

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN UIN
MALANG DENGAN METODE *MARKETING MIX***

SKRIPSI



Oleh:

ANDRIANA YESSIA CAHYANING PUTRI

NIM. 210607110045

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2026**

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN UIN
MALANG DENGAN METODE *MARKETING MIX***

SKRIPSI

Oleh:

ANDRIANA YESSIA CAHYANING PUTRI

NIM. 210607110045

Diajukan Kepada:

Fakultas Sains dan Teknologi

**Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi (S.S.I)**

**PROGRAM STUDI PERPUSTAKAAN DAN SAINS INFORMASI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN UIN MALANG
DENGAN METODE *MARKETING MIX***

SKRIPSI

Oleh:

ANDRIANA YESSIA CAHYANING PUTRI

NIM. 210607110045

**Telah Diperiksa dan Disetujui:
Tanggal 22 Juni 2026**

Pembimbing I

Ganis Chandra Puspitadewi, M.A
NIP: 19910721201903214

Pembimbing II

Mubasyiroh, M.Pd.I
NIP: 197905022023212024

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



Siti Mudawamah, M.IP.
NIP.199002232018012001

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN UIN MALANG DENGAN METODE *MARKETING MIX*

SKRIPSI

Oleh:

ANDRIANA YESSIA CAHYANING PUTRI

NIM. 210607110045

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan diterima
Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sains Informasi
(S.S.I) Pada 22 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji

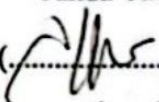
Ketua Penguji : Anindya Gita Puspita, M.A
NIP.198910292020122003

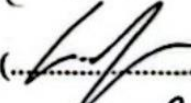
Anggota Penguji I : Wahyu Harivanto, M.M
NIP. 198907212019031007

Anggota Penguji II : Ganis Chandra Puspitadewi, M.A
NIP. 19910721201903214

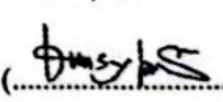
Anggota Penguji III : Mubasyiroh, M.Pd.I
NIP. 197905022023212024

Tanda Tangan

()

()

()

()

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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andriana Yessia Cahyaning Putri
NIM : 210607110045
Program Studi : Perpustakaan dan Sains Informasi
Fakultas : Sains dan Teknologi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi Di Perpustakaan UIN Malang
dengan Metode *Marketing Mix*

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

Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut

Malang, 22 Juni 2026

Yang Membuat Pernyataan



Andriana Yessia C.P
NIM. 210607110045

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Promosi di Perpustakaan UIN Malang dengan Metode Marketing Mix" ini dengan baik. sehingga penulis dapat menyelesaikan studi pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia keluar dari masa kegelapan menuju jalan yang penuh cahaya, yaitu agama Islam.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Agus Mulyono, S.Pd., M.Kes selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Nita Siti Mudawamah, M.IP selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Ganis Chandra Puspitadewi, M.A., dan Ibu Mubasyiroh, M.Pd.I, selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan ikhlas dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam pengerjaan skripsi penulis.
5. Ibu Anindya Gita Puspita, M.A., dan Bapak Wahyu Hariyanto, M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, kritik, semangat yang membangun kelayakan skripsi ini.

6. Segenap jajaran Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah bersedia memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data.
7. Kedua orang tua penulis yang paling berjasa dalam hidup penulis, Ayah Nurwahid dan Mama Yayuk Winarsih. Terima kasih telah menjadi orang tua yang suportif terhadap keputusan dan pilihan hidup penulis. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan memberikan umur yang panjang untuk menemani penulis di pencapaian berikutnya. *Terima kasih karena takdir telah sangat baik menjadikan Ayah dan Mama sebagai orang tua penulis.*
8. Terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada keluarga besar dan saudara sepupu yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bentuk dukungan, doa yang tak putus, serta moral yang diberikan selama ini. Kehangatan dan kebersamaan kalian selalu menjadi tempat terbaik bagi penulis untuk pulang dan melepaskan penat di tengah perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
9. Diri penulis sendiri, Andriana Yessia Cahyaning Putri. terima kasih telah bertahan melewati badai dan tetap percaya pada proses. *You've grown so beautiful through all of this.* Karya ini adalah bukti bahwa kamu jauh lebih kuat dari apa yang kamu takuti.
10. Untuk *partner* saya Berlian Noor Firdausy, terima kasih telah mendampingi peneliti untuk melewati setiap proses sulit dalam penelitian ini.
11. Amanda Mega, dan Alisia Davina, yang merupakan sahabat peneliti, terima kasih telah menemani dalam keadaan apapun, mendengarkan keluh kesah peneliti dan selalu memberikan semangat agar peneliti bisa berproses lebih baik lagi dari hari ke hari, semoga kebahagiaan dan keberuntungan selalu menyertai.
12. Teman saya selama duduk di bangku perkuliahan, Indah, Wulan, Miftah, Atha, dan Bety, yang senantiasa menemani dan memotivasi penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi.

13. Untuk teman-teman "*Garyatama*" yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, kebersamaan selama ini menjadi pengalaman berharga, dan semoga kita semua dapat meraih kesuksesan di jalur masing-masing.

Malang, 22 Juni 2026

Penulis,
Andriana Yessia C.P

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
مستخلص البحث.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Strategi.....	12
2.2.2 Tujuan Strategi.....	13
2.2.3 Pengertian Promosi	13
2.2.4 Tujuan Promosi.....	14
2.2.5 Faktor-Faktor Promosi	15
2.2.6 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	16
2.2.7 Konsep <i>Marketing Mix</i>	16
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Tempat dan waktu Penelitian.....	25
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	25
3.4 Instrumen Penelitian	26
3.5 Sumber Data	26
3.6 Pengumpulan Data.....	27
3.7 Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1.1 Sejarah Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	35
4.1.2 Visi Misi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	36
4.1.3 Sarana dan Prasarana Perpustakaan	37
4.2 Hasil Analisis Strategi Promosi dengan Metode Marketing Mix di Perpustakaan UIN Malang.....	42
4.2.1 <i>Product</i>	43
4.2.2 <i>Price</i>	52

4.2.3	<i>Place</i>	58
4.2.4	<i>Promotion</i>	64
4.2.5	<i>People</i>	78
4.2.7	<i>Physical Evidence</i>	95
4.3	Strategi Promosi Perpustakaan UIN Malang dengan Metode <i>Marketing Mix</i>	103
4.4	Keterkaitan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam	104
BAB V PENUTUP		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran	110
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN		115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Prasurvei wawancara Mahasiswa	3
Gambar 1.2	Prasurvei wawancara Pustakawan	3
Gambar 3.1	Alur Penelitian.....	23
Gambar 4.1	Ruang <i>Collaborative Study</i>	38
Gambar 4.2	Ruang <i>Informan Literacy</i>	39
Gambar 4.3	Ruang <i>reasech Carrel</i>	40
Gambar 4.4	Ruang <i>Recording and Podcast Studio</i>	41
Gambar 4.5	Website koleksi Perpustakaan UIN Malang	46
Gambar 4.6	Akun Instagram Perpustakaan UIN Malang	65
Gambar 4.7	Website Perpustakaan UIN Malang	66
Gambar 4.8	Poster Perpustakaan UIN Malang	67
Gambar 4.9	Seminar Mahasiswa terkait Literasi Akademik	68
Gambar 4.10	Banner Promosi	68
Gambar 4.11	Saluran WhatsApp Perpustakaan UIN Malang	76
Gambar 4.12	Alur Aktivitas dan SOP Perpustakaan UIN Malang.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Pedoman wawancara dengan informan kunci	28
Tabel 3.2	Pedoman wawancara dengan informan pendukung	32
Tabel 4.1	Identitas Informan	43
Tabel 4.2	Strategi Promosi Perpustakaan UIN Malang dengan Metode Marketing Mix.....	103

ABSTRAK

Putri, Andriana Yessia Cahyaning, 2026. **Analisis Strategi Promosi Di Perpustakaan UIN Malang dengan Metode *Marketing Mix*. Pembimbing: (I) Ganis Chandra Puspitadewi.M.A., (II) Mubasyiroh, M.Pd.I**

Kata Kunci: Strategi Promosi, Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, *Metode Marketing Mix*

Perkembangan teknologi informasi dan perubahan kebutuhan pengguna menuntut perpustakaan untuk menerapkan strategi promosi yang mampu meningkatkan penyebaran informasi layanan. Sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi promosi dalam perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan metode *Marketing Mix* yang diantaranya *product, place, price, people, promotion, process, dan physical evidence*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan secara menyeluruh melalui unsur *Marketing Mix* 7P. Aspek *product* diwujudkan melalui penyediaan koleksi, layanan, dan fasilitas yang beragam. Aspek *price* ditunjukkan melalui layanan yang dapat diakses secara gratis. Aspek *place* diwujudkan melalui lokasi yang strategis dan dukungan layanan digital. Aspek *promotion* dilakukan melalui website, media sosial, banner, poster, seminar, pelatihan, dan kegiatan literasi informasi. Aspek *people* terlihat dari pelayanan pustakawan yang responsif. Aspek *process* didukung oleh sistem layanan yang mudah dan terkomputerisasi. Aspek *physical evidence* diwujudkan melalui fasilitas yang nyaman dan platform digital yang informatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi berbasis *Marketing Mix* mampu meningkatkan akses informasi, memperluas pemanfaatan layanan perpustakaan oleh sivitas akademika.

ABSTRACT

Putri, Andriana Yessia Cahyaning, 2026. **Analysis of Promotion Strategies at the UIN Malang Library Using the Marketing Mix Method.** Supervisors: **Ganis Chandra Puspitadewi, M.A., (II) Mubasyiroh, M.Pd.I**

Keywords: Promotion Strategy, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Library, Marketing Mix Method

The development of information technology and changing user needs require libraries to implement promotional strategies that can enhance the dissemination of service information. Therefore, this study aims to formulate the promotional strategy of the Library of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang using the Marketing Mix method, which includes product, place, price, people, promotion, process, and physical evidence. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. The results indicate that the promotional strategy of the Library of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang has been comprehensively implemented through the 7P Marketing Mix elements. The product aspect is reflected in the provision of diverse collections, services, and facilities. The price aspect is demonstrated through services that can be accessed free of charge. The place aspect is represented by the library's strategic location and the support of digital services. The promotion aspect is carried out through the website, social media, banners, posters, seminars, training programs, and information literacy activities. The people aspect is reflected in the responsive services provided by librarians. The process aspect is supported by user-friendly and computerized service systems. The physical evidence aspect is demonstrated through comfortable facilities and informative digital platforms. The findings reveal that the implementation of a Marketing Mix-based promotional strategy has improved access to information and increased the utilization of library services among the academic community.

مستخلص البحث

فوتري، أندريانا ييسيا جهيانينج، 2026. تحليل استراتيجيات الترويج في مكتبة جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج باستخدام طريقة المزيج التسويقي. المشرفة الأولى: كانيس جندرا فوسفيتاديوي، الماجستير؛ والمشرفة الثانية: مبشرة، الماجستير

الكلمة الرئيسية: استراتيجية الترويج، مكتبة جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، طريقة مزيج التسويق

تطور تكنولوجيا المعلومات وتغير احتياجات المستخدمين يطالب المكتبات بتطبيق استراتيجيات ترويجية قادرة على زيادة نشر معلومات الخدمات. لذلك، هدف هذا البحث هو صياغة استراتيجية ترويج في مكتبة جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج باستخدام طريقة مزيج التسويق التي تشمل المنتج، المكان، السعر، الأشخاص، الترويج، العملية، والدليل المادي. يستخدم هذا البحث نوع البحث النوعي مع منهجية وصفية. أظهرت نتائج البحث أن استراتيجية الترويج لمكتبة جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج تم تنفيذها بشكل كامل من خلال عناصر المزيج التسويقي P7. ويُجسّد جانب المنتج من خلال توفير مجموعات وخدمات ومرافق متنوعة. أما جانب السعر فيُظهر من خلال الخدمات التي يمكن الوصول إليها مجاناً. ويُجسّد جانب المكان من خلال الموقع الاستراتيجي ودعم الخدمات الرقمية. ويُنفّذ جانب الترويج عبر الموقع الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي والافتات والبروشات والندوات والتدريبات وأنشطة التثقيف المعلوماتي. ويظهر جانب الأشخاص من خلال خدمة أمناء المكتبات المتجاوبة. ويُدعم جانب العملية من خلال نظام الخدمة السهل والمحفّظ إلكترونياً. ويُجسّد جانب الدليل المادي من خلال المرافق المريحة والمنصة الرقمية المعلوماتية. وتُظهر نتائج البحث أن تطبيق استراتيجية الترويج القائمة على المزيج التسويقي قادر على زيادة الوصول إلى المعلومات وتوسيع استخدام خدمات المكتبة من قبل المجتمع الأكاديمي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

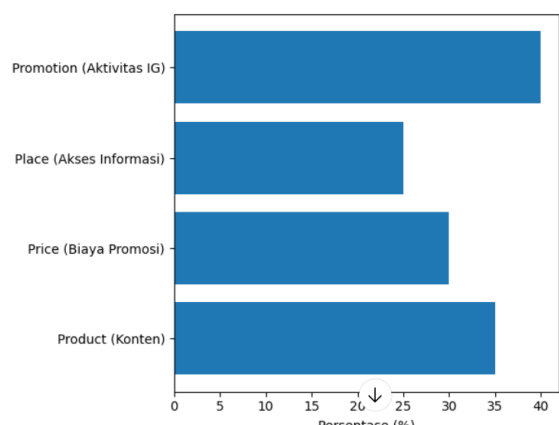
Perpustakaan merupakan sumber informasi yang menyediakan beragam sumber pengetahuan dari berbagai referensi, penelitian, pengembangan ilmu pengetahuan, dan rekreasi (Fidelia, 2021). Lembaga ini berfungsi sebagai pusat informasi, sumber pembelajaran, agen perubahan, serta budaya bangsa. Tugas utama perpustakaan, antara lain mengumpulkan berbagai jenis informasi, melakukan pelestarian, pemeliharaan, serta menyediakan informasi yang dapat dimanfaatkan dan dioptimalkan oleh para pengguna. Terdapat lima jenis perpustakaan yaitu Perpustakaan Nasional, Perpustakaan Umum, Perpustakaan Khusus, Perpustakaan Sekolah dan Perpustakaan Perguruan Tinggi Wardhana, et al, (2023).

Perpustakaan perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menunjang kegiatan akademis mahasiswa dan dosen. Keberadaan perpustakaan sangat penting dalam mendukung proses kegiatan pembelajaran, penelitian, dan penelitian karya ilmiah. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan upaya yang terencana dan berkelanjutan, salah satunya melalui kegiatan promosi perpustakaan (Sopwandi, 2021). Promosi ini bertujuan untuk memperkenalkan layanan, fasilitas, dan sumber informasi yang tersedia, sehingga dapat menumbuhkan minat dan ketertarikan pengguna untuk memanfaatkan perpustakaan secara optimal sebagai pusat belajar, sumber referensi, dan sarana pengembangan pengetahuan Muzaki, (2022).

Marketing Mix merupakan serangkaian alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam pasar sasaran (Kotler & Keller, 2018). Istilah Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumennya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari macam, yaitu tindakan yang mengenai produk (*product*), harga (*price*), penempatan produk (*place*), promosi (*ptomotion*), proses (*process*), lingkungan fisik (*physical evidence*). Tjiptono, (2019)

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai salah satu perpustakaan perguruan tinggi telah menyediakan berbagai layanan, baik secara offline maupun online, seperti, ruang diskusi, *e-book*, akses *e-journal*, dan layanan referensi yang bisa diakses secara gratis melalui sistem yang telah disediakan. Selain itu, perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah melakukan beberapa strategi promosi, seperti promosi melalui media sosial, promosi *e-journal*, penggunaan banner, kolaborasi dengan prodi, dan melalui website perpustakaan. Kegiatan promosi tersebut dikelola oleh staf pustakawan yang bertugas merancang, melaksanakan dan mengevaluasi program promosi agar informasi layanan dapat tersampaikan secara efektif kepada mahasiswa.

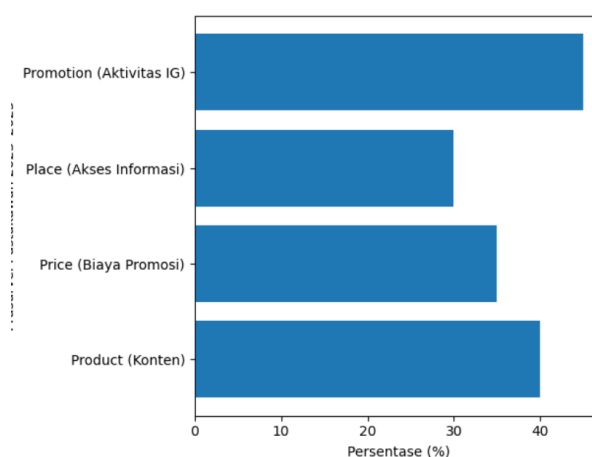
Salah satu bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui media sosial dan website perpustakaan sejak tahun 2023-2025. Pemanfaatan media sosial meningkat sejak pandemi *Covid-19*, karena mahasiswa sering mencari informasi penting terkait akademik melalui media sosial, sehingga pihak pustakawan melakukan promosi melalui media sosial untuk menarik mahasiswa berkunjung dan mengikuti acara yang diadakan perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dalam setiap postingan yang ada di instagram terdapat informasi unik dan penting bagi mahasiswa yang membutuhkan. Selain itu, melalui instagram juga dapat memposting konten tentang layanan perpustakaan yang dapat di akses melalui *online* maupun *offline*. Selain melalui media sosial, perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga memberikan informasi penting secara langsung dengan beberapa banner, kegiatan workshop, seminar, serta layanan user education. Pada data berikut menunjukkan terkait prasurvei wawancara pada 20 mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.



Sumber: Data Peneliti, 2026

Gambar 1.1 Prasurvei wawancara Mahasiswa

Hasil prasurvei menunjukkan bahwa pemanfaatan promosi layanan perpustakaan melalui Instagram oleh mahasiswa masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari beberapa indikator, yaitu aspek produk (35%) yang menunjukkan konten informasi layanan belum cukup menarik atau belum tersosialisasi dengan baik, aspek harga (30%) yang mengindikasikan upaya promosi masih kurang intensif, aspek tempat (25%) yang menunjukkan Instagram belum menjadi sumber utama informasi layanan perpustakaan bagi mahasiswa, serta aspek promosi (40%) yang menandakan kegiatan publikasi sudah dilakukan namun belum maksimal dalam menjangkau seluruh pengguna perpustakaan. Sedangkan berikut ini yaitu diagram prasurvei wawancara kepada pustakawan



Sumber: Data Peneliti, 2026

Gambar 1.2 Prasurvei wawancara Pustakawan

Data ini menunjukkan bahwa meskipun tingkat pengetahuan sudah cukup baik, peningkatan pada aspek aksesibilitas dan optimalisasi layanan masih diperlukan agar pemanfaatannya lebih maksimal. Hasil prasurvei terhadap pustakawan juga menunjukkan kondisi serupa, meskipun persentasenya sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa, yaitu pada aspek produk (40%), harga (35%), tempat (30%), dan promosi (45%), yang menandakan bahwa penyediaan konten dan kegiatan promosi melalui Instagram sudah dilakukan, tetapi masih perlu dikembangkan agar lebih menarik, menjangkau lebih luas, dan meningkatkan keterlibatan pengguna.

