang akan dibahas adalah strategi promosi *Institutional Repository* menggunakan teori dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu 7Ps atau singkatan dari (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Penulisan penelitian ini agar mudah untuk dipahami, peneliti mencoba menjelaskan sistematika penulisan yang mencakup dari lima bab, diantaranya:

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini mencakup beberapa sub-bagian, termasuk di dalamnya adalah penjelasan tentang latar belakang masalah, yang menjelaskan kesenjangan antara teori dengan kondisi sebenarnya yaitu adanya penurunan statistik yang



memanfaatkan *Institutional Repository* universitas merdeka malang, identifikasi masalah berisi rumusan masalah yang berasal dari latar belakang, tujuan penelitian membahas sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini, manfaat penelitian menjelaskan manfaat praktis dan manfaat teoritis dari hasil penelitian, batasan masalah di fokuskan pada permasalahan pokok agar hasil penelitian tidak terlalu luas pembahasannya, dan sistematika penulisan menjelaskan isi dari bab dan sub-bab dari penelitian. Pada bab ini dijelaskan latar belakang dari penelitian ini yaitu adanya permasalahan yang ditemukan oleh peneliti pada saat melakukan observasi yaitu adanya penurunan statistik yang memanfaatkan *Institutional Repository*. sehingga peneliti tertarik untuk meneliti terkait dengan promosi dari *Institutional Repository* tersebut.

## **Bab II : Tinjauan Pustaka**

Bab kedua terdiri dari dua sub-bagian, Salah satu dari dua sub-bagian tersebut adalah tinjauan pustaka, yang mencakup penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Bab tinjauan pustaka merupakan bagian dari sebuah karya ilmiah yang berisi tentang rangkuman dari berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topik penelitian. Sub-bagian lainnya adalah landasan teori, yang menjelaskan konsep-konsep teori yang akan digunakan sebagai dasar analisis yang mendukung penelitian. Pada bab ini peneliti menjelaskan tinjauan pustaka yang relevan dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun teori yang digunakan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) untuk melakukan perumusan strategi promosi *Institutional Repository* dan diharapkan dapat meningkatkan pemanfaatan dan kunjungan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.

## **Bab III : Metodologi Penelitian**

Bab metode penelitian merupakan bagian dari sebuah karya tulis ilmiah yang menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian terkait. Bab ini akan menguraikan tentang pendekatan penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini, termasuk sub-bagian yang mencakup jenis penelitian, lokasi dan periode penelitian, subjek sebagai penyedia data dan objek penelitian sebagai isu

yang diselidiki. Sub-bagian tentang sumber data akan menjelaskan metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi, dengan pengumpulan data yang sesuai dengan metode penelitian yang dipilih, serta analisis data yang berdasarkan teori yang relevan. Pada bab ini, penulis menjelaskan jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif dikarenakan peneliti akan merumuskan strategi promosi terkait dengan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.

#### **Bab IV : Hasil dan Pembahasan**

Bab empat ini mendeskripsikan terkait dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan disusun secara sistematis dengan menggunakan teori bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Pada bab ini, Hasil yang sudah didapatkan oleh peneliti berupa hasil wawancara dari narasumber kemudian diolah dan dibahas sehingga dapat merumuskan strategi promosi yang tepat dalam pemanfaatan *Institutional Repository* memuat variabel dari bauran pemasaran tersebut.

#### **Bab V : Penutup**

Bab lima terdiri atas dua sub-bab, yaitu kesimpulan dan saran. Peneliti juga memberikan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijalankan. Pada bab ini, peneliti memberikan kesimpulan dari hasil wawancara yang telah dilakukan bersama narasumber berupa inti-inti dari hasil dan pembahasan strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* universitas merdeka malang. Kemudian peneliti memberikan saran kepada instansi terkait berupa hasil strategi promosi yang tepat dalam melakukan promosi *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

Sebuah institusi ataupun lembaga baik itu lembaga pendidikan, pemerintahan ataupun yang lainnya, perlu dilakukannya sebuah promosi agar lembaga tersebut dapat dikenal oleh masyarakat umum. Salah satunya Perpustakaan yang memiliki banyak sumber ilmu pengetahuan yang ada didalamnya dan juga *Institutional Repository* yang dikelola oleh Perpustakaan. Dengan melakukan promosi, diharapkan agar masyarakat ataupun civitas akademika instansi tersebut menjadi lebih familiar dengan adanya *Institutional Repository* yang disediakan oleh Perpustakaan, sehingga mereka merasa tertarik untuk mengunjungi website dan memanfaatkan beragam koleksi serta fasilitas yang ada.

Penelitian yang membahas tentang strategi promosi dan pemanfaatan *Institutional Repository* sudah pernah diteliti sebelumnya oleh peneliti terdahulu. Pertama, jurnal penelitian yang diteliti oleh (Hanggraito et al., 2020) yang berjudul “Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan rencana strategi pemasaran alternatif dengan menggunakan analisis konsep bauran pemasaran 7P di Museum Batik Yogyakarta. Sehingga penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitian ini berupa Rekomendasi strategi alternatif yang dapat diterapkan di Museum Batik Yogyakarta mencakup memperkuat nilai sejarah dan budaya yang melekat pada produk batik yang ada di museum, penyesuaian harga tiket masuk untuk berbagai jenis pengunjung, peningkatan pemanfaatan platform media sosial, serta peningkatan efisiensi dan tugas pada sumber daya manusia yang ada di Museum Batik Yogyakarta.

Kedua, penelitian yang dibuat oleh (Ambarwati & Handayani, 2022) dengan judul “Strategi promosi dalam meningkatkan layanan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno Blitar pada masa pandemi”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk Mengetahui informasi secara mendalam mengenai cara UPT

Perpustakaan Bung Karno dalam mempromosikan, merancang strategi, dan inovasi apa saja yang telah dilakukan selama masa pandemi untuk meningkatkan mutu layanan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa melakukan wawancara dengan para narasumber, observasi dan dokumentasi yang diambil secara *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno telah melaksanakan promosi dengan memanfaatkan media sosial, brosur, pameran, dan sosialisasi. Selain itu, fokus strategi yang diterapkan oleh UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno dalam mempromosikan perpustakaan kepada masyarakat adalah terutama terkait dengan konsep dan pemikiran yang digagas oleh Bung Karno. Upaya lain untuk meningkatkan kualitas layanan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno melibatkan penciptaan program "SILAKAN" serta pengembangan aplikasi "ISU Karno" yang memungkinkan pengguna mengakses ke koleksi yang tersedia di perpustakaan tersebut.

Ketiga, jurnal penelitian yang membahas pemanfaatan *Institutional Repository* yang diteliti oleh (Azizah, Laila Rifaátul & Ishmah, 2018) yang berjudul "Pemanfaatan *Institutional Repository* sebagai sumber pembelajaran bagi Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Malang" penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada seluruh anggota akademis untuk dapat menggunakan serta memanfaatkan fasilitas IR seoptimal mungkin, sehingga penelitian ini menggunakan metode kualitatif agar dapat mendeskripsikan pemanfaatan Institusional Repositori kepada seluruh Sivitas Akademika Universitas Merdeka Malang sebagai *educational resources* dengan menggunakan pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menghasilkan adanya terjadi peningkatan besar dalam statistik data akses ke IR pada tahun 2018. Hal ini mencerminkan efektivitas kampanye penyuluhan yang dilakukan oleh perpustakaan kepada penggunaannya terkait IR.

Keempat, jurnal penelitian yang diteliti oleh (R. F. Nasution et al., 2022) yang berjudul "Meningkatkan Pemanfaatan *Institutional Repository* Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan". Penelitian ini bertujuan

untuk memahami pemahaman, keterampilan, faktor yang mempengaruhi, dan hambatan yang dirasakan oleh mahasiswa IAIN Padangsidimpuan dalam menggunakan *Institutional Repository* (IR). Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pengetahuan mahasiswa IAIN Padangsidimpuan tentang *Institutional Repository* (IR) lebih banyak diperoleh melalui komunikasi dari mulut ke mulut daripada melalui program pendidikan pengguna, menunjukkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut efektif dalam menyampaikan informasi. Penelitian ini juga menjelaskan faktor-faktor yang mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan Institusional Repositori serta, dijelaskan pula kendala yang dihadapi mahasiswa pada saat memanfaatkan Institusional Repositori.

Kelima, artikel penelitian oleh (Adomaa, 2021) dengan judul “*Marketing of Special Library Services in Ghana: The Case of Ghana Atomic Energy Commission*” yang memfokuskan pembahasannya terkait dengan memahami kebutuhan informasi pengguna dan memberikan kepuasan kepada target pengguna dengan menerapkan pendekatan studi kasus pada Komisi Energi Atom Ghana dengan menjelaskan konsep pemasaran 7P (*Product, people, process, price, place, promotion, dan pyhsical evidence*) dari bauran pemasaran serta tujuan dari artikel ini ialah untuk memahami dan mengetahui layanan yang disediakan di perpustakaan dan informasi institut dan strategi promosi yang dapat dirumuskan oleh perpustakaan khusus di ghana agar dapat mempromosikan layanan dan produk mereka. Hasil dari penelitian ini yaitu Sifat koleksi yang sudah usang dan tidak relevan menyebabkan pengguna perpustakaan merasa tidak puas dan kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mereka perlukan. Dalam konteks ini, penelitian ini menguraikan konsep pemasaran 7P, yang mencakup produk, orang, proses, harga, tempat, promosi, dan bukti fisik dari bauran pemasaran. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana perpustakaan dapat mengadopsi strategi pemasaran untuk meningkatkan pelayanan dan sumber daya yang mereka tawarkan kepada pengguna.

Terakhir, artikel jurnal penelitian yang dibuat oleh (Hwang et al., 2019) dengan judul “*Institutional Repository Promotion: Current Practices and Opinions in Texas Academia*”. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan penelusuran pendapat mereka yang berpengalaman di lapangan terkait berbagai metode promosi *Institutional Repository (IR)* untuk mengevaluasi kesuksesan dan kegagalan metode-metode tersebut. Selain itu, penelitian ini melakukan survei terhadap dua kelompok yang berbeda, yaitu administrator perpustakaan dan petugas (Manajer) IR, untuk mendengarkan pandangan mereka tentang upaya promosi IR dari perspektif yang berbeda, dan melakukan analisis konten di beberapa portal web Perpustakaan akademik yaitu pada Perpustakaan di *Texas Council of State University Libraries (TCSUL)* dan *Texas Independent College and University Libraries (TICUL)* yang digunakan dalam melakukan penyelidikan dan perdebatan mengenai hasil temuan terkait pemasaran yang aktif terhadap fakultas dengan tujuan meningkatkan visibilitas *Institutional Repository (IR)*, serta upaya promosi yang lebih pasif seperti mengaitkan IR pada situs web perpustakaan, membangun citra merek untuk membantu individu menemukan dan mengingat IR, dan sebagainya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa sebagian besar strategi pemasaran difokuskan pada fakultas, sementara minimnya usaha pemasaran yang diarahkan langsung kepada pengguna akhir.

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas terkait strategi promosi dan pemanfaatan *Institutional Repository* dimuat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Judul, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1.	Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta (Hanggraito et al., 2020)	Hasil penelitian berupa Rekomendasi strategi alternatif yang dapat diterapkan di Museum Batik Yogyakarta mencakup memperkuat nilai sejarah dan budaya yang melekat pada	Penelitian ini memaparkan alternatif atau rekomendasi strategi yang dapat diterapkan oleh Museum Batik yogyakarta. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah	Metode yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif, dan sama-sama membahas strategi promosi.

No	Peneliti, Judul, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
		produk batik yang ada di museum, penyesuaian harga tiket masuk untuk berbagai jenis pengunjung, peningkatan pemanfaatan platform media sosial, serta peningkatan efisiensi dan tugas pada sumber daya manusia yang ada di Museum Batik Yogyakarta.	melakukan perumusan strategi promosi <i>Institutional Repository</i> .	
2.	Strategi promosi dalam meningkatkan layanan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno Blitar pada masa pandemi (Ambarwati & Handayani, 2022)	Hasil penelitian menjelaskan bahwa UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno telah melaksanakan promosi dengan memanfaatkan media sosial, brosur, pameran, dan sosialisasi. Upaya lain untuk meningkatkan kualitas layanan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno melibatkan penciptaan program "SILAKAN" serta pengembangan aplikasi "ISU Karno" yang memungkinkan pengguna mengakses ke koleksi yang tersedia di perpustakaan tersebut.	Penelitian ini hanya mendeskripsikan strategi, cara melakukan promosi dan inovasi yang dilakukan oleh UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno pada masa pandemi. Sedangkan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti akan membahas rumusan strategi promosi terkait dengan <i>Institutional Repository</i> .	Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti yaitu sama-sama membahas tentang strategi promosi.
3.	<i>Marketing of Special Library</i>	Sifat koleksi yang sudah usang dan	Penelitian ini memiliki	Teori yang digunakan yaitu

No	Peneliti, Judul, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	<i>Services in Ghana: The Case of Ghana Atomic Energy Commission</i> (Adomaa, 2021)	tidak relevan menyebabkan pengguna perpustakaan merasa tidak puas dan kesulitan untuk mendapatkan informasi yang mereka perlukan. Dalam konteks ini, penelitian ini menguraikan konsep pemasaran 7P, yang mencakup ( <i>product, people, process, price, place, promotion, dan physical evidence</i> ) dari bauran pemasaran.	perbedaan dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu penelitian ini membahas tentang promosi perpustakaan khusus sedangkan penelitian yang dibuat oleh peneliti membahas tentang promosi <i>Institutional Repository</i> .	sama-sama menggunakan bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) 7P dalam melakukan strategi promosi produk dan layanan.
4.	Pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> sebagai sumber pembelajaran bagi sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Malang (Azizah & Ishmah, 2018)	Hasil dari penelitian ini adalah terjadi peningkatan besar dalam statistik data akses ke IR pada tahun 2018. Hal ini mencerminkan efektivitas kampanye penyuluhan yang dilakukan oleh perpustakaan kepada penggunaannya terkait IR.	Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu peneliti ini membahas tentang pemanfaatan IR dengan melakukan promosi berupa sosialisasi kepada pengguna sedangkan penelitian yang dibuat oleh peneliti tentang membuat rumusan strategi promosi <i>Institutional Repository</i> .	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas terkait dengan pemanfaatan <i>Institutional repository</i> dan menjelaskan bahwa metode promosi dalam bentuk sosialisasi sangat efektif dalam meningkatkan akses <i>Institutional Repository</i> .
5.	Meningkatkan Pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN)	Menjelaskan bahwa pengetahuan mahasiswa IAIN Padangsidimpuan tentang <i>Institutional Repository</i> (IR) lebih banyak diperoleh melalui	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu penelitian ini membahas tentang	Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu membahas terkait dengan pemanfaatan IR dan bentuk promosi yang



No	Peneliti, Judul, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Padangsidimpuan (Nasution, 2022)	komunikasi dari mulut ke mulut daripada melalui program pendidikan pengguna, menunjukkan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut efektif dalam menyampaikan informasi. Penelitian ini juga menjelaskan faktor-faktor yang mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan <i>Institutional Repository</i> serta, dijelaskan pula kendala yang dihadapi mahasiswa pada saat memanfaatkan <i>Institutional Repository</i> .	pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> sedangkan penelitian yang dibuat oleh peneliti membahas tentang promosi <i>Institutional Repository</i> .	digunakan melalui komunikasi dari mulut ke mulut dalam menyampaikan promosi dan terbukti efektif dengan menggunakan cara tersebut.
6.	<i>Institutional Repository Promotion: Current Practices and Opinions in Texas Academia</i> (Hwang et al., 2019)	Penelitian ini memaparkan hasil bahwa sebagian besar strategi pemasaran difokuskan pada fakultas, sementara minimnya usaha pemasaran yang diarahkan langsung kepada pengguna akhir.	Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dibuat oleh penulis yaitu penelitian ini menganalisis promosi <i>Institutional Repository</i> sedangkan penelitian oleh penulis merumuskan pembuatan strategi promosi <i>Institutional Repository</i> .	Penelitian ini mempunyai persamaan dengan penelitian yang dibuat oleh peneliti yaitu membahas promosi <i>Institutional Repository</i> .

Ditinjau dari keenam penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat persamaan dan perbedaan antara keenam penelitian

terdahulu dengan penelitian yang akan dibuat oleh peneliti. Keenam penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu sama-sama membahas tentang strategi promosi dan pemanfaatan *Institutional Repository*. Adapun perbedaan yang signifikan dari keenam penelitian terdahulu terletak pada objek dan hasil akhir penelitian. Objek pada penelitian ini yaitu membahas terkait strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* dengan hasil akhir penelitian akan melakukan perumusan strategi promosi yang tepat dalam pemanfaatan *Institutional Repository* dengan menggunakan teori bauran pemasaran 7Ps (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

## **2.2 Landasan Teori**

Landasan teori adalah dasar utama dalam suatu penelitian. Keberadaan landasan teori menjadi kunci untuk menjadikan penelitian relevan, dan landasan teori ini juga digunakan sebagai dasar untuk menyusun hipotesis penelitian (Sahir, 2021).

### **2.2.1 Promosi dan Strategi Promosi**

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli, diinisiasi oleh informasi yang akurat dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku pembeli. Hal ini bermaksud mengubah pembeli yang awalnya tidak mengenal produk menjadi mengenal, sehingga mereka menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Laksana, 2023). Definisi lebih lanjut, menurut (Harahap, 2021) Promosi adalah sebuah bentuk komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang melibatkan usaha untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, meyakinkan, atau mengingatkan pasar yang dituju mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan dan fokus utama dari promosi adalah memberikan informasi kepada target *audience*, memengaruhi serta meyakinkan mereka, dan juga mengingatkan mereka tentang perusahaan dan elemen-elemen pemasaran yang ditawarkan.

Strategi merupakan konsep yang berasal dari bahasa Yunani "*strategos*" yang menggabungkan kata "*strategos*" yang merujuk pada seorang panglima, dan kata "*ego*" yang berarti pemimpin. Secara terminologi, strategi berasal dari kata "*strategia*" dalam bahasa Yunani yang artinya "*the art of general*" Ini

mencerminkan seni perencanaan dan pengaturan yang biasa digunakan oleh pemimpin militer dalam mengelola operasi perang. Menurut (Harahap, 2021) Strategi adalah rencana yang mencakup pembuatan metode untuk bersaing di pasar, serta merancang taktik yang akan digunakan untuk melaksanakan aktivitas dan mencapai tujuan yang telah direncanakan. Strategi ini, perlu mempertimbangkan bahwa organisasi harus tetap fleksibel dan mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi persaingan yang mungkin terjadi.

Promosi merupakan langkah penting dalam memperkenalkan sebuah *Institutional Repository* kepada berbagai kalangan, termasuk masyarakat umum dan civitas akademika institusi itu sendiri. Upaya promosi ini bisa dilaksanakan dengan berbagai macam metode, yaitu diantaranya dengan melalui publikasi berita di situs web perpustakaan atau melalui distribusi brosur, spanduk, dan media lainnya. Tujuannya adalah untuk memberitahukan eksistensi *Institutional Repository* dan memastikan bahwa fasilitas ini dapat dimanfaatkan secara efektif (Sutedjo, 2014). Beberapa metode promosi yang dapat digunakan diantaranya:

1. Mengadakan kegiatan sosialisasi kepada anggota komunitas akademik mengenai cara menggunakan *Institutional Repository*.
2. Memberikan pelatihan tentang cara mengunggah materi secara mandiri kepada anggota komunitas akademik.
3. Menginformasikan tentang keberadaan *Institutional Repository* melalui situs web institusi, milik dosen dan karyawan, serta milik mahasiswa.
4. Menggunakan jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter untuk menyebarkan informasi mengenai *Institutional Repository*.
5. Mendaftarkan alamat *Institutional Repository* ke mesin pencari dan direktori web terkemuka.

Langkah-langkah promosi yang telah diuraikan diatas bertujuan untuk memaksimalkan kesadaran dan aksesibilitas *Institutional Repository*, sehingga dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan. Dapat disimpulkan bahwa strategi promosi ialah suatu metode yang terbaik yang dilakukan sebuah lembaga atau institusi dalam menyebarkan informasi, menarik perhatian, serta

menyakinkan *audience* untuk membeli atau memanfaatkan barang atau jasa yang telah ditawarkan.

### 2.2.2 Bauran Pemasaraan (*Marketing Mix*)

Gagasan mengenai konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang pertama kali diperkenalkan oleh McCarthy, yang terdiri dari empat elemen yaitu produk (*Product*), harga (*Price*), promosi (*Promotion*), dan tempat (*Place*), telah mendapatkan penerimaan positif dari para peneliti dan praktisi pemasaran. Akan tetapi, model bauran pemasaran ini pertama kali dikembangkan berdasarkan penelitian di industri manufaktur, terdapat beberapa kekurangan dan batasan saat diterapkan dalam konteks industri jasa. Tantangan dalam menggunakan model 4P (*Product, Price, Place and Promotion*) ini telah mendorong para peneliti untuk memperluasnya agar lebih sesuai digunakan, dengan menambahkan 3 unsur tambahan yaitu; orang (*People*), proses (*Process*), dan bukti fisik (*Physical Evidence*) (Kotler & Keller, 2020).

Bauran pemasaran atau *marketing mix* merupakan gabungan dari keempat unsur, yakni produk, promosi, harga dan saluran distribusi (*Place*). Sesuai dengan yang dikemukakan (Kotler & Keller, 2020) bauran pemasaran tradisional yang mencakup empat elemen utama, yaitu produk, harga, tempat, dan promosi telah mengalami perkembangan menjadi sebuah konsep bauran pemasaran yang lebih luas dan inklusif. Pengertian lebih lanjut, menurut Lupiyoadi dalam (Hapsari et al., 2021) menjelaskan bahwa *Marketing mix* adalah suatu alat atau instrumen yang digunakan oleh pemasar yang terdiri dari berbagai elemen dari sebuah program pemasaran yang perlu dipertimbangkan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi produk atau layanan dapat berjalan dengan sukses. Khusus perusahaan yang bergerak dibidang jasa, selain 4P bisa ditambahkan dengan yang lebih komprehensif yaitu 3P (*People, Process, Physical Evidence*). Sehingga konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih lengkap ialah 7Ps yang memuat (*Product, Promotion, Price, Place, People, Process, And Physical Evidence*).

### 1) *Product* (Produk)

Produk merupakan semua barang atau layanan yang perusahaan sediakan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka. Menurut (Hendrayani Eka et al., 2019) Produk meliputi semua item yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi, yang menjadi perhatian, pencarian, dan pembelian oleh pasar sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang ada di dalam pasar tersebut. Definisi lebih lanjut, menurut (Adomaa, 2021) Produk adalah barang yang diproduksi dengan tujuan memenuhi keperluan pengguna di perpustakaan atau pemustaka. Dalam industri jasa, produk ini bersifat abstrak atau tidak dapat diamati secara langsung, sehingga hanya dapat dinilai melalui prosesnya, bukan hasil akhirnya. Oleh karena itu, kualitas menjadi faktor kunci dalam industri jasa.

Aspek yang perlu dipertimbangkan dalam suatu produk adalah bahwa pembeli tidak hanya memperoleh aspek fisik dari produk tersebut, tetapi juga membeli manfaat dan nilai yang disajikan oleh produk tersebut, yang disebut sebagai "penawaran" (*the offer*). Terutama dalam konteks produk jasa, di mana kepemilikan fisik tidak selalu terlibat, perhatian utama difokuskan pada konsep produk secara keseluruhan. Konsep produk secara keseluruhan terdiri dari (1) inti produk (*core product*), yang mencakup fungsi inti dari produk tersebut, (2) produk yang diharapkan (*expected product*), (3) produk yang ditingkatkan (*augmented product*), dan (4) produk yang potensial (*potential product*). Dalam situasi layanan, kualitas menjadi fokus utama, dan kualitas ini terkait dengan hal-hal seperti keandalan (*reliability*), responsivitas, jaminan (*assurance*), dan empati. Pemasar harus dapat menciptakan nilai tambahan dari produknya di luar fitur dasarnya untuk menjadikan produk tersebut kompetitif dan memiliki citra yang unik bila dibandingkan dengan produk sejenis.

### 2) *Price* (Harga)

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Martoyo et al., 2022) mendefinisikan harga merupakan sebuah sistem dalam manajemen perusahaan yang berfokus pada penentuan nilai yang sesuai untuk produk atau layanan, serta merencanakan strategi yang melibatkan aspek seperti diskon, biaya pengiriman, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi penetapan harga. Definisi lebih lanjut menurut (Naibaho

et al., 2020) harga adalah jumlah nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Karena sifat abstrak dari jasa, harga dapat berperan sebagai indikator yang mencerminkan nilai dari jasa tersebut. Mengatur harga dengan tingkat yang sangat murah dan jauh di bawah pesaing dapat menciptakan kesan bahwa kualitas jasa tersebut kurang baik. Begitupun sebaliknya, menetapkan harga yang terlalu tinggi dapat menciptakan persepsi bahwa layanan tersebut sangat mahal dan merugikan bagi perusahaan. Oleh karena itu, penetapan harga harus melibatkan pertimbangan yang cermat dan logis, disertai dengan komunikasi yang sesuai.