Menurut Westell dalam (Kurniawan, 2016) dalam pelaksanaannya, kegiatan promosi akan lebih baik jika didasarkan pada nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an, yang merupakan sumber hukum utama dalam islam serta pedoman dalam menjalankan kehidupan. Prinsip ekonomi islam yang diterapkan dalam penjualan pribadi yaitu keikhlasan. Dimana ikhlas sebagai niat dan jujur sebagai wujudnya, keikhlasan dalam mencegah manipulasi dan kejujuran menjadi indikator nyata dari keikhlasan. Keduanya membentuk amanah dan profesionalisme dalam konteks kerja atau pelayanan. Oleh karena itu penting bagi penjual untuk menjaga amanah dengan menjelaskan produk dengan ikhlas dan berperilaku jujur serta tidak ada kepentingan tersembunyi. Allah berfirman dalam surat Al Imran 77:

إِنَّ الَّذِينَ يَشْتَرُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَأَيْمَانِهِمْ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ لَا خَلَاقَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ وَلَا يُكَلِّمُهُمُ اللَّهُ وَلَا يَنْظُرُ
إِلَيْهِمْ يَوْمَ الْقِيَمَةِ وَلَا يَزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ﴿٧٧﴾

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang menukar janji (nya dengan) allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga yang sedikit, mereka itu tidak mendapat bahagian (pahala) di akhirat” (QS Al -Imran 77)

Dari uraian ayat al-Qur'an di atas, jelas memerintahkan umat islam untuk jujur termasuk dalam berbisnis. Dengan sikap kejujuran, pembeli akan bertambah karena Allah SWT akan memberikan kelebihan pada orang jujur itu. Sedangkan pembeli tentu juga akan memberikan informasi tentang kejujuran dan kebaikan

pedagang itu kepada yang lain, sehingga pembelinya bertambah (Kemenag, 2019). Prinsip promosi dalam islam menekankan nilai kejujuran dan amanah dalam menyampaikan informasi. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran ayat 77 yang melarang perbuatan curang dan manipulatif dalam transaksi. Dalam konteks promosi perpustakaan, ayat ini menegaskan bahwa informasi mengenai layanan, fasilitas, dan sumber informasi yang disampaikan kepada pemustaka harus bersifat jujur, transparan, dan tidak menyesatkan. Promosi perpustakaan yang berlandaskan nilai kejujuran akan meningkatkan kepercayaan pengguna, sehingga mendorong minat dan loyalitas mahasiswa dalam memanfaatkan layanan perpustakaan secara optimal (Aziz, 2019).

Adanya permasalahan yang terdapat pada latar belakang diatas, sehingga peneliti mengkaitkan strategi promosi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan metode *Marketing Mix*. Seperti yang yang diketahui metode *Marketing Mix* merupakan salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk mengetahui seberapa tingkat pemasaran yang akan dilakukan Perpustakaan Universitas dalam mempengaruhi mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena mampu memperoleh gambaran mengenai penerapan strategi promosi yang telah dilakukan dalam mendukung penyebaran informasi dan pemanfaatan layanan perpustakaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti menemukan permasalahan yang ada, yaitu bagaimana analisis strategi promosi yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan unsur *Marketing Mix* yang meliputi *Product, Price, Place, Promotion, People, dan Physical Evidence*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil analisis strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan Metode *Marketing Mix*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dilakukan ini dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi promosi menggunakan metode *Marketing Mix* perpustakaan, sekaligus memberikan informasi mengenai penerapan strategi promosi tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi instansi sebagai bahan masukan, evaluasi, dan rekomendasi dalam pengembangan serta penerapan metode *Marketing Mix* di perpustakaan.

1.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada analisis strategi promosi yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan menggunakan pendekatan *Marketing Mix*. Fokus penelitian berfokus pada berbagai bentuk kegiatan promosi perpustakaan serta layanan perpustakaan.

1.6 Sistematika Penelitian

Peneliti menjelaskan struktur penyusunan skripsi yang terdiri dari lima bab. Setiap bab akan dibagi ke dalam beberapa subbab untuk memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian yang disajikan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama terbagi beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah yang menjelaskan tentang fenomena yang terjadi tentang analisis strategi promosi perpustakaan UIN Malang dengan metode *marketing mix*, rumusan masalah, menyebutkan permasalahan dari latar belakang diatas untuk diambil rumusan masalah, tujuan penelitian ini guna untuk mengetahui sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini, manfaat penelitian ini menjelaskan mengenai manfaat teoritis di dunia akademik dan juga manfaat praktis bagi instansi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab dua ini sub bab terdiri dari tinjauan pustaka dan landasan teori yang meliputi strategi promosi, pemasaran, dan *marketing mix*. Pada tinjauan pustaka ini membahas penelitian terdahulu, dan landasan teori membahas konsep yang dilakukan yang mana menjadi bahan analisis yang mendukung penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari sub bab membahas metode penelitian, mencakup jenis penelitian, lokasi dan waktu, subjek dan objek, sumber data, instrumen, teknik pengumpulan, serta analisis data. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis strategi promosi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan metode *marketing mix*. Bagian lokasi dan waktu menjelaskan alasan pemilihan perpustakaan serta periode penelitian. Subjek dan objek penelitian mencakup kepala perpustakaan, staf pustakawan, dan mahasiswa. Data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi media promosi, instrumen penelitian meliputi pedoman, wawancara, dan observasi. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan terkait analisis strategi promosi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan metode *marketing mix*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian yang diperoleh, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan sesuai dengan temuan yang ditemukan oleh peneliti. Pada bab ini, peneliti menyajikan hasil analisis mengenai strategi promosi dengan metode *marketing mix*. Hasil penelitian ini mencakup berbagai aspek 7P (*promotion, price, place, people, product, process, dan physical evidence*) yang digunakan perpustakaan, efektivitas strategi yang diterapkan, serta dampaknya peningkatan jumlah mahasiswa dan kesadaran mahasiswa terhadap keberadaan perpustakaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran, pada subbab kesimpulan, peneliti menyajikan hasil penelitian terkait strategi promosi yang diterapkan oleh perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan teori *marketing mix* secara singkat dan jelas. Kesimpulan ini merangkum temuan utama penelitian, termasuk efektivitas strategi promosi yang digunakan serta dampaknya terhadap peningkatan jumlah mahasiswa dan kesadaran mahasiswa terhadap perpustakaan. Sementara itu, pada sub bab saran, peneliti memberikan rekomendasi atau usulan

berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian yang dapat digunakan sebagai acuan dalam meningkatkan strategi promosi perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di masa mendatang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah studi atau karya ilmiah yang telah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan topik yang sedang diteliti. Kajian terhadap penelitian terdahulu penting untuk memberikan landasan teori, memperkuat argumen, serta menunjukkan posisi penelitian kita di antara penelitian yang sudah ada. Penelitian terdahulu membantu peneliti mengidentifikasi kekurangan atau celah dari penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan peluang untuk pengembangan lebih lanjut.

Penelitian pertama, menurut (Wahyudin, 2023) yang berjudul Analisis Strategi Promosi dan *Branding* Perpustakaan Universitas Andalas melalui Media Sosial. Penelitian ini bertujuan membangun *branding* perpustakaan melalui strategi promosi yang sistematis dan kompleks dengan memanfaatkan media sosial. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform* seperti YouTube, Instagram, dan Facebook efektif sebagai sarana promosi dan pemasaran untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, serta kepuasan pengunjung melalui penguatan teknologi informasi dan pengembangan perpustakaan *digital*. Persamaannya terletak pada fokus strategi promosi perpustakaan perguruan tinggi untuk meningkatkan minat kunjung, kepuasan pemustaka, dan citra perpustakaan. Perbedaannya, penelitian Wahyudin memfokuskan pada *branding* berbasis media sosial dan teknologi informasi, sedangkan penelitian di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan pendekatan *marketing mix* yang lebih komprehensif dengan mencakup unsur produk, proses, pelayanan, dan sarana pendukung.

Penelitian kedua, menurut (Dinar, 2020) yang berjudul Strategi *Marketing mix* kegiatan promosi pada instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro Semarang. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan strategi marketing mix (4P) dalam kegiatan promosi melalui Instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro Semarang dengan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa konsep *product*, *price*, *promotion*, dan *place* telah diterapkan secara optimal melalui konten informasi layanan dan koleksi, penyajian informasi yang aktual dan relevan, kegiatan *giveaway* sebagai bentuk promosi, serta pemanfaatan Instagram sebagai media *online* marketing yang kreatif dan menarik. Persamaannya dengan penelitian di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terletak pada penggunaan pendekatan marketing mix (4P) dan metode kualitatif deskriptif dalam menganalisis strategi promosi perpustakaan perguruan tinggi. Perbedaannya, penelitian ini berfokus khusus pada Instagram sebagai media promosi di Universitas swasta, sedangkan penelitian UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mengkaji strategi promosi secara lebih komprehensif tanpa terbatas pada satu *platform* serta berada dalam konteks perguruan tinggi keagamaan negeri.

Penelitian ketiga, menurut (Fadhli, 2023) yang berjudul Strategi Pemasaran Perpustakaan menggunakan Model AIDA. Penelitian ini bertujuan menjelaskan strategi pemasaran perpustakaan melalui model AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*) untuk meningkatkan kunjungan dan pemanfaatan layanan, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhatian pemustaka muncul dari berbagai aktivitas perpustakaan, baik secara langsung maupun melalui media sosial, seperti seminar, *workshop*, dan promosi koleksi. Perhatian tersebut menumbuhkan minat yang dipengaruhi faktor personal, sosial ekonomi, dan sosial budaya, kemudian berkembang menjadi keinginan yang dipengaruhi lokasi, tata ruang, dan minat baca, hingga akhirnya mendorong tindakan yang umumnya masih dipengaruhi faktor eksternal seperti orang tua, guru, atau teman. Persamaannya dengan penelitian di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terletak pada fokus peningkatan kunjungan melalui strategi promosi dan metode kualitatif deskriptif, sedangkan perbedaannya, penelitian ini menggunakan model AIDA yang menekankan proses psikologis pemustaka, sementara penelitian UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan pendekatan *marketing mix* yang lebih berorientasi pada strategi manajerial perpustakaan.

Penelitian keempat, menurut (Hanggraito, et al, 2020) yang berjudul Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan strategi alternatif pemasaran melalui analisis bauran

pemasaran 7P di Museum Batik Yogyakarta.. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menunjukkan bahwa untuk mempertahankan eksistensi Museum Batik Yogyakarta diperlukan penerapan strategi bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*). Rekomendasi strategi meliputi penguatan nilai sejarah dan budaya sebagai identitas produk, diferensiasi harga tiket, optimalisasi promosi daring melalui media sosial, serta peningkatan kinerja sumber daya manusia. Persamaannya dengan penelitian di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terletak pada penggunaan konsep *marketing mix* dan metode kualitatif deskriptif untuk merumuskan strategi pengembangan lembaga non-profit. Perbedaannya, penelitian ini berfokus pada museum sebagai destinasi wisata budaya dengan pendekatan 7P secara menyeluruh, sedangkan penelitian di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memfokuskan pada strategi promosi layanan perpustakaan guna meningkatkan minat kunjung dan pemanfaatan layanan akademika.

Penelitian kelima, menurut (Xu, 2024) yang berjudul *Analysis of Marketing Strategies for Museum Cultural and Creative Products* Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran produk budaya dan kreatif di museum dengan metode kualitatif deskriptif, melalui kajian pada Museum Istana di Beijing dan Museum Seni Modern di New York. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pemasaran produk budaya dan kreatif mengadopsi teori pemasaran komersial, museum harus tetap mempertahankan nilai spiritual dan misi transfer pengetahuan budaya kepada publik agar dapat berkembang secara substansial. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada penekanan pentingnya strategi pemasaran yang tepat sesuai kebutuhan audiens, sedangkan perbedaannya, penelitian Xu (2024) berfokus pada produk budaya museum dan nilai spiritualnya, sementara penelitian ini memfokuskan pada strategi promosi layanan institusi pendidikan atau informasi melalui pendekatan *marketing mix*.

2.2 Landasan Teori

Landasan teori merupakan dasar atau pijakan konseptual yang digunakan dalam sebuah penelitian untuk menjelaskan, membahas, dan menganalisis masalah

yang diteliti. Landasan ini disusun berdasarkan teori-teori yang relevan dan sudah diakui secara ilmiah, dengan tujuan mendukung argumen serta membantu peneliti memahami fenomena yang dikaji secara lebih mendalam dan terarah.

2.2.1 Pengertian Strategi

Strategi dapat diartikan sebagai *a plan, method, or series, of activities designed to achieve a particular educational goal*. Dengan kata lain strategi pembelajaran dapat diartikan sebagai perencanaan yang berisikan tentang rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang usaha atau bisnis untuk lima tahun kedepan dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional serta perlu mempertimbangkan baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi suatu bisnis atau usaha. Menurut (Ahmad, 2020) kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategos*” yang berasal dari “*stratus*” yang berarti militer dan “*ag*” yang berarti memimpin.

Sementara Nanang Fatah dalam (Ahmad, 2020) berpendapat bahwa strategi adalah langkah langkah yang sistematis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam mencapai tujuan. Strategi dapat diartikan sebagai suatu garis-garis besar haluan untuk bertindak dalam rangka rangka mencapai sasaran yang telah ditentukan. Menurut (Fatimah & Tyas, 2020), Strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai.

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan yang bersifat sistematis, terarah, dan berjangka panjang yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pembelajaran, strategi diartikan sebagai rangkaian kegiatan yang dirancang secara sadar dan terstruktur guna mencapai tujuan pendidikan secara efektif. Sementara dalam konteks manajemen dan bisnis, strategi merupakan tindakan potensial yang melibatkan keputusan manajemen puncak serta penggunaan sumber daya dalam

jumlah besar, sehingga berdampak pada keberlangsungan dan perkembangan organisasi dalam jangka panjang. Strategi juga bersifat futuristik, multifungsional, dan multidimensional karena harus mempertimbangkan berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi organisasi. Dengan demikian, strategi tidak hanya berfungsi sebagai pedoman bertindak, tetapi juga sebagai alat penting untuk mencapai keunggulan bersaing dan keberhasilan tujuan jangka panjang secara menyeluruh.

2.2.2 Tujuan Strategi

Manajemen Strategi memiliki beberapa tujuan dari penerapan manajemen strategi seperti:

1. Meninjau kembali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bisnis yang ada.
2. Selalu memperbarui strategi yang dirumuskan agar sesuai dengan perkembangan dan menjawab lingkungan eksternal yang selalu berubah, akan berubah dan terus akan berubah.
3. Melakukan inovasi atas produk agar selalu sesuai dengan selera konsumen dan mengusahakan selalu ada *product development*.
4. Melaksanakan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien.
5. Mengevaluasi kinerja, meninjau dan mengkaji ulang situasi serta melakukan berbagai penyesuaian dan koreksi jika terdapat penyimpangan didalam pelaksanaan strategi.

2.2.3 Pengertian Promosi

Pada hakikatnya promosi merupakan bentuk dari komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan suatu kegiatan pemasaran guna menyebarluaskan informasi, proses mempengaruhi, menambah sasaran pasar akan perusahaan dan produknya (Shinta, 2018). Perlunya melakukan promosi sebagai media komunikasi antara pemilik *online shop* dengan calon pembeli untuk mengenalkan produk yang dipasarkan. Promosi merupakan upaya yang dimiliki seorang produsen untuk menginformasikan, mempengaruhi dan menjaga korelasi

dengan konsumen. Sebagai produsen dituntut untuk mampu mengkomunikasikan produk yang dimilikinya kepada calon konsumen potensial agar konsumen mengetahui keberadaan produk tersebut (Ari & Elida, 2019).

Menurut (Fitriana & Novelia, 2017) menjelaskan promosi adalah variabel penting dalam *marketing mix* yang harus dilakukan oleh perusahaan pada kegiatan pemasaran produk ataupun jasanya karena promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi namun juga menjadi alat guna mempengaruhi calon konsumen pada kegiatan membeli ataupun menggunakan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Simomora dalam buku *Monle Lee* dan *Charla* mendefinisikan bahwa promosi dalam dua sudut pandang. Suatu kegiatan guna menyampaikan informasi produk, membujuk calon konsumen untuk melakukan pembelian, juga membuat konsumen untuk tidak melupakan produk adalah sudut pandang produsen. Sementara itu, komunikasi yang terjadi antara produsen dengan konsumen sebagai ajakan, memberi nilai tambah untuk membeli produk kepada para konsumen baik pengecer, maupun penjual adalah sudut pandang konsumen (Lee & Carla, 2018).

Dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi adalah aktivitas yang dilakukan oleh pemilik bisnis atau perusahaan yang memiliki sifat persuasi guna menaikkan capaian target perusahaan, yaitu dengan menggait minat beli. Dengan kegiatan promosi, perusahaan mampu menarik konsumen baru, mempengaruhi konsumen untuk mencoba produk baru, memberi dorongan untuk konsumen agar membeli lebih banyak produk, dan meningkatkan pembelian.

2.2.4 Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi ialah memberi informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatnya penjualan. Menurut (Schoell, 2018) menyatakan, tujuan promosi adalah untuk mendapatkan perhatian, pengajaran, unuk meningkatkan, membujuk, dan menyakinkan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. promosi dapat membawa keuntungan baik bagi produsen maupun konsumen. Menurut (Laksana, 2018)

terdapat tujuan umum dan tujuan khusus promosi, yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan umum

Bersumber pada tujuan komunikasi pemasaran, yaitu untuk mempercepat respon pasar yang ditargetkan.

2. Tujuan khusus

- a. Bagi konsumen (*consumer promotion*), untuk mendorong konsumen antara lain untuk lebih banyak menggunakan produk, unit pembeli produk dalam unit yang besar, mencoba merek yang dipromosikan, dan untuk menarik pembeli merek lain yang bersaing dengan produk yang sedang dipromosikan.
- b. Bagi pengecer (*Trade promotion*), membujuk pengecer untuk menjual barang produk baru, menimbun lebih banyak persediaan barang, mengingatkan pembeli ketika sedang tidak musim, membujuk agar pembeli membeli barang tersebut.

2.2.5 Faktor-Faktor Promosi

Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi menurut (Kotler & Keller, 2018), adalah:

1. Pemasaran

Dalam pemasaran perlu adanya *push strategy* dan *pull strategi*. Kegiatan *push* adalah mendorong penjualan yang dapat terjadi karena produsen mendorong pedagang besar kemudian pedagang besar mendorong konsumen agar mau membeli suatu produk. Dalam hal ini produsen langsung mengarahkan promosi kekonsumen akhir. Nanti konsumenlah yang meminta produk tersebut.

2. Produk

Maksudnya melihat posisi produk dalam tingkat siklus kehidupan, pada tahap introduksi produk, promosi diarahkan untuk memperkenalkan produk dengan cara memberi sampel gratis. Pada tahap *growth* promosi diarahkan untuk memantapkan kepercayaan masyarakat. Situasi Ini tergantung pada berbagai

situasi lingkungan perusahaan, seperti persaingan, ekonomi, politik dan sebagainya

2.2.6 Pengertian *Marketing Mix*

Marketing mix mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu *marketing mix* dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi, orang, proses dan lingkungan kerja) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dipasar sasaran (Kotler & Keller, 2018)

Menurut (Wijayanti, 2017) mengatakan bahwa *marketing mix* merupakan hasil kolaborasi empat unsur yang terdiri atas produk, harga, promosi dan distribusi. Setiap unsurnya mempunyai peran dan fungsi yang berbeda, tetapi merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terpisahkan satu sama lain. Oleh karena itulah *marketing mix* harus dibuat secara menyeluruh dan terarah dengan baik sesuai dengan strategi.