### 3) *Place* (Tempat)

*Place* adalah hasil dari menggabungkan lokasi dengan keputusan terkait saluran distribusi, hal tersebut berkaitan dengan cara produk diperkenalkan kepada konsumen dan menentukan posisi yang optimal secara strategis (Hasanah, 2019). Variabel tempat dalam industri jasa dapat diinterpretasikan sebagai penyediaan layanan dengan waktu yang sesuai dan metode yang nyaman serta aman (Naibaho et al., 2020). Keputusan terkait penempatan dan distribusi bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses produk yang sedang ditawarkan. Elemen-elemen yang berkaitan dengan lokasi mencakup pemilihan lokasi yang strategis (mudah diakses), berada di sekitar pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk, memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi pelanggan, serta memiliki fasilitas yang mendukung, dan sebagainya. Dalam perusahaan jasa yang bergantung pada fasilitas khusus, manajemen tempat menjadi kunci, seperti menawarkan produk fisik, bahkan memperhatikan kenyamanan dan fasilitas pendukung yang diperlukan oleh konsumen. Namun, pada jasa yang bergantung pada interaksi dengan pengguna, fokusnya adalah mempermudah konsumen menghubungi perusahaan, misalnya dengan menambah nomor telepon, meningkatkan jumlah operator telepon, dan langkah-langkah lainnya.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

Promosi (*Promotion*) merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan keunggulan produk dan meyakinkan pelanggan untuk membelinya. Penetapan harga promosi harus disesuaikan dengan desain produk yang akan didistribusikan. Selain itu, perlu melakukan promosi melalui program yang tepat dan efektif (Panjaitan, 2022). Pengertian lebih lanjut, promosi merupakan tindakan menyampaikan informasi dari penjual kepada konsumen dengan tujuan mendorong mereka untuk melakukan pembelian produk (Dwinanda & Nur, 2020). Karena jasa yang bersifat abstrak, salah satu tujuan promosi ialah untuk menjadikan jasa tersebut lebih nyata atau konkret dalam persepsi konsumen. Promosi atau pemasaran dibagi menjadi dua bentuk yaitu pemasaran langsung (*offline*) dan pemasaran tidak langsung (*online*).

##### 1. Pemasaran langsung (*offline*)

Pemasaran langsung adalah komunikasi langsung dengan pengguna atau pelanggan yang ditargetkan secara spesifik, baik untuk mendapatkan tanggapan langsung maupun untuk membangun hubungan pelanggan jangka panjang (Ritonga et al., 2018). Dalam strategi pemasaran langsung, biasanya digunakan saluran-saluran yang menghubungkan langsung antara produsen atau penyedia dengan konsumen akhir, sehingga barang dan jasa dapat disampaikan kepada pelanggan tanpa melibatkan perantara pemasaran.

##### 2. Pemasaran tidak langsung (*online*)

Pemasaran tidak langsung dapat diartikan sebagai bentuk pemasaran yang memanfaatkan media online melalui system computer interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik (Ritonga et al., 2018). Dalam strategi pemasaran tidak langsung, biasanya produsen memanfaatkan media-media online berupa media sosial, website dan lain sebagainya dalam melakukan promosi penjualan baik berupa produk ataupun jasa.

Jika dilihat dari uraian penjelasan diatas, promosi juga dapat dilakukan secara langsung maupun secara tidak langsung ke pada pengguna. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang telah menggunakan kedua metode tersebut dalam

melakukan promosi layanan yang ada di Perpustakaan. Promosi secara langsung berupa kegiatan workshop, sosialisasi, *user education*, kunjungan Perpustakaan dan lain sebagainya. Sedangkan promosi secara tidak langsung berupa promosi menggunakan media sosial, website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang dan lain sebagainya.

#### 5) *People* (Orang)

*People* merupakan aset nyata yang dimiliki oleh suatu perusahaan, karena merekalah yang menjalankan berbagai aktivitas perusahaan, mulai dari tingkat fungsional tertinggi seperti manajer hingga tingkat terendah seperti karyawan. Semua pihak memiliki peran masing-masing, dan performa yang tinggi dapat menghasilkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Karyawan perusahaan memiliki peran penting dalam bidang pemasaran karena mereka yang memberikan pelayanan tersebut (Rahman & Kunaifi, 2022). Definisi lebih lanjut, menurut Kotler & Keller dalam (Dwinanda & Nur, 2020) *People* atau partisipan, dalam konteks pemasaran jasa ini merujuk kepada karyawan yang menyediakan produk atau layanan serta terlibat dalam penjualan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam seluruh tahapan prosesnya. Pada perusahaan jasa, karyawan (*people*) adalah unsur yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Berbeda dengan perusahaan manufaktur yang mana proses produksi terpisah dari konsumsi, dalam industri jasa, karyawan dapat berpengaruh signifikan.

#### 6) *Process* (Proses)

Proses merupakan serangkaian kegiatan yang mencerminkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen mulai dari tahap pemilihan hingga keputusan pembelian produk (Dwinanda & Nur, 2020). Menurut (Adomaa, 2021) Proses merujuk pada tata cara, sistem, dan rangkaian tindakan yang digunakan untuk mendapatkan layanan. Dalam industri jasa, seringkali proses produksi memiliki kepentingan yang lebih besar dibandingkan hasil akhirnya. Proses juga bisa dimaknai sebagai serangkaian langkah yang dilakukan antara penjual dan konsumen, yang mencakup pelayanan dan proses transaksi (Ritonga et al., 2018). Hal ini disebabkan oleh adanya kontak langsung antara penyedia jasa yang melakukan produksi dengan konsumen yang mengonsumsi jasa secara bersamaan,



bahkan dalam beberapa situasi, konsumen dapat terlibat dalam proses produksi. Dalam perusahaan yang berfokus pada jasa, terdapat integrasi yang erat antara manajemen pemasaran dan operasional, sehingga tidak mungkin memisahkan keduanya.

#### 7) *Pyhisical Evidence* (Bukti fisik)

*Physical evidence* merujuk pada kesan yang timbul dari lingkungan fisik tempat layanan disediakan (Adomaa, 2021). Definisi lebih lanjut terkait dengan bukti fisik, menurut (Rahman & Kunaifi, 2022) Bukti fisik merujuk pada elemen yang dapat dirasakan oleh indera manusia, termasuk penglihatan, perabaan, dan penciuman. Komponen ini mencakup segala perangkat yang berfungsi sebagai penunjang operasional bisnis. Sifat jasa yang tidak berwujud membuat penilaian konsumen hanya dapat dilakukan setelah mereka mengalami jasa tersebut, dan ini meningkatkan risiko dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam konteks pemasaran jasa, sangat penting untuk menghadirkan elemen-elemen fisik yang dapat membuat jasa menjadi lebih konkret. Meskipun jasa itu sendiri tidak nampak, konsumen dapat melihat bukti fisik yang terkait dengan penyediaan jasa tersebut. Dengan mengelola elemen-elemen fisik ini secara efektif, hal ini akan mempermudah konsumen dalam menilai jasa yang ditawarkan dan mengurangi risiko ketika mereka membuat keputusan pembelian.

#### **2.2.3 *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang**

*Repository* adalah lokasi penyimpanan bahan digital yang berasal dari sebuah perguruan tinggi dan memiliki keterkaitan yang signifikan dengan pergeseran yang terjadi dalam tata kelola sumber daya informasi di perpustakaan (Tupan, 2016). Sedangkan "*Institutional*" atau kelembagaan mengacu pada sebuah instansi baik lembaga pendidikan, Universitas, pemerintahan, organisasi, perusahaan ataupun yang lainnya. *Repository* merupakan rangkaian layanan yang bertujuan untuk membuat arsip digital dengan akses terbuka yang memuat karya ilmiah yang dihasilkan oleh anggota institusi, termasuk fakultas, staf administrasi, dan mahasiswa, serta komunikasi lainnya. Menurut (Hwang et al., 2019) *Institutional Repository* merupakan bagian integral dari banyak institusi

akademika. Definisi lebih lanjut, menurut (Mansyur & Supriyatno, 2019) *Institutional Repository* merupakan tempat penyimpanan yang dimiliki oleh suatu lembaga atau institusi. Walaupun aspek operasional layanan ini mungkin dikelola oleh unit organisasi yang berbeda di berbagai universitas, *Institutional Repository* yang efektif adalah hasil dari kolaborasi antara fakultas, pustakawan, profesional TI, manajer arsip dan rekam jejak, serta administrator dan pembuat kebijakan di Universitas tersebut.

Penerapan sistem informasi *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang dimulai pada tahun 2005 dengan nama SIPUMA. Pada tahun 2008, perpustakaan menjalin konsorsium dengan Ganesha untuk mengembangkan *Repository* menggunakan Digilib. Namun, karena dianggap sudah tidak kompatibel lagi, akhirnya pada akhir tahun 2017 digantikan menggunakan *EPrints*. Ketika menggunakan SIPUMA dan Digilib, hanya diperuntukan untuk karya dosen seperti artikel dan jurnal yang diunggah ke dalam koleksi *Repository*, sedangkan pada penggunaan *EPrints*, koleksi tugas akhir mahasiswa juga telah diunggah ke dalam sistem informasi *Institutional Repository*.

Menurut Westell dalam (Kurniawan, 2016) Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan pengelolaan *Institutional Repository*. Faktor-faktor tersebut mencakup:

1. *Mandates*

kunci kesuksesan dalam pengembangan *Institutional Repository* adalah harus adanya mandat yang diberikan oleh perguruan tinggi kepada pengelola *Institutional Repository* tersebut yaitu Perpustakaan, berupa kebijakan resmi dari perguruan tinggi yang memberikan dukungan kepada seluruh komunitas perguruan tinggi terkait *Institutional Repository* ini.

2. *Funding model*

Ada berbagai model pendanaan yang dapat digunakan untuk *Institutional Repository*, namun penting untuk memilih model pendanaan yang berkelanjutan sebagai langkah awal dalam mengembangkan sebuah *Institutional Repository*.

### 3. *Measurement*

*Institutional Repository* harus dapat diukur dalam hal jumlah, jenis, dan tentunya pemanfaatannya, sehingga dapat dinilai secara objektif.

### 4. *Promotion*

Promosi diperlukan untuk meningkatkan jumlah penyimpanan dan penggunaan *Institutional Repository*, sehingga *Institutional Repository* ini dapat menjadi lebih dikenal dan digunakan oleh masyarakat.

### 5. *Preservation strategy*

*Institutional Repository* harus memiliki strategi yang jelas untuk pelestarian data agar data selalu tersedia dalam jangka waktu yang panjang.

## **2.2.4 Pemanfaatan *Institutional Repository***

Pemanfaatan ialah suatu tindakan membuat sesuatu bermanfaat atau berguna. Menurut (Sutedjo, 2014) menjelaskan pemanfaatan *Institutional Repository* diantaranya:

1. Untuk menghimpun atau menempatkan hasil karya ilmiah dan intelektual yang dibuat oleh anggota akademis ke dalam satu tempat agar mudah dijangkau kembali.
2. Untuk memberikan akses terbuka melalui mesin pencari ke karya ilmiah dan intelektual yang dihasilkan oleh anggota akademis, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan dengan waktu dan tempat yang fleksibel.
3. Untuk mengiklankan atau mempromosikan hasil karya ilmiah dan intelektual yang dibuat oleh anggota akademis
4. Untuk mendeteksi plagiarisme lebih mudah jika terjadi pada karya ilmiah dan intelektual yang dipublikasikan dalam *Institutional Repository*.

Manfaat lain dari *Repository* dijelaskan juga oleh Bahrul Ulumi dalam (Sari, 2019) mengidentifikasi beragam manfaat *Repository* sebagai berikut:

1. Meningkatkan eksposur dan dampak positif dari hasil-hasil tersebut.

2. Memperkenalkan institusi kepada berbagai pihak, termasuk staf, mahasiswa, dan pemangku kepentingan lainnya.
3. Mengatur dan mengukur aktivitas dalam bidang pendidikan dan penelitian.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

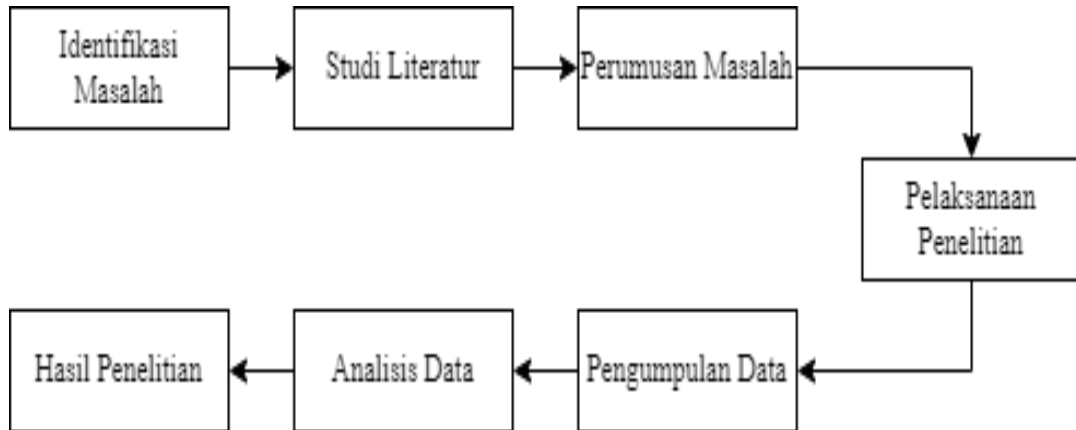
### **3.1 Jenis Penelitian**

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini, sehingga dalam mendeskripsikan strategi dan hasil temuan peneliti akan dijelaskan secara terperinci sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Metode kualitatif adalah pendekatan yang berfokus pada deskripsi, dengan tujuan utama untuk mencapai pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif tentang suatu fenomena (Yusanto, 2020). Pendekatan ini didasarkan pada pengamatan situasi yang biasa terjadi, yang sering disebut sebagai pengaturan alami (*natural setting*) dari fenomena yang menjadi objek penelitian. Dalam metode ini, peneliti sendiri memiliki peran sebagai instrumen kunci dalam mengumpulkan atau mendapatkan data yang diperlukan. Penggunaan metode penelitian kualitatif dipilih dalam studi ini karena peneliti bertujuan untuk meneliti secara mendalam dengan mengumpulkan data dari subjek penelitian. Diharapkan dengan pendekatan ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai strategi promosi dalam mengoptimalkan pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

Menurut (Sugiyono, 2017) mendeskripsikan Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyelidiki fenomena alamiah. Pengertian lebih lanjut, menurut (Adlini et al., 2022) terkait dengan Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berusaha untuk mencapai pemahaman lebih dalam tentang realitas melalui pendekatan berfikir induktif. Pendekatan deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk mengatasi masalah dengan melakukan pengamatan terhadap objek dan subjek penelitian, kemudian menggambarkan keadaannya berdasarkan realita yang sebenarnya yang ada di lokasi penelitian. Pendekatan deskriptif mencakup proses interpretasi data dan analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data berdasarkan situasi sebenarnya (Agustina, 2023).

### 3.2 Alur Penelitian

Secara umum, urutan atau alur penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.1 agar peneliti dan pembaca tahapan atau alur dalam penelitian ini.



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian

(Sumber : Olah Data Peneliti, 2023)

Diagram alur pada penelitian ini yang ada pada gambar 3.1 akan diuraikan sebagai berikut, agar pembaca dapat lebih mudah untuk memahami alur dari penelitian ini.

#### 1) Identifikasi permasalahan

Sebelum menentukan topik permasalahan yang akan diteliti, peneliti perlu melakukan identifikasi permasalahan terlebih dahulu yang sesuai dengan fakta yang ada di lokasi penelitian. Masalah dalam penelitian ini diidentifikasi melalui dua metode, yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung untuk memastikan apakah masalah tersebut telah diteliti sebelumnya.

#### 2) Studi literatur

Setelah identifikasi masalah yang akan diteliti, kemudian dilakukan studi literatur dengan membaca dan memahami jurnal, buku, sumber literatur lainnya, dan juga menentukan teori yang akan digunakan dalam penelitian.

3) Perumusan permasalahan

Pada tahap ini, peneliti merumuskan secara jelas permasalahan yang akan diteliti dan menentukan indikator-indikator yang akan diukur untuk mencapai tujuan penelitian ini.

4) Pelaksanaan penelitian

Setelah proses sebelumnya telah dilakukan, selanjutnya melakukan pelaksanaan penelitian di lokasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan melakukan observasi dan melakukan dialog atau wawancara secara langsung kepada informan yaitu kepala perpustakaan, kepala bagian Pelayanan & Otomasi, Kabag Pembinaan Koleksi, pustakawan, dan pemustaka Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sebagai data pelengkap dan pendukung.

5) Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini berkaitan dengan bagaimana peneliti memperoleh sebuah data untuk keperluan penelitian tersebut. Sehingga metode yang digunakan yaitu dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

6) Analisis data

Penelitian ini melakukan analisis data dengan tiga tahapan yaitu Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Display Data*), dan Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*).

7) Hasil penelitian

Proses terakhir setelah peneliti melakukan analisis data yaitu mendapatkan hasil penelitian. Hasil penelitian ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan data yang ditemukan oleh peneliti dan memberikan saran kepada peneliti berikutnya atau saran untuk perbaikan kepada instansi yang terkait.

### **3.3 Tempat dan Waktu Penelitian**

Perpustakaan Universitas Merdeka Malang merupakan tempat diadakan penelitian ini yang beralamatkan di Jalan Terusan Halimun No.11B, Pisang

Candi, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Penelitian ini dimulai sejak bulan November 2023 dan berlangsung hingga bulan April 2024.

### **3.4 Subjek dan Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono dalam (Husna, 2023) Subjek penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai yang dimiliki oleh individu. Penelitian ini menetapkan subjek penelitian yaitu Kepala Perpustakaan, Kepala Bagian Pelayanan & Otomasi, Kepala Bagian Pembinaan Koleksi, pustakawan yang bertugas melakukan promosi yang berjumlah satu orang yang berperan sebagai informan kunci, dan pemustaka di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang berjumlah empat orang sebagai informan pendukung guna mendapatkan data pendukung dari penelitian ini. Informan pendukung diperoleh atau diambil secara random untuk mendapatkan hasil yang sesuai dan cukup. Sedangkan menurut Sugiyono dalam (Husna, 2023) objek penelitian adalah suatu kegiatan yang memiliki variabel khusus yang ditentukan untuk diselidiki dan dianalisis untuk mendapatkan kesimpulan dari penelitian tersebut. Objek dari penelitian ini yaitu strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

### **3.5 Instrumen Penelitian**

Dasarnya dalam membuat instrumen adalah mengembangkan alat evaluasi, karena evaluasi melibatkan pengumpulan data terkait dengan objek penelitian, dan hasil yang didapatkan bisa dihitung menggunakan kriteria yang sudah ditetapkan (Alhamid, Thalha & Anufia, 2019). Instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan sumber informasi (Sahir, 2021). Dalam penelitian kualitatif, peneliti secara langsung terlibat dalam pengumpulan informasi dengan cara mengunjungi lapangan dan berinteraksi secara langsung dengan narasumber, atau peneliti dapat bekerja sama dengan orang lain untuk mengumpulkan data menggunakan prosedur yang serupa.

### **3.6 Sumber Data**

Sumber data penelitian diartikan sebagai darimana sumber data itu berasal (Sanusi, 2014). Secara umum, data terdiri dari dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari kedua sumber data tersebut.



1. Sumber data langsung (Data Primer)

Data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti dari para informan atau narasumber disebut dengan data primer. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Kepala Perpustakaan, Kabag Pelayanan & Otomasi yang mengelola *Institutional Repository*, Kepala Bagian Pembinaan Koleksi, pustakawan dan empat pemustaka Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

2. Sumber data tidak langsung (Data Sekunder)

Sumber data sekunder merupakan informasi atau data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung. Informasi atau data ini digunakan untuk menunjang data primer atau data utama. Adapun data yang didapatkan dari sumber data sekunder biasanya bersumber dari jurnal/artikel, buku, ataupun sumber yang lainnya yang masih ada kaitannya dengan strategi promosi *Institutional Repository*.

### **3.7 Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data merupakan tahapan krusial dalam penelitian dan memiliki peranan penting. Pemilihan teknik pengambilan data harus dilakukan dengan benar dan sesuai dengan metode penelitian untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh sesuai dengan tujuan awal penelitian atau hipotesis yang telah ditetapkan (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut.

1. Observasi

Observasi Merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pencatatan sistematis perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian tanpa interaksi atau pertanyaan langsung kepada individu yang menjadi fokus penelitian (Sanusi, 2014). Sehingga, Peneliti melakukan observasi secara langsung selama dua bulan di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

2. Wawancara

Wawancara merupakan dialog secara langsung dengan narasumber atau individu yang relevan dengan topik penelitian. Menurut (Yusuf, 2017) mendefinisikan wawancara adalah dialog langsung antara pewawancara dan

sumber informasi, di mana pewawancara mengajukan pertanyaan terkait objek penelitian yang telah disiapkan sebelumnya. Hal ini melibatkan pertemuan tatap muka antara kedua pihak untuk mendiskusikan topik yang telah direncanakan sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara yang bersifat tidak terstruktur, oleh karena itu peneliti merancang sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara tidak terstruktur merupakan jenis wawancara yang tidak dibatasi oleh panduan atau petunjuk yang telah disusun secara rapi dan lengkap untuk mengumpulkan datanya (Thalib, 2022). Peneliti hanya menggunakan garis besar masalah sebagai panduan dalam menanyakan pertanyaan.

Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara Informan Kunci

Fokus penelitian	Indikator	No	Petunjuk wawancara
Strategi promosi dalam pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang	<i>Product</i> (Produk)	1.	Apa saja produk/konten digital yang ditawarkan di <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang?
		2.	Bagaimana pihak Perpustakaan dalam upaya mengelola kualitas konten atau produk yang ada di <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang?
		3.	Apakah pihak Perpustakaan menyediakan variasi produk atau fitur pencarian lanjutan dalam IR?
		4.	Apakah ada hal yang menarik dari konten digital atau produk yang ditawarkan oleh <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang?
		5.	Apa yang menjadi produk inti yang dilayangkan pada IR?
	<i>Price</i> (Harga)	1.	Apakah dalam mengakses atau mendaftar <i>Institutional Repository</i> di kenakan biaya (berbayar) atau gratis?
2.		Apakah dalam menentukan kebijakan gratis atau berbayar dalam mengakses IR ditentukan oleh pihak pusat Universitas atau pihak pengelola IR yaitu Perpustakaan?	
		1.	Bagaimana pengguna dapat

Fokus penelitian	Indikator	No	Petunjuk wawancara
	<i>Place</i> (Tempat)	2. 3.	mencari, memanfaatkan, dan mengakses <i>Institutional Repository</i> ? (misalnya melalui website dan lain sebagainya) Apakah melalui website yang menjadi prioritas utama dalam melakukan promosi? Ataukah ada platform lain? Apakah dalam mengakses dan memanfaatkan <i>Institutional Repository</i> tersedia secara online, hanya di Perpustakaan saja atau melalui saluran khusus lainnya?
	<i>Promotion</i> (Promosi)	1. 2. 3.	1. Apa pemasaran yang memungkinkan menurut pihak pengelola dalam melakukan promosi <i>Institutional Repository</i> ? Mengapa? 2. Bagaimana pihak pengelola dalam menjelaskan manfaat dan nilai dari <i>Institutional Repository</i> tersebut kepada pengguna? 3. Menurut anda, metode pendekatan seperti apa yang efektif untuk dilakukannya promosi kepada pengguna? Apakah promosi secara langsung atau menggunakan media sosial?
	<i>Process</i> (Proses)	1. 2. 3. 4.	1. Apakah pihak perpustakaan pernah melakukan pelatihan khusus kepada staf dalam mengelola IR? 2. Bagaimana pihak pengelola <i>Institutional Repository</i> dalam melakukan proses manajemen, pembaharuan, dan pemeliharaan konten digital yang ada pada <i>Institutional Repository</i> ? 3. Bagaimana cara pengguna dalam melakukan upload konten digital pada <i>Institutional Repository</i> secara mandiri? 4. Apakah ada program studi atau fakultas yang mengharuskan menggunakan referensi yang berasal dari <i>Institutional</i>

Fokus penelitian	Indikator	No	Petunjuk wawancara
		5.	<i>Repository</i> Universitas Merdeka Malang? Apakah penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa diwajibkan untuk mengunggah di <i>Institutional Repository</i> Universitas Merdeka Malang
		1. 2.	Bagaimana peran pustakawan dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan <i>Institutional Repository</i> ? Apakah ada pustakawan yang melakukan kolaborasi dengan dosen dalam melakukan penelitian?
		1. 2. 3.	Apakah ada bukti fisik seperti brosur, poster yang digunakan dalam melakukan promosi <i>Institutional Repository</i> ? Apakah ada pedoman dalam bentuk fisik untuk melakukan upload konten di <i>Institutional Repository</i> ? Apakah disediakan fasilitas untuk pengguna dalam mengakses IR?

Tabel 3. 2 Pedoman Wawancara Informan Pendukung

Fokus penelitian	Indikator	No	Petunjuk wawancara
Strategi promosi dalam pemanfaatan <i>Institutional Repository</i> di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang	<i>Product</i> (Produk)	1. 2.	Menurut Anda, apa yang menarik dari layanan produk yang dilayanan oleh <i>Institutional Repository</i> ? Apakah anda pernah memanfaatkan artikel jurnal atau karya ilmiah lainnya? Apakah itu sesuai dengan yang anda butuhkan?
		1. 2.	Bagaimana pendapat anda terkait dengan <i>Institutional Repository</i> yang dapat di akses secara gratis dan <i>open access</i> ? Bagaimana pendapat anda terkait dengan koleksi tugas akhir mahasiswa yang ada di IR dibatasi hanya bab satu?

Fokus penelitian	Indikator	No	Petunjuk wawancara
	<i>Place</i> (Tempat)	1. 2.	Menurut anda, apakah tampilan dari <i>Institutional Repository</i> nyaman dan mudah digunakan? Apakah dengan mengakses IR membuat anda mendapatkan referensi dan pandangan untuk menyelesaikan tugas atau mendapatkan referensi judul skripsi?
	<i>Promotion</i> (Promosi)	1.	Apa pendekatan promosi yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan kesadaran akan <i>Institutional Repository</i> ? Apakah melalui media sosial atau sosialisasi secara langsung?
	<i>Process</i> (Proses)	1.	Apakah dalam mengakses <i>Institutional Repository</i> sering terjadi kendala atau error?
	<i>People</i> (Orang)	1.	Menurut anda, siapa saja yang harus berperan dalam melakukan promosi terkait dengan penggunaan IR? Apakah pustakawan dan dosen?
	<i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	1. 2. 3.	Menurut anda masih efektif atau tidak promosi menggunakan banner, poster yang diletakkan dan tempel di perpustakaan? Menurut anda sebagai pengguna, apakah dengan membuat panduan cara memanfaatkan <i>Institutional Repository</i> secara detail sangat dibutuhkan? Menurut anda, apakah tampilan dari IR sudah ramah pengguna dan menarik?