2.2.7 Konsep *Marketing Mix*

1. *Product*

Menurut (Kotler & Amstrong, 2016) menjelaskan bahwa produk ialah objek yang bernilai fungsional serta bisa digunakan oleh konsumen agar mencapai target tertentu. Produk memiliki arti luas seperti bentuk objek fisik, jasa, cara, orang, tempat, organisasi, ide atau bahan-bahan tersebut, harus diketahui bahwa barang sering mendapati daur hidup, (*product life cycle*), yang terdiri atas:

- a. Koleksi merupakan seluruh sumber daya informasi atau materi yang dimiliki dan disediakan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Koleksi menjadi inti dari produk karena mencerminkan kualitas, relevansi, kelengkapan, dan kemitakhiran layanan yang ditawarkan kepada pengguna.
- b. Layanan adalah bentuk jasa yang diberikan kepada pengguna dalam membantu mereka mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan produk utama organisasi. menekankan bahwa layanan mencakup sikap staf,

kecepatan pelayanan, kemudahan akses, serta kemampuan petugas dalam memberikan bantuan yang profesional dan responsif.

- c. Program kegiatan merupakan aktivitas terencana yang diselenggarakan untuk meningkatkan pemanfaatan produk dan keterlibatan pengguna, program kegiatan berfungsi sebagai bagian dari produk yang memberi nilai tambah, seperti pelatihan, pameran, seminar, atau kegiatan edukatif lainnya yang mendukung tujuan organisasi.
- d. Fasilitas fisik adalah sarana dan prasarana yang mendukung penyampaian produk dan layanan kepada pengguna. bahwa fasilitas fisik meliputi tata ruang, kenyamanan, kebersihan, peralatan, serta suasana lingkungan yang dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna terhadap produk yang ditawarkan.
- e. Produk tidak hanya terbatas pada barang atau jasa utama, tetapi merupakan keseluruhan pengalaman yang diterima pengguna. Produk mencakup koleksi, layanan, program kegiatan, dan fasilitas fisik yang terintegrasi untuk memberikan manfaat dan nilai yang sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna.

2. *Price*

Harga adalah hasil pendapatan dari *marketing mix*, sedangkan bagian lain akan menghasilkan biaya. Harga ini merupakan suatu elemen yang penting dalam pemasaran yang menyesuaikan dari produk, saluran, maupun komunikasi yang membutuhkan waktu yang lama. Rancangan produk yang ditawarkan akan mendapatkan laba yang besar jika dapat memasarkan dengan baik dan mendapatkan harga yang tinggi. Pentingnya suatu harga akan menentukan produk dan jasa perbankan laku atau tidak (Kotler & Armstrong., 2018)

Keputusan bauran harga berkenaan dengan kebijakan strategik dan taktikal, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga diantara berbagai kelompok pelanggan. Pada umumnya aspek-aspek ini mirip dengan yang biasa dijumpai pemasar barang. Akan tetapi, ada pula perbedaannya, yaitu bahwa karakteristik intangible jasa menyebabkan harga menjadi indikator signifikan atas kualitas. Karakteristik personal dan nontransferable pada beberapa

tipe jasa memungkinkan diskriminasi harga alam pasar jasa tersebut, sementara banyak pula jasa yang dipasarkan oleh sektor publik dengan harga yang subsidi atau bahkan gratis. Hal ini menyebabkan kompleksitas dalam penetapan harga (Tjiptono, 2019)

Menurut (Krisdayanto, et al., 2020) indikator-indikator yang mencirikan harga yaitu:

a. Keterjangkauan Harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.

b. Kebijakan Harga dengan Kualitas Jasa

Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan.

c. Biaya Layanan

Biaya layanan adalah sejumlah pengeluaran atau tarif yang dikenakan untuk mendukung penyediaan, pengelolaan, dan pemanfaatan layanan perpustakaan agar dapat berjalan secara optimal. Biaya ini mencakup aspek operasional, pemeliharaan koleksi, penyediaan fasilitas, pengembangan teknologi informasi, serta sumber daya manusia yang terlibat dalam pelayanan kepada pemustaka.

3. *Place*

(Kotler & Amstrong., 2018) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Sedangkan (Alma, 2018) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Sebagai aturan, organisasi menggunakan perantara atau membantu organisasi yang berbeda untuk menawarkan barang dagangan mereka kepada pembeli.

Organisasi pengangkut harga, yang merupakan organisasi berbentuk organisasi, penyedia, grosir, dan terakhir klien yang bekerjasama satu sama lain untuk lebih mengembangkan kerangka kerja saluran eksekusi (Kotler & Amstrong, 2016)

Menurut (Tjiptono, 2019) terdapat indikator yang dapat mempengaruhi pertimbangan-pertimbangan dalam menentukan lokasi, yaitu:

- a. Akses, yaitu lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

4. *Promotion*

Kemajuan pada promosi iklan ialah teknik yang dilakukan pada pengiklan agar menyadarkan klien terhadap kehadiran barang atau merek mereka. Campuran promosi, juga disebut campuran interaksi pemasaran, adalah campuran khusus dari publikasi, promosi penawaran, periklanan, penjualan individu, serta perangkat pemasaran langsung yang dimanfaatkan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan dengan kuat dan membangun kedekatan klien (Kotler & Amstrong, 2016)

Menurut (Madjuki, 2020) bauran promosi mempunyai 4 variabel, yaitu:

- a. Periklanan (*Advertising*)
Merupakan semua bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu.
- b. Penjualan perorangan (*Personal selling*)
Merupakan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditunjukkan untuk menciptakan penjualan
- c. Publisitas (*Public relation*)
Merupakan dorongan permintaan secara non pribadi untuk suatu produk, jasa atau ide dengan menggunakan berita komersial di dalam media massa dan sponsor tidak dibebani sejumlah bayaran secara langsung.
- d. Promosi penjualan (*Sales promotion*)
Merupakan kegiatan pemasaran yang mendorong pembelian konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan kegiatan tersebut antara lain: peragaan,

pertunjukan dan pameran, demonstrasi dan sebagainya. Berdasarkan definisi dari para ahli diatas, bahwa peneliti menyimpulkan bahwa promosi adalah suatu cara untuk mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk atau jasa demi mendapatkan nilai loyalitas konsumen dan membuat konsumen sadar terhadap suatu produk atau jasa.

5. *People*

Menurut (Hurriyati, 2018) “orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.” Elemen–elemen dari orang (*people*) adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan tindakan karyawan, bahkan cara berpakaian karyawan dan penampilan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*). *People* dalam jasa ini adalah orang–orang yang terlibat langsung dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, dan merupakan faktor yang memegang peranan penting bagi semua organisasi. Oleh perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. Perilaku orang–orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan *image* perusahaan yang bersangkutan. Elemen *people* ini memiliki aspek dimensi yaitu:

a. *Service people*

Untuk organisasi jasa, service people biasanya memegang jabatan ganda, yaitu mengadakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan.

b. *Customer*

Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan, Keberhasilan

dari perusahaan jasa berkaitan erat dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen dari sumber daya manusia.

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, 'orang' yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat memengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam faktor 'orang' ini berarti sehubungan dengan seleksi, pelatihan, ketrampilan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia (MSDM). Pentingnya SDM dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal (*internal marketing*). Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan, yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai pelanggan internal dan pemasok internal (Lupiyoadi, 2018)

6. *Process*

Aspek proses merupakan kombinasi dari semua kegiatan. Semua kegiatan ini melibatkan produk yang diproduksi dan dikirim ke konsumen. Proses atau strategi transformasi ialah pendekatan organisasi agar mengganti sumber daya menjadi produk dan jasa. Tujuan dari strategi proses ialah agar mengetahui bagaimana menghasilkan barang dan jasa yang sesuai kesepakatan pelanggan serta spesifikasi barang yang memenuhi kendala biaya serta manajemen lainnya. Proses yang ditentukan memiliki efek jangka panjang terhadap efisiensi serta pembuatan produk, serta fleksibilitas biaya dan kualitas barang yang dihasilkan. Strategi proses juga berkaitan dengan perencanaan tata ruang proses produksi dan penjualan.

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur SOP (standar operasional), jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

7. *Physical Evidence*

Bentuk fisik (*physical evidence*) merupakan kondisi yang bermakna juga terbilang situasi. Keistimewaan lingkungan adalah perspektif paling terlihat pada kaitannya situasi yang menjelaskan kondisi geografi serta lingkungan institusi, hiasan, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, penataan serta *layout* yang nampak selaku objek. Bentuk fisik adalah semua instrumen yang dimanfaatkan untuk memperlancar berlangsungnya sebuah usaha.

Physical evidence adalah lingkungan dimana bisnis menyediakan layanannya serta dapat berinteraksi dengan konsumen dan berbagi komponen nyata untuk mendukung kinerja dan kelangsungan bisnis. Menurut (Hidayat, 2022) karakteristik dari *Physical Evidence* ialah aspek yang dapat dilihat dengan mudah kaitannya dengan kondisi dan lingkungan institusi pendidikan. *Physical Evidence* menjadi aspek yang penting untuk pengaruh perilaku konsumen karena sifat layanan yang tidak memiliki wujud fisik, sehingga konsumen membutuhkan suasana dari layanan yang disediakan dalam bentuk fisik yang dapat dijadikan pertimbangan mengenai kualitas dari penyedia layanan jasa atau produk.

Menurut (Lupiyoadi, 2018), bukti fisik (*Physical Evidence*) adalah bukti fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu. Dalam bisnis jasa, pemasar perlu menyediakan petunjuk fisik untuk dimensi tidak berwujud dari jasa yang ditawarkan perusahaan agar dapat mendukung penentuan posisi dan citra, serta meningkatkan lingkup produk.

BAB III

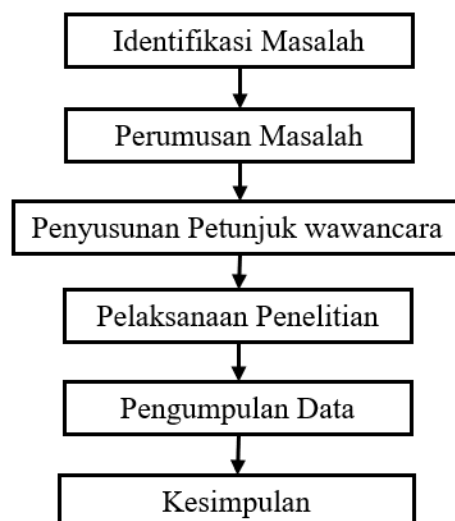
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan menghasilkan data berupa uraian tertulis atau lisan berdasarkan pengalaman dan perilaku subjek yang diamati. Penelitian berfokus pada fenomena yang terjadi di lapangan, sehingga peneliti berperan aktif dalam menggali dan mengumpulkan informasi tanpa menggunakan alat ukur khusus, serta menyajikan data sesuai dengan realitas dalam bentuk deskripsi naratif. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali makna, proses, serta konteks perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi promosi secara komprehensif, tidak hanya memfokuskan pada hasil akhir yang dicapai. (Moleong, 2017)

3.2 Alur Penelitian

Alur penelitian disusun untuk menggambarkan tahapan yang dilakukan peneliti secara sistematis, mulai dari identifikasi masalah hingga kesimpulan. Penyajian alur ini bertujuan mempermudah pemahaman proses penelitian secara keseluruhan.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Berikut beberapa tahap yang dilaksanakan dalam penelitian ini antara lain adalah:

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan tahap awal penelitian yang bertujuan menemukan dan memahami permasalahan terkait pelaksanaan strategi promosi di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pada tahap ini, peneliti mengamati fenomena mengenai pelaksanaan strategi promosi, pemanfaatan layanan, serta penerapan unsur *Marketing Mix* (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*).

2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan proses merumuskan pertanyaan penelitian secara spesifik dan terarah berdasarkan hasil identifikasi masalah. Dalam penelitian ini, rumusan masalah difokuskan pada bagaimana strategi promosi perpustakaan diterapkan melalui pendekatan *Marketing Mix*.

3. Penyusunan Petunjuk

Penyusunan petunjuk wawancara merupakan tahap penyusunan instrumen penelitian berupa pedoman pertanyaan yang sistematis. Pertanyaan disusun berdasarkan indikator *Marketing Mix* untuk menggali informasi mendalam dari informan mengenai strategi promosi yang diterapkan di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian adalah tahap penerapan metode kualitatif deskriptif di lapangan. Peneliti melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh gambaran nyata tentang strategi promosi yang dijalankan serta kondisi aktual perpustakaan.

5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses menghimpun informasi dari berbagai sumber, baik melalui wawancara dengan pengelola dan pemustaka, observasi kegiatan promosi, maupun dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memahami penerapan unsur *Marketing Mix*.

6. Kesimpulan

Kesimpulan adalah tahap akhir yang berisi rangkuman hasil analisis terhadap strategi promosi berdasarkan metode *Marketing Mix*. Pada tahap ini, peneliti menyajikan temuan utama serta memberikan gambaran mengenai penerapan strategi promosi berdasarkan *Marketing Mix* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

3.2 Tempat dan waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang berkaitan dengan suatu tujuan atau pertanyaan penelitian dan juga merupakan sumber data yang tersedia bagi peneliti. Penelitian ini dilakukan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl, Gajayana No. 50. Kec, Lowokwaru. Kota Malang, Jawa Timur. Lokasi Penelitian ini dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu, objek, atau makhluk hidup yang dijadikan sumber data dalam proses pengumpulan informasi penelitian. Subjek penelitian juga dapat dipahami sebagai responden, yaitu pihak yang memberikan respons atau perlakuan terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Setelah narasumber terjun ke lapangan, dilakukan penentuan informan kunci (*key informan*), yaitu individu-individu yang dianggap mampu dan kompeten dalam menyediakan data yang relevan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan kunci dipilih berdasarkan kapasitas, pengetahuan, serta keterlibatan mereka terhadap objek yang diteliti (Moleong, 2017). Selain itu, terdapat informan pendukung yaitu mahasiswa UIN Malang

Subjek yang berperan sebagai informan kunci meliputi kepala perpustakaan, dan staf pustakawan. Subjek penelitian ditentukan secara *purposive* atau disengaja oleh peneliti dengan kriteria pertimbangan sebagai berikut:

1. Kepala perpustakaan yang terlibat langsung dalam pembuatan kebijakan aturan yang berlaku di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Staf pustakawan yang terlibat dalam melakukan strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Adapun informan tambahan yang dibutuhkan adalah mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sering mengunjungi perpustakaan. Informan tambahan digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari informan utama, yaitu pihak kepala perpustakaan dan staf pustakawan. Melalui wawancara dengan mahasiswa, peneliti dapat memperoleh perspektif langsung mengenai pengalaman mereka saat berkunjung, termasuk tanggapan terhadap strategi promosi yang ditawarkan oleh perpustakaan.

Menurut (Sugiyono, 2022) pengertian objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal objektif, valid, dan realiable tentang suatu hal (variabel tertentu). Dalam konteks penelitian ini, objek yang akan dianalisis adalah strategi promosi yang digunakan pada Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang dilakukan dengan menggunakan metode *Marketing Mix*

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berfungsi sebagai sarana yang digunakan untuk memperoleh data melalui proses pengukuran dan pengumpulan informasi. Dalam penelitian kualitatif, peran instrumen tidak terlepas dari keterlibatan langsung penelitian itu sendiri. Hal ini sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa instrumen paling penting dalam penelitian kualitatif. Peneliti berperan aktif dalam menggali data melalui teknik wawancara dan dokumentasi terhadap subjek penelitian atau informan yang memiliki keterkaitan dengan fokus penelitian. (Hardani, 2020)

3.5 Sumber Data

Data merujuk pada kumpulan estimasi muncul untuk faktor-faktor yang berisi data hampir sama dengan karakteristik dari faktor-faktor tersebut. Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang merupakan data dalam bentuk konsep atau pengertian. Data yang berupa non angka, seperti kalimat atau

catatan, foto, dan rekaman suara. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi (Sugiyono, 2022):

1. Data Primer, merupakan informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kepala perpustakaan selaku sumber pertama untuk menjawab permasalahan yang dalam penelitian yang sedang dilakukan, serta mahasiswa sebagai pengguna layanan perpustakaan. Data ini dikumpulkan, diolah, dan disajikan melalui wawancara dan observasi yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga informasi yang didapatkan bersifat aktual dan relevan.
2. Data Sekunder, merupakan data pendukung yang diperoleh, disiapkan serta ditampilkan dan beberapa buku bacaan yang diteliti serta laporan lain yang berisi komentar, pemeriksaan, umpan balik dan sejenisnya yang berkaitan informasi penting. Menurut Bahgie (2021), merupakan data sekunder yang dimasukkan ke dalam penelitian ini adalah data terdokumentasi yang berkaitan dengan strategi promosi perpustakaan.

3.6 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah memperoleh data yang sesuai standar. Oleh karena itu, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seorang peneliti dengan melihat serta mendengarkan apa yang dilakukan dan diperbincangkan oleh masyarakat dalam melakukan aktivitas kehidupan sehari-hari (Sugiyono, 2022). Pengamatan ini difokuskan pada analisis strategi promosi dengan metode *marketing mix* di perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan peneliti dengan melibatkan informan kunci diantaranya 1 kepala perpustakaan, 3 staf pustakawan dan informan pendukung diantaranya 3-5 mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai

narasumber yang memiliki peran penting dalam proses pengumpulan data. Berikut pedoman wawancara dengan menggunakan teori *Marketing Mix* yang akan peneliti ajukan terhadap penelitian ini (Kotler & Amstrong, 2016):

Tabel 3.1 Pedoman wawancara dengan informan kunci

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
<i>Marketing Mix</i>	<i>Product</i>	a. Koleksi	1. Bagaimana kebijakan Perpustakaan UIN Malang dalam pengadaan koleksi untuk mendukung kebutuhan akademik?	Kepala dan staf perpustakaan
		b. Layanan	2. Bagaimana standar pelayanan yang diterapkan untuk memastikan kepuasan mahasiswa?	Staf perpustakaan
		c. Kegiatan	3. Program kegiatan apa saja yang diselenggarakan oleh Perpustakaan UIN Malang untuk meningkatkan minat kunjung dan literasi informasi mahasiswa?	Staf perpustakaan
		d. Fasilitas fisik	4. Sejauh mana tata ruang, sarana teknologi, dan fasilitas pendukung lainnya memenuhi kebutuhan mahasiswa?	staf perpustakaan
		e. Produk	5. Bagaimana strategi	Staf perpustakaan

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
			perpustakaan dalam meningkatkan nilai produk agar tetap relevan dan kompetitif di era digital?	
	<i>Price</i>	a. Biaya Layanan	1. Apakah layanan yang ada di perpustakaan dapat diakses secara gratis oleh mahasiswa?	Staf perpustakaan
		b. Kebijakan harga	2. Bagaimana kebijakan jika terdapat mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku?	Kepala dan Staf Perpustakaan
		c. Keterjangkauan	3. Bagaimana penerapan denda yang di terapkan perpustakaan kepada mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku?	Staf Perpustakaan
	<i>Place</i>	a. Visibilitas	1. Bagaimana penyampaian layanan kepada mahasiswa baru?	Staf Perpustakaan
			2. Apakah lokasi perpustakaan UIN malang mudah dijangkau oleh mahasiswa?	Staf Perpustakaan
	<i>Promotion</i>	a. <i>Sales Promotion</i>	1. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang dapat menarik antusias para mahasiswa	Staf Perpustakaan

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
			terkait koleksi dan kegiatan yang diadakan?	
		<i>b. Public relation</i>	2. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang menciptakan hubungan yang impresif terhadap mahasiswa?	Kepala dan Staf Perpustakaan
		<i>a. Personal selling</i>	3. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang memasarkan produk serta kegiatan yang diadakan kepada mahasiswa dari universitas lain?	Kepala dan Staf Perpustakaan
	<i>People</i>	<i>a. Customer</i>	1. Bagaimana staff perpustakaan menangani keluhan atau masalah yang dialami mahasiswa?	Kepala dan Staf Perpustakaan
	<i>Process</i>	<i>a. Aktivitas</i>	1. Bagaimana alur aktivitas pelayanan dari mahasiswa datang hingga memperoleh layanan yang dibutuhkan?	Staf Perpustakaan
		<i>b.SOP</i>	2. Bagaimana penerapan SOP dalam proses pelayanan kepada mahasiswa?	Staf Perpustakaan
		<i>c.Jadwal Pekerjaan</i>	3. Bagaimana pengaturan jadwal kerja dalam staff	Kepala Perpustakaan

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
			perpustakaan mendukung operasional layanan perpustakaan?	
		d.Mekanisme	4. Bagaimana mekanisme penanganan keluhan atau masalah yang dialami mahasiswa?	Kepala dan Staff Perpustakaan
	<i>Physical evidence</i>	a. Tata Ruang	1. Apakah tata ruang perpustakaan mendukung kenyamanan dan minat kunjung mahasiswa?	Staff perpustakaan
		b. Kenyamanan Lingkungan	2. Apakah lingkungan perpustakaan (pencahayaan, kebersihan, suhu ruangan) mendukung aktivitas belajar mahasiswa?	Staff perpustakaan

Sumber: Olah Data Peneliti, (2026)

Proses wawancara dilaksanakan secara terstruktur kepada informan kunci dengan mengacu pada instrumen penelitian yang telah disusun berdasarkan konsep strategi promosi dalam kerangka *Marketing Mix*. Wawancara difokuskan pada pemanfaatan media massa (*offline*) sebagai sarana promosi yang bertujuan untuk meningkatkan minat kunjung mahasiswa ke Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis untuk memperoleh informasi yang relevan, mendalam, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 2 Pedoman wawancara dengan informan pendukung

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
Marketing Mix	Product	a.Fasilitas fisik	1. Sejauh mana tata ruang, sarana teknologi, dan fasilitas pendukung lainnya memenuhi kebutuhan mahasiswa?	Mahasiswa
	Place	b.Akses	2. Bagaimana akses layanan perpustakaan secara online maupun offline?	Mahasiswa
	Promotion	a. Adverting	3. Bagaimana Perpustakaan UIN Malang mengiklankan terhadap koleksi dan kegiatannya?	Mahasiswa
	People	a.Service People	4. Bagaimana pelayanan staff perpustakaan yang diberikan kepada mahasiswa?	Mahasiswa
	Pysical Evidence	a.Tata Ruang	5. Apakah tata ruang perpustakaan mendukung kenyamanan dan minat kunjung mahasiswa?	Mahasiswa
		b. Identitas Visual	6. Apakah identitas visual seperti banner, poster, papan informasi, dan desain ruangan sudah informatif dan menarik?	Mahasiswa
		c. Kenyamanan Lingkungan	7. Apakah lingkungan perpustakaan	Mahasiswa

Komponen	Aspek	Indikator	Item	Narasumber
			(pencahayaannya, kebersihan, suhu ruangan) mendukung aktivitas belajar mahasiswa?	
		d. Kesan Pelanggan	8. Bagaimana kesan mahasiswa terhadap lingkungan fisik dan suasana perpustakaan?	Mahasiswa

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026)

Pengelolaan pengumpulan data melalui wawancara dilakukan secara sistematis dengan melibatkan informan kunci dan informan pendukung. Wawancara terhadap informan kunci difokuskan untuk memperoleh data utama terkait perumusan dan implementasi strategi promosi berbasis marketing mix di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sementara itu, wawancara dengan informan pendukung dilakukan untuk melengkapi, mengonfirmasi, dan memperkuat validitas data berdasarkan instrumen penelitian yang telah disusun, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan terverifikasi mengenai strategi promosi yang diterapkan.

5. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan berkas-berkas penting seperti catatan-catatan arsip, buku, pengambilan foto dan lainnya (Sugiyono, 2022).

3.7 Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses yang bertujuan untuk mencari, mengolah, dan menyusun data secara sistematis, sehingga informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta sumber lainnya dapat dipahami dengan jelas dan dikomunikasikan kepada pihak lain (Sugiyono, 2022). Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan pendekatan analisis data berikut:

1. Reduksi Data

Merangkum, itu berarti menyingkat, memilih hal-hal utama, fokus pada hal-hal penting, mencari pola dan tema, serta menghilangkan hal-hal yang tidak perlu. Dengan mengurangi data, peneliti dapat mendapatkan gambaran yang lebih fokus dan memudahkan proses pengumpulan data selanjutnya. Selain itu, peneliti juga melakukan rekapitulasi dan pengelompokan data berdasarkan inti dari permasalahan yang ingin diungkap.

2. Penyajian Data

Penelitian kualitatif melibatkan cara penyajian data yang bisa berupa penjelasan ringkas, grafik, serta hubungan antara kategori yang ditampilkan dalam bentuk *flowchart* dan sejenisnya. Salah satu metode yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk menyajikan data adalah melalui narasi teks. Dalam penelitian ini, peneliti mendeskripsikan data dengan cara singkat dan naratif.

3. Penarik Kesimpulan

Kesimpulan awal yang diajukan bersifat provisional dan dapat berubah apabila tidak terdapat bukti kuat selama proses pengumpulan data berikutnya. Namun, jika kesimpulan yang diungkapkan awalnya didukung oleh bukti yang kuat dan konsisten ketika data dikumpulkan kembali di lapangan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap sebagai kesimpulan yang dapat dipercaya.

4. Keabsahan Data

Kevalidan data bertujuan untuk mendapatkan tingkat kepercayaan terkait sejauh mana kebenaran hasil penelitian mengungkap dan menjelaskan data dengan fakta-fakta aktual di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, kevalidan data cenderung berubah sejalan dengan proses penelitian yang sedang berlangsung. Dalam melakukan penelitian data kualitatif, penting untuk memastikan keabsahan data. Hal ini dilakukan dengan memperhatikan kredibilitas, tranferabilitas, dan dependabilitas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pada bagian ini menyajikan hasil dari rangkaian pengumpulan data yang menggambarkan peran Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam strategi promosi dengan menggunakan *Marketing Mix*. Penjelasan ini mencakup berbagai informasi yang diperoleh melalui: observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan perpustakaan, seperti pustakawan mengelola layanan dan Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Selain menggambarkan peran aktif yang dilakukan perpustakaan, bagian ini juga menguraikan berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam proses strategi promosi dengan menggunakan metode *Marketing Mix*, baik dari segi internal maupun eksternal. Seluruh temuan disusun berdasarkan fakta di lapangan yang diperoleh selama proses penelitian berlangsung, sehingga memberikan gambaran menyeluruh mengenai upaya pelestarian budaya yang dilakukan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Analisis dilakukan berdasarkan tujuh indikator *Marketing Mix* yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*. Setiap indikator digunakan untuk mengidentifikasi bentuk strategi yang diterapkan perpustakaan dalam mendukung kegiatan promosi layanan. Dalam konteks perpustakaan, strategi promosi tidak hanya diwujudkan melalui penyebaran informasi menggunakan media promosi, tetapi juga melalui penyediaan layanan yang berkualitas, kemudahan akses, kompetensi sumber daya manusia, proses layanan yang efektif, serta dukungan fasilitas fisik yang mampu memberikan pengalaman positif kepada pengguna.

4.1.1 Sejarah Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Keberadaan perpustakaan sejak fakultas Tarbiyah Malang Cabang IAIN Kalijaga Tahun 1961. Sejak 2008. Perpustakaan menempati gedung tersendiri seluas 8840 M² yang terdiri dari 4 lantai yaitu lantai dasar (area parkir), Lantai 1 (area sosial),

Lantai 2 (area riset) dan lantai 3 (area koleksi). Dalam perkembangannya, berbagai usaha dilakukan oleh perpustakaan untuk memberikan pelayanan terbaik bagi sivitas akademik dan untuk mendukung tercapai mimpi besar universitas yang telah ditetapkan visi, misi, dan tujuan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Usaha ini meliputi peningkatan dan perbaikan kualitas layanan melalui peningkatan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, layanan dan fasilitas perpustakaan. Wujud dari usaha dan komitmen perpustakaan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas layanan, di antaranya, telah berhasil dua kali terakreditasi A yaitu periode akreditasi (2017-2020) dan (2020-2025). Selain itu, usaha lain adalah memperluas jejaring melalui kerjasama antar perpustakaan, asosiasi perpustakaan tingkat nasional dan internasional. Sejak 2021, perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi anggota IFLA (*International Federation of Library Associations and Institutions*) dan IATUL (*International Association of University Libraries*).

4.1.2 Visi Misi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pusat Perpustakaan UIN Maulana Ibrahim Malang merupakan bagian integral Universitas yang memiliki peran penting dalam mendukung tercapainya tujuan universitas. Oleh karena itu, posisi perpustakaan seringkali diibaratkan sebagai jantung perguruan tinggi. Untuk menjadi jantung yang sebenarnya, arah pengembangan perpustakaan (visi, misi, tujuan dan strategi) harus sejalan dengan arah pengembangan universitas 2021-2045 dan penyelenggaraannya sesuai dengan standar nasional dan internasional perpustakaan universitas.

a. Visi

Memperkuat terwujudnya visi universitas dengan profesionalisme, layanan inovatif, dan kolekso islam dan sains yang unggul

b. Misi

- a. Mendorong budaya belajar mahasiswa sepanjang hayat, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
- b. Memperkaya pengalaman belajar mahasiswa dan memfasilitasi penelitian di semua tingkatan.

- c. Melibatkan komunitas diseluruh layanan, koleksi, dan teknologi pendidikan yang inovatif.
- d. Menginvestasikan staf, koleksi, dan perpustakaan fisik dan digital, serta bermitra baik dari dalam dan luar universitas.

4.1.3 Sarana dan Prasarana Perpustakaan

Sarana dan prasarana merupakan salah satu unsur penting yang mendukung penyelenggaraan layanan perpustakaan secara optimal. Ketersediaan fasilitas yang memadai tidak hanya berfungsi untuk menunjang aktivitas belajar, penelitian, dan pencarian informasi, tetapi juga berperan dalam menciptakan kenyamanan serta pengalaman positif bagi pengguna. Dalam konteks pemasaran jasa perpustakaan, sarana dan prasarana termasuk ke dalam aspek *physical evidence* yang dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Berikut ini merupakan beberapa ruang lingkup yang disediakan perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, sebagai berikut:

1. *Collaborative Study*

Ruang *Collaborative Study* yang berada di lantai 3, tepatnya pada area koleksi, dirancang sebagai fasilitas pendukung kegiatan akademik yang mendorong terciptanya proses belajar dan penelitian secara interaktif, produktif, dan terintegrasi. Keberadaan ruang ini memberikan kesempatan bagi para pengguna, baik mahasiswa, dosen, maupun peneliti, untuk melakukan diskusi kelompok, bertukar gagasan, serta menyusun strategi penyelesaian tugas akademik secara bersama-sama dalam suasana yang kondusif. Selain dimanfaatkan untuk penyelesaian studi kelompok, ruang ini juga berfungsi sebagai sarana pendukung pelaksanaan riset kolaboratif, mulai dari tahap perencanaan, pengumpulan dan analisis data, hingga penyusunan laporan maupun publikasi ilmiah. Letaknya yang berada di area koleksi menjadi nilai tambah karena pengguna dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber referensi yang relevan untuk memperkuat argumentasi dan kualitas hasil kajian (<https://s.id/malikilibrary>,2026). Kondisi ruang

Collaborative Study yang tersedia di Perpustakaan UIN Malang dapat dilihat pada gambar 4.1 yang merupakan bagian dari *collaborative study*:



Gambar 4.1 Ruang *Collaborative Study*

Sumber: <https://s.id/malikilibrary>

Ruang *Collaborative Study* dirancang dengan tata ruang yang mendukung aktivitas diskusi dan kerja kelompok. Ruangan dilengkapi dengan meja dan kursi yang disusun untuk memudahkan interaksi antar pengguna, sehingga menciptakan suasana belajar yang kolaboratif. Kondisi ruang yang bersih, tertata rapi, serta memiliki pencahayaan yang memadai menunjukkan upaya perpustakaan dalam menyediakan lingkungan belajar yang nyaman bagi pemustaka. Keberadaan fasilitas ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai sarana yang mendukung pengembangan budaya akademik, peningkatan kreativitas, serta penguatan kemampuan kerja sama dalam kegiatan pembelajaran dan penelitian.

2. *Informan Literacy*

Ruang *Informan Literacy* yang berada di lantai 1 pada area sosial ini difungsikan sebagai fasilitas multifungsi yang mendukung berbagai kegiatan akademik, edukatif, dan ilmiah. Salah satu pemanfaatan utamanya adalah sebagai tempat penyelenggaraan kelas literasi informasi bagi mahasiswa, yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menelusuri, mengevaluasi, dan

memanfaatkan sumber informasi secara efektif dan bertanggung jawab. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya dibekali kemampuan teknis dalam mengakses informasi, tetapi juga diarahkan untuk mampu memilih informasi yang relevan dengan kebutuhan akademik.

Selain itu, ruang ini juga dapat dimanfaatkan untuk pelaksanaan berbagai kegiatan seminar, workshop, diskusi ilmiah, pelatihan, maupun berbagai bentuk pertemuan akademik lainnya yang melibatkan sivitas akademika maupun mitra eksternal. Lokasinya yang berada di area publik memberikan suasana yang lebih terbuka dan komunikatif sehingga mendukung interaksi, pertukaran ide, serta kolaborasi antar peserta kegiatan (<https://s.id/malikilibrary>,2026).



Gambar 4.2 Ruang Informan *Literacy*

Sumber: <https://s.id/malikilibrary>

Berdasarkan Gambar 4.2, Ruang *Information Literacy* memiliki fasilitas yang mendukung pelaksanaan berbagai kegiatan akademik dan edukatif. Ruangan ini dapat digunakan untuk kegiatan literasi informasi, seminar, workshop, pelatihan, maupun diskusi ilmiah yang melibatkan sivitas akademika. Ketersediaan ruang tersebut menunjukkan bahwa perpustakaan tidak hanya berperan sebagai penyedia sumber informasi, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran yang memfasilitasi pengembangan kompetensi dan keterampilan pengguna melalui berbagai kegiatan edukatif.

3. *Research Carrel*

Research Carrel yang tersedia di lantai 2 pada area riset merupakan fasilitas khusus yang dirancang untuk mendukung kegiatan belajar mandiri, penulisan akademik, serta penelitian yang membutuhkan suasana tenang dan fokus

tinggi. Ruang ini memberikan kenyamanan bagi pengguna yang memerlukan area kerja pribadi untuk mengerjakan tugas, menyusun karya ilmiah, melakukan analisis data, maupun menyelesaikan berbagai aktivitas penelitian secara optimal.

Setiap *Research Carrel* dilengkapi dengan colokan listrik (*electrical outlets suitable*) yang mendukung penggunaan perangkat elektronik seperti laptop, serta akses jaringan WIFI yang memudahkan pengguna dalam mengakses sumber informasi digital, jurnal elektronik, dan berbagai referensi akademik secara daring (<https://s.id/malikilibrary>,2026). Keberadaan fasilitas ini tidak hanya menunjang efektivitas dan efisiensi kegiatan akademik, tetapi juga menciptakan lingkungan riset yang modern, nyaman, dan kondusif bagi pengembangan budaya belajar dan penelitian di lingkungan perpustakaan.



Gambar 4.3 Ruang *reasech Carrel*
Sumber: <https://s.id/malikilibrary>

Berdasarkan Gambar 4.3, terlihat bahwa *Research Carrel* dirancang sebagai ruang kerja individu yang memberikan privasi bagi pengguna dalam melakukan aktivitas akademik. Setiap bilik kerja dibuat terpisah sehingga meminimalisir gangguan dan menciptakan suasana yang lebih fokus. Fasilitas seperti meja kerja, pencahayaan yang memadai, serta akses listrik menunjukkan bahwa ruang ini sangat mendukung kebutuhan belajar mandiri dan penelitian secara intensif. Dengan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *Research Carrel* menjadi salah satu fasilitas penting dalam menciptakan lingkungan akademik yang kondusif dan produktif di perpustakaan.

4. *Recording and Podcast Studio*

Recording and Podcast Studio yang berada di lantai 3 ini difungsikan sebagai fasilitas pendukung kegiatan akademik berbasis media digital yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, dosen, maupun peneliti. Ruang ini digunakan untuk membuat konten pembelajaran seperti, rekaman materi kuliah, presentasi akademik, podcast edukatif, maupun produksi media pembelajaran lainnya yang menunjang kegiatan pendidikan dan penyebaran informasi ilmiah. Selain itu, ruang ini juga dimanfaatkan sebagai tempat diskusi dan kolaborasi akademik terkait berbagai topik yang mendukung proses pembelajaran, penelitian, serta pengembangan inovasi pendidikan. Keberadaan fasilitas ini diharapkan mampu meningkatkan kreativitas, kualitas komunikasi akademik, dan pemanfaatan teknologi digital dalam lingkungan pembelajaran modern (<https://s.id/malikilibrary>,2026).



Gambar 4.4 Ruang *Recording and Podcast Studio*

Sumber: <https://s.id/malikilibrary>

Ruang ini dirancang untuk menunjang pembuatan berbagai konten edukatif, seperti video pembelajaran, presentasi akademik, podcast, dan media pembelajaran lainnya yang dapat dimanfaatkan dalam proses pendidikan maupun penyebaran informasi ilmiah. Selain itu, keberadaan fasilitas ini juga mendukung kegiatan diskusi dan kolaborasi akademik yang memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dan pembelajaran. Meskipun saat ini ruang tersebut masih dalam tahap perbaikan, keberadaannya mencerminkan upaya perpustakaan dalam mengembangkan layanan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pengguna di era digital.

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dirancang untuk mendukung kebutuhan informasi serta kegiatan akademik sivitas akademika. Fasilitas yang tersedia tidak hanya berorientasi pada penyediaan sumber informasi, tetapi juga pada penciptaan lingkungan belajar yang nyaman, kondusif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Keberadaan fasilitas yang beragam ini menunjukkan komitmen perpustakaan dalam memberikan layanan yang berkualitas sekaligus mendukung implementasi strategi promosi melalui penyediaan bukti fisik (*physical evidence*) yang mampu meningkatkan daya tarik dan citra positif perpustakaan di kalangan pengguna. Adapun rincian sarana dan prasarana yang tersedia di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat diuraikan sebagai berikut.