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi juga digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, dengan tujuan untuk melengkapi data hasil wawancara, observasi dan sebagai bukti telah dilaksanakannya penelitian ini.

#### 3.8 Analisis Data

Proses analisis data merupakan tahapan yang mana data diolah sehingga informasi yang lebih jelas dan relevan dapat diperoleh, sehingga memungkinkan

untuk merespon permasalahan yang ada dan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kualitas atau karakteristik data tersebut (Mahendra, 2023). Definisi lebih lanjut, menurut (Yusuf, 2017) analisis data merupakan tahapan krusial dalam penelitian yang sangat memengaruhi akurasi dan validitas hasil penelitian. Penelitian ini melakukan analisis data menggunakan model Miles And Huberman (1984) dalam (Sugiyono, 2022) diantaranya Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Display Data*), dan Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*).

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara merangkum atau meringkas data-data yang diperoleh dari hasil wawancara dari para informan yang masih rumit dan belum bermakna, kemudian diuraikan sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan poin-poin informasi yang relevan dengan penelitian. Reduksi data merupakan proses merangkum informasi dengan fokus pada aspek-aspek yang relevan untuk dibahas atau diambil sebagai dasar untuk membuat kesimpulan (Sahir, 2021).

2) Penyajian Data (*Display Data*)

Setelah data diolah melalui proses reduksi, langkah berikutnya adalah melakukan penyajian data. Penyajian data merupakan langkah di mana informasi yang tersusun dengan baik disajikan untuk memungkinkan pengambilan kesimpulan (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini, hasil wawancara di sajikan dalam bentuk naratif agar lebih mudah dibaca kemudian dilakukan penyusunan rencana perumusan strategi promosi yang tepat dalam pemanfaatan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.

3) Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif bisa mencakup penemuan baru yang belum pernah diungkap sebelumnya. Hasil tersebut dapat berupa penjelasan atau pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu objek yang sebelumnya kurang jelas. Sehingga dalam penelitian ini,

penarikan kesimpulan dilakukan setelah dilaksanakannya wawancara kepada seluruh informan terkait sehingga strategi promosi dapat dirumuskan sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pengguna.

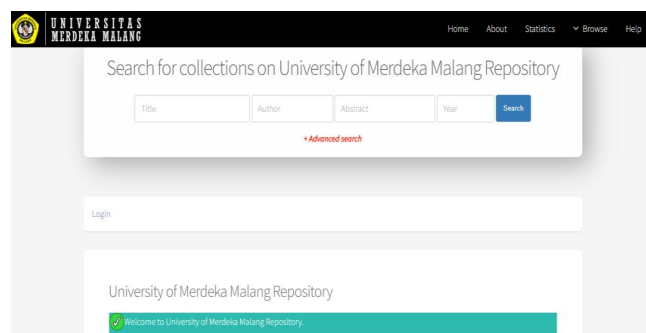
## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Penelitian

Pada bab ini akan di paparkan hasil dan pembahasan yang didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara yang telah dilaksanakan bersama beberapa informan di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang yang terletak di Jalan Terusan Halimun No.11B, Pisang Candi, Kecamatan Sukun, Kota Malang. Data yang didapatkan berupa informasi terkait pelaksanaan promosi pemanfaatan layanan *Institutional Repository* di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, serta wawancara bersama informan yang terlibat dalam penelitian ini.

#### 4.1.1 *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang

Penerapan sistem informasi *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang dimulai pada tahun 2005 dengan nama SIPUMA. Pada tahun 2008, perpustakaan menjalin konsorsium dengan Ganesha untuk mengembangkan *Repository* menggunakan Digilib. Namun, karena dianggap sudah tidak kompatibel lagi, akhirnya pada akhir tahun 2017 digantikan menggunakan *EPrints*. Ketika menggunakan SIPUMA dan Digilib, hanya diperuntukan untuk karya dosen seperti artikel dan jurnal yang diunggah ke dalam koleksi *Repository*, sedangkan pada penggunaan *EPrints*, koleksi tugas akhir mahasiswa juga telah diunggah ke dalam sistem informasi *Institutional Repository*. Berikut merupakan tampilan awal University of Merdeka Malang *Repository* :



Gambar 4. 1 tampilan awal University of Merdeka Malang *Repository*  
Sumber : (<https://eprints.unmer.ac.id/>, 2024)



Penggunaan *Institutional Repository* sendiri diharapkan dapat menjadi wadah untuk melestarikan dan menyebarkan seluruh hasil karya yang dihasilkan oleh civitas akademik Universitas Merdeka Malang agar lebih dikenal baik masyarakat luas ataupun civitas akademik itu sendiri dan dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas perkuliahan dan penelitian.

#### 4.1.2 Informan Penelitian

Penelitian ini dapat dilaksanakan karena dengan adanya bantuan para informan, baik itu dari staf dan pemustaka yang telah bersedia untuk diwawancarai oleh peneliti yang berjumlah delapan orang. Berikut merupakan rincian identitas informan pada penelitian ini.

Tabel 4. 1 Identitas Informan

No	Nama	Bagian	Keterangan
1.	Informan DA	Kepala Perpustakaan	Informan kunci/utama
2.	Informan SD	Kabag Pelayanan & Otomasi	Informan kunci/utama
3.	Informan RJ	Kabag Pembinaan Koleksi	Informan kunci/utama
4.	Informan GDA	Pustakawan pelayanan sirkulasi	Informan kunci/utama
5.	Informan E	Mahasiswa	Informan pendukung
6.	Informan S	Mahasiswa	Informan pendukung
7.	Informan M	Mahasiswa	Informan pendukung
8.	Informan F	Mahasiswa	Informan pendukung

(Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

Dapat dilihat pada tabel 4.1 daftar informan yang telah peneliti wawancarai untuk dimintai keterangan dan data yang diperlukan oleh peneliti terkait dengan promosi *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang. informan tersebut terdiri dari empat informan kunci dan empat informan pendukung. Informan DA sebagai Kepala Perpustakaan yang mempunyai tanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya seluruh kegiatan yang ada di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Kemudian informan SD dan RJ merupakan kabag sekaligus admin yang mengelola dan mengupload produk hasil dari civitas akademik di *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.

selain dari pada itu, informan GDA yang merupakan pustakawan yang mengelola layanan sirkulasi sekaligus mengelola berbagai seluruh aktivitas kegiatan yang berhubungan dengan promosi. Selanjutnya keempat informan pendukung yakni E, S, M dan F merupakan mahasiswa Universitas Merdeka Malang yang sedang berkunjung dan mengerjakan tugas di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. pemilihan informan pendukung tersebut dilakukan secara random atau acak dan memiliki kriteria yaitu pernah mengetahui *Institutional Repository* atau pernah memanfaatkan *Institutional Repository*.

#### **4.1.3 Strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang**

Penelitian ini akan membahas terkait dengan hasil strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang dengan menggunakan teori 7Ps (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence*) akan diuraikan sebagai berikut :

##### 1) *Product* (Produk)

Inti sebuah layanan pada *Institutional Repository* yaitu berkaitan dengan produk atau koleksi yang dilayankan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Produk juga dapat menjadi daya tarik bagi pengguna untuk mengakses ataupun memanfaatkannya. Selain sebagai daya tarik, jika produk atau konten *Institutional Repository* itu berkualitas juga bisa menjadi wajah dari sebuah institusi perguruan tinggi tersebut, yang mana masyarakat luas bisa melihat kualitas dari institusi tersebut. Beberapa produk yang dilayankan di *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang juga disampaikan oleh Kabag Pembinaan Koleksi sebagai berikut.

“Untuk konten atau produk itu tergantung aplikasi yang kita pakai ya kita pakainya Eprints jadi isi kontennya ada jurnal artikel, kemudian ada artikel prosiding ada juga yang dalam bentuk buku, kemudian audio visual, kemudian hasil perform misalkan seni-seni atau film hasil civitas akademika itu bisa dimasukkan di IR, kemudian ada paten, HKI dan tugas akhir mahasiswa baik itu skripsi, disertasi, thesis.” (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Banyaknya variasi dari produk tersebut, tidak lepas dari bagaimana pihak pengelola dalam menjaga kualitas produk yang dilayankan. Pihak Perpustakaan melakukan berbagai upaya yang dilakukan salah satunya melakukan pengecekan *similarity* dari karya ilmiah tersebut sebagaimana yang disampaikan dalam wawancara dengan Kabag Pembinaan Koleksi sebagai berikut.

*“Kalau terkait dengan jurnal, otomatis kan sudah ada aturan-aturan ya untuk menulis itu ya jadi sepertinya kualitas sudah terjamin ya. Kita mengupayakan untuk berkualitas yaitu tulisan tugas akhir ya dengan cara penulisan yang benar sesuai dengan kaidah dan juga melakukan pengecekan similarity atau kesamaan karya sehingga untuk menghindari praktek-praktek plagiasi di Universitas itu bentuk-bentuk kita dalam upaya mengelola kualitas konten/produk, kemudian kita juga melakukan seleksi untuk karya-karya yang memang layak di publikasi di IR kita karena institusional repository itu terindex dengan rama dikti ya jadi paling enggak itu menunjukkan wajah kita wajah dari suatu institusi lembaga kita.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Berdasarkan pemaparan wawancara sebelumnya, ada hal yang menarik dari produk yang dilayankan di *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang yang tidak terbatas hanya pada tugas akhir mahasiswa melainkan memuat HKI hasil dari civitas akademika dari Universitas Merdeka Malang yang dimuat dalam *Institutional Repository* dan diperkuat dengan pernyataan pustakawan sirkulasi sebagai berikut.

*“Mungkin yang menarik menurut saya dari produk yang ada di IR unmer tidak hanya terbatas pada karya tugas akhir mahasiswa ataupun jurnal – jurnal dosen saja, akan tetapi memuat seperti HKI dan lain sebagainya.”* (GDA, wawancara, 4 Maret 2024)

Agar memudahkan pengguna dalam mengakses produk tersebut, pihak pengelola menyediakan fitur *advanced search* atau pencarian lanjutan yang berfungsi memudahkan pengguna untuk mencari koleksi dengan cara yang lebih spesifik misalkan mencari menggunakan *keywords*, *subject*, *autors* dan lain sebagainya dan diperkuat dengan pernyataan dari Kabag Pelayanan & Otomasi sebagai berikut.

*“Kita juga menyediakan fitur tambahan atau advanced search biar memudahkan pengguna untuk mencari koleksi yang ada di IR, bisa dicari berdasarkan tahun dan lain-lain.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Berikut tampilan dari *advanced search Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.

Gambar 4. 2 *Advanced Search*  
(Sumber : <https://eprints.unmer.ac.id/>, 2024)

## 2) *Price* (Harga)

Penetapan harga pada layanan yang ada di Perpustakaan baik itu layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang ataupun layanan yang lainnya telah ditentukan oleh pihak Perpustakaan atas persetujuan dari pihak pusat Universitas Merdeka Malang, sebagaimana yang telah disampaikan oleh Kepala Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sebagai berikut.

*“Jadi disini manajemen lembaga kita sentralistik jadi perpustakaan tidak boleh melakukan pemungutan diluar kebijakan rektor sebarangpun rupiahnya akan tetapi kita mengusulkan untuk terkait dengan membayar atau gratisnya suatu layanan tersebut.”* (DA, wawancara, 4 maret 2024)

Pernyataan berikut juga diperkuat oleh Kabag Pelayanan & Otomasi dan Kabag Pembinaan Koleksi yang menyatakan bahwa segala penetapan kebijakan layanan yang ada di Perpustakaan atas dasar masukan dari pihak pengelola Perpustakaan dan harus disetujui oleh pihak pusat Universitas.

*“Iya untuk kebijakannya ditentukan oleh pihak perpustakaan kemudian diajukan ke pihak pusat universitas untuk mendapatkan legalitas dari pusat.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

*“Kalau untuk kebijakannya ditentukan oleh pihak perpustakaan kalau pihak pusat hanya sebagai konfirmasi saja.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Sehingga penetapan harga atau biaya akses pada layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang yaitu tidak dikenakan biaya atau gratis dan dapat diakses secara online oleh seluruh khalayak umum maupun civitas akademik Universitas Merdeka Malang itu sendiri, seperti yang di jelaskan oleh Kepala Perpustakaan :

*“Disini sudah gratis baik dalam mengaksesnya, tidak ada dikenakan biaya pendaftaran ataupun yang lainnya.”* (DA, wawancara, 4 maret 2024)

Pernyataan diatas juga sama halnya dengan hasil wawancara dengan Kabag Pembinaan Koleksi yang menyatakan bahwa layanan *Institutional Repository* dapat diakses secara gratis, sebagai berikut :

*“Semua mahasiswa dapat mengakses secara gratis ya tidak ada dikenakan biaya.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, sangat membantu para mahasiswa dalam mengakses dan memanfaatkan layanan *Institutional Repository* untuk mencari referensi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugasnya, seperti yang disampaikan oleh informan E dan M sebagai berikut :

*“Sangat bagus karena bisa membantu semua mahasiswa yang sedang dalam melakukan penelitian untuk mencari sumber referensi dibandingkan dengan yang berbayar lebih rumit lagi, ya walaupun ada beberapa jurnal yang bisa di buka menggunakan cara yang legal tapi kalau ada yang gratis mending dimanfaatkan aja yang gratis.”* (E, wawancara, 2 April 2024)

*“Tanggapan saya terkait dengan layanan ir sangat menarik karena selain dalam mengaksesnya gratis layanan ini juga sangat membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas.”* (M, wawancara, 2 April 2024)

Akan tetapi lain halnya kebijakan yang diberikan pada layanan *Institutional Repository* yang membatasi aksesnya seperti tugas akhir mahasiswa yaitu skripsi yang hanya sampai bab satu juga menimbulkan pro dan kontra dari mahasiswa, sebagaimana yang disampaikan oleh informan M sebagai berikut :

*“Menurut saya pribadi kalau dibatasi hanya sampai bab satu saja kurang efektif karena nanggung kalau bisa jika ingin dibatasi mungkin bisa sampai bab tiga.”* (M, wawancara, 2 April 2024)

### 3) *Place* (Tempat / Saluran Distribusi)

*Place* dalam pemasaran jasa diartikan sebagai pendistribusian atau bagaimana cara agar jasa atau barang tersebut bisa disebarakan ataupun dapat diakses. *Place* juga dapat berupa situs website, lokasi fisik ataupun kebijakan Universitas dalam melakukan serah simpan karya ilmiah civitas akademik Universitas Merdeka Malang. Begitu juga Perpustakaan yang bertanggung jawab untuk menjaga, melestarikan, mengelola, dan mendayagunakan semua karya ilmiah yang di unggah dalam *Repository* Universitas Merdeka Malang. sehingga pihak pengelola harus dapat memberikan informasi untuk mengakses karya ilmiah tersebut.

Mahasiswa atau pengguna dapat mengakses website *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang dengan dua cara yaitu, pertama mengakses melalui web *Institutional Repository* secara langsung (<https://eprints.unmer.ac.id/>) dan yang kedua melalui website *E-Library* Perpustakaan Universitas Merdeka Malang (<https://elibs.unmer.ac.id/>).

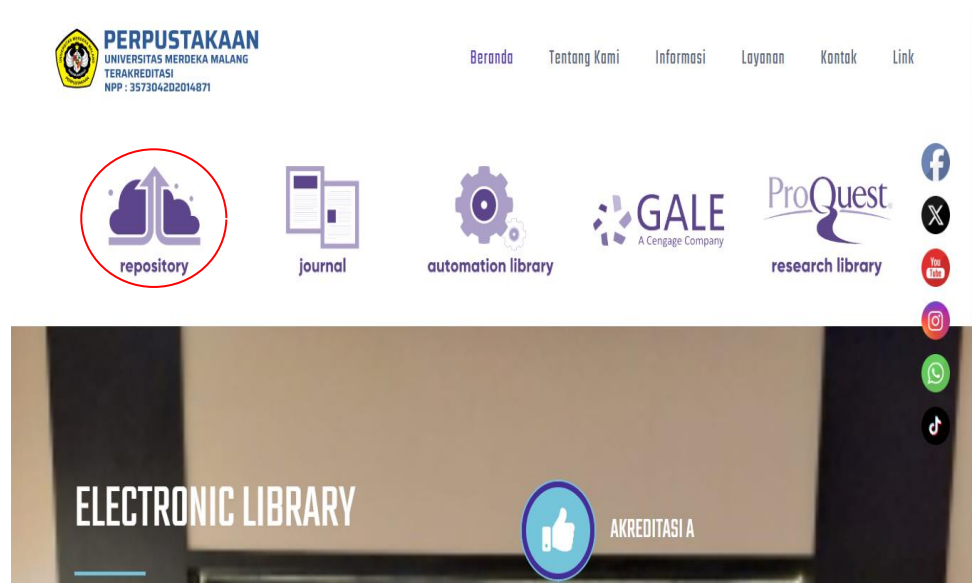
Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kepala Perpustakaan sebagai berikut :

*“Iya untuk pengguna bisa mengakses dan memanfaatkan Institutional repository bisa melalui website repositorynya secara langsung atau bisa mengakses E-Library Universitas Merdeka Malang nanti disana sudah dicantumkan link dari Institutional Repository Universitas Merdeka Malang.”* (DA, wawancara, 4 maret 2024)

Hal senada juga disampaikan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi yang mengatakan :

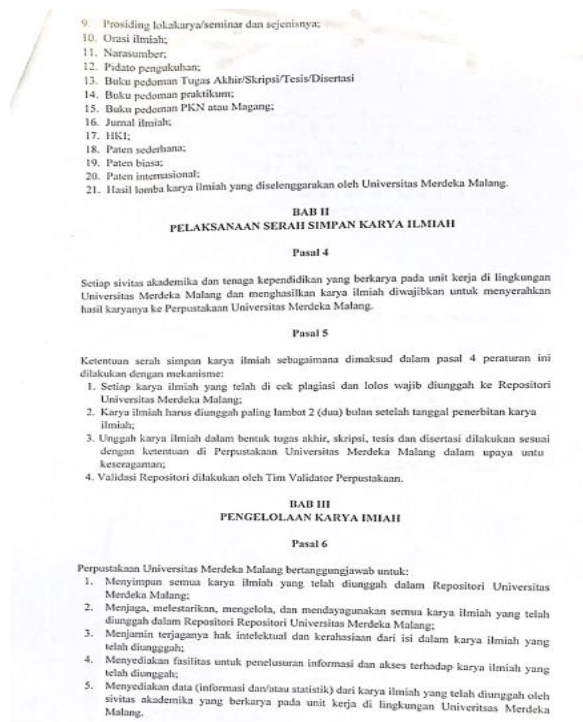
*“Bisa dengan cara mengakses melalui repository secara langsung atau mengunjungi E-Library unmer disana juga sudah dicantumkan link atau menu dari repository universitas merdeka malang.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Berikut merupakan tampilan website *E-Library* Universitas Merdeka Malang yang memuat menu *repository* sebagai berikut :



Gambar 4. 3 Tampilan Website *E-Library* Universitas Merdeka Malang  
( Sumber : <https://elibs.unmer.ac.id/>, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan oleh Speneliti di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, bahwa telah ada landasan kebijakan yang telah ditetapkan yang mengatur serah simpan karya ilmiah civitas akademik yang dimuat dalam surat keputusan Rektor Universitas Merdeka Malang Nomor : Kep.187/UM/VIII/2020 tentang peraturan serah-simpan karya ilmiah di lingkungan Universitas Merdeka Malang. Surat keputusan tersebut memuat setidaknya lima bab, diantaranya bab pertama yang berisi ketentuan umum, yang menjelaskan tentang pengertian karya ilmiah, tujuan, dan jenis karya ilmiah. Kemudian bab kedua memuat tentang pelaksanaan serah simpan karya ilmiah. Berikutnya bab tiga, empat dan lima memuat pengelolaan karya ilmiah, pengakuan karya ilmiah dan ketentuan penutup. Surat keputusan rektor dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



Gambar 4. 4 SK Rektor tentang Peraturan Serah Simpan Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Merdeka Malang  
 (Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024)

Berdasarkan surat keputusan rektor diatas, bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan karya ilmiah civitas akademik Universitas Merdeka Malang wajib untuk di serah simpankan ke dalam *Institutionl Repository*.

#### 4) *Promotion* (Promosi)

Promosi merupakan strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam menyebarkan informasi kepada pengguna dengan tujuan untuk memberikan kesadaran dan pemahaman tentang apa saja layanan yang ada di Perpustakaan. Berdasarkan hasil observasi peneliti dilapangan, bahwa masih banyak mahasiswa Universitas Merdeka Malang dan ada pustakawan Perpustakaan fakultas yang masih belum mengenal atau mengetahui dengan adanya *Institutional Repository*. Seiring berkembangnya zaman, promosi juga memiliki beberapa cara pendekatan, misalnya promosi secara langsung dan promosi secara tidak langsung.

##### a) Secara langsung

Perpustakaan Universitas Merdeka Malang telah melakukan promosi secara langsung melalui sosialisasi, workshop, pendidikan pemustaka (*User*



*Education*) kepada mahasiswa baru, kunjungan perpustakaan atau (*Library Tour*) dan lain sebagainya. Berikut beberapa kegiatan promosi secara langsung yang telah diterapkan :



Gambar 4. 5 Promosi Melalui Kegiatan Pendidikan Pemustaka  
(Sumber : Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

Promosi dengan menggunakan kegiatan pemustaka tersebut dilakukan dengan tujuan agar para mahasiswa baru dapat mengetahui serta dapat memanfaatkan seluruh layanan yang disediakan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Promosi seperti ini dirasa cukup efektif dilakukan, dikarenakan adanya interaksi secara langsung kepada pengguna dan pengguna dapat memberikan saran dan pertanyaan kepada pihak Perpustakaan secara langsung tentang apa yang dilayankan oleh Perpustakaan. Promosi berikutnya yaitu dengan melaksanakan kegiatan kunjungan ke Perpustakaan atau *Library Tour* kepada mahasiswa *Internal* atau mahasiswa Universitas Merdeka Malang ataupun kepada mahasiswa dari luar Universitas Merdeka Malang. Berikut merupakan kegiatan kunjungan yang telah dilaksanakan:



Gambar 4. 6 Kunjungan Mahasiswa Kamboja ke Perpustakaan Universitas Merdeka Malang  
(Sumber : Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

Berdasarkan kegiatan diatas, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang telah melakukan beberapa pendekatan promosi secara langsung kepada pengguna. Salah satunya yaitu kegiatan kunjungan Perpustakaan mahasiswa *Cambodia University Of Technology And Science (CamTech)* dalam rangka pelaksanaan *UNMER International Summer Course*. Berdasarkan gambar 4.6 diatas, kunjungan tersebut tidak hanya berkunjung ke Perpustakaan Universitas Merdeka Malang saja tetapi juga Prodi D-III Bahasa Inggris dan beberapa fakultas juga menjadi tujuan dari kunjungan para mahasiswa tersebut. kegiatan ini tidak hanya dari pihak *Internal* Universitas saja, akan tetapi pihak *eksternal* juga bisa melakukan kunjungan ke Perpustakaan. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan segala sumber daya yang ada di Perpustakaan dan meningkatkan pengetahuan pengunjung tentang apa saja yang ada di Perpustakaan.

Kegiatan promosi berikutnya yaitu melaksanakan kegiatan workshop sebagai sarana kolaborasi dan pelatihan dalam mengelola Perpustakaan. Kegiatan tersebut tidak hanya berkolaborasi sesama pihak *internal* atau civitas akademik Universitas saja, akan tetapi sudah banyak kolaborasi dengan pihak *eksternal* atau pihak diluar civitas akademik Universitas. Berikut salah satu contoh workshop yang telah dilaksanakan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sebagai berikut :



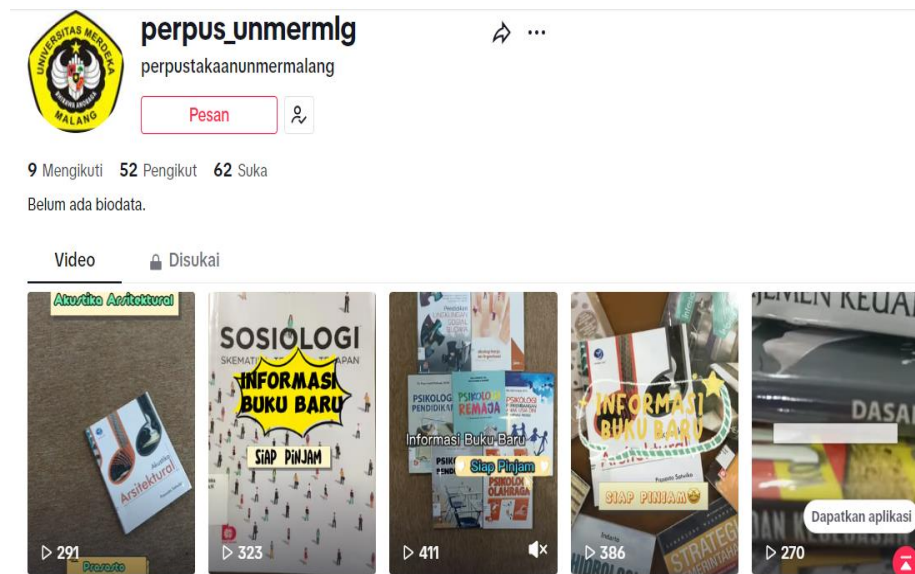
Gambar 4. 7 Kegiatan Workshop Pelatihan Promosi Perpustakaan dan Optimalisasi Website  
(Sumber : Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

#### b) Secara tidak langsung

Promosi secara tidak langsung merupakan jenis promosi yang tidak ditujukan langsung kepada konsumen dan tidak spesifik, biasanya menggunakan media yang memiliki jangkauan luas dan menghasilkan dampak jangka panjang. Sebagai contoh dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan X dan website Perpustakaan dalam menyebarkan informasi kepada pengguna. Dalam proses pengunggahan postingan di berbagai media sosial tersebut tidak ada waktu tertentu, akan tetapi tiap bulannya pasti ada postingannya. Berdasarkan wawancara bersama informan GDA menyatakan :

*“Biasanya kalau dari bulan Januari sampai Juli bisa dua sampai tiga postingan per minggunya dikarenakan pada rentan bulan itu banyak acara dan kegiatan sehingga postingannya bisa dua atau tiga per minggunya. Akan tetapi kalau bulan Agustus sampai Desember kegiatannya mulai berkurang paling untuk postingan kurang lebih dua atau tiga setiap bulannya.”* (GDA, wawancara, 4 Maret 2024)

Berikut merupakan tampilan media promosi melalui platform Tiktok Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.