1. *Collection*
2. *Research Tools*
3. Bebas Pustaka
4. Layanan Kemahasiswaan
5. *Workshop and Training*
6. PKP
7. *Library House*
8. *Information literacy*
9. *Benchmarking*
10. Kantin-Kajian Rutin Intelektual

4.2 Hasil Analisis Strategi Promosi dengan Metode Marketing Mix di Perpustakaan UIN Malang

Peneliti membahas strategi promosi dengan metode *marketing mix* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang terletak di jalan Gajayana no 5, Kec Lowokwaru, Kota Malang memiliki berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan promosi dan menarik banyak mahasiswa untuk berkunjung. Kegiatan-kegiatan tersebut erat kaitannya dengan upaya promosi perpustakaan. Fokus utama dari aktivitas di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah untuk memperkenalkan dan mempromosikan fasilitas yang dapat diakses

mahasiswa di perpustakaan. Penelitian dilakukan dengan mengangkat judul analisis strategi promosi dengan menggunakan metode *Marketing Mix*. Peneliti melakukan wawancara dengan 1 kepala perpustakaan, 3 staf pustakawan, dan melibatkan 3 mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai informan .

Tabel 4.1 Identitas Informan

No	Nama	Bagian	Keterangan
1	Informan MS	Kepala Perpustakaan	Informan Utama
2	Informan AZ	Staff Pustakawan	Informan utama
3	Informan MA	Staff Pustakawan	Informan Utama
4	Informan H	Staff Pustakawan	Informan Utama
5	Informan B	Mahasiswa	Informan Pendukung
6	Informan S	Mahasiswa	Informan Pendukung
7	Informan F	Mahasiswa	Informan Pendukung

Sumber: Olah Data Peneliti, 2026)

Dapat dilihat pada tabel 4.1 daftar informan yang telah peneliti wawancarai untuk diminta keterangan dan data yang diperlukan oleh peneliti terkait dengan promosi di perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Informan tersebut terdiri dari 4 informan kunci dan 3 informan pendukung. Informan MS sebagai Kepala Perpustakaan yang mampu nyai tanggung jawab penuh terhadap keberlangsungan seluruh kegiatan yang ada di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kemudian informan AZ, MA, dan H merupakan pustakawan admin yang mengelola dan mengupload hasil dari aktivitas adakdemi di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Selanjutnya ketiga informan pendukung merupakan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang berkunjung dan mengerjakan tugas di Perpustakaan. Pemilihan informan pendukung tersebut dilakukan secara random atau acak dan memiliki kriteria yaitu pernah berkunjung dan memanfaatkan fasilitas di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

4.2.1 Product

Inti sebuah layanan perpustakaan berkaitan dengan produk atau koleksi yang disediakan dan dilayankan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang kepada pengguna. Produk juga dapat menjadi daya tarik bagi pengguna

untuk mengakses ataupun memanfaatkannya. Selain sebagai daya tarik, kualitas produk atau koleksi juga mencerminkan kualitas institusi itu sendiri. Melalui koleksi dan layanan yang disajikan, masyarakat dapat menilai komitmen institusi dalam mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Beberapa produk dan layanan yang tersedia di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga disampaikan oleh Kepala Perpustakaan, Staff Pustakawan dan mahasiswa.

a. Koleksi

Koleksi merupakan seluruh sumber daya informasi atau bahan pustaka yang dimiliki dan disediakan oleh suatu perpustakaan untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Koleksi menjadi inti dari produk karena mencerminkan kualitas, relevansi, kelengkapan, dan kemutakhiran layanan yang ditawarkan kepada pengguna (Kotler & Armstrong, 2016). Wawancara yang dilakukan kepada kepala perpustakaan dan staf perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terkait kebijakan perpustakaan dalam pengembangan koleksi untuk mendukung kebutuhan akademik:

“Kebijakan pengembangan koleksi perpustakaan dilaksanakan secara rutin setiap satu tahun sekali sebagai bagian dari upaya memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademika dan mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Kebijakan pengembangan koleksi di Perpustakaan UIN Malang disusun berdasarkan kebutuhan akademik civitas akademika, baik mahasiswa maupun dosen. Kami menyesuaikan koleksi dengan kurikulum program studi, perkembangan penelitian, serta kebutuhan pembelajaran berbasis digital. Selain pengadaan buku cetak, perpustakaan juga memperkuat akses e-book, e-journal, dan repository institusi agar pengguna memperoleh sumber informasi yang lebih luas dan mutakhir. Dalam proses pengembangan koleksi, kami bekerja sama dengan fakultas dan program studi melalui usulan buku serta evaluasi koleksi secara berkala.” (MS, wawancara, 4 Mei 2026)

Dari hasil wawancara diatas yang dipaparkan oleh kepala perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menyatakan mengenai kebijakan dan pengembangan koleksi perpustakaan yang dilakukan setiap tahun, kemudian beliau menjelaskan bahwa pengembangan koleksi dilaksanakan secara rutin sekali dalam satu tahun sebagai bagian dari upaya memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademika dan mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Dalam prosesnya, perpustakaan melakukan beberapa tahapan

mulai dari identifikasi kebutuhan pengguna, pengumpulan usulan dari dosen dan mahasiswa, evaluasi koleksi yang sudah ada, seleksi bahan pustaka, pengadaan koleksi baru, hingga penyiangan koleksi yang sudah tidak relevan atau rusak. Saat ditanya mengenai dasar penentuan koleksi, beliau menjelaskan bahwa hal tersebut didasarkan pada kesesuaian dengan kurikulum, perkembangan ilmu pengetahuan, data penggunaan koleksi, rekomendasi program studi, serta ketersediaan anggaran. Sedangkan pernyataan tersebut di perkuat oleh sraff pustakawann sebagai berikut:

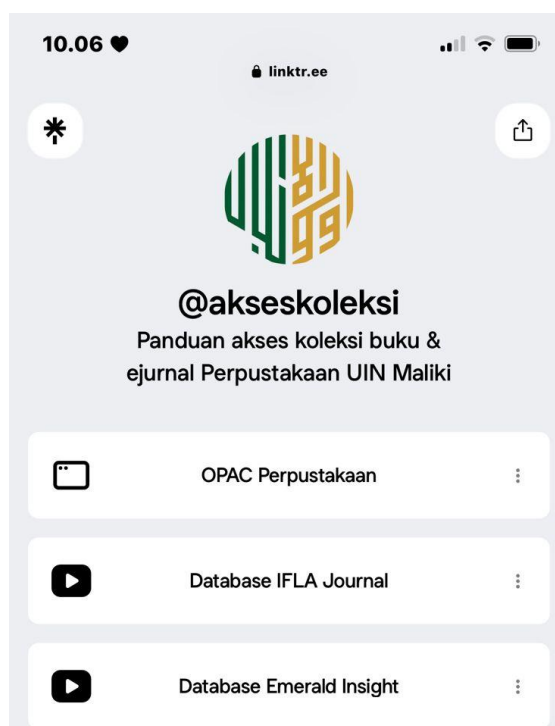
“Dalam pengembangan koleksi, kami menggunakan beberapa metode seperti survei kebutuhan pengguna, usulan dosen, dan analisis data peminjaman buku. Koleksi yang sering digunakan akan menjadi prioritas pengadaan berikutnya. Kami juga memastikan koleksi yang dibeli relevan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan mendukung kegiatan perkuliahan serta penelitian mahasiswa.”(AZ,wawancara, 4 Mei 2026)

“Kebijakan pengembangan koleksi tidak hanya fokus pada jumlah buku, tetapi juga kualitas dan kemudahan akses. Saat ini perpustakaan mengembangkan layanan digital sehingga mahasiswa dapat mengakses sumber referensi secara online kapan saja. Kami juga rutin melakukan evaluasi terhadap koleksi yang sudah lama atau kurang relevan agar rak koleksi tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa pengembangan koleksi di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dilakukan secara terencana dan berorientasi pada kebutuhan akademik sivitas akademika. Pengembangan koleksi tidak hanya difokuskan pada penambahan jumlah bahan pustaka, tetapi juga memperhatikan aspek kualitas, relevansi, kemutakhiran, dan kemudahan akses informasi. Pengembangan koleksi dilakukan melalui berbagai pendekatan, seperti penyesuaian dengan kurikulum program studi, usulan dosen dan fakultas, survei kebutuhan pengguna, analisis data peminjaman, serta evaluasi koleksi secara berkala. Selain memperkuat koleksi cetak yang berlokasi di lantai 3. Pencarian koleksi buku tercetak dapat menggunakan bantuan katalog libcat.uin-malang.ac.id, perpustakaan juga mengembangkan sumber informasi digital berupa *e-book*, *e-journal* yang bisa di akses melalui *google scholar*, *etheses*, *turnitin*, dan *repository institusi* guna mendukung kegiatan pembelajaran dan penelitian sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi informasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Rispanyanto, (2020) yang menyatakan bahwa Pengembangan koleksi perpustakaan perguruan tinggi sangat dibutuhkan dalam rangka memenuhi kebutuhan pemustaka dengan mengacu pada silabus yang telah dijabarkan ke dalam satuan acara perkuliahan (SAP) Rispanyanto, (2020).

Perbedaannya teori dengan hasil papawaran wawancara menunjukkan pendekatan yang lebih luas dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan pengguna secara langsung, sedangkan teori lebih menitikberatkan pada kesesuaian koleksi dengan silabus dan SAP sebagai dasar utama pengembangan koleksi. Namun, keduanya memiliki kesamaan tujuan, yaitu memastikan koleksi perpustakaan mampu mendukung proses pembelajaran dan kebutuhan akademik sivitas perguruan tinggi.



Gambar 4.5 Website koleksi Perpustakaan UIN Malang
Sumber: <https://s.id/malikilibrary>

Website koleksi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan sarana penting dalam mendukung kegiatan akademik, penelitian, dan pembelajaran bagi mahasiswa maupun dosen karena menyediakan akses yang

mudah terhadap berbagai sumber informasi, seperti buku, skripsi, tesis, disertasi, jurnal, dan repository institusi secara daring. Melalui *Online Public Access Catalog* (OPAC), memungkinkan pengguna dapat menelusuri koleksi perpustakaan dengan cepat tanpa harus datang langsung ke lokasi, sehingga proses pencarian referensi menjadi lebih efisien dan fleksibel

b. Layanan

Layanan adalah bentuk jasa yang diberikan kepada pengguna dalam membantu mereka mengakses, menggunakan, dan memanfaatkan produk utama organisasi. menekankan bahwa layanan mencakup sikap staf, kecepatan pelayanan, kemudahan akses, serta kemampuan petugas dalam memberikan bantuan yang profesional dan responsif (Dewi, 2019). Wawancara yang dilakukan kepada staff perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait standar pelayanan yang diterapkan untuk memastikan kepuasan mahasiswa:

“Perpustakaan UIN Malang menerapkan standar pelayanan yang mengutamakan keramahan, kecepatan, dan ketepatan layanan informasi. Kami berusaha memberikan pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan mahasiswa, baik dalam layanan sirkulasi, referensi, maupun akses digital. Selain itu, kami menyediakan fasilitas yang nyaman seperti ruang baca, layanan internet, dan akses repository digital. Evaluasi kepuasan pengguna juga dilakukan secara berkala melalui survei dan masukan mahasiswa untuk meningkatkan kualitas layanan.”(H, wawancara , 4 Mei 2026)

Selanjutnya dipaparkan oleh staff pustakawan UIN Malang yang berfokus pada bidang layanan perpustakaan menyatakan bahwa:

“Standar pelayanan yang kami terapkan adalah memastikan kebutuhan informasi mahasiswa dapat terpenuhi dengan cepat dan tepat. Kami selalu memperbarui koleksi sesuai usulan pengguna dan memastikan buku yang dibutuhkan tersedia dalam kondisi baik. Selain itu, kami juga memberikan pelayanan konsultasi terkait pencarian referensi akademik agar mahasiswa lebih mudah menemukan sumber yang relevan.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang strategi menerapkan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pengguna dengan mengutamakan keramahan, kecepatan, ketepatan, dan responsivitas dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Layanan yang diberikan mencakup layanan sirkulasi, referensi, akses

digital, konsultasi pencarian sumber akademik, serta didukung oleh fasilitas yang nyaman dan koleksi yang relevan. Selain itu, perpustakaan secara berkelanjutan melakukan evaluasi dan pengembangan layanan melalui survei kepuasan pengguna dan masukan mahasiswa guna memastikan kualitas pelayanan tetap sesuai dengan kebutuhan akademik serta mendukung kegiatan pembelajaran dan penelitian secara efektif. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian menurut (Dewi, 2019) kualitas layanan yang unggul tidak hanya didasarkan pada sudut pandang penyedia layanan, tetapi juga pada persepsi pengguna layanan. Persepsi pengguna layanan terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh terhadap suatu layanan.

c. Program Kegiatan

Program kegiatan merupakan aktivitas terencana yang diselenggarakan untuk meningkatkan pemanfaatan produk dan keterlibatan pengguna, program kegiatan berfungsi sebagai bagian dari produk yang memberi nilai tambah, seperti pelatihan, pameran, seminar, atau kegiatan edukatif lainnya yang mendukung tujuan organisasi (Handayani et al., 2020). Wawancara yang dilakukan kepada staff perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Terkait program kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan untuk meningkatkan minat kunjungan dan literasi informasi mahasiswa:

“Untuk menarik minat mahasiswa datang ke perpustakaan, kami rutin mengadakan display buku baru dan promosi koleksi unggulan. Mahasiswa biasanya lebih tertarik ketika melihat koleksi terbaru yang relevan dengan mata kuliah mereka. Selain itu, perpustakaan juga mengadakan kegiatan rekomendasi buku dan layanan usulan koleksi agar mahasiswa merasa dilibatkan dalam pengembangan perpustakaan.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Selanjutnya dipaparkan oleh staff pustawan perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berfokus pada bidang program kegiatan perpustakaan menyatakan bahwa:

“Kami sering menyelenggarakan pelatihan literasi informasi, terutama mengenai cara mencari referensi ilmiah, penggunaan aplikasi perpustakaan digital, dan teknik sitasi karya ilmiah. Program tersebut sangat membantu mahasiswa, khususnya dalam penyusunan makalah, skripsi, dan penelitian akademik. Selain itu, kami juga menyediakan ruang diskusi dan layanan belajar bersama untuk menciptakan suasana perpustakaan yang lebih aktif.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menyelenggarakan berbagai strategi program kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan minat kunjungan dan literasi informasi mahasiswa. Program tersebut meliputi promosi koleksi melalui display buku baru, rekomendasi buku, layanan usulan koleksi, pelatihan literasi informasi, penggunaan perpustakaan digital, serta teknik sitasi karya ilmiah. Selain itu, penyediaan ruang diskusi dan layanan belajar bersama turut mendukung terciptanya lingkungan akademik yang aktif dan kondusif. Melalui berbagai kegiatan tersebut, perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia sumber informasi, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran yang mendorong keterlibatan mahasiswa dalam pemanfaatan layanan dan pengembangan kompetensi akademik. Dalam penelitian menurut (Asaniyah, 2024) Perpustakaan sebagai pusat sumber informasi memiliki peranan strategis dalam memfasilitasi kebutuhan informasi sivitas akademika serta mendukung proses pembelajaran, penelitian, dan pengembangan ilmu pengetahuan. Namun, sumber daya yang dimiliki perpustakaan sering kali belum dimanfaatkan secara optimal oleh pemustaka.

d. Fasilitas fisik

Fasilitas fisik adalah sarana dan prasarana yang mendukung penyampaian produk dan layanan kepada pengguna (Sugina, Sunarya, & Nusantara, 2023) menyatakan bahwa fasilitas fisik meliputi tata ruang, kenyamanan, kebersihan, peralatan, serta suasana lingkungan yang dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan pengguna terhadap produk yang ditawarkan. Wawancara yang dilakukan kepada staff perpustakaan dan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terkait tata ruang sarana, teknologi, dan fasilitas pendukung lainnya memenuhi kebutuhan mahasiswa:

“Menurut saya, tata ruang perpustakaan UIN Malang sudah cukup nyaman untuk belajar dan berdiskusi. Ruang baca dibuat rapi dan tenang sehingga membantu mahasiswa lebih fokus. Selain itu, tersedia ruang diskusi yang sangat bermanfaat untuk kerja kelompok. Dari sisi teknologi, akses Wi-Fi dan komputer sudah membantu mahasiswa dalam mencari referensi digital maupun mengerjakan tugas. Namun, pada jam-jam tertentu koneksi internet terkadang kurang stabil karena banyak pengguna.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Paparan hasil dari wawancara kepada staff pustakawan dapat disimpulkan bahwa tata ruang Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dinilai sudah cukup nyaman dan mendukung aktivitas belajar mahasiswa. MA menyampaikan bahwa ruang baca perpustakaan tertata dengan rapi dan suasananya tenang sehingga membantu mahasiswa lebih mudah berkonsentrasi. Selain itu, keberadaan ruang diskusi juga dianggap sangat bermanfaat karena memfasilitasi kegiatan kerja kelompok. Dari aspek fasilitas teknologi, MA menilai bahwa ketersediaan Wi-Fi dan komputer cukup membantu dalam mengakses referensi digital serta menunjang pengerjaan tugas perkuliahan.

Berdasarkan paparan hasil wawancara menurut mahasiswa menyatakan bahwa tata ruang perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sudah cukup nyaman untuk belajar dan berdiskusi. Ruang baca dibuat rapi dan tenang sehingga membantu mahasiswa lebih fokus. Selain itu, tersedia ruang diskusi yang sangat bermanfaat untuk kerja kelompok. Dari sisi teknologi, akses Wi-Fi dan komputer sudah membantu mahasiswa dalam mencari referensi digital maupun mengerjakan tugas. Sedangkan salah satu mahasiswa mengungkapkan fasilitas fisik yang dimiliki perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai berikut:

“Fasilitas perpustakaan menurut saya cukup lengkap dan mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Selain koleksi buku yang banyak, perpustakaan juga menyediakan akses e-journal dan repository digital yang sangat membantu saat mencari sumber penelitian. Tata ruangnya juga nyaman karena terdapat area baca santai dan pendingin ruangan yang membuat mahasiswa betah berada di perpustakaan lebih lama.”(B, wawancara, 5 Mei 2026)

“Fasilitas perpustakaan menurut saya cukup lengkap dan mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Selain koleksi buku yang banyak, perpustakaan juga menyediakan akses e-journal dan repository digital yang sangat membantu saat mencari sumber penelitian. Tata ruangnya juga nyaman karena terdapat area baca santai dan pendingin ruangan yang membuat mahasiswa betah berada di perpustakaan lebih lama.”(S, wawancara, 5 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa strategi fasilitas fisik Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah mampu mendukung kebutuhan akademik mahasiswa melalui penyediaan sarana dan prasarana yang nyaman, lengkap, dan memadai. Tata ruang yang rapi, ruang baca yang tenang, ruang diskusi, area baca santai, serta lingkungan yang nyaman dengan pendingin ruangan memberikan suasana belajar yang kondusif bagi pengguna. Selain itu,

dukungan teknologi berupa akses Wi-Fi, komputer, e-journal, dan repository digital memudahkan mahasiswa dalam memperoleh sumber informasi dan menyelesaikan tugas akademik. Meskipun demikian, masih terdapat kendala pada stabilitas koneksi internet pada waktu-waktu tertentu akibat tingginya jumlah pengguna. Secara keseluruhan, fasilitas yang tersedia memberikan kontribusi positif terhadap kenyamanan, kemudahan akses informasi, dan kepuasan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan perpustakaan (Ramadani, et al, 2026).

e. Produk

Produk tidak hanya terbatas pada barang atau jasa utama, tetapi merupakan keseluruhan pengalaman yang diterima pengguna. Produk mencakup koleksi, layanan, program kegiatan, dan fasilitas fisik yang terintegrasi untuk memberikan manfaat dan nilai yang sesuai dengan kebutuhan serta harapan pengguna (Mutia & Tia, 2024). Terkait Wawancara yang dilakukan kepada staff perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Terkait strategi perpustakaan dalam meningkatkan nilai produk agar tetap relevan dan kompetitif di era digital:

“Strategi utama perpustakaan dalam meningkatkan nilai produk di era digital adalah dengan mengembangkan layanan digital seperti e-book, e-journal, dan repository institusi. Dengan layanan tersebut, mahasiswa dapat mengakses sumber informasi secara lebih mudah dan cepat tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Kami juga memanfaatkan media sosial dan website perpustakaan sebagai sarana promosi layanan agar informasi mengenai koleksi dan program perpustakaan dapat menjangkau lebih banyak pengguna.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Namun salah satu staff pustakawan yang berfokus dalam bidang produk menyatakan bahwa masih menyiapkan fasilitas pelayan dan ruang baca untuk mahasiswa yang dipaparkan sebagai berikut:

“Untuk tetap relevan dan kompetitif, perpustakaan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas pendukung belajar mahasiswa. Kami menyediakan ruang baca yang nyaman, akses internet, layanan peminjaman berbasis sistem digital, dan pendampingan penelusuran informasi akademik. Selain itu, perpustakaan juga rutin mengadakan pelatihan literasi informasi dan penggunaan database online agar mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal dalam kegiatan akademik mereka.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi dengan menggunakan marketing mix di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat

disimpulkan bahwa perpustakaan telah mengimplementasikan konsep 7P secara terpadu dalam mendukung kegiatan promosi melalui media sosial dan layanan digital, yang mencakup product berupa koleksi cetak dan digital, layanan, program kegiatan, serta fasilitas fisik yang saling terintegrasi; price berupa kemudahan akses layanan tanpa biaya tambahan yang memberatkan pengguna; place melalui akses layanan secara offline dan online berbasis sistem digital; promotion melalui pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi secara cepat dan luas; people melalui peran pustakawan yang profesional, responsif, dan berorientasi pada kebutuhan pengguna; process melalui prosedur layanan yang mudah, cepat, dan didukung sistem digital; serta physical evidence melalui ketersediaan fasilitas perpustakaan yang nyaman, modern, dan mendukung aktivitas akademik. Penerapan strategi tersebut menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah mampu mengoptimalkan perannya dalam mendukung kebutuhan informasi dan akademik sivitas akademika melalui layanan yang inovatif, sehingga dapat meningkatkan pemanfaatan layanan, memperluas penyebaran informasi, serta memperkuat eksistensi perpustakaan di lingkungan kampus.

4.2.2 Price

Penetapan harga pada layanan yang ada di Perpustakaan baik itu layanan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ataupun layanan yang lainnya telah ditentukan oleh pihak Perpustakaan atas persetujuan dari pihak pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Perpustakaan, dan Staff Perpustakaan, diketahui bahwa sebagian besar layanan perpustakaan dapat diakses secara gratis. Mahasiswa tidak dikenakan biaya untuk memanfaatkan koleksi, ruang baca, maupun berbagai fasilitas dan sumber informasi yang tersedia. Biaya hanya dikenakan pada layanan tertentu, seperti denda keterlambatan pengembalian buku dan penggantian koleksi yang hilang atau rusak.

a. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga merupakan kemampuan pengguna untuk memperoleh suatu layanan dengan biaya yang sesuai dan tidak memberatkan Pada

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Krisdayanto, et al., 2020). aspek keterjangkauan harga tercermin dari mayoritas layanan yang diberikan secara gratis kepada mahasiswa. Wawancara yang dilakukan kepada staff pustakawan di perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait kebijakan denda, menjelaskan bahwa:

“Perpustakaan menerapkan aturan denda bagi mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku sebagai bentuk kedisiplinan dalam penggunaan koleksi. Besaran denda biasanya dihitung berdasarkan jumlah hari keterlambatan sesuai ketentuan yang berlaku di perpustakaan. Sistem denda ini bertujuan agar koleksi dapat segera dikembalikan dan dimanfaatkan kembali oleh mahasiswa lain yang membutuhkan.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penerapan denda tidak bertujuan untuk memperoleh keuntungan, melainkan untuk meningkatkan kedisiplinan mahasiswa dan memastikan koleksi dapat dimanfaatkan secara bergantian oleh pengguna lain. Hal tersebut di perkuat oleh pernyataan staff pustakawan lainnya:

“Penerapan denda dilakukan melalui sistem layanan perpustakaan yang sudah terkomputerisasi sehingga keterlambatan pengembalian dapat terdata secara otomatis. Mahasiswa akan diberi informasi mengenai jumlah denda saat melakukan pengembalian buku. Namun, selain memberikan sanksi, kami juga mengingatkan mahasiswa melalui pemberitahuan atau reminder agar mereka mengembalikan buku tepat waktu.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan denda dilakukan secara transparan melalui sistem yang terkomputerisasi. Selain itu, perpustakaan juga memberikan pengingat kepada mahasiswa sebagai upaya pencegahan keterlambatan pengembalian buku.

Selain menerapkan denda pada kondisi tertentu, layanan yang tersedia di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat diakses secara gratis oleh mahasiswa. Layanan tersebut meliputi layanan peminjaman dan pengembalian buku, layanan referensi, akses repository, penggunaan ruang baca, ruang diskusi, serta berbagai kegiatan literasi dan pelatihan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Kebijakan layanan gratis ini menunjukkan komitmen perpustakaan

dalam menyediakan akses informasi yang luas bagi seluruh mahasiswa tanpa adanya hambatan biaya.

Penerapan denda keterlambatan di perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bertujuan untuk bentuk upaya perpustakaan dalam menjaga ketersediaan koleksi bagi seluruh pengguna. Apabila mahasiswa mengembalikan buku tepat waktu, koleksi tersebut dapat segera dipinjam dan dimanfaatkan oleh mahasiswa lain yang membutuhkan. Sebaliknya, keterlambatan pengembalian buku dapat menyebabkan akses terhadap informasi menjadi terhambat.

Berdasarkan teori (Krisdayanto, et al., 2020) suatu harga dikatakan terjangkau apabila tidak membebani pengguna dalam memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek keterjangkauan harga di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan dengan baik. Hal ini dibuktikan dengan mayoritas layanan yang dapat dimanfaatkan secara gratis oleh mahasiswa, sedangkan biaya hanya dikenakan pada situasi tertentu yang berkaitan dengan pelanggaran aturan perpustakaan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebijakan harga yang diterapkan tidak membatasi akses mahasiswa terhadap layanan perpustakaan, sehingga seluruh mahasiswa tetap dapat memperoleh manfaat layanan secara optimal.

b. Kebijakan harga

Kebijakan harga Menurut Krisdayanto et al. (2020), berkaitan dengan kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan pengguna dengan manfaat serta kualitas layanan yang diperoleh. Dalam perpustakaan, kebijakan harga tidak selalu berupa biaya untuk menggunakan layanan, tetapi juga dapat berupa aturan yang mengatur penggunaan layanan, seperti penerapan denda bagi mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku (Krisdayanto, et al., 2020).. Kebijakan tersebut dibuat untuk mendukung kelancaran layanan dan menjaga pemanfaatan koleksi secara tertib oleh seluruh pengguna. Wawancara yang dilakukan kepada kepala perpustakaan dan staff pustakawan di perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terkait kebijakan jika terdapat mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku:

“Kebijakan perpustakaan terhadap mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku dilakukan melalui penerapan sanksi administratif berupa denda sesuai ketentuan yang berlaku. Kebijakan ini bertujuan untuk

menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kedisiplinan mahasiswa dalam memanfaatkan koleksi perpustakaan. Selain itu, perpustakaan juga memberikan toleransi dalam kondisi tertentu, misalnya jika mahasiswa mengalami kendala akademik atau keadaan darurat, dengan tetap mempertimbangkan aturan yang ada.”(MS, wawancara, 4 April 2026)

Diketahui bahwa kebijakan denda diterapkan sebagai bentuk sanksi administratif bagi mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku. Kebijakan ini tidak hanya bertujuan menegakkan aturan perpustakaan, tetapi juga membangun sikap tanggung jawab dan kedisiplinan mahasiswa dalam memanfaatkan koleksi yang dipinjam. Selain itu, perpustakaan juga menunjukkan fleksibilitas dengan memberikan toleransi pada kondisi tertentu tanpa mengabaikan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan staf pustakawan sebagai berikut:

“Jika mahasiswa terlambat mengembalikan buku, sistem perpustakaan secara otomatis mencatat jumlah hari keterlambatan dan denda yang harus dibayarkan. Mahasiswa tetap dapat mengembalikan buku seperti biasa, kemudian menyelesaikan kewajibannya sesuai aturan layanan. Kami juga biasanya memberikan pengingat kepada mahasiswa melalui sistem atau pemberitahuan langsung agar mereka segera mengembalikan buku sebelum jatuh tempo.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Hal tersebut menunjukkan bahwa penerapan kebijakan denda dilakukan secara transparan melalui sistem perpustakaan yang telah terkomputerisasi. Sistem tersebut memungkinkan proses pencatatan keterlambatan dan perhitungan denda dilakukan secara otomatis sehingga meminimalkan kesalahan dan meningkatkan kejelasan informasi bagi mahasiswa. Selain itu, perpustakaan juga memberikan pengingat sebelum jatuh tempo sebagai bentuk pelayanan kepada pengguna. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Kebijakan keterlambatan pengembalian buku diterapkan agar sirkulasi koleksi berjalan dengan baik dan semua mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk memanfaatkan buku. Jika keterlambatan berlangsung cukup lama, mahasiswa dapat dikenakan pembatasan layanan peminjaman sementara sampai kewajibannya diselesaikan. Namun, perpustakaan tetap mengedepankan pendekatan edukatif dengan mengingatkan mahasiswa pentingnya menjaga ketertiban penggunaan koleksi bersama.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)

Secara keseluruhan, kebijakan harga yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tidak hanya berupa pemberian sanksi administratif,

tetapi juga disertai dengan pendekatan edukatif melalui pengingat, pemberian toleransi pada kondisi tertentu, serta penggunaan sistem yang transparan. Kebijakan tersebut menunjukkan bahwa perpustakaan berupaya menjaga keseimbangan antara penegakan aturan dan pemberian pelayanan yang baik kepada mahasiswa. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aspek kebijakan harga di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan dengan baik. Kebijakan denda dilaksanakan secara transparan, adil, dan edukatif serta didukung oleh kualitas layanan yang memadai.

c. Biaya layanan

Biaya layanan merupakan biaya yang dikeluarkan pengguna untuk memperoleh dan memanfaatkan suatu layanan. Menurut (Krisdayanto, et al., 2020)., biaya layanan harus sebanding dengan manfaat dan kualitas layanan yang diterima oleh pengguna. Dalam konteks perpustakaan, biaya layanan dapat dilihat dari ada atau tidaknya biaya yang harus dikeluarkan mahasiswa untuk memanfaatkan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait biaya layanan yang tersedia di perpustakaan, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Layanan utama perpustakaan pada dasarnya diberikan secara gratis kepada mahasiswa, termasuk peminjaman koleksi, penggunaan ruang baca, dan akses katalog digital. Mahasiswa hanya perlu memiliki kartu anggota atau identitas mahasiswa untuk menggunakan fasilitas tersebut. Kami juga menyediakan layanan bantuan penelusuran informasi dan konsultasi referensi tanpa biaya agar mahasiswa lebih mudah mendapatkan sumber akademik yang dibutuhkan.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa sebagian besar layanan yang disediakan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dimanfaatkan secara gratis oleh mahasiswa. Mahasiswa hanya perlu menunjukkan identitas sebagai sivitas akademika untuk memperoleh akses terhadap berbagai layanan dan fasilitas yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa perpustakaan berupaya memberikan kemudahan akses informasi tanpa membebankan biaya tambahan kepada pengguna. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan staf pustakawan yang berfokus pada bidang layanan sebagai berikut:

“Menurut saya, layanan perpustakaan sudah sangat membantu karena sebagian besar fasilitas dapat digunakan secara gratis. Saya sering memanfaatkan Wi-Fi, ruang baca, dan akses jurnal online untuk mengerjakan tugas kuliah. Hal ini tentu sangat mendukung kebutuhan akademik mahasiswa tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan.” (H, wawancara 4 Mei 2026)

Diketahui bahwa layanan gratis yang disediakan perpustakaan memberikan manfaat yang besar bagi mahasiswa dalam menunjang kegiatan akademik. Ketersediaan fasilitas seperti Wi-Fi, ruang baca, akses jurnal online, layanan referensi, dan layanan penelusuran informasi membantu mahasiswa memperoleh sumber belajar yang dibutuhkan tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perpustakaan berperan sebagai penyedia layanan informasi yang mudah diakses oleh seluruh mahasiswa.

Jika dikaitkan dengan teori (Krisdayanto et al. 2020), biaya layanan dikatakan sesuai apabila pengguna memperoleh manfaat yang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, mahasiswa memperoleh berbagai layanan dan fasilitas perpustakaan secara gratis, seperti peminjaman koleksi, penggunaan ruang baca, akses katalog digital, akses jurnal online, layanan referensi, layanan penelusuran informasi, serta fasilitas Wi-Fi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa manfaat yang diterima mahasiswa jauh lebih besar dibandingkan biaya yang harus dikeluarkan, karena sebagian besar layanan dapat diakses tanpa biaya tambahan. Dengan demikian, indikator biaya layanan di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan dengan baik. Hal ini terlihat dari tersedianya berbagai layanan dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan secara gratis oleh mahasiswa sehingga mampu mendukung kebutuhan akademik tanpa memberikan beban biaya yang berarti kepada pengguna.

Strategi promosi melalui aspek price pada Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diwujudkan dengan memberikan kemudahan akses layanan secara gratis kepada seluruh mahasiswa. Kebijakan tersebut menjadi daya tarik tersendiri karena mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas, koleksi, dan layanan informasi tanpa mengeluarkan biaya tambahan. Selain itu, penerapan biaya

denda yang relatif ringan berfungsi sebagai instrumen pengendalian sekaligus bentuk edukasi kedisiplinan bagi pengguna perpustakaan.

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi melalui aspek *price* dalam marketing mix di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan menerapkan kebijakan harga yang sangat terjangkau dan berorientasi pada kemudahan akses layanan bagi seluruh mahasiswa, di mana sebagian besar layanan seperti peminjaman koleksi, ruang baca, akses katalog digital, jurnal online, layanan referensi, penelusuran informasi, serta fasilitas Wi-Fi dapat digunakan secara gratis sebagai bentuk dukungan terhadap kebutuhan akademik tanpa hambatan biaya. Sementara itu, biaya hanya dikenakan pada kondisi tertentu seperti denda keterlambatan pengembalian buku atau penggantian koleksi yang rusak atau hilang, yang diterapkan secara transparan, terkomputerisasi, dan bersifat edukatif untuk menumbuhkan kedisiplinan pengguna dalam memanfaatkan koleksi bersama. Dengan demikian, strategi *price* tidak hanya berfungsi sebagai pengaturan biaya layanan, tetapi juga sebagai instrumen promosi yang meningkatkan daya tarik perpustakaan karena memberikan nilai manfaat yang tinggi dengan biaya minimal, sehingga mampu memperluas akses informasi, meningkatkan pemanfaatan layanan, dan mendukung terciptanya citra perpustakaan yang inklusif serta ramah pengguna di era digital.

4.2.3 Place

Place dalam pemasaran jasa diartikan sebagai pendistribusian atau bagaimana cara agar jasa atau barang tersebut bisa disebarkan ataupun dapat diakses. Place juga dapat berupa situs website, lokasi fisik ataupun kebijakan Universitas dalam melakukan serah simpan karya ilmiah aktivitas akademik UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Begitu juga Perpustakaan yang bertanggung jawab untuk menjaga, melestarikan, mengelola, dan mendayagunakan semua karya ilmiah yang di unggah dalam Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. sehingga pihak pengelola harus dapat memberikan informasi untuk mengakses karya ilmiah tersebutsebagaimana jawaban wawancara yang dilakukan oleh kepala perpustakaan, staff pustakawan, dan mahasiswa:

a. Akses

Akses yaitu lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau oleh sarana transportasi umum (Tjiptono, 2019). Dalam konteks perpustakaan, akses tidak hanya berkaitan dengan kemudahan menjangkau lokasi fisik perpustakaan, tetapi juga kemudahan pengguna dalam memperoleh layanan dan informasi yang disediakan baik secara langsung maupun melalui media digital. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait akses layanan perpustakaan secara online maupun offline, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Menurut saya, akses layanan perpustakaan sudah cukup mudah baik secara online maupun offline. Untuk layanan offline, mahasiswa dapat langsung datang ke perpustakaan untuk membaca buku, meminjam koleksi, atau menggunakan ruang diskusi. Sedangkan secara online, perpustakaan menyediakan katalog digital, repository, dan akses jurnal elektronik yang dapat digunakan untuk mencari referensi akademik dari mana saja.”(B, wawancara , 5 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diketahui bahwa mahasiswa menilai akses layanan perpustakaan sudah mudah dijangkau baik melalui layanan offline maupun online. Secara offline, mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fasilitas yang tersedia di perpustakaan, sedangkan secara online mahasiswa dapat mengakses berbagai sumber informasi melalui katalog digital, repository, dan jurnal elektronik. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Layanan online sangat membantu mahasiswa, terutama saat mengerjakan tugas atau penelitian. Saya sering menggunakan e-journal dan repository kampus karena aksesnya lebih praktis dan cepat. Untuk layanan offline, fasilitas ruang baca dan suasana perpustakaan juga nyaman sehingga mahasiswa tetap tertarik datang langsung ke perpustakaan.”(S, wawancara 5 Mei 2026).

Dapat diketahui bahwa layanan online yang disediakan perpustakaan memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memperoleh referensi akademik secara cepat dan praktis. Selain itu, kenyamanan fasilitas yang tersedia juga menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk tetap memanfaatkan layanan perpustakaan secara langsung. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Akses layanan perpustakaan menurut saya sudah mengikuti perkembangan teknologi. Mahasiswa bisa mengecek ketersediaan buku melalui sistem online sebelum datang ke perpustakaan. Selain itu, pelayanan secara langsung dari pustakawan juga cukup baik karena mahasiswa dapat meminta bantuan dalam mencari buku atau referensi yang diperlukan.”(F, wawancara , 5 Mei 2026)

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah mengembangkan layanan berbasis teknologi untuk mendukung kebutuhan informasi mahasiswa. Melalui sistem online yang tersedia, mahasiswa dapat mengecek ketersediaan koleksi sebelum berkunjung ke perpustakaan sehingga proses pencarian informasi menjadi lebih cepat dan efisien.