Gambar 4. 8 Media Promosi Platform Tiktok  
(Sumber : Tiktok Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

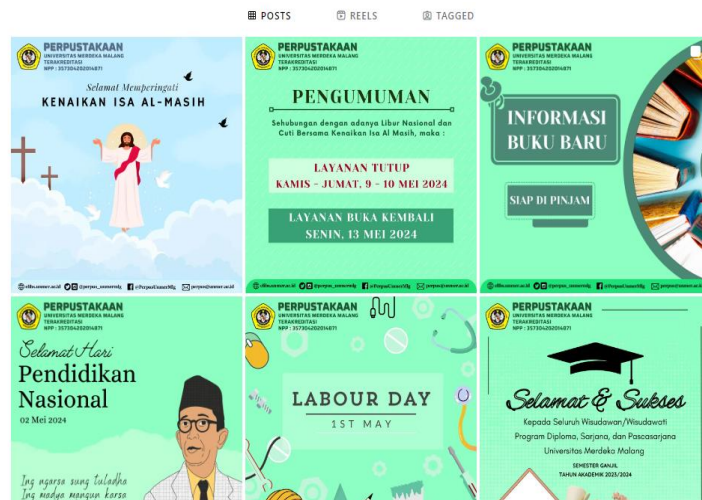
Berdasarkan gambar diatas, jika dilakukan analisis sederhana dilihat dari jumlah *like* postingan, jumlah *view*, komen dan *share* pada seluruh media sosial yang digunakan, mengalami penurunan. Misalnya pada media sosial Tiktok yang mengalami penurunan views. Postingan Tiktok pun terakhir di unggah pada tanggal 4 Agustus 2023, views postingan pada tahun 2023 pernah mencapai angka 553 dan 10 like. Pada postingan terakhir di tiktok mengalami penurunan jumlah view dan tersisa 291 views serta 2 like.

Berikutnya pada media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, jika dilihat dari postingan empat bulan kebelakang yakni pada bulan Januari sampai April hingga sekarang pada bulan mei mengalami penurunan dari jumlah like. Jumlah like tertinggi pada empat bulan terakhir sebanyak 32 like dan 0 komen. Rata-rata pada postingan empat bulan terakhir belum ada yang komen dan likenya masih dibawah 20 like. Berikut merupakan tampilan like tertinggi pada empat bulan terakhir pada tahun 2024, dapat dilihat pada gambar 4.9 sebagai berikut :



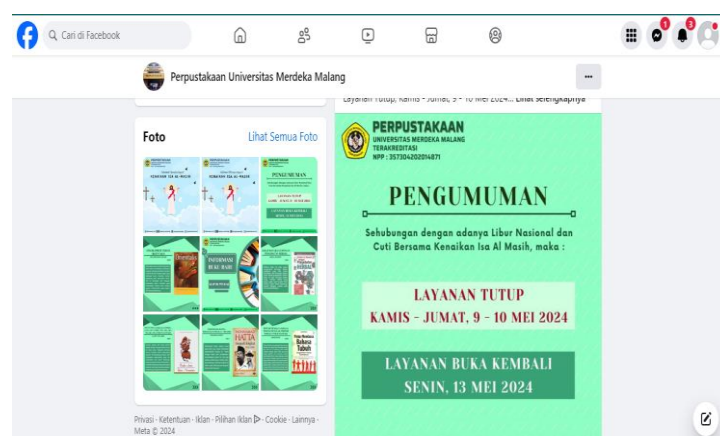
Gambar 4. 9 Postingan dengan Like Tertinggi pada Tahun 2024  
(Sumber : Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

Selain *platform* media sosial TikTok, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang juga melakukan promosi menggunakan *platform* Instagram. Adapun isi dari konten yang disebarakan melalui semua *platform* promosi media sosial yaitu berisi informasi mengenai buku baru, detail tentang acara yang akan diadakan di Perpustakaan atau memperingati hari penting seperti hari raya idul fitri dan lain sebagainya, serta pengumuman terbaru terkait jam operasional Perpustakaan. Berikut merupakan tampilan atau gambar *platform* media sosial Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sebagai berikut:



Gambar 4. 10 Media Promosi Platform Instagram  
(Sumber : Instagram Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

Berikutnya platform media sosial yang digunakan dalam menyebarkan informasi kepada pengguna yaitu menggunakan platform media sosial Facebook. Isi dari konten Facebook kurang lebih sama dengan yang ada di platform lainnya yaitu berisikan informasi mengenai buku baru, detail tentang acara yang akan diadakan di Perpustakaan atau memperingati hari-hari penting seperti hari raya idul fitri dan lain sebagainya, serta pengumuman terbaru terkait jam operasional Perpustakaan. Berikut merupakan tampilan media promosi melalui Platform Facebook sebagai berikut :



Gambar 4. 11 Media Promosi Platform Facebook  
(Sumber : Facebook Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, ada perbedaan pandangan antara pihak Perpustakaan dan mahasiswa atau pemustaka

dalam melakukan pendekatan promosi *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang. Pihak perpustakaan memiliki pandangan bahwa promosi yang efektif dilakukan yaitu dengan cara promosi secara langsung kepada pengguna, sebagaimana yang disampaikan oleh Kabag Pembinaan Koleksi sebagai berikut :

*“Menurut ibu promosi yang efektif dilakukan yaitu dengan cara melakukan pengenalan secara langsung kepada mahasiswa baru baik itu dengan cara user education, dan selanjutnya dengan cara seperti safari menjelaskan lebih detail apa saja produk atau layanan yang disediakan di perpustakaan, akan tetapi menggunakan media sosial juga penting dilakukan agar lebih seimbang”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan GDA yang berpendapat bahwa promosi yang efektif dilakukan yaitu dengan pendekatan secara langsung kepada pengguna.

*“Kalau menurut saya melalui promosi secara langsung ke mahasiswa karena lebih nyaman dan ada interaksi sehingga kita juga bisa mengetahui kendala ataupun masukan dari mahasiswa itu sendiri.”* (GDA, wawancara, 4 Maret 2024)

Berbeda dengan informan pendukung yang menyatakan bahwa promosi yang efektif dilakukan yaitu dengan menggunakan promosi secara tidak langsung atau memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi terkait dengan pemanfaatan *Institutional Repository*, sebagaimana pernyataan informan E dan M sebagai berikut :

*“Kalau menurut saya mungkin lebih efektif menggunakan media sosial contohnya instagram apalagi feedsnya menarik pasti mahasiswa tertarik untuk menggunakan layanan tersebut dan yang lebih pentingnya SEO atau Search Engine Optimization agar pada saat pencarian di google muncul pada pencarian yang pertama.”* (E, wawancara, 2 April 2024)

*“Kalau menurut saya, lebih baik menggunakan media sosial karena lebih mudah di akses oleh publik dan tidak terbatas hanya mahasiswa universitas merdeka saja yang bisa lihat akan tetapi lebih luas jangkauannya.”* (M, wawancara, 2 April 2024)

Berdasarkan pemaparan pernyataan dari beberapa informan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa, antara kedua pendekatan dalam melakukan promosi memang harus saling melengkapi serta harus tetap berkelanjutan dalam melakukan promosi terkait dengan pemanfaatan *Institutional Repository*. Pihak

Perpustakaan telah melakukan beberapa promosi terkait dengan *Institutional Repository*, dengan melakukan kegiatan *user education* dan sosialisasi secara langsung kepada mahasiswa akan tetapi belum *intensif* dalam pelaksanaannya. Sebagai contoh sosialisasi dengan mahasiswa D-III Perbankan yang mana kegiatan tersebut diminta oleh pihak program studi guna untuk mempersiapkan mahasiswa tingkat akhir, sebagaimana yang dijelaskan oleh informan GDA :

“Pihak perpustakaan juga sudah melakukan promosi terkait dengan IR bersama mahasiswa D-III Perbankan dengan melakukan sosialisasi. Kegiatan tersebut atas dasar permintaan dari pihak program studi guna untuk persiapan untuk mahasiswa tingkat akhir dan untuk waktunya sendiri belum tentu ya karena kalau ada permintaan untuk diadakan sosialisasi dari prodi, baru pihak pengelola perpustakaan melakukan sosialisasi tersebut.” (GDA, wawancara, 03 Juni 2024)

#### 5) *People* (Orang)

Orang merupakan variabel yang cukup penting di dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dapat diartikan sebagai staf atau pustakawan yang memberikan pelayanan kepada pengguna. Sebagai orang yang memberikan informasi, pustakawan Perpustakaan harus dapat memberikan informasi dengan jelas dan mudah untuk dipahami sehingga perlu adanya pelatihan tambahan untuk dapat *memanagement* layanan yang ada. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang telah melakukan upaya memberikan pelatihan tambahan yang berkaitan dengan *Institutional Repository*, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi sebagai berikut.

“Kalau dulu pernah dilakukan pelatihan untuk pustakawan perpustakaan pusat maupun fakultas.” (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Pernyataan diatas juga diperkuat dengan pernyataan informan GDA yang menjelaskan bahwa benar pernah dilakukan pelatihan pada waktu awal-awal adanya *Institutional Repository*.

“Untuk pelatihan terkait pengelolaan IR memang pernah ada pas waktu awal adanya IR seperti mengupload artikel jurnal, skripsi ataupun haki.” (GDA, wawancara, 4 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa pustakawan Perpustakaan pusat sudah mendapatkan pelatihan tambahan terkait



dengan pengelolaan *Institutional Repository*. Lebih dari pada itu, beberapa pustakawan telah ikut andil dalam melakukan kolaborasi dengan dosen untuk melakukan penelitian, sebagaimana yang disampaikan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi sebagai berikut :

*“Ada beberapa dosen yang pernah melakukan kolaborasi dengan Pustakawan dalam melakukan penelitian.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Kabag Pembinaan Koleksi yang mengatakan bahwa :

*“Ada, akan tetapi masih jarang biasanya kolaborasinya hanya meminta rekomendasi referensi saja.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Dari pernyataan tersebut, *people* atau pustakawan Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sudah memiliki keahlian yang mumpuni dalam melakukan pengelolaan *Institutional Repository*, akan tetapi lain halnya dalam melakukan promosi *Institutional Repository*, pustakawan tidak dapat berjalan sendiri tanpa ada inovasi atau kolaborasi dengan pihak lainnya. Semua pihak harus berperan untuk menyebarkan atau mempromosikan hasil karya ilmiah dari civitas akademik Universitas Merdeka Malang yang dimuat dalam *Institutional Repository*. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kabag Pembinaan Koleksi yang menyatakan :

*“Sebenarnya kalau mau melakukan promosi terkait dengan IR harus melibatkan semua pihak mulai dari perpustakaan fakultas, dosen, ataupun satker-satker lain untuk melakukan kerjasama dalam mengoptimalkan promosi tersebut.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Pernyataan yang serupa juga disampaikan oleh informan M yang mengatakan :

*“Menurut saya, semua pihak harus berperan karena layanan ini sangat membantu, baik itu mahasiswa ataupun dosen juga harus memperkenalkan atau mempromosikan layanan ini misalkan dosen dapat mempromosikan pada saat dikelas.”* (M, wawancara, 2 April 2024)

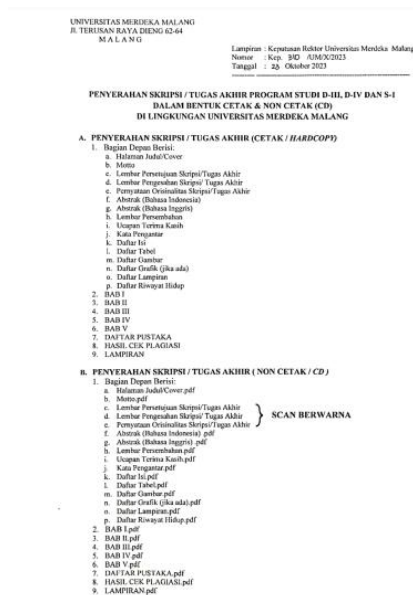
#### 6) *Process* (Proses)

Proses mencakup seluruh aktivitas yang berhubungan dengan tahapan cara mengakses layanan *Institutional Repository*, unggah karya ilmiah, pengelolaan

ataupun pembaharuan sistem dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabag Pelayanan & Otomasi, bahwa masih banyak mahasiswa yang masih mengumpulkan tugas akhirnya belum sesuai *Standard Operating Procedure* (SOP), sebagai contoh mahasiswa harus mengumpulkan *Compact Disk* (CD) yang berisi folder dari file cover hingga daftar pustaka dalam bentuk yang terpisah dan berisi satu file skripsi utuh mulai dari cover hingga daftar pustaka. Jika sebaliknya, mahasiswa tidak mengumpulkan sesuai dengan hal tersebut maka proses pengunggahan atau upload karya ilmiah khususnya tugas akhir mahasiswa kedalam *Repository* akan terkendala dan terhambat. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi yang menyatakan:

*“Sebenarnya yang bertanggung jawab dalam melakukan unggah karya ilmiah itu bagian pengelola atau pembinaan koleksi, akan tetapi saya juga membantu untuk proses mengunggah karya ilmiah kedalam IR, balik lagi dalam proses pengunggahan kalau mahasiswa menyerahkan atau mengumpulkan tugas akhirnya sesuai dengan SOP maka prosesnya unggah ke IR akan cepat. Akan tetapi sebaliknya jika mahasiswanya masih banyak yang kurang atau masih tidak sesuai maka jadi beban tambahan bagi pihak pengelola dikarenakan harus mengecek satu per satu file tugas akhir yang diserahkan dan proses pengunggahan juga dapat terhambat.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Berikut merupakan *Standard Operating Procedure* (SOP) penyerahan skripsi/tugas akhir program studi D-III, D-IV, dan S-1 dalam bentuk cetak dan non cetak (CD) di lingkungan Universitas Merdeka Malang yang dimuat dalam keputusan Rektor Universitas Merdeka Malang nomor : Kep. 310/UM/X/2023 sebagai berikut :



Gambar 4. 12 SK Rektor tentang Penyerahan Skripsi/Tugas Akhir Program Studi D-III, D-IV, dan S-1 dalam Bentuk Cetak dan Non Cetak (CD) di Lingkungan Universitas Merdeka Malang

(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil wawancara, dalam proses pemeliharaan ataupun pembaharuan sistem dilakukan oleh tim Pusat Sistem Informasi dan Multimedia (PUSIM) Universitas Merdeka Malang, sebagaimana yang dijelaskan oleh Kabag Pelayanan & Otomasi yang menyatakan :

*“Terkait dengan pembaharuan dan pemeliharaannya diserahkan kepada tim pusim, kita pihak perpustakaan hanya koordinasi dan melaporkan jika ada terjadi kesalahan ataupun ada ketidak sinkronan pada sistem.”* (SD, wawancara, 31 Januari 2024)

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh Kabag Pembinaan Koleksi yang mengatakan :

*“Jadi dalam proses pembaharuan dan pemeliharaan pihak pusim yang mengurus, jika ada kendala atau update sistemnya, nah pihak perpustakaan hanya melaporkan.”* (RJ, wawancara, 4 Maret 2024)

Berdasarkan pernyataan kedua Kabag diatas bahwa, dalam proses pembaharuan, pemeliharaan sistem *Institutional Repository* diserahkan sepenuhnya kepada tim Pusat Sistem Informasi dan Multimedia (PUSIM) Universitas Merdeka Malang, sedangkan untuk pihak Perpustakaan hanya sekedar

berkoordinasi dan melaporkan jika terjadi kesalahan dalam sistem atau istilah lain pihak Perpustakaan hanya sebagai admin yang mengelola luarannya saja seperti mengunggah karya ilmiah, *memanagement* konten yang ada di *Institutional Repository* dan lain sebagainya.

7) *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Berkaitan dengan bukti fisik atau dapat diartikan sebagai fasilitas, kesan pengguna dalam mengakses *Institutional Repository* menjadi nilai tambah dari suatu pemasaran jasa. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang telah menyediakan beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengakses berbagai macam informasi yang ada, begitupun juga dengan mengakses *Institutional Repository*. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Kepala Perpustakaan sebagai berikut :

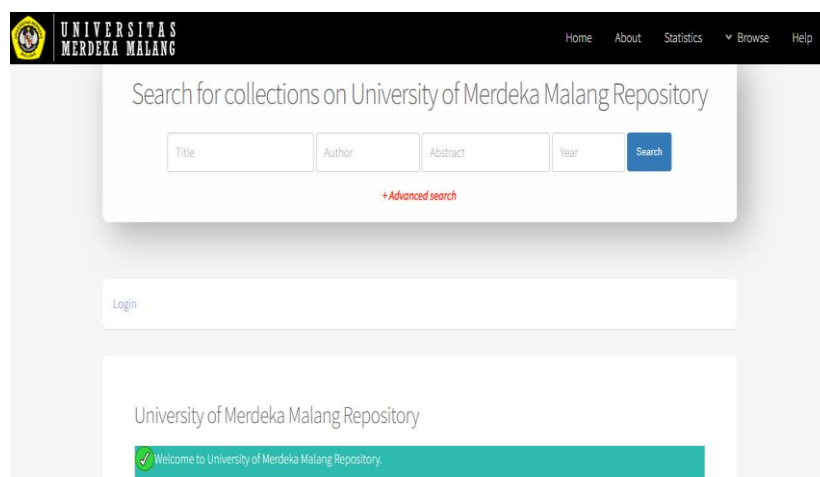
*“Perpustakaan sudah menyediakan fasilitas seperti komputer untuk bisa mengakses apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna.”* (DA, wawancara, 4 maret 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang menyediakan beberapa fasilitas berupa komputer yang diletakkan di lantai dua dan lantai satu gedung perpustakaan yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengakses seluruh informasi yang dibutuhkan. Berikut merupakan gambar fasilitas komputer yang disediakan oleh Perpustakaan dalam menunjang mahasiswa untuk dapat mengakses informasi yang dibutuhkan :



Gambar 4. 13 Fasilitas Komputer yang disediakan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang  
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024)

Selain dari pada yang telah dijelaskan diatas, tampilan *UI/UX* dari web *Institutional Repository* juga termasuk kedalam variabel bukti fisik, karena dari hal tersebut memberikan kesan kepada pengguna apakah layanan tersebut sudah *user friendly* atau ramah pengguna dan nyaman untuk digunakan. Berikut merupakan tampilan *User Interface* (UI) dari website *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang :



Gambar 4. 14 Tampilan UI dari website *Repository* Universitas Merdeka Malang  
Sumber : (<https://eprints.unmer.ac.id/>, 2024)

Menurut hasil wawancara kepada mahasiswa, rata-rata menyatakan bahwa tampilan dari *Institutional Repository* sudah lumayan ramah pengguna, sebagaimana pernyataan informan E sebagai berikut :

“Kalau menurut pribadi sudah lumayan ramah pengguna dan menarik dilihat dari penempatan menunya juga sudah nyaman dilihat.” (E, wawancara, 2 April 2024)

Pernyataan tersebut juga di perkuat dengan pernyataan mahasiswa atau informan pendukung lainnya yaitu informan S dan F yang menyatakan :

“Menurut saya sudah ramah pengguna ya apalagi menu, tombolnya juga jelas, dan juga tampilannya simpel.” (S, wawancara, 2 April 2024)

“Selama mengakses IR menurut saya udah user friendly mudah digunakan juga, menu-menunya juga simpel dan jelas.” (F, wawancara, 2 April 2024)

Berdasarkan pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa tampilan dari *UI/UX* sudah ramah pengguna sehingga menimbulkan kesan yang nyaman bagi pengguna dalam mengakses dan memanfaatkan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang. Fasilitas berikutnya berkaitan dengan panduan dalam mengakses dan mengunggah produk kedalam *Repository* Universitas Merdeka Malang.

Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sudah membuat panduan unggah mandiri tugas akhir mahasiswa, akan tetapi belum untuk dipublikasi hanya saja sebagai panduan untuk piham perpustakaan dalam melakukan pengunggahan kedalam *Repository* dikarenakan ada beberapa faktor salah satu faktornya yaitu kebijakan dari pusat yang belum memperbolehkan untuk melakukan unggah mandiri, kedua Perpustakaan khawatir dengan ketidaksesuaian dari hasil unggah mandiri yang dilakukan langsung oleh mahasiswa dan lain sebagainya. Berikut gambar panduan unggah mandiri tugas akhir mahasiswa dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4. 15 Panduan Unggah Mandiri Tugas Akhir Mahasiswa  
(Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2024 )

#### 4.2 Pembahasan

Pada dasarnya dalam melakukan perumusan strategi promosi, perlu mengetahui target pengguna atau *audiens*, media yang digunakan dalam menyebarkan informasi dan lain sebagainya, karena promosi merupakan variabel yang sangat penting dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) yang bertujuan untuk memperkenalkan serta dapat meningkatkan penggunaan *Institutional Repository* jika promosi tersebut berjalan secara *intensif* dan berkelanjutan. Seiring berkembangnya zaman, perguruan tinggi di Indonesia sudah banyak memperkenalkan *Repository* institusinya, dikarenakan selain adanya pemeringkatan web *Institutional Repository* oleh perusahaan *Webometric* akan tetapi juga *Repository* tersebut bisa menjadi wajah bagi institusinya itu sendiri. Jika dilihat dari promosi Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, telah melakukan promosi secara umum untuk menyebarkan informasi kepada pengguna. Akan tetapi promosi yang khusus untuk menyebarkan informasi terkait dengan *Institutional Repository* belum dilakukan secara *intensif*.

#### 4.2.1 Strategi promosi dalam pemanfaatan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang

##### 1) *Product* (Produk)

Produk merupakan sesuatu yang kita tawarkan dalam bisnis, baik itu barang maupun jasa yang memiliki nilai dan dibutuhkan oleh konsumen. Inti dari sebuah produk adalah kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Ritonga et al., 2018). Bauran pemasaran dalam produk merupakan elemen krusial yang dapat mempengaruhi aspek lain dari bauran pemasaran. Jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi keputusan terkait harga, distribusi produk, dan strategi promosi yang akan digunakan untuk menarik minat konsumen (Naibaho et al., 2020).

Sehingga Perpustakaan yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola, melestarikan, dan memberdayakan produk tersebut harus selalu menyediakan karya ilmiah yang tetap relevan dan berguna bagi pengguna seiring dengan perkembangan zaman. Salah satu variabel inti dalam mempromosikan *Institutional Repository* yaitu berupa produk karya ilmiah yang dihasilkan oleh civitas akademik Universitas Merdeka Malang. Dalam pelaksanaannya, produk karya ilmiah yang cukup banyak tersimpan dan dilestraikan pada sebuah layanan *Institutional Repository* juga perlu dilakukannya klasifikasi agar pengguna dapat dengan mudah dalam menemukan karya ilmiah yang dibutuhkan.

Ada beberapa model klasifikasi yang dapat digunakan salah satunya yaitu *Australian and New Zealand Standard Research Classification (ANZSRC)*. Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sudah melakukan pengklasifikasian dalam mengelola layanan *Institutional Repository*, akan tetapi dari analisis dan observasi peneliti memang perlu adanya pengecekan berkala dari produk yang dilayankan serta melakukan pengecekan sub divisi dari klasifikasi yang masih belum ada keterangannya (*null*) atau bisa menambahkan sub-sub devisi yang membedakan lokasi antara jurnal dan tugas akhir mahasiswa ataupun produk yang lainnya. Sehingga dengan menggunakan cara tersebut dapat memberikan kemudahan dalam mengakses serta temu kembali karya ilmiah yang telah di unggah di *Institutional Repository* (Harliansyah, 2017).



Menurut (Hurriyati, 2015) terdapat empat konsep produk secara keseluruhan, diantaranya yaitu: inti produk (*core product*), yang mencakup fungsi inti dari produk tersebut, (2) produk yang diharapkan (*expected product*), (3) produk yang ditingkatkan (*augmented product*), dan (4) produk yang potensial (*potential product*).

1) Inti Produk (*Core Product*)

Inti produk merupakan esensi dari layanan *Institutional Repository* yang berfungsi sebagai penyimpanan, menyediakan akses kepada konten atau produk penting yang dilayankan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Adapun produk inti yang dilayankan dalam *Institutional Repository* berupa tugas akhir mahasiswa baik berupa skripsi, thesis, disrtasi, buku, HKI, SK Rektor Universitas Merdeka Malang dan lain-lain yang berhubungan dengan karya civitas akademik Universitas Merdeka Malang.

2) Produk yang diharapkan (*Expected Product*)

Produk yang diharapkan dapat diartikan sebagai fitur-fitur yang secara umum yang diharapkan oleh pengguna dari layanan *Institutional Repository*. misalnya fitur pencarian yang efektif dan mudah, antarmuka pengguna yang ramah, serta akses konten karya ilmiah. Berdasarkan hasil wawancara kepada informan pendukung terkait dengan hal tersebut mendapatkan hasil yang cukup baik misalnya fitur pencarian, antar muka website serta akses sudah cukup mudah yang dirasakan dan antar muka website *Institutional Repository* sudah ramah pengguna. Akan tetapi pengguna juga mengharapkan tampilan layanan *Institutional Repository* yang interaktif artinya tidak hanya menarik pada visual saja, akan tetapi sistem tersebut harus bisa responsif terhadap tindakan pengguna. Kemudian penempatan tombol menu yang mudah di lihat, besar kecilnya ukuran *font* yang digunakan dan lain sebagainya.

3) Produk yang ditingkatkan (*Augmented Product*)

Produk yang ditingkatkan merupakan layanan atau menu tambahan yang melebihi harapan pengguna pada umumnya. Berupa dukungan teknis

secara responsif, tampilan *user interface* yang interaktif, serta integrasi dengan sistem lain seperti Perpustakaan digital ataupun yang lainnya. Pihak Perpustakaan universitas merdeka malang maupun Pusat Sistem Informasi dan Multimedia (PUSIM) selalu berusaha dalam memberikan pelayanan yang responsif. Layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang sudah terintegrasi dengan sistem website Perpustakaan digital atau *E-Library* Universitas Merdeka Malang yang dapat di akses melalui *link* berikut ini <https://elibs.unmer.ac.id/>. Tidak hanya terbatas pada integrasi sistem saja, akan tetapi ada produk lain yang perlu ditingkatkan pada layanan *Institutional Repository*, yaitu tampilan *user interface* dari layanan tersebut yang masih kurang menarik dan *interaktif*. Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Azhari, 2023) terkait evaluasi sistem *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang yang menyatakan perlu adanya perbaikan tampilan *user interface* pada pemilihan warna dan *font* yang digunakan. Sehingga perlu ditingkatkan atau perbaikan pada tampilan layanan *Institutional Repository* agar pengguna tidak bingung menggunakan fitur-fitur atau menu yang ada pada layanan tersebut.

#### 4) Produk yang potensial (*Potential Product*)

Produk yang potensial adalah layanan atau fitur yang belum ada di *Institutional Repository*, akan tetapi memiliki potensi dalam meningkatkan penggunaan atau memanfaatkan layanan *Institutional Repository*. Misalnya melakukan integrasi dengan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI) dalam melakukan pencarian produk ataupun layanan yang lainnya, fitur sosial yang terhubung dengan seluruh peneliti yang ada disekitar untuk melakukan kolaborasi. Berdasarkan analisa peneliti, ada beberapa menu yang berpotensi dan memungkinkan di kembangkan pada sistem *Institutional Repository* yaitu penambahan menu katagori dari beberapa jenis karya ilmiah yang berisikan sub menu diantaranya; pencarian berdasarkan jurnal, tugas akhir, *book*, buletin dan lain sebagainya. Sehingga memudahkan pengguna dalam mencari produk yang dibutuhkan.

Menurut Kotler dan Fox dalam (Suciati & Maulidiyanti, 2019) hal yang terpenting untuk dipertimbangkan dalam produk adalah bahwa konsumen tidak hanya memperoleh produk fisik itu sendiri, tetapi juga mendapatkan manfaat dan nilai dari produk tersebut, yang dikenal sebagai penawaran (*the offer*). Sehingga kualitas dari produk tersebut harus benar-benar terjaga agar memberikan manfaat kepada pengguna atau pemustaka yang menggunakan layanan *Institutional Repository*.

## 2) *Price* (Harga)

Harga merujuk pada jumlah yang bersedia dibayarkan oleh orang-orang untuk suatu produk atau layanan. Jika produk atau layanan tersedia secara gratis, harga mencakup waktu dan usaha yang harus dikeluarkan oleh pengguna untuk mengakses produk atau layanan tersebut (Kareh, 2018). Pada dasarnya esensi sebuah Perpustakaan yaitu menyediakan pelayanan jasa yang tidak dikenakan biaya apapun pada seluruh layanannya. Beda halnya dengan layanan yang memerlukan biaya dalam oprasionalnya misalnya layanan fotocopy dan sejenisnya.

Perpustakaan Universitas Merdeka Malang menyediakan berbagai macam layanan, mulai layanan sirkulasi, layanan skripsi, referensi, layanan majalah dan koran, layanan E-Journal, layanan *Institutional Repository* dan lain-lain. Akan tetapi rata-rata layanan yang disediakan secara gratis atau tanpa biaya tambahan apapun. Salah satu layanan yang disediakan oleh Perpustakaan Universitas Merdeka Malang secara gratis yaitu layanan *Repository*. Layanan tersebut sangat bermanfaat bagi pengguna akan tetapi masih kurang *familiar* dikalangan mahasiswa. Variabel *price* juga berkaitan dengan ketersediaan *open access* dari produk yang dilayankan dalam *Institutional Repository*. Dalam pelaksanaannya, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang memang membatasi terkait dengan dengan produk yang dilayankan khususnya karya tugas akhir mahasiswa yang di batasi hanya pada bab satu saja. Ketentuan tersebut juga menimbulkan pro dan kontra dari pengguna yang menyatakan bahwa jika hanya bisa diakses bab satu saja kurang efektif, sedangkan informan pendukung lainnya menyatakan tidak ada masalah dari ketentuan tersebut dikarenakan jika pengguna ingin mengakses *full*

*access* bisa berkunjung langsung ke Perpustakaan, sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah kunjungan Perpustakaan.

Berdasarkan hasil uraian tersebut, peneliti mencoba menganalisa dan memberikan saran masukan terkait persoalan tersebut berupa pihak pengelola Perpustakaan dapat menerapkan kebijakan akses parsial (*partial access*) yang artinya memungkinkan akses terbuka hanya pada bab-bab tertentu, sementara bab lainnya tetap dibatasi aksesnya. Adapun saran bab yang memungkinkan akses terbuka yaitu diantaranya bab I, II, dan V. Pemilihan akses parsial pada bab tersebut dikarenakan sudah cukup banyak memberikan informasi penting yang di butuhkan oleh pengguna mulai dari pendahuluan, kajian pustaka dan kesimpulan dari hasil penelitian, serta pada bab tersebut tidak memuat data privasi informan pada hasil dan pembahasan dari penelitian. Beberapa *Institutional Repository* perguruan tinggi sudah menerapkan kebijakan akses parsial, salah satunya yaitu UIN Sunan Kalijaga yang memberikan akses terbuka kepada masyarakat umum hanya pada bab I, IV, V dan daftar pustaka. Sedangkan untuk mahasiswa civitas akademik UIN Sunan Kalijaga jika ingin mengakses secara *full text*, cukup mengisi surat pernyataan kemudian menghubungi admin pengelola. Kebijakan semacam ini juga dapat diterapkan pada layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang, karena pada esensinya atau tujuan dari kebijakan ini adalah untuk melindungi hak cipta penulis pada bagian-bagian tertentu, terutama yang berkaitan dengan hasil penelitian (Handoyo & Istiarni, 2020).

Selain dari pada itu, pihak pengelola juga bisa memberikan full akses bagi pengguna *internal* yaitu civitas akademik universitas merdeka malang dengan cara mengisi surat pernyataan dan harus melakukan konfirmasi kepada admin pihak pengelola. Sedangkan untuk khalayak umum jika ingin mengakses secara full teks bisa dikenakan biaya tambahan dalam mengaksesnya. Akan tetapi perlu ada pertimbangan dari penetapan harga layanan tersebut, akan lebih baiknya disesuaikan dengan kemampuan finansial pelanggan agar mereka mampu memperoleh layanan tersebut dan merasa diyakinkan oleh nilai yang diberikan (Halim et al., 2021). Dengan adanya saran tersebut bisa menjadi pertimbangan bagi pihak pengelola dalam mengoptimalkan pemanfaatan layanan *Institutional*

*Repository* serta dengan adanya saran tersebut tidak menutup kemungkinan pengguna bisa lebih aktif lagi memanfaatkan layanan *Institutional Repository*.

### 3) *Place* (Tempat)

*Place* atau saluran distribusi merupakan tempat yang dipilih oleh sebuah organisasi untuk menempatkan produk atau layanannya, dengan tujuan agar konsumen target dapat dengan mudah mengaksesnya (Halim et al., 2021). Pengertian lain menurut (Kareh, 2018) Tempat merujuk pada lokasi fisik atau digital di mana pelanggan saat ini atau calon pelanggan dapat mengakses produk atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi. Dalam pemasaran jasa atau organisasi nirlaba, tempat juga dapat diartikan sebagai proses atau cara Perpustakaan Universitas Merdeka Malang dalam menyebarkan atau mendistribusikan informasi, kemudahan akses, serta tempat penyimpanan karya ilmiah dari hasil civitas akademika Universitas Merdeka Malang. Pada dasarnya saluran distribusi merupakan serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk mengalihkan produk dari produsen kepada konsumen Kotler dan Armstrong dalam (Halim et al., 2021).

Perpustakaan Universitas Merdeka Malang selalu berupaya dalam memudahkan akses keseluruhan layanan yang ada di Perpustakaan, salah satunya yaitu layanan *Institutional Repository*. Layanan *Institutional Repository* dapat diakses secara mudah dan cukup gampang hanya perlu tersambung dengan internet dan dapat diakses dimana saja melalui dua cara yaitu mengakses website Perpustakaan digital atau *E-Library* Universitas Merdeka Malang atau mengakses langsung ke website layanan *Institutional Repository* secara langsung. Jika melalui website *E-Library* pengguna akan ditampilkan beberapa menu salah satu menu yang ada yaitu *Repository*.

Berdasarkan hasil analisis sederhana terkait website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, yang mana cukup banyak juga pengguna yang berkunjung di laman website Perpustakaan yang mencapai 340 pengunjung dalam 7 hari dan beberapa faktor lain seperti informasi terkait dengan beberapa layanan yang disediakan juga tidak ada deskripsi atau penjelasan secara spesifik terkait hal tersebut, termasuk layanan *Institutional Repository*. Sehingga peneliti juga merasa

kesulitan untuk mendapatkan informasi secara spesifik terkait dengan beberapa layanan yang disediakan. Misalnya deskripsi tentang layanan yang disediakan, manfaat layanan, cara akses layanan dan lain sebagainya. Padahal website Perpustakaan merupakan tempat awal pengguna dalam mengakses serta mencari informasi layanan yang disediakan.

Sehingga peneliti mencoba memberikan saran dan masukan terkait rumusan strategi tampilan website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang serta deskripsi secara spesifik terkait dengan layanan yang ada, akan tetapi pada penelitian ini di khususkan pada layanan *Institutional Repository*. Saran ini bisa ditambahkan pada menu beranda, *header* website ataupun pada menu informasi yang tersedia di website tersebut. Diharapkan dengan adanya saran tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak pengelola Perpustakaan dalam mengoptimalkan penggunaan website dalam melakukan promosi. Berikut merupakan saran tampilan pada website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang.



Gambar 4. 16 Saran Tampilan Website Perpustakaan terkait Layanan *Institutional Repository*

(Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

#### 4) *Promotion* (Promosi)

Berdasarkan hasil penelitian diatas, ada beberapa saran berupa feed postingan di media sosial dan website, saran pembuatan brosur, dan banner pelaksanaan sosialisasi, workshop, serta pendidikan pengguna dan *library tour* terkait dengan promosi yang tepat dalam mengoptimalkan pemanfaatan *Institutional Repository*. Pemilihan serta perumusan strategi promosi tersebut berdasarkan analisis dan observasi yang peneliti lakukan secara langsung di tempat penelitian dan sesuai dengan keadaan serta kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan dan menyesuaikan dengan kondisi sumber daya manusia yang ada. Adapun *platform* media sosial masih tetap sama yaitu menggunakan Instagram, Facebook, Tiktok dan X dikarenakan menggunakan media sosial tersebut tidak memerlukan biaya yang besar. Sebagaimana menurut (Mafulla et al., 2021) menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah strategi yang menarik karena tidak memerlukan biaya besar dan dapat terhubung dengan banyak pengguna dalam waktu singkat. Media sosial memiliki nilai yang signifikan dalam pemasaran, dan Instagram khususnya menawarkan banyak keuntungan bagi penggunanya. Oleh karena itu, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang memanfaatkan Instagram sebagai salah satu alat dalam melakukan menyebarkan informasi kepada pengguna.

Selain Instagram, Perpustakaan Universitas Merdeka Malang juga menggunakan TikTok sebagai media promosinya, dikarenakan TikTok merupakan salah satu media sosial yang populer di berbagai kalangan dan memiliki pengaruh signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Dengan berkembangnya teknologi, semakin banyak cara untuk mendapatkan informasi dan mengetahui produk-produk yang dipromosikan melalui media sosial (Saffira & Rahmawan, 2022). Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna untuk mengembangkan kreativitas dalam pembuatan konten video. Konten yang kreatif, menarik, atau unik dapat menarik perhatian pengguna lain karena promosi dilakukan dalam durasi yang pendek, sehingga pengguna tidak cepat bosan menontonnya.

Media sosial berikutnya yaitu Facebook, menurut (D. A. Nasution et al., 2021) Facebook adalah aplikasi yang sangat populer dan jumlah pengguna terus bertambah seiring berjalannya waktu. Facebook tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi salah satu media yang berpengaruh dalam aktivitas promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Sehingga Perpustakaan Universitas Merdeka Malang memanfaatkan Facebook dalam melakukan promosi terkait menyebarkan informasi mengenai buku baru, detail tentang acara yang akan diadakan di Perpustakaan atau memperingati hari-hari penting seperti hari raya idul fitri dan lain sebagainya, serta pengumuman terbaru terkait jam operasional Perpustakaan. Akan tetapi berdasarkan promosi dan informasi pada media sosial tersebut, belum pernah dilakukannya promosi yang khusus membahas terkait dengan layanan *Institutional Repository*.

Sehingga peneliti mencoba untuk merumuskan serta memberikan saran membuat feed atau postingan tersebut berdasarkan hasil analisis dari keadaan yang sebenarnya di lokasi penelitian. Ada beberapa rumusan strategi promosi yang dapat di implementasikan dalam mengoptimalkan pemanfaatan *Institutional Repository*, beberapa saran tersebut berkaitan dengan promosi secara tidak langsung atau promosi yang memanfaatkan media sosial berupa feed atau postingan terkait dengan promosi *Institutional Repository*, dikarena pada awal dibuatnya media sosial Perpustakaan Universitas Merdeka Malang baik media sosial Instagram, Facebook, X, Tiktok serta website Perpustakaan Universitas Merdeka Malang belum pernah membuat sebuah postingan yang berkaitan dengan pemanfaatan layanan *Institutional Repository*. Sehingga Jika dianalisis lebih mendalam, penggunaan media sosial tersebut juga memiliki pengikut yang cukup banyak terutama media sosial Instagram dan Facebook yang berjumlah di atas 500 orang pengikut. Berikut merupakan saran feed atau postingan terkait dengan promosi *Institutional Repository* sebagai berikut :





Gambar 4. 17 Saran Feed Media Sosial terkait Promosi *Institutional Repository*  
(Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

Berdasarkan saran feeds diatas, dapat dilihat memuat semua informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dalam memanfaatkan *Institutional Repository*, mulai dari deskripsi layanan *Institutional Repository*, produk yang dilayangkan, manfaat yang didapatkan, hingga cara mengakses layanan *Institutional Repository*.

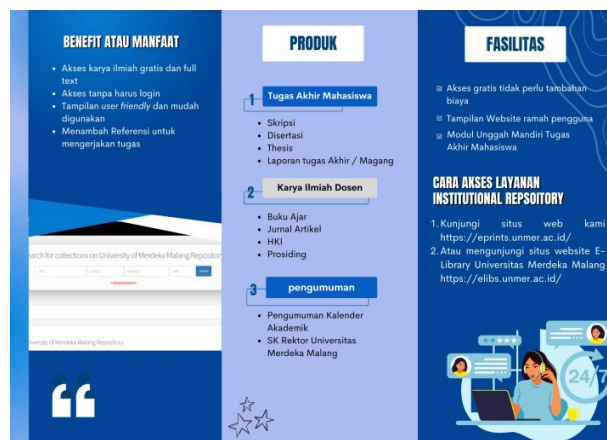
Pemilihan *platform* media sosial tersebut juga disesuaikan dengan kondisi sumber daya manusia atau pustakawan yang ada, dan dikarenakan penggunaan media sosial yang mudah dan *fleksibel* yang artinya bisa dilakukan pada saat waktu luang, dan beberapa pustakawan yang ada memang mampu mengelola serta melakukan pembuatan konten pada media sosial khususnya Instagram, Facebook, Tiktok dan X. Pustakawan Perpustakaan Pusat Universitas Merdeka Malang yang adapun masih terbilang masih muda dari segi umur dan masih aktif menggunakan media sosial, akan tetapi memang yang di tugaskan dalam mengelola media sosial yaitu pustakawan pada bagian layanan sirkulasi yang berjumlah dua orang dan memang *platform* media sosial Instagram, Facebook, Tiktok dan X sering digunakan oleh pustakawan dan media sosial tersebut juga ramai penggunanya. Sehingga saran membuat postingan terkait dengan pemanfaatan *Institutional Repository* bisa menjadi masukan dan saran yang tepat untuk diterapkan dalam melakukan promosi serta diharapkan dapat mengoptimalkan pemanfaatan layanan

*Institutional Repository*. Tidak hanya itu, mahasiswa Universitas Merdeka Malang dan khalayak umum juga rata-rata sudah menggunakan media sosial.

Saran lainnya berupa pembuatan brosur tentang layanan *Institutional Repository* yang dapat diterapkan dan dibagikan kepada pengguna atau pemustaka yang sedang berkunjung ke Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Pemilihan pembuatan strategi promosi berikutnya yaitu menggunakan brosur yang berisikan informasi tentang layanan *Institutional Repository*, yang mana berdasarkan wawancara dari beberapa informan dan hasil observasi peneliti, memang masih ada mahasiswa yang lebih tertarik membaca brosur dan yang sejenisnya, serta tidak semua mahasiswa Universitas Merdeka Malang yang memiliki media sosial baik itu Facebook, Tiktok, X dan Instagram dalam mengakses informasi terkait layanan *Institutional Repository*. Cara ini juga cukup efektif karena dengan menggunakan media promosi brosur bisa dikatakan fleksibel yang artinya brosur tersebut dapat dicetak ataupun dapat di jadikan sebagai postingan di media sosial dan media brosur mudah dibawa kemana saja serta dapat disebarakan di berbagai acara formal atau non formal dan yang terakhir dapat di letakkan pada meja absensi saat mahasiswa atau pemustaka melakukan kunjungan di Perpustakaan. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan & Arfa, 2019) yang menyatakan bahwa penerapan promosi menggunakan media brosur masih efektif digunakan. Berikut merupakan tampilan dan gambar brosur tentang layanan *Institutional Repository*, sebagai berikut :



Gambar 4. 18 Tampilan Luar Brosur Layanan *Institutional Repository*  
(Sumber : Olah data Peneliti, 2024)

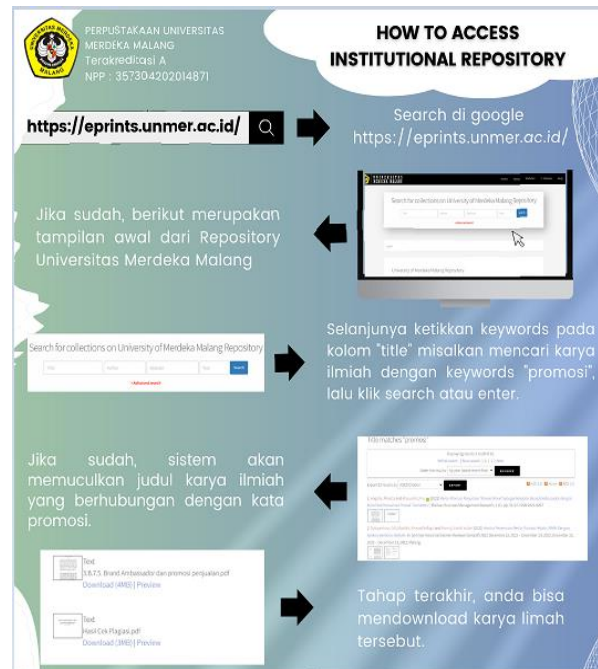


Gambar 4. 19 Tampilan Dalam Brosur Layanan *Institutional Repository*  
(Sumber : Olah data Peneliti, 2024)

Penggunaan media brosur juga memakan biaya yang cukup murah dalam pelaksanaannya, walaupun kedepannya perlu dilakukan survei pengguna terkait dengan pelaksanaan penggunaan media brosur dalam melakukan penyebaran informasi terkait dengan pemanfaatan layanan *Institutional Repository*. Sehingga perumusan strategi promosi menggunakan brosur bisa menjadi pertimbangan bagi pihak pengelola Perpustakaan dalam menyebarkan informasi terkait dengan pemanfaatan layanan *Institutional Repository* dan diharapkan dapat meningkatkan *visibilitas* dan kesadaran pengguna terkait dengan layanan tersebut.

Saran berikutnya yaitu melakukan pembuatan postingan atau feeds terkait cara mengakses hingga *mendownload* karya ilmiah yang ada di *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang. Penetapan pembuatan strategi berupa feed atau postingan terkait proses cara mengakses hingga *mendownload* produk yang di layankan pada layanan *Institutional Repository* didasari oleh analisis dan observasi dari seluruh postingan sosial media yang berjumlah lebih dari 50 postingan terutama pada media sosial Instagram, Facebook dan X memang tidak adanya postingan yang membahas tentang tutorial cara mengakses *Institutional Repository*, sehingga dengan adanya postingan ini diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan serta meningkatkan akses pemanfaatan layanan *Institutional Repository*. Berikut tampilan saran postingan atau feed terkait dengan

tutorial singkat dalam mengakses hingga *mendownload* karya ilmiah dari *Institutional Repository* sebagai berikut :



Gambar 4. 20 Saran Feeds Media Sosial Tutorial Cara Akses *Institutional Repository* (Sumber : Olah Data peneliti, 2024)

Salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan juga yaitu berkaitan dengan waktu mengunggah atau memposting di media sosial, karena hal ini penting dilakukan agar dapat meningkatkan *engagement* dari postingan tersebut. Waktu yang tepat dalam melakukan postingan yaitu pada waktu pagi antara pukul 08:00 sampai 10:00, dikarenakan pada waktu tersebut mahasiswa biasanya mengecek sosial media mereka sebelum memulai aktivitas harian seperti sebelum kelas atau pada saat sarapan pagi, dan siang hari antara pukul 12:30 sampai 14:00. Pada pukul tersebut mahasiswa sedang istirahat siang setelah melaksanakan kelas pagi. Saran feed atau postingan ini penting dilakukan agar mahasiswa bisa menggunakan layanan *Institutional Repository* secara mandiri tanpa perlu di ajarkan langsung oleh pustakawan Universitas Merdeka Malang.

Promosi selanjutnya yaitu strategi promosi secara langsung berupa mengadakan sosialisasi dan workshop secara langsung kepada mahasiswa yang sedang menempuh semester enam keatas dengan tema “**Mengoptimalkan**

**Pemanfaatan *Institutional Repository* dikalangan Mahasiswa**” dikarenakan masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui apa itu *Institutional Repository* dan cara memanfaatkan layanan *Institutional Repository* secara optimal. Promosi secara langsung seperti ini juga sangat dibutuhkan agar pihak pengelola bisa berinteraksi secara langsung kepada mahasiswa untuk mengetahui kendala dan saran masukan kepada pihak pengelola agar layanan *Institutional Repository* tetap terus *update* dan relevan dengan tren yang ada.

Perumusan strategi promosi dengan mengadakan kegiatan workshop dan sosialisasi secara langsung tersebut bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa tingkat akhir dalam menyusun tugas akhir serta dapat memberikan referensi sitasi dalam mengerjakan tugas akhir melalui kegiatan workshop dan sosialisasi terkait dengan pemanfaatan layanan *Institutional Repository* yang dapat diterapkan oleh pihak pengelola Perpustakaan Universitas Merdeka Malang. Kegiatan secara langsung seperti ini bisa efektif diterapkan jika diwajibkan untuk *audiens* atau mahasiswa yang akan atau sudah menempuh semester enam keatas. Faktor lain mengapa perlu diadakan kegiatan seperti ini yaitu karena pihak pengelola Perpustakaan memiliki pustakawan yang memumpuni dan mempunyai ilmu serta pengalamannya yang cukup dalam mengelola layanan *Institutional Repository*. Akan tetapi, kegiatan semacam ini tidak dapat berjalan dengan mengandalkan pihak pengelola Perpustakaan saja, sehingga perlu adanya dukungan dari prodi ataupun dosen dalam berlangsungnya kegiatan tersebut. Sebagai contohnya dosen atau prodi yang berkoordinasi secara langsung ke mahasiswa untuk dapat menghadiri kegiatan dan pustakawan dapat menjadi pemateri dari kegiatan tersebut.