Akses layanan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memberikan kemudahan bagi mahasiswa baik melalui layanan offline maupun online. Secara offline, lokasi perpustakaan berada di lingkungan kampus sehingga mudah dijangkau oleh mahasiswa dari berbagai fakultas. Letak perpustakaan yang strategis memungkinkan mahasiswa untuk mengakses layanan perpustakaan dengan berjalan kaki tanpa harus menggunakan transportasi tambahan. Kondisi tersebut memudahkan mahasiswa untuk berkunjung ke perpustakaan di sela-sela kegiatan perkuliahan maupun saat membutuhkan referensi akademik.

Di sisi lain, akses layanan secara online menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah mengikuti perkembangan teknologi informasi. Mahasiswa dapat mengakses katalog digital untuk mencari informasi ketersediaan koleksi, memanfaatkan repository untuk memperoleh karya ilmiah, serta menggunakan jurnal elektronik sebagai sumber referensi akademik. Kemudahan ini memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi kapan saja dan dari berbagai lokasi tanpa harus datang langsung ke perpustakaan.

Jika dikaitkan dengan teori (Tjiptono, 2019) akses merupakan kemudahan pengguna dalam menjangkau dan memperoleh layanan yang disediakan oleh suatu organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator akses karena didukung oleh lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh mahasiswa dari berbagai fakultas, dapat diakses dengan berjalan kaki, serta didukung oleh layanan digital yang memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Dengan

demikian, akses layanan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dikatakan telah berjalan dengan baik karena mampu memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam memanfaatkan layanan dan memperoleh sumber informasi yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan akademik.

b. Visiabilitas

Visiabilitas merupakan lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal sehingga memudahkan pengguna untuk menemukan dan mengenali keberadaannya (Tjiptono, 2019). Dalam konteks perpustakaan, visiabilitas dapat dilihat dari kemudahan mahasiswa mengenali lokasi perpustakaan, keberadaan papan petunjuk yang jelas, serta upaya perpustakaan dalam memperkenalkan layanan kepada pengguna. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait penyampaian layanan kepada mahasiswa baru, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Penyampaian layanan kepada mahasiswa baru biasanya dilakukan melalui kegiatan orientasi perpustakaan pada awal tahun akademik. Dalam kegiatan tersebut, mahasiswa diperkenalkan dengan berbagai fasilitas, tata tertib, prosedur peminjaman buku, serta cara menggunakan katalog dan layanan digital perpustakaan. Kami juga memberikan penjelasan mengenai pentingnya literasi informasi agar mahasiswa dapat memanfaatkan sumber referensi akademik secara efektif sejak awal perkuliahan.”(AZ, wawancara, 4 Mei, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa perpustakaan secara aktif memperkenalkan berbagai layanan kepada mahasiswa baru melalui kegiatan orientasi perpustakaan. Kegiatan ini bertujuan agar mahasiswa dapat mengenal fasilitas, layanan, serta tata cara penggunaan perpustakaan sejak awal masa perkuliahan. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Selain melalui orientasi langsung, penyampaian layanan kepada mahasiswa baru juga dilakukan secara online melalui website dan media sosial perpustakaan. Kami menyediakan panduan penggunaan layanan digital, tutorial akses e-journal, repository, dan katalog online agar mahasiswa lebih mudah memahami cara memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Dengan kombinasi layanan offline dan online, mahasiswa baru dapat lebih cepat beradaptasi dan mengenal layanan perpustakaan secara menyeluruh.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa perpustakaan tidak hanya memperkenalkan layanan secara langsung, tetapi juga memanfaatkan website dan media sosial sebagai sarana

penyebaran informasi. Upaya tersebut memudahkan mahasiswa baru untuk memperoleh informasi mengenai layanan perpustakaan kapan saja dan di mana saja. Selanjutnya, wawancara yang dilakukan kepada staf perpustakaan terkait lokasi perpustakaan menunjukkan hasil sebagai berikut:

“Lokasi perpustakaan UIN Malang cukup strategis karena berada di lingkungan utama kampus dan dekat dengan area perkuliahan mahasiswa. Hal tersebut memudahkan mahasiswa untuk datang ke perpustakaan, baik untuk membaca, meminjam buku, maupun mengakses layanan akademik lainnya.”(MM, wawancara 3 Mei, 2026)

Diketahui bahwa lokasi perpustakaan berada pada area yang strategis sehingga mudah ditemukan dan dijangkau oleh mahasiswa. Letaknya yang berada di lingkungan utama kampus membuat perpustakaan menjadi salah satu fasilitas yang mudah dikenali oleh mahasiswa. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Menurut kami, lokasi perpustakaan sudah sangat mendukung kebutuhan mahasiswa karena mudah diakses dari berbagai fakultas dan fasilitas kampus lainnya. Selain akses fisik yang mudah, perpustakaan juga menyediakan layanan digital sehingga mahasiswa tetap dapat memanfaatkan layanan meskipun tidak datang langsung ke gedung perpustakaan.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Hasil temuan dari aspek visiabilitas Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan dengan baik. Gedung perpustakaan berada pada lokasi yang strategis di lingkungan kampus sehingga dapat terlihat dengan jelas oleh mahasiswa. Selain itu, keberadaan papan nama dan identitas gedung perpustakaan yang jelas membantu mahasiswa maupun pengunjung untuk mengenali lokasi perpustakaan dengan mudah. Kondisi tersebut sangat membantu terutama bagi mahasiswa baru yang belum mengenal seluruh fasilitas yang ada di lingkungan kampus. Selain didukung oleh lokasi fisik yang mudah terlihat, perpustakaan juga meningkatkan visibilitas layanan melalui berbagai media informasi. Kegiatan orientasi perpustakaan menjadi sarana awal bagi mahasiswa baru untuk mengenal keberadaan perpustakaan dan layanan yang tersedia. Informasi mengenai layanan perpustakaan juga disebarluaskan melalui website dan media sosial sehingga mahasiswa dapat mengetahui berbagai fasilitas dan layanan yang dapat dimanfaatkan selama masa perkuliahan.

Dengan adanya kombinasi antara lokasi gedung yang mudah dikenali dan penyebaran informasi yang dilakukan secara langsung maupun digital, mahasiswa baru dapat lebih cepat mengenali keberadaan perpustakaan serta memahami layanan yang tersedia. Hal ini menunjukkan bahwa perpustakaan tidak hanya mudah ditemukan secara fisik, tetapi juga mudah dikenal oleh pengguna melalui berbagai media informasi yang digunakan.

Jika dikaitkan dengan teori (Tjiptono, 2019), *visibilitas* merupakan kemampuan suatu lokasi untuk dapat dilihat dan dikenali dengan jelas oleh pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator *visibilitas* karena memiliki lokasi yang strategis, gedung yang mudah terlihat, papan nama yang jelas, serta didukung oleh berbagai kegiatan dan media informasi yang membantu mahasiswa mengenali keberadaan dan layanan perpustakaan (Cox, 2023).

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi melalui aspek *place* dalam *Marketing Mix* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan telah menerapkan strategi penyediaan dan akses layanan dengan baik melalui pemanfaatan akses fisik dan digital. Strategi tersebut memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi dan layanan perpustakaan secara cepat, mudah, dan efisien. Secara fisik, perpustakaan memiliki lokasi yang strategis di lingkungan kampus, mudah dijangkau oleh mahasiswa dari berbagai fakultas, serta didukung identitas gedung dan penunjuk arah yang jelas sehingga meningkatkan kemudahan visibilitas dan akses. Sementara itu, secara digital perpustakaan telah mengembangkan layanan berbasis teknologi informasi seperti katalog online, repository institusi, dan jurnal elektronik yang memungkinkan mahasiswa mengakses sumber informasi akademik kapan saja dan dari mana saja tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Selain itu, upaya peningkatan *visibilitas* juga dilakukan melalui kegiatan orientasi mahasiswa baru serta pemanfaatan website dan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi layanan, fasilitas, dan program perpustakaan. Dengan demikian, strategi *place* yang diterapkan tidak hanya berfokus pada lokasi fisik, tetapi juga pada perluasan

jangkauan layanan berbasis digital yang mampu mendekatkan perpustakaan dengan kebutuhan pengguna di era teknologi informasi.

4.2.4 *Promotion*

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 di lapangan, bahwa masih banyak mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan ada pustakawan Perpustakaan fakultas yang masih belum mengenal atau mengetahui dengan adanya Perpustakaan. Seiring berkembangnya zaman, promosi juga memiliki beberapa cara pendekatan, misalnya promosi secara langsung dan promosi secara tidak langsung.. paparan wawancara yang dilakukan oleh kepala perpustakaan, staff pustakawan, dan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang:

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan (*advertising*) merupakan semua bentuk presentasi dan promosi nonpribadi mengenai ide, barang, atau jasa yang dilakukan oleh sponsor tertentu untuk menyampaikan informasi kepada khalayak sasaran (Madjuki, 2020). Dalam konteks perpustakaan, periklanan dilakukan untuk memperkenalkan koleksi, layanan, fasilitas, serta berbagai kegiatan yang diselenggarakan agar diketahui dan dimanfaatkan oleh mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait promosi koleksi dan kegiatan perpustakaan, diperoleh informasi sebagai berikut:.

“Menurut saya, perpustakaan cukup aktif mempromosikan koleksi dan kegiatannya melalui media sosial seperti Instagram dan website perpustakaan. Informasi mengenai buku baru, seminar, pelatihan, dan kegiatan literasi biasanya diumumkan secara rutin sehingga mahasiswa mudah mengetahuinya.”(B, wawancara, 5 Mei 2026)

Mahasiswa menilai Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang cukup aktif dalam mempromosikan koleksi dan berbagai kegiatan perpustakaan melalui media digital. Informasi yang disampaikan secara rutin memudahkan mahasiswa untuk mengetahui berbagai layanan dan program yang tersedia. Hal tersebut diperkuat oleh pernyataan mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Perpustakaan juga sering memasang banner dan poster di area kampus untuk menginformasikan kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu, informasi kegiatan kadang disampaikan melalui grup mahasiswa atau pengumuman dari fakultas sehingga lebih banyak mahasiswa yang mengetahui program perpustakaan.”(S, wawancara, 5 mei 2026)

Dapat diketahui bahwa perpustakaan tidak hanya memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, tetapi juga menggunakan media promosi langsung seperti banner dan poster yang dipasang pada berbagai lokasi strategis di lingkungan kampus. Penggunaan media tersebut membantu memperluas penyebaran informasi kepada mahasiswa. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

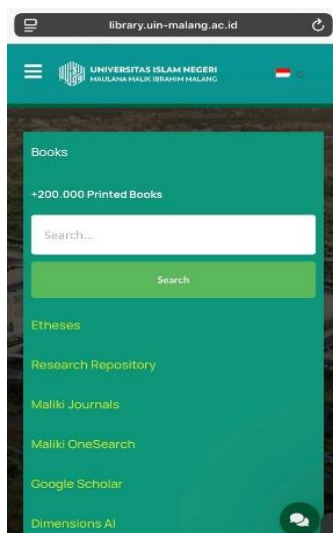
“Menurut saya, promosi perpustakaan sudah cukup menarik karena tidak hanya memperkenalkan koleksi buku, tetapi juga layanan digital dan pelatihan literasi informasi. Dengan adanya promosi melalui media online, mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan.”(F, wawancara 5 Mei 2026)

Bahwa kegiatan promosi yang dilakukan perpustakaan tidak hanya memperkenalkan koleksi cetak, tetapi juga berbagai layanan digital dan kegiatan literasi informasi yang mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Untuk mendukung hasil wawancara tersebut, peneliti juga melakukan observasi terhadap berbagai media promosi yang digunakan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.



Gambar 4.6 Akun Instagram Perpustakaan UIN Malang
Sumber: Instagram Perpustakaan UIN Malang, 2026

Akun Instagram resmi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang digunakan sebagai media promosi dan penyebaran informasi kepada mahasiswa. Melalui akun Instagram tersebut, perpustakaan menyampaikan berbagai informasi mengenai koleksi terbaru, kegiatan literasi, seminar, pelatihan, layanan digital, serta berbagai pengumuman penting lainnya. Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi dinilai efektif karena dapat menjangkau mahasiswa secara cepat dan luas mengingat sebagian besar mahasiswa aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penyajian informasi dalam bentuk gambar, video, dan desain visual yang menarik dapat meningkatkan perhatian serta minat mahasiswa untuk mengikuti kegiatan dan memanfaatkan layanan perpustakaan. (Afolabi, et al 2022).



Gambar 4.7 Website Perpustakaan UIN Malang

Sumber: <https://library.uin-malang.ac.id/>

Tampilan website resmi Perpustakaan UIN Malang berfungsi sebagai pusat informasi layanan perpustakaan secara daring. Website tersebut menyediakan berbagai informasi mengenai katalog koleksi, repository institusi, jurnal elektronik, layanan keanggotaan, serta informasi kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Keberadaan website ini menunjukkan upaya perpustakaan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pengguna. Selain berfungsi sebagai media informasi, website juga menjadi sarana

promosi yang memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi secara lengkap dan dapat diakses kapan saja tanpa harus datang langsung ke perpustakaan.

Poster kegiatan Pelatihan Unggah Mandiri e-Theses digunakan sebagai media promosi layanan perpustakaan kepada mahasiswa. Poster tersebut memuat informasi mengenai tema kegiatan, waktu pelaksanaan, sasaran peserta, serta manfaat yang akan diperoleh peserta. Penggunaan poster bertujuan untuk menarik perhatian mahasiswa terhadap program dan layanan yang disediakan oleh perpustakaan. Penempatan poster pada lokasi yang strategis memungkinkan informasi dapat diterima secara langsung oleh mahasiswa sehingga dapat meningkatkan partisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan.



Gambar 4.8 Poster Perpustakaan UIN Malang
Sumber: Instagram Perpustakaan, 2026

Gambar di atas menunjukkan poster kegiatan Pelatihan Unggah Mandiri *e-Theses* yang dipasang pada mading Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai media promosi layanan perpustakaan. Penggunaan poster sebagai media promosi offline merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran (*awareness*) dan minat mahasiswa terhadap layanan serta kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Penempatan poster pada lokasi yang strategis, seperti mading perpustakaan yang

sering diakses oleh mahasiswa, memungkinkan informasi dapat diterima secara langsung oleh target audiens.



Gambar 4.9 Seminar Mahasiswa terkait Literasi Akademik

Sumber: Data peneliti, 2026

Banner promosi digunakan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan layanan perpustakaan kepada mahasiswa. Penempatan banner pada lokasi yang mudah terlihat membuat informasi dapat diketahui oleh lebih banyak pengguna. Selain itu, ukuran banner yang relatif besar mampu menarik perhatian mahasiswa yang melintas sehingga pesan promosi dapat tersampaikan secara optimal kepada sasaran pengguna. Keberadaan banner juga membantu meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap berbagai layanan dan program yang diselenggarakan oleh perpustakaan.



Gambar 4.10 Banner Promosi

Sumber: Data Peneliti, 2026

b. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan (*Personal Selling*) merupakan bentuk komunikasi secara langsung yang dilakukan melalui percakapan antara penyedia jasa dengan calon pengguna untuk memberikan informasi, membangun hubungan, serta mendorong pemanfaatan suatu produk atau layanan (Madjukie, 2020). Dalam konteks perpustakaan, personal selling dapat dilakukan melalui interaksi langsung antara pustakawan dengan pengguna, kerja sama dengan berbagai pihak, serta kegiatan akademik yang memungkinkan perpustakaan memperkenalkan layanan dan program yang dimiliki. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait cara perpustakaan memasarkan produk serta kegiatan kepada mahasiswa dari kampus lain, diperoleh informasi sebagai berikut

“Perpustakaan UIN Malang memasarkan produk dan kegiatannya tidak hanya untuk internal, tetapi juga terbuka bagi civitas akademika luar melalui kerja sama antarperpustakaan perguruan tinggi. Kami menjalin kemitraan dengan berbagai universitas untuk berbagi informasi, akses koleksi tertentu, serta program literasi informasi. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui website resmi, media sosial, serta publikasi kegiatan seperti seminar, workshop, dan pelatihan yang bisa diikuti oleh peserta dari luar kampus.” (MS. wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tidak hanya berfokus pada promosi kepada mahasiswa internal, tetapi juga membangun hubungan dengan perguruan tinggi lain melalui kerja sama antarperpustakaan. Kerja sama tersebut menjadi sarana bagi perpustakaan untuk memperkenalkan layanan, berbagi informasi, serta memperluas pemanfaatan koleksi dan kegiatan akademik kepada masyarakat perguruan tinggi yang lebih luas. Setelah memperoleh informasi mengenai kebijakan promosi dari Kepala Perpustakaan, peneliti melakukan wawancara dengan staf pustakawan guna mengetahui pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan sehari-hari. Sebagai berikut:

“Untuk menjangkau mahasiswa dari universitas lain, perpustakaan memanfaatkan jaringan kerja sama antarperpustakaan dan kegiatan akademik seperti seminar atau pelatihan yang bersifat terbuka. Informasi kegiatan biasanya disebarluaskan melalui media digital agar lebih luas jangkauannya. Kami juga sering menerima kunjungan studi banding dari perpustakaan universitas lain sebagai bentuk promosi layanan dan pengenalan sistem perpustakaan kami.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Personal Selling tidak hanya dilakukan melalui komunikasi langsung kepada mahasiswa, tetapi juga melalui berbagai kegiatan akademik yang melibatkan institusi lain. Seminar, pelatihan, dan kunjungan studi banding menjadi sarana bagi perpustakaan untuk menjelaskan secara langsung berbagai layanan yang dimiliki sehingga mampu membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengguna maupun lembaga lain. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Dari sisi digital, promosi dilakukan melalui website perpustakaan, media sosial, dan publikasi online. Konten yang dibagikan mencakup koleksi digital, layanan repository, serta kegiatan literasi informasi. Dengan cara ini, informasi tidak hanya menjangkau mahasiswa UIN Malang, tetapi juga dapat diakses oleh mahasiswa dari universitas lain yang membutuhkan referensi atau ingin mengikuti kegiatan yang kami selenggarakan.”(MA, wawancara 4 Mei 2026)

Kegiatan *Personal Selling* juga didukung oleh media digital yang membantu memperluas penyebaran informasi. Meskipun informasi disampaikan melalui media online, interaksi yang terjalin melalui kegiatan akademik dan komunikasi langsung tetap menjadi bagian penting dalam membangun hubungan dengan pengguna. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kegiatan *personal selling* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tidak hanya terlihat melalui promosi layanan kepada pengguna, tetapi juga melalui hubungan yang dibangun dengan berbagai pihak. Hubungan dengan mahasiswa diwujudkan melalui pelayanan langsung yang diberikan oleh pustakawan ketika membantu penelusuran informasi, memberikan konsultasi referensi, serta mendampingi mahasiswa dalam memanfaatkan berbagai layanan perpustakaan. Interaksi tersebut memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi secara lebih jelas dan sesuai dengan kebutuhan akademiknya.

Selain itu, perpustakaan juga menjalin hubungan yang baik dengan berbagai fakultas di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hubungan tersebut terlihat melalui penyebaran informasi kegiatan perpustakaan kepada fakultas, kerja sama dalam penyelenggaraan seminar dan pelatihan, serta dukungan perpustakaan terhadap kebutuhan sumber informasi yang digunakan dalam kegiatan akademik. Melalui kerja sama tersebut, informasi mengenai layanan dan program perpustakaan dapat menjangkau lebih banyak mahasiswa.