Adapun saran feed atau postingan terkait dengan sosialisasi dan workshop yang berkaitan dengan promosi *Institutional Repository* sebagai berikut :



Gambar 4. 21 Saran Feed Sosialisasi dan Workshop *Institutional Repository* (Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

Strategi promosi berikutnya yaitu membuat kolaborasi antara pustakawan dengan para dosen dengan membuat suatu kegiatan misalnya seminar nasional. kegiatan ini bertujuan agar para dosen dan pustakawan dapat membagi pengalamannya dalam melakukan penelitian serta membahas pentingnya kolaborasi di era transformasi digital dan membahas tantangan dalam proses publikasi, kelebihan dan kekurangan dari adanya open akses jurnal serta menjelaskan peran pemanfaatan *Institutional Repository* dapat menjadi jembatan dari permasalahan tersebut.

berdasarkan observasi dan analisis peneliti di lapangan, memang perlu adanya kolaborasi nyata yang insentif dan aktif antara pustakawan dan dosen dalam melakukan promosi terkait dengan pemanfaatan *Institutional Repository* baik secara formal maupun non formal. Jika dilihat dari beberapa postingan media sosial atau pada saat observasi secara langsung di lapangan, memang kurangnya kolaborasi antara dosen dan pustakawan secara insentif dan berkelanjutan dalam memfokuskan pada pemanfaatan layanan *Institutional Repository*, padahal layanan ini sangat membantu mahasiswa dalam mendapatkan referensi serta dapat menjadi pedoman dalam membuat penulisan tugas akhir mahasiswa dan berisikan hasil karya ilmiah dari civitas akademik Universitas Merdeka Malang. Sehingga dengan adanya saran kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan *visibilitas*

serta kesadaran pengguna dalam memanfaatkan layanan *Institutional Repository*. Berikut merupakan saran feed seminar nasional sebagai berikut :



Gambar 4. 22 Saran feed Seminar Nasional tentang *Institutional Repository* (Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

Strategi promosi secara langsung berikutnya yaitu melaksanakan kegiatan *user education* dan *library tour* kepada pengguna baru atau mahasiswa baru, promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan semua layanan yang ada di Perpustakaan, mulai dari cara absen, meminjam buku, mengembalikan buku, cara mengakses layanan jurnal, cara mengakses *Institutional Repository*, dan lain sebagainya. Menurut pihak pengelola Perpustakaan cara promosi seperti ini, efektif untuk menyebarkan informasi secara langsung kepada pengguna. Saran kegiatan tersebut didasari oleh analisis peneliti pada saat melakukan observasi serta wawancara kepada informan pihak pengelola Perpustakaan, karena kegiatan tersebut sangat efektif diadakan guna memberikan wawasan tambahan kepada mahasiswa baru terkait layanan Perpustakaan. Pihak pengelola juga rutin mengadakan kegiatan tersebut akan tetapi dalam penyampaian layanan yang ada di Perpustakaan masih mempromosikan secara garis besarnya saja, sehingga peneliti mencoba memberikan saran dan masukan untuk mencoba mempromosikan serta mempraktikkan cara pemanfaatan layanan yang disediakan secara langsung kepada pengguna yaitu mahasiswa baru, agar pengguna tersebut dapat mengakses secara berkelanjutan. Dengan diadakan kegiatan tersebut, bisa membangun komunikasi antara pustakawan dan pengguna secara mendalam

sehingga pasti muncul beberapa *feedback* atau pertanyaan dari pengguna terkait dengan layanan yang sudah dijelaskan tersebut, dan diharapkan dengan kegiatan ini mahasiswa dapat memanfaatkan seluruh layanan yang disediakan serta dapat berkunjung ke Perpustakaan secara terus menerus. Berikut merupakan saran kegiatan *user education* dan *library tour* :



Gambar 4. 23 Saran Feed Kegiatan *User Education* dan *Library Tour*  
(Sumber : Olah Data Peneliti, 2024)

Dari seluruh saran kegiatan promosi secara langsung diatas, perlu adanya dukungan penuh dari semua *stackholder* baik dari dosen, staf prodi, pustakawan fakultas dan lain sebagainya agar kegiatan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu contohnya yaitu sosialisasi yang dilakukan oleh prodi D-III Perbankan terkait dengan pemanfaatan *Institutional Repository*. Dikarenakan pustakawan dan dosen terutama sudah memiliki pengetahuan yang mumpuni dalam bidang penelitian serta dalam pengelolaan *Institutional Repository* dengan baik sehingga dapat melakukan kolaborasi dalam melaksanakan promosi yang berkaitan dengan pemanfaatan layanan *Institutional Repository*.

##### 5) *People* (Orang)

Menurut Kotler & Keller dalam (Dwinanda & Nur, 2020) *People* atau partisipan, dalam konteks pemasaran jasa ini merujuk kepada karyawan yang menyediakan produk atau layanan serta terlibat dalam penjualan, baik secara



langsung maupun tidak langsung dalam seluruh tahapan prosesnya. Karena orang yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan jasa, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Sehingga Pengetahuan dan kemampuan orang tersebut yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan merupakan modal yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan (Hanggraito et al., 2020). Sehingga orang-orang yang terlibat harus dipilih, dilatih, dan dimotivasi untuk memuaskan pelanggan dengan sikap yang peduli, responsif, proaktif, kreatif, pandai dalam memecahkan masalah, sabar, dan tulus (Charviandi et al., 2023).

Sama halnya dengan pihak Perpustakaan Universitas Merdeka Malang yang telah melakukan pelatihan-pelatihan kepada seluruh pustakawan yang ada dalam melakukan manajemen seluruh layanan yang tersedia. Jika dikaitkan dengan layanan *Institutional Repository*, pihak Perpustakaan pernah melakukan pelatihan tambahan kepada pustakawan Perpustakaan pusat Universitas Merdeka Malang berupa pelatihan unggah karya ilmiah serta pengelolaan *Institutional Repository*. Tidak hanya pada pelatihan di pihak *internal* saja yaitu pelatihan yang dilakukan dengan sesama pustakawan di lingkungan Universitas Merdeka Malang, akan tetapi pihak pengelola Perpustakaan pusat juga sering mengikut sertakan khususnya Kabag-Kabag pelayanan dalam pelatihan tambahan terkait dengan pengelolaan *Institutional Repository* yang diadakan oleh kampus lain. Akan tetapi perlu adanya pelatihan rutin yang dilakukan pihak pengelola Perpustakaan dan melakukan *knowledge sharing* ke seluruh pustakawan yang ada terkait dengan apa saja yang didapatkan oleh Kabag pada saat mengikuti berbagai macam kegiatan diluar lingkungan Universitas Merdeka Malang baik pelatihan, sosialisasi ataupun yang lainnya.

Menurut Bernard dan Bitner dalam (Charviandi et al., 2023) dengan adanya pelayanan yang baik, konsumen akan merasa senang dan memiliki kesempatan untuk kembali membeli produk kita. Dalam pemasaran jasa, interaksi antara karyawan dan konsumen menjadi faktor utama dalam menyampaikan jasa yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Oleh karena itu, karyawan adalah ujung tombak perusahaan dalam menentukan keberhasilan penyampaian

jasa kepada konsumen. Menurut firmansyah dalam (Halim et al., 2021) Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan keinginan mereka untuk kembali menggunakan jasa tersebut. Karyawan perlu bekerja dengan penuh dedikasi dan memiliki loyalitas tinggi untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Contoh yang sederhana yang dapat dilakukan oleh *People* (pustakawan) yaitu menyambut pelanggan dengan senyuman, keramahan, sopan santun, empati terhadap masalah mereka, dan faktor-faktor serupa memiliki dampak positif pada preferensi pelanggan (Mahmood & Khan, 2014). Senyuman dianggap memiliki nilai penting dalam menentukan pilihan pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan, motivasi, dan pemberdayaan dianggap sebagai instrumen penting dalam menciptakan dan mempertahankan staf yang berkualitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Amofah, 2015).

#### 6) *Process* (Proses)

Proses ini berkaitan dengan manajemen hubungan pelanggan yang mana konsep ini mempunyai arti yang luas bahwa proses ini berkenaan secara menyeluruh dengan aspek untuk mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan pelanggan. Bagaimana membuat pelanggan tetap setia bahkan menjadi pemasar tidak langsung dan memberikan dampak (Charviandi et al., 2023). Proses menggambarkan metode dan urutan layanan dan menciptakan nilai yang dijanjikan kepada pelanggan dengan cara melayani permintaan pelanggan menurut Kushwaha & Agrawal dalam (Hanggraito et al., 2020). Jika dikaitkan dengan proses pada layanan *Institutional Repository*, variabel proses disini berkaitan dengan pihak pengelola dalam melakukan pembaharuan dan pemeliharaan sistem *Institutional Repository*, berkaitan dengan proses *Standard Operating Procedure* (SOP) penyerahan tugas akhir mahasiswa, dan beberapa proses dalam melakukan pelatihan tambahan kepada pustakawan.

Pada proses pembaharuan dan pemeliharaan sistem *Institutional Repository* dilakukan oleh pihak Pusat Sistem Informasi dan Multimedia (PUSIM) Universitas Merdeka Malang dan pihak Perpustakaan hanya memberikan laporan kepada pihak tersebut jika ada kesalahan atau *error* di sistem

*Institutional Repository*. Proses berikutnya berkaitan dengan penyerahan skripsi/tugas akhir program studi D-III, D-IV, dan S1 dalam bentuk cetak dan non cetak *Compact Disk* (CD) di lingkungan Universitas Merdeka Malang. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan SD dalam proses ini masih banyak mahasiswa yang mengumpulkan tugas akhirnya masih belum sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang berlaku, sehingga menjadi beban tambahan bagi pustakawan atau pengelola bagian pembinaan koleksi dan dapat menyebabkan terlambatnya proses upload produk berupa karya ilmiah kedalam *Institutional Repository*. Sehingga peneliti mencoba memberikan saran terkait dengan proses penyerahan tugas akhir mahasiswa tersebut yaitu dapat dilakukan melalui pendekatan secara langsung ke mahasiswa atau melakukan pendampingan secara langsung kepada mahasiswa dengan menjelaskan beberapa persyaratan yang perlu disiapkan dan tahapan-tahapan dalam melakukan penyerahan tugas akhir mahasiswa baik tercetak maupun non cetak agar pengunggahan produk kedalam *Institutional Repository* dapat berjalan dengan lancar dan saran berikutnya yaitu melakukan penyederhanaan pada syarat SOP penyerahan tugas akhir mahasiswa.

Proses yang terakhir berkaitan dengan proses pelatihan pustakawan, yang mana pernah dilakukan pelatihan tambahan terkait dengan pengelolaan *Institutional Repository* serta pelatihan *Upload* tugas akhir mahasiswa ataupun karya ilmiah lainnya kedalam *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang. Pada esensinya, proses layanan merujuk pada cara organisasi menyediakan layanan kepada pelanggan. Kecepatan dan ketepatan dalam pelaksanaan proses layanan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi pelanggan. Pentingnya kecepatan dan ketepatan ini juga harus didukung oleh teknologi yang memadai untuk mendorong inovasi dalam proses layanan. Teknologi memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan pilihan layanan yang ditawarkan, yang pada gilirannya menghasilkan layanan yang lebih efektif dan efisien, memberikan nilai tambah kepada pelanggan (Naibaho et al., 2020).

### 7) *Physical Evidence* (Bukti fisik)

*Physical evidence* merujuk pada kesan yang timbul dari lingkungan fisik tempat layanan disediakan (Adomaa, 2021). Fasilitas fisik tersebut merupakan salah satu hal yang sangat berdampak akan keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan, barang-barang yang termasuk dalam fasilitas fisik tersebut antara lain; lingkungan fisik dapat berupa bangunan, peralatan, perabotan, logo, warna, dan elemen lainnya yang terkait dengan layanan yang diberikan. Dengan kata lain, bukti fisik yang menarik atau unik merupakan pendorong utama bagi konsumen untuk membeli suatu produk (Charviandi et al., 2023). Jika dikaitkan dengan layanan *Institutional Repository*, menurut hasil wawancara bersama narasumber bahwa tampilan website, tata letak fitur atau menu *Institutional Repository* sudah cukup baik dan sudah ramah pengguna. Menurut hasil penelitian yang dilakukan (Azhari, 2023) terkait evaluasi sistem *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang, menyatakan bahwa mahasiswa masih kebingungan dalam menggunakan fitur-fitur pada sistem, tampilan antarmuka yang kurang menarik, dan ketidaknyamanan visual.

Berdasarkan analisa sederhana yang peneliti lakukan pada website *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang, memang masih kurangnya informasi serta deskripsi terkait dengan layanan *Institutional Repository* baik itu informasi sejarah *Institutional Repository*, informasi media sosial, menu *Contact Us* serta menu saran dan *Frequently Asked Questions* (FAQ) yang memang belum ada pada layanan tersebut. Adapun landasan dalam memilih serta menambahkan beberapa menu tersebut dikarenakan agar mahasiswa mendapatkan informasi yang lengkap dari adanya layanan yang di sediakan oleh Perpustakaan tanpa perlu bertanya lagi kepada pihak pengelola.

Sehingga peneliti mencoba memberikan saran terkait dengan permasalahan tersebut yaitu : 1) menambahkan menu sejarah layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang agar pengguna tahu awal mula di kembangkannya layanan *Institutional Repository*, 2) menambahkan informasi media sosial serta alamat Perpustakaan pada bagian bawah layanan *Institutional Repository*, 3) menambahkan menu saran dan menu *Frequently Asked Questions*

(FAQ) seputar informasi yang sering di tanyakan oleh pengguna agar pengguna tidak perlu bertanya kembali terkait dengan pertanyaan yang sering diajukan kepada pihak pengelola.

Bukti fisik lainnya seperti fasilitas berupa komputer dan pedoman untuk unggah mandiri pun sudah disediakan oleh pihak Perpustakaan Universitas Merdeka Malang sehingga mempermudah pengguna dalam mengakses layanan tersebut. Akan tetapi untuk pedoman unggah mandiri tugas akhir mahasiswa masih belum disediakan untuk mahasiswa, tetapi masih di manfaatkan oleh pihak internal perpustakaan saja.

#### **4.3 Keterkaitan hasil penelitian dalam perspektif Islam**

Berdasarkan penjelasan dan uraian hasil dan pembahasan terkait dengan strategi promosi dalam memanfaatkan *Institutional Repository*, ada beberapa hasil yang dapat dilakukan dalam melakukan promosi tersebut, mulai dari membuat feeds atau postingan terkait dengan layanan *Institutional Repository*, membuat brosur tentang layanan *Institutional Repository*, melakukan beberapa kegiatan diantaranya workshop, *user education* atau pendidikan pemustaka, pelatihan, dan seminar nasional yang berhubungan dengan pengenalan layanan *Institutional Repository*.

Dilihat dari perspektif islam, telah banyak firman Allah dan Hadis Rasulullah yang membahas tentang kegiatan promosi atau pemasaran. Maka seluruh pihak yang terkait baik yang melakukan promosi akan bertanggung jawab sepenuhnya kepada Allah dan secara tegas islam menuntut kepada para pihak dapat berlaku jujur dan adil dalam kegiatan pemasaran atau promosi. Rasulullah SAW menyarankan kepada pedagang untuk senantiasa bersikap murah hati namun tetap bertanggung jawab dalam menjalankan transaksi jual beli (Toriquddin, 2015). Begitupun dalam melakukan promosi produk tertentu, perlu adanya transparasi produk dan berlaku jujur dalam menyampaikan kondisi dari produk yang akan ditawarkan atau dilayankan. Sehingga seorang *marketer* haruslah berprilaku, menyampaikan perkataan yang lemah lembut serta melayani dan memperlakukan pengguna dengan pelayanan terbaik karena pada sebenarnya

ia telah berbuat baik pada dirinya sendiri. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. An-Nahl' ayat 125 yang berbunyi :

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl/16 :125) (Qur'an Kemenag)

Menurut tafsir ringkas (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), usai menyebut keteladanan Nabi Ibrahim sebagai imam, nabi, dan rasul, dan meminta Nabi Muhammad untuk mengikutinya, pada ayat ini Allah meminta beliau menyeru manusia ke jalan Allah dengan cara yang baik, “Wahai Nabi Muhammad, seru dan ajak-lah manusia kepada jalan yang sesuai tutunan Tuhanmu, yaitu Islam, dengan hikmah, yaitu tegas, benar, serta bijak, dan dengan pengajaran yang baik. Dan berdebatlah dengan mereka, yaitu siapa pun yang menolak, menentang, atau meremehkan seruanmu, dengan cara yang baik. Tuhan Sejatimu Yang Maha Memberi petunjuk dan bimbingan, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dan menyimpang dari jalan-Nya, dan Dialah pula yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk dan berada di jalan yang benar.

Adapun kaitan ayat diatas dengan persoalan promosi layanan *Institutional Repository* yaitu pada dasarnya seorang pustakawan yang memberikan layanan pada Perpustakaan harus mempunyai sikap ramah dan lemah lembut kepada pengguna dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna. Sehingga, dengan sikap tersebut kemungkinan besar akan membangkitkan simpati dan kepercayaan dari pemustaka. Selain itu juga, kepuasan pemustaka tidak hanya bergantung pada kualitas produk, namun juga pada kenyamanan yang mereka rasakan saat bertransaksi dengan pihak pengelola yaitu pustakawan. Seorang Pustakawan juga harus memberikan pelayanan yang berkualitas dan semaksimal

mungkin agar pemustaka merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sejalan dengan firman Allah Q.S. Al-Bayyinah ayat 7 yang berbunyi :

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itulah sebaik-baik makhluk.*” (Q.S. Al-Bayyinah/98 : 7)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa ketika kita melakukan suatu pekerjaan, kita harus melakukannya dengan baik. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan kepada konsumen haruslah yang terbaik untuk memberikan kepuasan kepada mereka. Islam menekankan bahwa pelayanan yang berkualitas dan maksimal adalah pekerjaan yang dijalankan untuk memberikan rasa puas kepada orang lain. Rasa puas yang muncul dapat memberikan dampak positif, membentuk hubungan yang baik dan harmonis, serta meningkatkan rasa saling percaya antara kedua belah pihak (Fathnin et al., 2023). Sejalan juga dengan hadits yang menganjurkan untuk membantu dan menyelesaikan kesulitan yang dihadapi oleh orang lain serta meringankan beban mereka. Rasulullah SAW bersabda.

عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي -صلى الله عليه وآله وسلم- قال: «مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ، وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتٍ مِنْ بُيُوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَدَارَسُونَ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ وَعَشِيَّتُهُمُ الرَّحْمَةُ وَخَفَّتْهُمُ الْمَلَائِكَةُ، وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ، وَمَنْ بَطَأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ يُسْرِعْ بِهِ نَسَبُهُ

Artinya : *Dari Abu Hurairah -radīyallāhu 'anhu, dari Nabi ṣallallāhu 'alaihi wa ālihi wa sallam-, beliau bersabda : "Siapa yang melapangkan seorang mukmin dari kesusahan dunia, niscaya Allah melapangkan baginya kesusahan pada hari kiamat. Siapa yang memberi kemudahan kepada orang yang dilanda kesulitan, niscaya Allah memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Siapa yang menutup (aib) seorang muslim, niscaya Allah menutup (aibnya) di dunia dan akhirat. Allah senantiasa menolong seorang hamba selama hamba itu menolong saudaranya. Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah memudahkan baginya jalan ke surga. Tidaklah suatu kaum berkumpul di salah satu rumah Allah sambil membaca Kitabullah dan mempelajarinya di antara mereka, melainkan turun kepada mereka ketenangan dan mereka diliputi rahmat serta dinaungi oleh para malaikat. Dan Allah menyebut mereka di hadapan makhluk yang ada di sisi-Nya. Siapa yang diperlambat oleh amalnya, tidak akan*

*bisa dipercepat oleh nasabnya."* (H.R. Muslim) menurut Muslim Ibn al-Hajjaj dalam (Ginting, 2019)

Hadits diatas menyatakan bahwa Allah SWT akan selalu memberikan pertolongan kepada hamba-Nya yang membantu saudaranya. Dalam hadits tersebut juga, dijelaskan berbagai sikap baik seseorang terhadap orang lain serta ganjaran yang akan diterimanya dari Allah SWT. Sama halnya pustakawan yang senantiasa selalu memberikan pelayanan dan membantu pemustaka dalam kesulitan untuk mencari informasi yang dibutuhkan.

Berdasarkan uraian penjelasan dari keterkaitan hasil penelitian dilihat dari perspektif islam, dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang *marketer* atau seorang pustakawan Universitas Merdeka Malang harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna baik dalam memberikan pelatihan, memberikan informasi kepada pengguna, serta pustakawan harus menyampaikan informasi dengan perkataan yang lemah lembut baik dalam melakukan promosi ataupun melayani pengguna secara umum atau pada saat melakukan pelatihan yang berkaitan dengan layanan *Institutional Repository*. Seorang pustakawan juga harus berupaya sebisa mungkin untuk memberikan bantuan kepada pengguna, jika pengguna tersebut dalam kebingungan dalam menggunakan fasilitas ataupun yang lainnya.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Strategi promosi yang dapat di implementasikan agar para mahasiswa atau pengguna dapat memanfaatkan dan mengetahui lebih dalam mengenai layanan *Institutional Repository* yaitu dengan cara melakukan *hybrid* promosi, diantaranya yaitu; Strategi *Product* berupa pengecekan berkala dari produk yang dilayankan, serta melakukan pengecekan sub divisi dari klasifikasi yang masih belum ada keterangannya (*null*) atau bisa menambahkan sub-sub divisi yang membedakan lokasi antara jurnal dan tugas akhir mahasiswa ataupun produk yang lainnya. Strategi tersebut bertujuan untuk mempermudah pengguna dalam menemukan produk yang di inginkan. Strategi *Price* yaitu dapat menerapkan kebijakan akses parsial (*partial access*) yang memberikan akses terbuka kepada pengguna hanya pada bab I, II dan V, dengan cara tersebut diharapkan bisa mengoptimalkan pemanfaatan layanan *Institutional Repository*. Strategi *Place* membuat saran tampilan website Perpustakaan yang informatif yang memuat informasi terkait dengan layanan *Institutional Repository*, dengan adanya strategi tersebut diharapkan dapat memudahkan pengguna dalam memanfaatkan layanan *Institutional Repository*.

Strategi *Promotion* yaitu membuat postingan atau *feeds* di media sosial Instagram, Tiktok, Facebook dan X yang memuat informasi terkait layanan *Institutional Repository*, membuat kegiatan kolaborasi dengan beberapa pihak diantaranya pustakawan Perpustakaan fakultas, dosen ataupun dengan program studi dalam mempromosikan *Institutional Repository*, memanfaatkan media brosur, dan membuat kegiatan workshop, sosialisasi, *user education* dan *library tour* terkait pemanfaatan layanan *Institutional Repository*. Strategi *process* yaitu membuat Feed postingan terkait tutorial singkat cara mengakses dan mengunduh produk pada layanan *Institutional Repository* dengan baik dan menyederhanakan syarat penyerahan tugas akhir mahasiswa atau mendampingi mahasiswa secara langsung dalam menjelaskan proses penyerahan tugas akhir mahasiswa maupun cara mengakses layanan *Institutional Repository*.

Strategi *people* yaitu melaksanakan pelatihan rutin dan melakukan *knowledge sharing* antara pustakawan di lingkungan Universitas Merdeka Malang ataupun dengan pustakawan kampus lainnya. Strategi *physical evidence* yaitu menambahkan menu deskripsi layanan *Institutional Repository* pada website Perpustakaan dan layanan *Institutional Repository*, menambahkan menu sosial media, menu saran, *Contact Us* dan menu *FAQ* pada layanan *Institutional Repository*. Dengan adanya penambahan menu tersebut, memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan terkait dengan layanan *Institutional Repository*.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penjabaran dari keseluruhan penelitian ini, penulis memberikan saran kepada penelitian berikutnya yang akan membahas terkait dengan promosi dan *Institutional Repository* agar bisa menjadi referensi kedepannya. Sedangkan untuk instansi terkait yaitu Perpustakaan Universitas Merdeka Malang dapat dijadikan masukan untuk perbaikan kedepannya. Adapun saran dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan untuk meneliti terkait dengan pengaruh strategi promosi atau mengevaluasi dari strategi promosi yang telah diterapkan, apakah dengan adanya promosi tersebut berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya jumlah statistik kunjungan pengguna dalam memanfaatkan layanan *Institutional Repository* Universitas Merdeka Malang.
2. Untuk Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, diharapkan bisa melakukan promosi secara *intensif* dengan mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi terkait layanan *Institutional Repository* atau mengadakan pendampingan secara langsung dengan menjelaskan beberapa proses atau tahapan dalam pengumpulan tugas akhir mahasiswa, serta diharapkan dapat melakukan kolaborasi dengan dosen dan pustakawan perpustakaan fakultas agar bisa mempromosikan *Institutional Repository* secara *intensif* dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974–980. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i1.3394>
- Adomaa, E. (2021). Marketing of Special Library Services in Ghana: the Case Oi Ghana Atomic Energy Commission. *Library Philosophy and Practice*, 2021, 1–26.
- Agustina, K. (2023). *Analisis strategi promosi ruang belajar Alex Tilaar (RBAT) dalam menyebarkan pemikiran prof. Alex Tilaar*.
- Alhamid, Thalha & Anufia, B. (2019). *Instrumen Pengumpulan Data*. 1–20.
- Ambarwati, D., & Handayani, N. S. (2022). Strategi promosi dalam peningkatan layanan di UPT Perpustakaan Proklamator Bung Karno Blitar pada masa pandemi. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 2(2), 59–60. <https://doi.org/10.21580/daluang.v2i2.2022.12195>
- Amofah, O. (2015). *An assessment of the influence of service marketing mix on customer choice of restaurant in Kumasi*.
- Asadi, S., Abdullah, R., Yah, Y., & Nazir, S. (2019). Understanding Institutional Repository in Higher Learning Institutions: A Systematic Literature Review and Directions for Future Research. *IEEE Access*, 7, 35242–35263. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2019.2897729>
- Azhari, M. F. (2023). *Evaluasi Sistem Informasi Institutional Repository pada Perpustakaan Universitas Merdeka Malang Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)*.
- Azizah, Laila Rifaátul & Ishmah, N. (2018). Pemanfaatan Institutional Repository Sebagai Sumber Pembelajaran Bagi Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Malang. *Jurnal Ikatan Pustakawan Indonesia*, 3(2). <file:///C:/Users/rossy/OneDrive/Desktop/TA RIRIS/JURNAL PENELITIAN TERDAHULU/Pemanfaatan Institutional Repository Sebagai Sumber Pembelajaran Bagi Sivitas Akademika Universitas Muhammadiyah Malang.pdf>
- Charviandi, A., Noviany, H., Suhartini, Y., Wijaya, A., & Abdullah, M. A. F. (2023). *Perspektif Digital Marketing*.
- Dwinanda, G., & Nur, T. (2020). Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Retail Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*.
- Fathnin, F. H., Sunandari, A., & Mumpuni, W. (2023). Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Apotek Karunia Sehat Baru Berdasarkan Nilai-Nilai Syariah. *Indonesian Journal of Medical and Pharmaceutical Science*, 2(1), 12–20.
- Ginting, R. (2019). Refleksi Hadits terhadap Kualitas Pelayanan Referensi dalam membantu memenuhi kebutuhan Informasi Pemustaka di Perguruan Tinggi. *Pustakaloka: Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*.
- Halim, F., Kurniullah, Z. A., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., & Hengki Mangiring Parulian Simarmata Lalu Adi Permadi Novela, V. (2021). Manajemen Pemasaran Jasa. In *Yayasan Kita Menulis*. Yayasan Kita

Menulis.

- Handoyo, E., & Istiarni, A. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan kebijakan open access di perpustakaan perguruan tinggi negeri di Jawa Tengah. *Visi Pustaka*, 17–28.
- Hanggraito, A. A., Wiratama, A. S., & Saifuddien, R. A. (2020). Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 72–83. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Hapsari, D. A., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Dasterbordir. Com). *JIAGABI (Jurnal Ilmu ...)*, 10(2), 12–19. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/12893>
- Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi)*, 6(1), 103. <https://doi.org/10.30829/jipi.v6i1.9314>
- Harliansyah, F. (2017). Australian and New Zealand Standard Research Classification (ANZSRC) sebagai bagan klasifikasi untuk institutional repository. *Al-Kuttab: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 129–142.
- Hasanah, H. (2019). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p dalam Keputusan Pembelian Konsumen pada Industri Kerajinan Alat Dapur di Desa Kalibaruwetan Kecamatan Kalibaru Kabupaten Banyuwangi*.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Husna, A. S. (2023). *Tingkat keterampilan Literasi Informasi Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam mengakses sumber informasi Islam berdasarkan model Seven Pillars*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hwang, S. Y., Elkins, S., Hanson, M., Shotwell, T., & Thompson, M. (2019). Institutional Repository Promotion: Current Practices and Opinions in Texas Academia. *New Review of Academic Librarianship*, 26(1), 133–150. <https://doi.org/10.1080/13614533.2019.1587483>
- Kareh, A. (2018). Evolution of the four Ps: Revisiting the marketing mix. *Forbes*.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2019). <https://kemenag.go.id/> (diakses pada tanggal 15 Januari 2024).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniawan, T. (2016). *Peran Perpustakaan Perguruan Tinggi Dalam Mengembangkan Repositori Institusi*.
- Laksana, F. (2023). *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis*. Graha Ilmu.
- Mafulla, D., Hestianah, S., & Kholik, A. (2021). Efektifitas Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Promosi Online Kawasan Wisata Pacet Mojokerto. *Jurnal El-Idarah*, 1(2).
- Mahendra, I. (2023). *Analisis pemanfaatan repository perguruan tinggi bagi mahasiswa di upt perpustakaan iain curup*.
- Mahmood, R., & Khan, S. M. (2014). Impact of service marketing mixes on customer perception: a study on Eastern Bank Limited, Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 6(34), 164–167.
- Mansyur, M., & Supriyatno, H. (2019). Optimalisasi Pemanfaatan Instiusional

- Repository melalui Penerapan Upload Mandiri. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 11(2), 1.
- Martoyo, A., Puspita, G., & Istarno, R. (2022). Strategi Pemasaran Pariwisata Pada Desa Wisata Tanjungjaya Pasca Pandemi Covid-19. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 17(2), 132–145. <https://doi.org/10.32534/jv.v17i2.3014>
- Naibaho, E. R., Fauzi, A., & Sadalia, I. (2020). The Effect of Marketing Mix on Satisfaction of Customer Insurance Products Unit Link (Empirical Study in PT AIA Financial Branch Phoenix Medan). *International Journal of Research and Review*, 7(2), 47–55.
- Nasution, D. A., Batoebara, M. U., & Junaidi, J. (2021). Peran Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jual-Beli Online Pada Facebook. *Jurnal Bisnis Corporate*, 6(2), 102–106.
- Nasution, R. F., Sayekti, R., & Devianty, R. (2022). Meningkatkan Pemanfaatan Institutional Repository Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 8(2), 109–122. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v8i2.44801>
- Nursyah, A. F., Zuhrah, N., Fatirawahidah, & Mubarak, M. S. (2022). Sumpah Palsu Perspektif QS. Ali Imran/3: 77. *EL MAQRA': TAFSIR, HADIS DAN TEOLOGI*, 1(2), 41–60.
- Prasetyawan, Y. Y. (2017). Perkembangan Open Access dan Kontribusinya bagi Komunikasi Ilmiah di Indonesia. *Anuva*, 1(2), 93. <https://doi.org/10.14710/anuva.1.2.93-100>
- Qur'an Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=125&to=125> (diakses pada tanggal 25 Maret 2024).
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). Manajemen Pemasaran. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Saffira, L., & Rahmawan, G. (2022). Perilaku Penggunaan Tik Tok Sebagai Media Promosi Pebisnis. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 717–723.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, W. (2019). *Pengaruh Pemanfaatan Repository Uin Ar-Raniry Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). Efektifitas Promosi Perpustakaan Dalam Bentuk Brosur Terhadap Minat Kunjung Pemustaka: Studi Kasus Di Kantor Arsip Danperpustakaan Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 231–240.
- Suciati, P., & Maulidiyanti, M. (2019). Kekuatan 7P bauran pemasaran terhadap pilihan Mahasiswa berkuliah di Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(2), 11–21. <http://journal.vokasi.ui.ac.id/index.php/jsht/article/view/61/36>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Untuk penelitian yang bersifat:

- eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif. In *Alfabeta*.
- Suharso, P., & Pramesti, A. N. (2020). Promosi Perpustakaan Melalui Instagram: Studi di Perpustakaan Universitas Airlangga. *Publication Library and Information Science*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.2074>
- Sutedjo, M. (2014). *Pengelolaan Repositori Perguruan Tinggi dan Pengembangan Repositori Karya seni*. 1–15.
- Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Thalib, M. A. (2022). Pelatihan Teknik Pengumpulan Data Dalam Metode Kualitatif Untuk Riset Akuntansi Budaya. *Seandanan: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.23960/seandanan.v2i1.29>
- Toriquddin, M. (2015). Marketing Ethics Quranic Perspectives and Their Relevance in Shari'a Banking. *De Jure: Journal of Law and Shari'a*, 7(2), 116–125.
- Tupan. (2016). Peta Pemanfaatan Repositori Institusi Menuju Open Access : Studi Bibliometrik Dengan Vosviewer. *Khazanah Al-Hikmah Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, Dan Kearsipan*, 4(2), 104–117.
- Ulum, A., & Setiawan, E. (2016). Analisis konten dan kebijakan akses institutional repository. *Pustakaloka*, 8(1), 157–174.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Pertama). Kencana.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

Surat Izin Penelitian dari Fakultas Sains dan Teknologi



**KEMENTERIAN AGAMA**  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon/Faksimile (0341) 558933  
Website: <http://sainstek.uin-malang.ac.id>, email: [sainstek@uin-malang.ac.id](mailto:sainstek@uin-malang.ac.id)

Nomor : B-22.O/FST.01/TL.00/02/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pimpinan Perpustakaan Universitas Merdeka Malang  
Jalan Terusan Halimun no. 11B, Pisang Candi, Kec. Sukun, Kota Malang

Dengan hormat,  
Sehubungan dengan penelitian mahasiswa Jurusan Perpustakaan dan Ilmu  
Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang atas  
nama:

Nama : RIFQI ADYTYA  
NIM : [200607110044](#)  
Judul Penelitian : Strategi Promosi dalam Pemanfaatan Institutional Repository di  
Perpustakaan Universitas Merdeka Malang  
Dosen Pembimbing : GANIS CHANDRA PUSPITADEWIS,IP., MA

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa tersebut  
untuk melakukan penelitian di Perpustakaan Universitas Merdeka Malang dengan  
waktu pelaksanaan pada tanggal 01 November 2023 sampai dengan 30 April 2024.

Demikian permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan  
terimakasih.

Malang, 21 Februari 2024  
a.n Dekan

Scan QRCode ini



untuk verifikasi surat



Dean of Islamic Studies Academic

Dr. Agus Prasetyo, M.Si

NIP. 19770921 200604 1 003

## Lampiran 2

### Transkrip Wawancara

#### Hasil Wawancara Kabag Pembinaan Koleksi, 4 Maret 2024

- Peneliti : Apa saja produk atau konten digital yang ditawarkan di IR?
- Narasumber : *“Untuk konten/produk itu tergantung aplikasi yang kita pakai ya kita pakainya Eprints jadi isi kontennya ada jurnal artikel, kemudian ada artikel prosiding, ada juga yang dalam bentuk buku, kemudian audio visual, kemudian hasil perform misalkan seni-seni atau film hasil civitas akademika itu tidak bisa dimasukkan di IR, kemudian ada paten, HAKI dan tugas akhir mahasiswa baik itu skripsi, disertasi, thesis.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak perpustakaan dalam upaya mengelola kualitas konten atau produk?
- Narasumber : *“Kalau terkait dengan jurnal, otomatis kan sudah ada aturan-aturan ya untuk menulis itu ya jadi sepertinya sudah kualitas sudah terjamin ya. kita mengupayakan untuk berkualitas yaitu tulisan tugas akhir ya itu dengan cara penulisan yang benar sesuai dengan kaidah dan juga dengan melakukan pengecekan similarity atau kesamaan karya sehingga untuk menghindari praktek-praktek plagiasi di Universitas itu bentuk-bentuk kita dalam upaya mengelola kualitas konten/produk, kemudian kita juga melakukan seleksi untuk karya-karya yang memang layak di publikasi di IR kita karena Institutional Repository itu terindex dengan rama dikti ya jadi paling enggak itu menunjukkan wajah kita wajah dari suatu institusi lembaga kita.”*
- Peneliti : Apakah pihak Perpustakaan menyediakan variasi produk atau fitur pencarian lanjutan dalam IR?
- Narasumber : *“Iya ada, balik lagi seperti yang dijelaskan tadi ada tugas akhir mahasiswa, haki, audio visual dan lain-lain kita juga menyediakan pencarian lanjutannya misalkan mencari lewat penulisnya ataupun lewat tahunnya.”*



- Peneliti : Apakah ada hal yang menarik dari konten digital atau produk yang ditawarkan oleh Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Kalau untuk hal yang menarik dari IR mungkin dari kualitas dari karya ilmiah itu sendiri ya dan ada beberapa produk yang tidak hanya sebatas tugas akhir mahasiswa dan artikel dari dosen saja, sehingga IR kita sendiri mempunyai perbedaan diantara ir yang lain.”*
- Peneliti : Apa yang menjadi produk inti yang dilayangkan pada IR?
- Narasumber : *“Untuk produk intinya masih tugas akhir mahasiswa baik itu skripsi ataupun jurnal artikel dari dosen.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses atau mendaftar Institutional Repository di kenakan biaya (berbayar) atau gratis?
- Narasumber : *“Semua mahasiswa dapat mengakses secara gratis ya tidak ada dikenakan biaya.”*
- Peneliti : Apakah dalam menentukan kebijakan gratis atau berbayar dalam mengakses IR ditentukan oleh pihak pusat Universitas atau pihak pengelola IR yaitu Perpustakaan?
- Narasumber : *“Kalau untuk kebijakannya ditentukan oleh pihak perpustakaan kalau pihak pusat hanya sebagai konfirmasi saja.”*
- Peneliti : Bagaimana pengguna dapat mencari, memanfaatkan, dan mengakses Institutional Repository? (misalnya melalui website dan lain sebagainya)
- Narasumber : *“Iya bisa melalui website perpustakaan unmer disana juga sudah di cantumkan link untuk repositorynya atau bisa juga mengakses langsung ke Irnya yaitu university of merdeka malang repository.”*
- Peneliti : Apakah melalui website yang menjadi prioritas utama dalam melakukan promosi? Ataukah ada platform lain?
- Narasumber : *“Iya hanya melalui website ir sama website perpustakaan unmer.”*

- Peneliti : Apakah dalam mengakses dan memanfaatkan Institutional Repository tersedia secara online, hanya di Perpustakaan saja atau melalui saluran khusus lainnya?
- Narasumber : *“Kalau mengaksesnya sudah bisa secara online bisa dimana saja.”*
- Peneliti : Apa pemasaran yang memungkinkan menurut pihak pengelola dalam melakukan promosi Institutional Repository? Mengapa?
- Narasumber : *“Melakukan pengenalan secara langsung kepada mahasiswa baru baik itu dengan cara user education, dan selanjutnya dengan cara seperti safari menjelaskan lebih detail apa saja produk atau layanan yang disediakan di perpustakaan.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola dalam menjelaskan manfaat dan nilai dari Institutional Repository tersebut kepada pengguna?
- Narasumber : *“Ya bisa dari user education kepada mahasiswa baru kita jelaskan manfaat dari IR itu seperti apa akan tetapi masih garis besarnya saja.”*
- Peneliti : Menurut anda, metode pendekatan seperti apa yang efektif untuk dilakukannya promosi kepada pengguna? Apakah promosi secara langsung atau menggunakan media sosial?
- Narasumber : *“Menurut saya pendekatan secara langsung ke pengguna, akan tetapi menggunakan media sosial juga penting dilakukan agar lebih seimbang.”*
- Peneliti : Apakah pihak perpustakaan pernah melakukan pelatihan khusus kepada staf dalam memberikan pelayanan kepada pemustaka?
- Narasumber : *“Untuk sementara ini terkait dengan pelatihan IR belum diadakan karena masih admin dari pihak perpus yang mengupload koleksi ke IR akan tetapi jika sudah ada kebijakan upload mandiri, pelatihan pasti akan diadakan.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola Institutional Repository dalam melakukan proses manajemen, pembaharuan, dan pemeliharaan konten digital yang ada pada Institutional Repository?

- Narasumber : *“Jadi dalam proses pembaharuan dan pemeliharaan pihak pusim yang mengurus, jika ada kendala atau update sistemnya, nah pihak perpustakaan hanya melaporkan.”*
- Peneliti : Bagaimana cara pengguna dalam melakukan upload konten digital pada Institutional Repository secara mandiri?
- Narasumber : *“Untuk sekarang ini pengupload konten masih belum secara mandiri, masih pihak perpustakaan yang mengupload ke IR.”*
- Peneliti : Apakah ada program studi atau fakultas yang mengharuskan menggunakan referensi yang berasal dari Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Kalau yang mengharuskan si belum ada, akan tetapi ada beberapa dosen prodi yang menyarankan menggunakan referensi dari IR.”*
- Peneliti : Apakah penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa diwajibkan untuk mengunggah di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Belum diwajibkan untuk upload di IR.”*
- Peneliti : Bagaimana peran pustakawan dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Ya paling peran pustakawannya untuk mengajarkan pengguna pada saat user education kepada mahasiswa baru kemudian dijelaskan manfaat dari IR tersebut dan cara mengaksesnya gimana seperti itu.”*
- Peneliti : Apakah ada pustakawan yang melakukan kolaborasi dengan dosen dalam melakukan penelitian?
- Narasumber : *“Ada, akan tetapi masih jarang biasanya kolaborasinya hanya meminta rekomendasi referensi saja.”*
- Peneliti : Apakah ada bukti fisik seperti brosur, poster yang digunakan dalam melakukan promosi Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Untuk sementara ini sih belum ada, mungkin kedepannya akan dibuat.”*

- Peneliti : Apakah ada pedoman dalam bentuk fisik untuk melakukan upload konten di Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Iya ada sebagai panduan kita dalam mengupload baik itu skripsi, artikel jurnal.”*
- Peneliti : Apakah disediakan fasilitas untuk pengguna dalam mengakses IR?
- Narasumber : *“Ada, pihak perpustakaan menyediakan beberapa komputer yang dapat digunakan oleh mahasiswa.”*

#### **Wawancara Kabag Pelayanan & Otomasi, 31 Januari 2024**

- Peneliti : Apa saja produk/konten digital yang ditawarkan di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Untuk produknya ada tugas akhir baik itu skripsi, disertasi, tesis, artikel jurnal dan lain-lain.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak Perpustakaan dalam upaya mengelola kualitas konten atau produk yang ada di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Kita selalu berkoordinasi dengan pusim jika ada kendala atau error, tapi kalau untuk produknya sendiri, kita melakukan cek plagiasi dari karya yang mau di unggah ke dalam IR semacam itu si.”*
- Peneliti : Apakah pihak Perpustakaan menyediakan variasi produk atau fitur pencarian lanjutan dalam IR?
- Narasumber : *“Iya sebenarnya pihak pengembang e-prints yang menyediakan variasi produk atau advanced search tentunya berdasarkan keluhan dari pengguna/pustakawan agar ditambahkan sehingga memudahkan pengguna untuk mencari referensi yang dibutuhkan baik berdasarkan tahun, penulis ataupun keywordsnya.”*
- Peneliti : Apakah ada hal yang menarik dari konten digital atau produk yang ditawarkan oleh Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?

- Narasumber : *“Untuk hal yang menarik dari produknya mungkin dari artikel jurnal dari dosen ya yang pernah di publish di jurnal nasional bahkan internasional.”*
- Peneliti : Apa yang menjadi produk inti yang dilayangkan pada IR?
- Narasumber : *“Untuk sementara ini masih tugas akhir mahasiswa dan jurnal dari dosen.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses atau mendaftar Institutional Repository di kenakan biaya (berbayar) atau gratis?
- Narasumber : *“Untuk aksesnya semua sudah gratis tidak ada dikenakan biaya akan tetapi dibatasi untuk skripsi hanya sampai bab 1 saja kalau artikel dari dosen full text.”*
- Peneliti : Apakah dalam menentukan kebijakan gratis atau berbayar dalam mengakses IR ditentukan oleh pihak pusat Universitas atau pihak pengelola IR yaitu Perpustakaan?
- Narasumber : *“Iya untuk kebijakannya ditentukan oleh pihak perpustakaan kemudian diajukan ke pihak pusat universitas untuk mendapatkan legalitas dari pusat.”*
- Peneliti : Bagaimana pengguna dapat mencari, memanfaatkan, dan mengakses Institutional Repository? (misalnya melalui website dan lain sebagainya)
- Narasumber : *“Bisa dengan cara mengakses melalui repository secara langsung atau mengunjungi e library unmer disana juga sudah dicantumkan link dari repository universitas merdeka malang.”*
- Peneliti : Apakah melalui website yang menjadi prioritas utama dalam melakukan promosi? Ataukah ada platform lain?
- Narasumber : *“Iya untuk sementara ini melalui website repository dan e library unmer yang menjadi prioritas dalam melakukan promosi IR.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses dan memanfaatkan Institutional Repository tersedia secara online, hanya di Perpustakaan saja atau melalui saluran khusus lainnya?

- Narasumber : *“Iya sudah bisa secara online, kalau saluran khusus lainnya itu belum ada sih.”*
- Peneliti : Apa pemasaran yang memungkinkan menurut pihak pengelola dalam melakukan promosi Institutional Repository? Mengapa?
- Narasumber : *“Pemasaran secara langsung seperti user education kepada pengguna atau mahasiswa dan menggunakan media sosial.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola dalam menjelaskan manfaat dan nilai dari Institutional Repository tersebut kepada pengguna?
- Narasumber : *“Bisa dari user education kepada pengguna atau mahasiswa baru dan mungkin bisa dari media sosial.”*
- Peneliti : Menurut anda, metode pendekatan seperti apa yang efektif untuk dilakukannya promosi kepada pengguna? Apakah promosi secara langsung atau menggunakan media sosial?
- Narasumber : *“Menurut saya yang paling efektif yaitu promosi secara langsung karena.”*
- Peneliti : Apakah pihak perpustakaan pernah melakukan pelatihan khusus kepada staf dalam mengelola IR?
- Narasumber : *“Kalau dulu pernah si dilakukan pelatihan untuk pustakawan perpustakaan fakultas.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola Institutional Repository dalam melakukan proses manajemen, pembaharuan, dan pemeliharaan konten digital yang ada pada Institutional Repository?
- Narasumber : *“Terkait dari pembaharuan dan pemeliharannya diserahkan kepada tim pusim kita pihak perpustakaan hanya koordinasi dan melaporkan jika ada terjadi kesalahan ataupun ada ketidak sinkronan.”*
- Peneliti : Bagaimana cara pengguna dalam melakukan upload konten digital pada Institutional Repository secara mandiri?
- Narasumber : *“Kalau upload secara mandiri ke ir belum bisa ya, untuk saat ini masih pihak perpustakaan yang melakukan upload konten/produk,*

*akan tetapi kedepannya insyaallah akan diupayakan untuk bisa upload mandiri.”*

- Peneliti : Apakah ada program studi atau fakultas yang mengharuskan menggunakan referensi yang berasal dari Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Ada beberapa prodi, bahkan cenderung dari dosen sendiri yang mempromosikan hal tersebut.”*
- Peneliti : Apakah penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa diwajibkan untuk mengunggah di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Iya untuk penelitian dari dosen dan mahasiswa wajib di unggah di IR.”*
- Peneliti : Bagaimana peran pustakawan dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Peran pustakawan ya menyampaikan manfaat dan cara mengakses IR kepada pengguna melalui tadi bisa dari user education kemahasiswa baru dan lain sebagainya.”*
- Peneliti : Apakah ada pustakawan yang melakukan kolaborasi dengan dosen dalam melakukan penelitian?
- Narasumber : *“Ada beberapa dosen yang pernah melakukan kolaborasi dengan pustakawan dalam melakukan penelitian.”*
- Peneliti : Apakah ada bukti fisik seperti brosur, poster yang digunakan dalam melakukan promosi Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Untuk sekarang ini belum ada.”*
- Peneliti : Apakah ada pedoman dalam bentuk fisik untuk melakukan upload konten di Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Ada, pedoman untuk melakukan upload konten.”*
- Peneliti : Apakah disediakan fasilitas untuk pengguna dalam mengakses IR?
- Narasumber : *“Iya ada disediakan oleh perpustakaan seperti komputer dan lain sebagainya.”*

**Wawancara Kepala Perpustakaan Universitas Merdeka Malang, 4 Maret 2024**

- Peneliti : Apa saja produk/konten digital yang ditawarkan di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Ada beberapa produk yang dilayangkan di Institutional unmer ini contohnya buku, jurnal dosen, tugas akhir baik itu tesis, disertasi ataupun skripsi, laporan atau SK dan lain sebagainya.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak Perpustakaan dalam upaya mengelola kualitas konten atau produk yang ada di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Jadi dalam upaya mengelola kualitas konten tersebut berhubungan dengan SDM pengelola IR, kita selalu mengikut sertakan untuk mengupgrade pengetahuan dan skillnya khususnya kepada kabag yang mengelola IR jika ada pelatihan terkait dengan IR ataupun yang lainnya agar layanan repository tetap update.”*
- Peneliti : Apakah pihak Perpustakaan menyediakan variasi produk atau fitur pencarian lanjutan dalam IR?
- Narasumber : *“Iya kita juga menyediakan beberapa variasi produk contohnya ada buku, jurnal dari dosen, tugas akhir mahasiswa baik itu skripsi, thesis, disertasi, laporan atau SK dan lain sebagainya.”*
- Peneliti : Apakah ada hal yang menarik dari konten digital atau produk yang ditawarkan oleh Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Kalau hal yang menarik dari IR sendiri banyak macam koleksi yang disediakan mulai dari karya dosen, mahasiswa ataupun yang lainnya.”*
- Peneliti : Apa yang menjadi produk inti yang dilayangkan pada IR?
- Narasumber : *“Karya intinya ya karya-karya dosen baik itu buku, jurnal terutama yang disiapkan untuk menjadi guru besar dan tugas akhir mahasiswa yang menjadi produk inti yang dilayangkan. Kita selama 3*



*tahun terakhir ini sudah ada kurang lebih 30 buku-buku baru dari dosen-dosen yang sedang mengusulkan untuk guru besar.”*

- Peneliti : Apakah dalam mengakses atau mendaftar Institutional Repository di kenakan biaya (berbayar) atau gratis?
- Narasumber : *“Disini sudah gratis baik dalam mengaksesnya, tidak ada dikenakan biaya pendaftaran ataupun yang lainnya.”*
- Peneliti : Apakah dalam menentukan kebijakan gratis atau berbayar dalam mengakses IR ditentukan oleh pihak pusat Universitas atau pihak pengelola IR yaitu Perpustakaan?
- Narasumber : *“Jadi disini manajemen lembaga kita sentralistik jadi perpustakaan tidak boleh melakukan pemungutan diluar kebijakan rektor sebarangpun rupiahnya akan tetapi kita mengusulkan untuk terkait dengan berbayar atau gratisnya suatu layanan tersebut.”*
- Peneliti : Bagaimana pengguna dapat mencari, memanfaatkan, dan mengakses Institutional Repository? (misalnya melalui website dan lain sebagainya)
- Narasumber : *“Iya untuk pengguna bisa mengakses dan memanfaatkan IR bisa melalui website repositorynya secara langsung atau bisa mengakses e library universitas merdeka malang nanti disana sudah dicantumkan link dari IR universitas merdeka malang.”*
- Peneliti : Apakah melalui website yang menjadi prioritas utama dalam melakukan promosi? Ataukah ada platform lain?
- Narasumber : *“Untuk sementara ini hanya melalui website ir dan website e library unmer malang.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses dan memanfaatkan Institutional Repository tersedia secara online, hanya di Perpustakaan saja atau melalui saluran khusus lainnya?
- Narasumber : *“Semua sudah bisa diakses secara online dan dapat diakses dimana saja tidak terbatas hanya di perpustakaan saja.”*
- Peneliti : Apa pemasaran yang memungkinkan menurut pihak pengelola dalam melakukan promosi Institutional Repository? Mengapa?

- Narasumber : *“Iya tentu karna ini sudah era digital ya tentu kita menggunakan media sosial dan kami juga melakukan user education atau meminta kepada panitia penerimaan mahasiswa baru untuk melakukan kunjungan ke perpustakaan agar mahasiswa baru tau apa saja yang ada di perpustakaan dan layanan apa saja yang ada di perpustakaan.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola dalam menjelaskan manfaat dan nilai dari Institutional Repository tersebut kepada pengguna?
- Narasumber : *“Balik lagi dengan cara pendekatan secara langsung seperti pendidikan pengguna atau user education kepada mahasiswa baru yang berkunjung ke Perpustakaan dan kita sebagai tuan ruma menjelaskan secara garis besarnya dari beberapa layanan yang ada di Perpustakaan.”*
- Peneliti : Menurut anda, metode pendekatan seperti apa yang efektif untuk dilakukannya promosi kepada pengguna? Apakah promosi secara langsung atau menggunakan media sosial?
- Narasumber : *“Keduanya masih efektif, baik secara langsung kepada pengguna maupun melalui media sosial, akan tetapi seiring perkembangan zaman promosi yang praktis menggunakan media sosial.”*
- Peneliti : Apakah pihak perpustakaan pernah melakukan pelatihan khusus kepada staf dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan Institutional Repository?
- Narasumber : *“Iya pernah, terutama kepada kabagnya ya pak dani dan bu rita kita ikut sertakan misalnya ada workshop atau sosialisasi yang diadakan oleh universitas lain. Sehingga informasi apa yang di dapatkan dari kegiatan tersebut dapat di desiminasi kepada pustakawan yang lainnya.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola Institutional Repository dalam melakukan proses manajemen, pembaharuan, dan pemeliharaan konten digital yang ada pada Institutional Repository?
- Narasumber : *“Untuk selama ini dalam proses pembaharuan dan proses pemeliharaan masih di lakukan oleh tim pusim.”*

- Peneliti : Bagaimana cara pengguna dalam melakukan upload konten digital pada Institutional Repository secara mandiri?
- Narasumber : *“Kalau untuk sekarang masih belum bisa melakukan upload secara mandiri, hal ini juga sudah kita sampaikan kepada pusat akan tetapi masih belum bisa dilaksanakan.”*
- Peneliti : Apakah ada program studi atau fakultas yang mengharuskan menggunakan referensi yang berasal dari Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Untuk hal tersebut tidak ada kewajiban ya untuk menggunakan referensi dari IR universitas.”*
- Peneliti : Apakah penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa diwajibkan untuk mengunggah di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Jadi disini itu penelitian dari dosen, mahasiswa, baik itu pengabdian wajib di unggah di repository.”*
- Peneliti : Bagaimana peran pustakawan dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Ya karna semua pustakawan disini itu belum memahami secara mendalam terkait dengan IR kecuali pak dani dan bu rita yang sudah berpengalaman jadi bisa memberikan informasi kepada pengguna lewat kegiatan-kegiatan misalnya kegiatan pendidikan pengguna dan lain-lain.”*
- Peneliti : Apakah ada pustakawan yang melakukan kolaborasi dengan dosen dalam melakukan penelitian?
- Narasumber : *“Belum ada, emang kelemahan kita, saya sering menyampaikan pada saat rapat-rapat mestinya pustakawan itu juga sama seperti dosen yaitu sama-sama melakukan penelitian, menulis dan mengabdikan.”*
- Peneliti : Apakah ada bukti fisik seperti brosur, poster yang digunakan dalam melakukan promosi Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Kalau bukti fisik seperti brosur atau poster belum ada.”*

- Peneliti : Apakah ada pedoman dalam bentuk fisik untuk melakukan upload konten di Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Kita sudah membuat pedoman untuk unggah konten ke repository yang sementara ini masih diperuntukkan bagi pihak perpustakaan.”*
- Peneliti : Apakah disediakan fasilitas untuk pengguna dalam mengakses IR?
- Narasumber : *“Iya sudah disediakan fasilitas seperti komputer untuk bisa mengakses apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna.”*

#### **Wawancara Pustakawan Sirkulasi, 4 Maret 2024**

- Peneliti : Apa saja produk/konten digital yang ditawarkan di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Ada beberapa produk yang dilayankan di Institutional unmer ini contohnya jurnal dosen, tugas akhir baik itu tesis, disertasi ataupun skripsi, prosiding dan HAKI.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak Perpustakaan dalam upaya mengelola kualitas konten atau produk yang ada di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Upaya yang dilakukan salah satunya yaitu menetapkan minimum plagiasi dari karya ilmiah atau tugas akhir dari mahasiswa sebesar 25% sedangkan untuk magister sebesar 20% dan membatasi unggahan di repository hanya cover, bab satu dan yang lainnya di hidden.”*
- Peneliti : Apakah pihak Perpustakaan menyediakan variasi produk atau fitur pencarian lanjutan dalam IR?
- Narasumber : *“Ada seperti yang dijelaskan sebelumnya dan untuk fitur lanjutannya juga sudah di sediakan sehingga mahasiswa atau pengguna dapat melakukan pencarian secara spesifik.”*
- Peneliti : Apakah ada hal yang menarik dari konten digital atau produk yang ditawarkan oleh Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?

- Narasumber : *“Mungkin yang menarik menurut saya dari produk yang ada di IR unmer tidak hanya terbatas pada karya tugas akhir mahasiswa ataupun jurnal – jurnal dosen saja, akan tetapi memuat seperti HAKI dan lain sebagainya.”*
- Peneliti : Apa yang menjadi produk inti yang dilayangkan pada IR?
- Narasumber : *“Untuk produk inti yang dilayangkan ada tugas akhir mahasiswa dan jurnal artikel dari dosen.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses atau mendaftar Institutional Repository di kenakan biaya (berbayar) atau gratis?
- Narasumber : *“Untuk layanan IR semua sudah gratis tidak dikenakan biaya dan sudah bisa di akses secara online.”*
- Peneliti : Apakah dalam menentukan kebijakan gratis atau berbayar dalam mengakses IR ditentukan oleh pihak pusat Universitas atau pihak pengelola IR yaitu Perpustakaan?
- Narasumber : *“Setau saya, yang menentukan kebijakannya dari pusat universitas akan tetapi atas dasar pertimbangan dari pihak perpustakaan.”*
- Peneliti : Bagaimana pengguna dapat mencari, memanfaatkan, dan mengakses Institutional Repository? (misalnya melalui website dan lain sebagainya)
- Narasumber : *“bisa langsung mengakses website dari IR itu sendiri atau dapat mengakses E-library perpustakaan universitas merdeka malang.”*
- Peneliti : Apakah melalui website yang menjadi prioritas utama dalam melakukan promosi? Ataukah ada platform lain?
- Narasumber : *“Untuk sementara ini iya hanya melalui website yang sudah dijelaskan sebelumnya.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses dan memanfaatkan Institutional Repository tersedia secara online, hanya di Perpustakaan saja atau melalui saluran khusus lainnya?
- Narasumber : *“Sudah bisa diakses secara online tidak terbatas hanya di perpustakaan saja, akan tetapi bisa dimana saja.”*

- Peneliti : Apa pemasaran yang memungkinkan menurut pihak pengelola dalam melakukan promosi Institutional Repository? Mengapa?
- Narasumber : *“Menurut saya yang memungkinkan yaitu pemasaran langsung dan tidak langsung baik melakukan promosi lewat media sosial dan juga melakukan sosialisasi secara langsung, akan tetapi kalau dari saya sendiri lebih ke arah promosi secara langsung.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola dalam menjelaskan manfaat dan nilai dari Institutional Repository tersebut kepada pengguna?
- Narasumber : *“Balik lagi dengan beberapa kegiatan tersebut misalnya pendidikan pemustaka ataupun yang lainnya.”*
- Peneliti : Menurut anda, metode pendekatan seperti apa yang efektif untuk dilakukannya promosi kepada pengguna? Apakah promosi secara langsung atau menggunakan media sosial?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya melalui promosi secara langsung ke mahasiswa karena lebih nyaman dan ada interaksi sehingga kita juga bisa mengetahui kendala ataupun masukan dari mahasiswa itu sendiri.”*
- Peneliti : Apakah pihak perpustakaan pernah melakukan pelatihan khusus kepada staf dalam memberikan pelayanan kepada pemustaka?
- Narasumber : *“Pelatihan terkait pengelolaan IR memang pernah ada pas waktu awal adanya IR seperti mengupload artikel jurnal, skripsi ataupun haki.”*
- Peneliti : Bagaimana pihak pengelola Institutional Repository dalam melakukan proses manajemen, pembaharuan, dan pemeliharaan konten digital yang ada pada Institutional Repository?
- Narasumber : *“Untuk masalah pemeliharaan, pembaharuan sendiri diserahkan ke tim IT pusat yaitu PUSIM (Pusat Sistem Informasi Multimedia).”*
- Peneliti : Bagaimana cara pengguna dalam melakukan upload konten digital pada Institutional Repository secara mandiri?

- Narasumber : *“Untuk sementara ini masih dari perpustakaan yang melakukan upload konten atau produk kedalam IR dan belum bisa melakukan upload secara mandiri.”*
- Peneliti : Apakah ada program studi atau fakultas yang mengharuskan menggunakan referensi yang berasal dari Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Kalau kebijakan secara formal tidak ada yang mewajibkan untuk menggunakan referensi dari IR akan tetapi ada beberapa dosen yang menyarankan untuk menggunakan referensi dari IR.”*
- Peneliti : Apakah penelitian yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa diwajibkan untuk mengunggah di Institutional Repository Universitas Merdeka Malang?
- Narasumber : *“Iya seluruh karya hasil civitas akademik universitas merdeka malang wajib di unggah di IR.”*
- Peneliti : Bagaimana peran pustakawan dalam mengajarkan pengguna untuk memanfaatkan Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Untuk peran pustakawan sendiri balik lagi dalam kegiatan-kegiatan yang sudah dilaksanakan misalnya pendidikan pengguna dan lain sebagainya.”*
- Peneliti : Apakah ada pustakawan yang melakukan kolaborasi dengan dosen dalam melakukan penelitian?
- Narasumber : *“Setau saya ada beberapa dosen yang pernah melakukan kolaborasi dengan dosen.”*
- Peneliti : Apakah ada bukti fisik seperti brosur, poster yang digunakan dalam melakukan promosi Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Kalau brosur, poster masih belum ada untuk sekarang”*
- Peneliti : Apakah ada pedoman dalam bentuk fisik untuk melakukan upload konten di Institutional Repository ?
- Narasumber : *“Kalau pedoman upload konten sudah ada.”*
- Peneliti : Apakah disediakan fasilitas untuk pengguna dalam mengakses IR?

- Narasumber : *“Sudah disediakan komputer jika pemustaka ingin menggunakannya.”*

#### **Wawancara Infroman E, 2 April 2024**

- Peneliti : Menurut Anda, apa yang menarik dari layanan produk yang dilayanan oleh Institutional Repository?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya, layanan ini sudah cukup menarik apalagi isi dari produk yang ada di institutional repository berisi jurnal-jurnal dosen yang sudah pernah publish di portal nasional ataupun internasional.”*
- Peneliti : Apakah anda pernah memanfaatkan artikel jurnal atau karya ilmiah lainnya? Apakah itu sesuai dengan yang anda butuhkan?
- Narasumber : *“Pernah beberapa kali saya memanfaatkan untuk mencari referensi untuk menyelesaikan jurnal saya, karena saya kebetulan melalui jalur jurnal sebagai syarat kelulusan.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan Institutional Repository yang dapat di akses secara gratis dan open access?
- Narasumber : *“Sangat bagus karena bisa membantu semua mahasiswa yang sedang dalam melakukan penelitian untuk mencari sumber referensi dibandingkan dengan yang berbayar lebih rumit lagi, ya walaupun ada beberapa jurnal yang bisa di buka menggunakan cara yang legal tapi kalau ada yang gratis mending dimanfaatkan aja yang gratis.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan koleksi tugas akhir mahasiswa yang ada di IR dibatasi hanya bab satu?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya tidak masalah sih dibatasi hanya bab satu saja, jadi kalau pembaca tertarik untuk membaca secara keseluruhan skripsi bisa datang langsung ke perpustakaan sehingga secara tidak langsung perpustakaannya juga rame dengan pengunjung.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari Institutional Repository nyaman dan mudah digunakan?
- Narasumber : *“Kalau tampilannya cukup nyaman, simpel dan menu-menunya juga mudah dimengerti.”*



- Peneliti : Apakah dengan mengakses IR membuat anda mendapatkan referensi dan pandangan untuk menyelesaikan tugas atau mendapatkan referensi judul skripsi?
- Narasumber : *“Iya terkadang saya juga mendapatkan referensi untuk menyelesaikan tugas akan tetapi tidak hanya di ir saja ada portal-portal lain yang saya gunakan contohnya google scholar dan lain-lain.”*
- Peneliti : Apa pendekatan promosi yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan kesadaran akan Institutional Repository? Apakah melalui media sosial atau sosialisasi secara langsung?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya mungkin lebih efektif menggunakan media sosial contohnya instagram apalagi feedsnya menarik pasti mahasiswa tertarik untuk menggunakan layanan tersebut dan yang lebih pentingnya SEO atau Search Engine Optimization agar pada saat pencarian di google muncul pada pencarian yang pertama.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses Institutional Repository sering terjadi kendala atau error?
- Narasumber : *“Kalau sering sih ngga ya, paling pas kalau servernya lagi down atau maintenance aja terjadi errornya.”*
- Peneliti : Menurut anda, siapa saja yang harus berperan dalam melakukan promosi terkait dengan penggunaan IR? Apakah pustakawan dan dosen?
- Narasumber : *“Menurut saya semuanya harus berperan terutama mahasiswa bisa mempromosikan layanan ir ke temannya yang lain.”*
- Peneliti : Menurut anda masih efektif atau tidak promosi menggunakan banner, poster yang diletakkan dan tempel di perpustakaan?
- Narasumber : *“Masih akan tetapi seiring perkembangan zaman sudah jarang mahasiswa yang membaca atau melihat benner atau poster mending melakukan promosi menggunakan media sosial.”*
- Peneliti : Menurut anda sebagai pengguna, apakah dengan membuat panduan cara memanfaatkan Institutional Repository secara detail sangat dibutuhkan?

- Narasumber : *“Kalau untuk membuat panduan tutorial gitu menurut saya masih perlu, akan tetapi kalau tampilan UI UX nya sudah bagus dan mudah digunakan sepertinya tidak perlu.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari IR sudah ramah pengguna dan menarik?
- Narasumber : *“Kalau menurut pribadi sudah lumayan ramah pengguna dan menarik dilihat dari penempatan menu nya juga sudah nyaman dilihat.”*

#### **Wawancara Informan M, 2 April 2024**

- Peneliti : Menurut Anda, apa yang menarik dari layanan produk yang dilayanan oleh Institutional Repository?
- Narasumber : *“Sangat bermanfaat karena mahasiswa yang hendak menyusun skripsi bisa melihat referensi dari IR begitu juga dalam pembuatan jurnal dan dengan adanya layanan ini juga bisa bermanfaat bagi mahasiswa untuk membeli atau menyebarkan karya tulisnya kepada orang lain.”*
- Peneliti : Apakah anda pernah memanfaatkan artikel jurnal atau karya ilmiah lainnya? Apakah itu sesuai dengan yang anda butuhkan?
- Narasumber : *“Iya pernah, sebagai referensi untuk menyelesaikan skripsi dan tugas matakuliah dan menurut saya cukup sesuai dengan yang saya butuhkan.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan Institutional Repository yang dapat di akses secara gratis dan open access?
- Narasumber : *“Tanggapan saya terkait dengan layanan ir sangat menarik karena selain dalam mengaksesnya gratis layanan ini juga sangat membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan koleksi tugas akhir mahasiswa yang ada di IR dibatasi hanya bab satu?
- Narasumber : *“Manurut saya pribadi kalau dibatasi hanya bab satu saja kurang efektif karena nanggung kalau bisa jika ingin dibatasi mungkin bisa sampai bab tiga.”*

- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari Institutional Repository nyaman dan mudah digunakan?
- Narasumber : *“Kalau untuk tampilannya sih sudah cukup nyaman dan mudah untuk digunakan apalagi ada beberapa fitur-fitur yang mudah dipahami juga.”*
- Peneliti : Apakah dengan mengakses IR membuat anda mendapatkan referensi dan pandangan untuk menyelesaikan tugas atau mendapatkan referensi judul skripsi?
- Narasumber : *“Iya sangat membantu banget untuk mendapatkan referensi dan bisa melihat tata cara melakukan penulisan skripsi dengan benar.”*
- Peneliti : Apa pendekatan promosi yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan kesadaran akan Institutional Repository? Apakah melalui media sosial atau sosialisasi secara langsung?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya, lebih baik menggunakan media sosial karena lebih mudah di akses oleh publik dan tidak terbatas hanya mahasiswa universitas merdeka saja yang bisa lihat akan tetapi lebih luas jangkauannya.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses Institutional Repository sering terjadi kendala atau error?
- Narasumber : *“Selama saya menggunakan sih masih belum terjadi kendala paling sinyalnya saja.”*
- Peneliti : Menurut anda, siapa saja yang harus berperan dalam melakukan promosi terkait dengan penggunaan IR? Apakah pustakawan dan dosen?
- Narasumber : *“Menurut saya, semua pihak harus berperan karena layanan ini sangat membantu, baik itu mahasiswa ataupun dosen juga harus memperkenalkan atau mempromosikan layanan ini misalkan dosen dapat mempromosikan pada saat dikelas.”*
- Peneliti : Menurut anda masih efektif atau tidak promosi menggunakan banner, poster yang diletakkan dan tempel di perpustakaan?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya pribadi sudah tidak efektif melakukan promosi menggunakan benner atau poster karena terlihat bosan apalagi*

*desainnya biasa-biasa saja akan lebih baiknya menggunakan media sosial akan tetapi desainnya harus menarik dan tidak monoton.”*

- Peneliti : Menurut anda sebagai pengguna, apakah dengan membuat panduan cara memanfaatkan Institutional Repository secara detail sangat dibutuhkan?
- Narasumber : *“Sangat perlu karena menggunakan vidio tutorial seperti itu juga menarik dan jika kita lupa kita bisa menonton vidio tutorialnya kembali.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari IR sudah ramah pengguna dan menarik?
- Narasumber : *“Secara pribadi tampilannya sudah ramah pengguna dan cukup menarik.”*

#### **Wawancara Informan F, 2 April 2024**

- Peneliti : Menurut Anda, apa yang menarik dari layanan produk yang dilayangkan oleh Institutional Repository?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya, yang menarik lebih ke arah kelengkapan karya yang disediakan tidak hanya terbatas dari karya dosen saja, akan tetapi ada dari mahasiswa baik dari jurnal, buku, tugas akhir dan lain sebagainya serta menu yang disediakan cukup lengkap.”*
- Peneliti : Apakah anda pernah memanfaatkan artikel jurnal atau karya ilmiah lainnya? Apakah itu sesuai dengan yang anda butuhkan?
- Narasumber : *“Iya pernah sebagai tambahan kajian literatur saya.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan Institutional Repository yang dapat di akses secara gratis dan open access?
- Narasumber : *“Sangat membantu dari pada mencari jurnal di portal lain yang berbayar, dan ini juga kan ada hasil karya penelitian dari dosen kita juga sehingga sangat bagus untuk di manfaatkan.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan koleksi tugas akhir mahasiswa yang ada di IR dibatasi hanya bab satu?

- Narasumber : *“Kalau menurut saya masih kurang si kalau bisa diakses hanya bab satu saja, walaupun karya yang lain seperti jurnal bisa diakses secara full text.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari Institutional Repository nyaman dan mudah digunakan?
- Narasumber : *“Menurut saya tampilannya sudah nyaman, dan gampang di gunakan apalagi menunya juga cukup lengkap.”*
- Peneliti : Apakah dengan mengakses IR membuat anda mendapatkan referensi dan pandangan untuk menyelesaikan tugas atau mendapatkan referensi judul skripsi?
- Narasumber : *“Iya biasanya untuk menambahkan kajian literatur saya dalam mengerjakan tugas.”*
- Peneliti : Apa pendekatan promosi yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan kesadaran akan Institutional Repository? Apakah melalui media sosial atau sosialisasi secara langsung?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya promosi yang efektif digunakan yaitu promosi melalui media sosial karena perkembangan zaman sudah canggih dan rata-rata mahasiswa sudah menggunakan media sosial. Kalau secara langsung masih butuh mencari mahasiswanya terlebih dahulu dan memakan waktu.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses Institutional Repository sering terjadi kendala atau error?
- Narasumber : *“Selama saya akses masih belum ada yang error.”*
- Peneliti : Menurut anda, siapa saja yang harus berperan dalam melakukan promosi terkait dengan penggunaan IR? Apakah pustakawan dan dosen?
- Narasumber : *“Menurut saya yang harus berperan lebih adalah mahasiswa ya, karena promosi dari teman ke teman lebih cepat informasi yang disebar.”*
- Peneliti : Menurut anda masih efektif atau tidak promosi menggunakan banner, poster yang diletakkan dan tempel di perpustakaan?
- Narasumber : *“Masih efektif si kalau menggunakan media tersebut.”*

- Peneliti : Menurut anda sebagai pengguna, apakah dengan membuat panduan cara memanfaatkan Institutional Repository secara detail sangat dibutuhkan?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya perlu dan tidak perlu si, jika dilihat dari tampilannya karena gampang.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari IR sudah ramah pengguna dan menarik?
- Narasumber : *“Iya sudah ramah, mudah di akses dan tidak perlu login terlebih dahulu.”*

#### **Wawancara Informan S, 2 April 2024**

- Peneliti : Menurut Anda, apa yang menarik dari layanan produk yang dilayanan oleh Institutional Repository?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya, yang menarik dari layanan ini yaitu jenis konten yang cukup banyak mulai dari jurnal-jurnal dosen ataupun karya dari mahasiswa itu sendiri yang sangat membantu dalam memnuhi kebutuhan mahasiswa.”*
- Peneliti : Apakah anda pernah memanfaatkan artikel jurnal atau karya ilmiah lainnya? Apakah itu sesuai dengan yang anda butuhkan?
- Narasumber : *“Iya pernah dan sesuai dengan kebutuhan saya terutama jurnal-jurnal.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan Institutional Repository yang dapat di akses secara gratis dan open access?
- Narasumber : *“Sangat bagus karena bisa membantu mahasiswa yang sedang dalam melakukan penelitian untuk mencari kajian literatur mulai dari jurnal yang gratis dan websitenya juga mudah dicari.”*
- Peneliti : Bagaimana pendapat anda terkait dengan koleksi tugas akhir mahasiswa yang ada di IR dibatasi hanya bab satu?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya menarik ya karena dengan adanya kebijakan ini bisa meningkatkan pengunjung di Perpustakaan kalau mahasiswa ingin membaca secara full text dari skripsi tersebut.”*

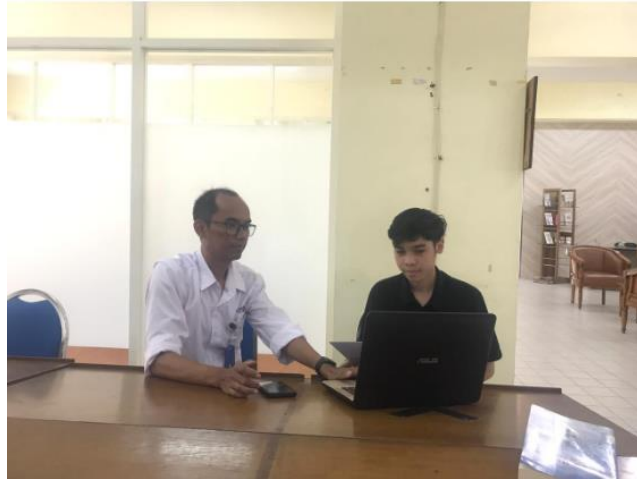
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari Institutional Repository nyaman dan mudah digunakan?
- Narasumber : *“Menurut saya tampilannya sudah nyaman, dan mudah dimengerti.”*
- Peneliti : Apakah dengan mengakses IR membuat anda mendapatkan referensi dan pandangan untuk menyelesaikan tugas atau mendapatkan referensi judul skripsi?
- Narasumber : *“Iya terkadang juga saya mencari referensi dari IR untuk mencari judul tugas akhir saya, tetapi tidak di IR saja saya juga biasanya mencari referensi di website lainnya.”*
- Peneliti : Apa pendekatan promosi yang menurut Anda paling efektif untuk meningkatkan kesadaran akan Institutional Repository? Apakah melalui media sosial atau sosialisasi secara langsung?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya promosi yang efektif digunakan yaitu melakukan promosi secara langsung atau melalui sosialisasi dengan mahasiswa secara langsung terjun ke lapangan, akan tetapi tidak menutup kemungkinan promosi melalui media sosial juga digunakan karena banyak mahasiswa yang sudah menggunakan media sosial.”*
- Peneliti : Apakah dalam mengakses Institutional Repository sering terjadi kendala atau error?
- Narasumber : *“Selama saya akses masih aman belum ada error.”*
- Peneliti : Menurut anda, siapa saja yang harus berperan dalam melakukan promosi terkait dengan penggunaan IR? Apakah pustakawan dan dosen?
- Narasumber : *“Menurut saya semua pihak harus berperan dalam melakukan promosi mulai dari mahasiswa, dosen ataupun dari pihak Perpustakaan yang menyediakan layanan ini.”*
- Peneliti : Menurut anda masih efektif atau tidak promosi menggunakan banner, poster yang diletakkan dan tempel di perpustakaan?
- Narasumber : *“Masih efektif karena tidak semua orang mempunyai media sosial dalam mengakses informasi.”*

- Peneliti : Menurut anda sebagai pengguna, apakah dengan membuat panduan cara memanfaatkan Institutional Repository secara detail sangat dibutuhkan?
- Narasumber : *“Kalau menurut saya sangat dibutuhkan agar memudahkan pengguna dalam mengakses IR.”*
- Peneliti : Menurut anda, apakah tampilan dari IR sudah ramah pengguna dan menarik?
- Narasumber : *“Iya menurut saya sudah ramah pengguna si.”*



### Lampiran 3

#### Dokumentasi Penelitian



Gambar 6. 1 Wawancara dengan Kabag Pelayanan & Otomasi



Gambar 6. 2 Wawancara dengan Kepala Perpustakaan



Gambar 6. 3 Wawancara dengan Pustakawan Bagian Layanan Sirkulasi



Gambar 6. 4 Wawancara dengan Kabag Pembinaan Koleksi

## Hasil Cek Turnitin

SKRIPSI RIFQI ADYTYA			
ORIGINALITY REPORT			
<b>17</b> %	<b>16</b> %	<b>7</b> %	<b>6</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source		<b>4</b> %
<b>2</b>	<b>sosmedpc.blogspot.com</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>hadeethenc.com</b> Internet Source		<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>digilib.iainptk.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %
<b>5</b>	<b>eprints.unmer.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %
<b>6</b>	<b>digilib.uinsa.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %
<b>7</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %
<b>8</b>	<b>journal.walisongo.ac.id</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %
<b>9</b>	<b>www.scilit.net</b> Internet Source		<b>&lt;1</b> %