Di sisi lain, hubungan dengan perpustakaan lain diwujudkan melalui kerja sama antarperpustakaan, kunjungan studi banding, serta berbagai kegiatan akademik yang melibatkan institusi lain. Kerja sama tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi upaya untuk memperluas jaringan informasi, berbagi pengalaman pengelolaan perpustakaan, serta meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pengguna.

Strategi *personal selling* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dilakukan melalui kombinasi komunikasi langsung dan media digital untuk memperluas informasi layanan. Secara langsung, pustakawan memberikan layanan konsultasi, membantu penelusuran informasi, serta mendampingi mahasiswa dalam menggunakan sumber perpustakaan agar sesuai kebutuhan akademik. Perpustakaan juga menjalin kerja sama dengan fakultas melalui seminar, pelatihan literasi informasi, dan penyebaran informasi layanan untuk mendukung kegiatan akademik. Selain itu, hubungan dengan perpustakaan lain dikembangkan melalui studi banding dan kolaborasi guna memperluas jaringan informasi. Meskipun media digital digunakan untuk penyebaran informasi, interaksi langsung tetap menjadi inti *personal selling* karena mampu membangun hubungan lebih personal dan memperkuat kepercayaan pengguna terhadap perpustakaan.

Jika dikaitkan dengan teori (Madjukie, 2020), *personal selling* merupakan kegiatan promosi yang dilakukan melalui komunikasi langsung untuk membangun hubungan dan memberikan pemahaman kepada calon pengguna mengenai produk atau layanan yang ditawarkan. Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator *personal selling* karena secara aktif membangun komunikasi dan hubungan dengan mahasiswa, fakultas, serta perpustakaan lain melalui pelayanan langsung, kegiatan akademik, kerja sama kelembagaan, seminar, pelatihan, dan kunjungan studi banding.

c. Publisitas (*Public Relation*)

Publisitas (*Public Relation*) merupakan upaya mendorong perhatian dan minat masyarakat terhadap suatu produk, jasa, atau ide melalui berbagai kegiatan dan penyebaran informasi tanpa harus membayar secara langsung kepada media yang digunakan (Madjukie, 2020). Dalam konteks perpustakaan, publisitas

dilakukan untuk membangun citra positif, mempererat hubungan dengan pengguna, serta meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap layanan dan kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait cara perpustakaan menciptakan hubungan yang impresif dengan mahasiswa, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Perpustakaan UIN Malang berupaya menciptakan hubungan yang baik dan impresif dengan mahasiswa melalui pelayanan yang humanis, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Kami menempatkan mahasiswa sebagai pusat layanan, sehingga setiap kebijakan dan pengembangan layanan selalu mempertimbangkan kepuasan mereka. Selain itu, kami juga membuka ruang komunikasi melalui survei kepuasan, kotak saran, dan forum diskusi agar mahasiswa dapat memberikan masukan secara langsung.”(MS, wawancara 4 Mei 2026)

Perpustakaan berupaya membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa melalui pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pengguna. Selain memberikan layanan yang ramah dan responsif, perpustakaan juga menyediakan berbagai sarana komunikasi agar mahasiswa dapat menyampaikan kritik, saran, maupun masukan terhadap layanan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa perpustakaan berusaha menciptakan hubungan yang terbuka dan berkelanjutan dengan mahasiswa. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan sebagai berikut:

“Kami membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa melalui pelayanan sehari-hari yang ramah dan komunikatif. Pustakawan selalu siap membantu dalam pencarian informasi, peminjaman buku, maupun penggunaan fasilitas perpustakaan. Dengan pendekatan tersebut, mahasiswa merasa lebih nyaman dan tidak sungkan untuk bertanya atau meminta bantuan ketika membutuhkan referensi akademik.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Hubungan antara perpustakaan dan mahasiswa tidak hanya dibangun melalui penyediaan layanan, tetapi juga melalui interaksi langsung antara pustakawan dan pengguna. Sikap ramah, komunikatif, dan responsif dari pustakawan mampu menciptakan kenyamanan bagi mahasiswa sehingga hubungan yang terjalin menjadi lebih dekat dan positif. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Hubungan yang impresif juga dibangun melalui layanan digital yang mudah diakses dan interaktif. Kami aktif berkomunikasi dengan mahasiswa melalui media sosial, memberikan informasi terbaru, serta merespons pertanyaan

secara cepat. Dengan kombinasi layanan langsung dan digital, perpustakaan dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat, modern, dan sesuai dengan kebutuhan generasi mahasiswa saat ini” (H, wawancara, 4 Mei 2026)

Selain melalui pelayanan dan komunikasi, publisitas perpustakaan juga dilakukan melalui berbagai kegiatan yang melibatkan mahasiswa secara langsung. Kegiatan tersebut berupa seminar, workshop, pelatihan, lomba, serta berbagai event literasi yang diselenggarakan staff perpustakaan atau dosen yang mahir dibidang tersebut. sebagai pengisi setiap acara Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan kemampuan akademik mahasiswa, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkenalkan layanan, koleksi, dan fasilitas perpustakaan kepada pengguna.

Penyelenggaraan seminar dan workshop memungkinkan mahasiswa berinteraksi secara langsung dengan perpustakaan melalui berbagai materi yang relevan dengan kebutuhan akademik. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa menjadi lebih mengenal berbagai sumber informasi yang tersedia serta memahami cara memanfaatkan layanan perpustakaan secara optimal. Sementara itu, pelatihan yang diselenggarakan perpustakaan, seperti pelatihan literasi informasi dan unggah mandiri karya ilmiah, juga menjadi sarana promosi yang efektif karena memperkenalkan layanan perpustakaan secara langsung kepada peserta.

Selain seminar dan pelatihan, perpustakaan juga menyelenggarakan berbagai lomba dan event yang melibatkan mahasiswa. Kegiatan tersebut berfungsi sebagai alat promosi karena mampu menarik perhatian mahasiswa untuk lebih mengenal perpustakaan dan berbagai layanan yang tersedia. Melalui event dan lomba yang menarik, perpustakaan dapat membangun citra yang positif, meningkatkan partisipasi mahasiswa, serta memperkuat hubungan antara perpustakaan dan pengguna.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa seminar, workshop, pelatihan, lomba, dan berbagai event literasi yang diselenggarakan perpustakaan tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan akademik, tetapi juga sebagai sarana publisitas yang efektif. Kegiatan tersebut membantu meningkatkan eksposur perpustakaan, memperluas penyebaran informasi mengenai layanan yang tersedia, serta

membangun citra perpustakaan sebagai pusat informasi dan pembelajaran yang aktif mendukung kebutuhan akademik mahasiswa.

Jika dikaitkan dengan teori (Madjukie, 2020), publisitas merupakan upaya membangun perhatian dan citra positif melalui berbagai kegiatan dan penyebaran informasi tanpa melakukan promosi secara langsung melalui iklan berbayar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator publisitas karena mampu membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa melalui pelayanan yang humanis, komunikasi yang terbuka, pemanfaatan media digital, serta penyelenggaraan berbagai kegiatan seperti seminar, workshop, pelatihan, lomba, dan event literasi.

d. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan (*Sales Promotion*) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk meningkatkan minat dan partisipasi pengguna terhadap suatu produk atau jasa melalui berbagai kegiatan yang menarik, seperti pameran, demonstrasi, pertunjukan, pelatihan, dan kegiatan promosi lainnya (Madjukie, 2020).. Dalam konteks perpustakaan, promosi penjualan dilakukan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan keterlibatan mahasiswa dalam memanfaatkan koleksi, layanan, serta kegiatan yang diselenggarakan oleh perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada staf Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait cara perpustakaan menarik antusias mahasiswa terhadap koleksi dan kegiatan yang diadakan, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Untuk menarik antusias mahasiswa, perpustakaan berupaya menghadirkan layanan yang dekat dengan kebutuhan mereka, seperti penyediaan koleksi yang relevan dengan mata kuliah dan perkembangan ilmu terbaru. Selain itu, kami juga melakukan promosi koleksi baru secara rutin agar mahasiswa tertarik untuk datang dan memanfaatkannya. Kami juga mengadakan kegiatan seperti pelatihan literasi informasi dan workshop yang sifatnya interaktif sehingga mahasiswa tidak hanya datang untuk membaca, tetapi juga mendapatkan pengalaman belajar yang lebih aktif.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan berupaya menarik minat mahasiswa dengan menyediakan koleksi yang sesuai dengan kebutuhan akademik serta memperkenalkan koleksi

baru secara berkala. Selain itu, perpustakaan juga menyelenggarakan berbagai kegiatan seperti pelatihan literasi informasi dan workshop yang memberikan pengalaman belajar secara langsung kepada mahasiswa. Kegiatan tersebut menjadi salah satu strategi promosi yang mampu meningkatkan ketertarikan mahasiswa terhadap layanan perpustakaan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan yang berfokus pada bidang promosi sebagai berikut:

“Dari sisi digital, kami menarik antusias mahasiswa dengan mengoptimalkan media sosial dan platform digital perpustakaan. Informasi mengenai koleksi terbaru, e-journal, serta kegiatan perpustakaan disampaikan secara menarik dan mudah dipahami. Selain itu, kami juga mengembangkan layanan digital yang praktis seperti repository dan akses jurnal online agar mahasiswa lebih tertarik karena bisa mengaksesnya kapan saja tanpa batasan waktu dan tempat.” (H, wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan tidak hanya melakukan promosi secara langsung, tetapi juga memanfaatkan media digital untuk menarik perhatian mahasiswa. Informasi mengenai koleksi, layanan digital, serta kegiatan perpustakaan disajikan secara menarik sehingga lebih mudah dipahami dan diakses oleh mahasiswa.

Selain melalui promosi koleksi dan layanan digital, perpustakaan juga memanfaatkan berbagai kegiatan sebagai sarana promosi. Kegiatan tersebut meliputi seminar, workshop, pelatihan, event literasi, dan lomba yang melibatkan mahasiswa secara langsung. Kegiatan-kegiatan tersebut tidak hanya bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mahasiswa, tetapi juga menjadi media untuk memperkenalkan layanan, fasilitas, dan sumber informasi yang tersedia di perpustakaan. Seminar dan workshop yang diselenggarakan perpustakaan berfungsi sebagai alat promosi karena mampu menarik mahasiswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan akademik sekaligus mengenal berbagai layanan perpustakaan. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa memperoleh informasi mengenai sumber referensi akademik, layanan digital, dan berbagai fasilitas yang dapat mendukung proses pembelajaran mereka.

Selain seminar dan workshop, perpustakaan juga menyelenggarakan berbagai pelatihan yang berkaitan dengan literasi informasi, penggunaan repository, akses jurnal elektronik, serta pengelolaan karya ilmiah. Kegiatan pelatihan tersebut

menjadi sarana promosi yang efektif karena mahasiswa dapat merasakan secara langsung manfaat dari layanan yang disediakan oleh perpustakaan.

Perpustakaan juga memanfaatkan berbagai event dan lomba sebagai strategi promosi untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Event dan lomba mampu menarik perhatian mahasiswa karena dikemas secara menarik dan interaktif. Melalui kegiatan tersebut, perpustakaan dapat memperkenalkan layanan yang dimiliki sekaligus membangun citra positif sebagai pusat informasi dan pembelajaran yang aktif mendukung kegiatan akademik mahasiswa. Selain kegiatan tatap muka, promosi penjualan juga didukung oleh pemanfaatan media komunikasi digital. Salah satu media yang digunakan adalah saluran WhatsApp perpustakaan yang berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi kepada mahasiswa secara cepat dan langsung.



Gambar 4.11 Saluran WhatsApp Perpustakaan UIN Malang

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Saluran WhatsApp Perpustakaan UIN Malang digunakan sebagai media komunikasi untuk menyebarluaskan berbagai informasi kepada mahasiswa. Melalui saluran tersebut, perpustakaan menyampaikan informasi mengenai koleksi terbaru, kegiatan seminar, workshop, pelatihan, event, lomba, jadwal layanan, serta berbagai pengumuman penting lainnya. Pemanfaatan WhatsApp dinilai efektif karena sebagian besar mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut dalam aktivitas sehari-hari sehingga informasi dapat diterima dengan cepat dan mudah. Selain itu, komunikasi yang dilakukan melalui WhatsApp memungkinkan mahasiswa

memperoleh informasi secara real-time dan memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan oleh perpustakaan.

Temuan penelitian, strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dilaksanakan melalui kombinasi promosi digital dan promosi langsung. Promosi digital dilakukan melalui Instagram, website, saluran WhatsApp, banner digital, dan publikasi kegiatan akademik. Sementara itu, promosi langsung dilakukan melalui seminar literasi informasi, pelatihan akademik, sosialisasi layanan, serta interaksi pustakawan dengan mahasiswa. Penggunaan berbagai saluran promosi tersebut menunjukkan bahwa perpustakaan menerapkan pendekatan komunikasi terpadu untuk menyebarluaskan informasi layanan dan menjangkau pengguna yang lebih luas.

Jika dikaitkan dengan teori Madjukie (2020), promosi penjualan merupakan kegiatan pemasaran yang bertujuan meningkatkan minat dan partisipasi pengguna melalui berbagai kegiatan promosi yang menarik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator promosi penjualan karena secara aktif memanfaatkan berbagai kegiatan seperti seminar, workshop, pelatihan, event, dan lomba sebagai alat promosi untuk memperkenalkan layanan dan koleksi perpustakaan kepada mahasiswa.

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi dalam marketing mix di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan telah menerapkan bauran promosi secara terpadu yang mencakup periklanan (*advertising*), penjualan perorangan (*personal selling*), publisitas (*public relation*), dan promosi penjualan (*sales promotion*) untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan partisipasi mahasiswa terhadap layanan perpustakaan. Pada aspek periklanan, perpustakaan memanfaatkan media digital seperti Instagram, website, dan WhatsApp serta media konvensional seperti banner dan poster untuk menyebarkan informasi koleksi, layanan, dan kegiatan secara luas dan menarik. Pada personal selling, perpustakaan membangun komunikasi langsung melalui layanan pustakawan, konsultasi informasi, kerja sama antarperpustakaan, serta kegiatan seminar dan pelatihan yang memungkinkan interaksi aktif dengan

pengguna. Sementara itu, *publisitas* dilakukan melalui pelayanan yang humanis, komunikasi terbuka, pemanfaatan media sosial, serta penyelenggaraan berbagai kegiatan akademik seperti workshop, pelatihan, dan event literasi untuk membangun citra positif perpustakaan. Adapun promosi penjualan diwujudkan melalui kegiatan interaktif seperti seminar, workshop, pelatihan literasi informasi, lomba, dan pemanfaatan saluran digital yang menarik untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa. Dengan demikian, strategi promosi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pembangunan hubungan, peningkatan partisipasi, serta penguatan citra Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai pusat informasi akademik yang modern, aktif, dan responsif di era digital.

4.2.5 *People*

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 memmanagement layanan yang ada. Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah melakukan upaya memberikan pelatihan tambahan yang berkaitan dengan Perpustakaan, sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Kepala Perpustakaan, staff pustakawan dan Mahasiswa sebagai berikut:

a. *Service People*

Service People merupakan sumber daya manusia yang berperan dalam memberikan sekaligus memasarkan jasa kepada pengguna. Dalam organisasi jasa, kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas sangat menentukan tingkat kepuasan pengguna. Pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat dapat menciptakan kepuasan serta loyalitas pengguna terhadap organisasi (Lupiyoadi, 2018). Dalam konteks perpustakaan, *service people* tercermin pada kemampuan pustakawan dan staf perpustakaan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang terkait pelayanan staf perpustakaan yang diberikan kepada mahasiswa, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Menurut saya, pelayanan staf perpustakaan cukup baik dan ramah. Petugas selalu siap membantu ketika mahasiswa kesulitan mencari buku atau menggunakan fasilitas perpustakaan. Sikapnya juga sopan dan komunikatif sehingga membuat mahasiswa merasa nyaman.” (B, wawancara, 5 Mei 2026)

Mahasiswa menilai pustakawan memiliki sikap yang ramah, sopan, dan komunikatif dalam memberikan pelayanan. Keramahan pustakawan menjadi salah satu faktor yang membuat mahasiswa merasa nyaman ketika berkunjung dan menggunakan layanan perpustakaan. Selain itu, kesediaan pustakawan dalam membantu mahasiswa menunjukkan adanya orientasi pelayanan yang berfokus pada kebutuhan pengguna. Pernyataan tersebut diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Pelayanan staf perpustakaan sangat membantu, terutama dalam hal pencarian referensi dan penggunaan layanan digital. Jika ada kendala, petugas biasanya cepat merespon dan memberikan solusi yang jelas. Hal ini membuat proses belajar menjadi lebih mudah.” (S, wawancara 5 Mei 2026)

Dapat diketahui pustakawan memiliki kompetensi yang baik dalam membantu mahasiswa memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kemampuan pustakawan dalam memberikan arahan terkait pencarian referensi, penggunaan katalog, repository, maupun layanan digital menunjukkan bahwa staf perpustakaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang mendukung pelaksanaan layanan. Respons yang cepat dan solusi yang diberikan juga membantu mahasiswa menyelesaikan kendala yang dihadapi selama memanfaatkan layanan perpustakaan. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Secara keseluruhan pelayanan staf perpustakaan sudah baik. Mereka cukup profesional dan informatif dalam memberikan arahan kepada mahasiswa. Namun, pada saat ramai pengunjung, pelayanan terkadang sedikit menunggu, tetapi tetap tertangani dengan baik.” (F, wawancara, 5 Mei 2026)

Mahasiswa menilai staf perpustakaan memiliki sikap profesional dalam menjalankan tugasnya. Meskipun pada waktu tertentu terjadi peningkatan jumlah pengunjung yang menyebabkan waktu tunggu pelayanan sedikit lebih lama, pustakawan tetap mampu memberikan pelayanan yang baik dan berusaha memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas *service people* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Malang tercermin dari keramahan, kompetensi, dan kemampuan pustakawan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Keramahan pustakawan terlihat dari sikap yang sopan, komunikatif, dan mudah diajak berinteraksi sehingga menciptakan suasana yang nyaman bagi pengguna. Sikap tersebut penting karena dapat membangun hubungan yang baik antara perpustakaan dan mahasiswa. Selain keramahan, kompetensi pustakawan juga menjadi faktor penting dalam mendukung kualitas pelayanan. Pustakawan tidak hanya bertugas melayani peminjaman dan pengembalian buku, tetapi juga membantu mahasiswa dalam mencari referensi, menggunakan layanan digital, mengakses jurnal elektronik, repository, serta memberikan informasi yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan akademik. Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa pustakawan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya.

Kemampuan pustakawan dalam membantu mahasiswa juga terlihat dari kesediaan mereka memberikan arahan dan solusi ketika mahasiswa mengalami kesulitan. Baik dalam layanan secara langsung maupun layanan digital, pustakawan berusaha memberikan bantuan yang cepat, jelas, dan mudah dipahami. Hal ini membantu mahasiswa memperoleh informasi lebih mudah serta mendukung proses pembelajaran dan penelitian.

Jika dikaitkan dengan teori Lupiyoadi (2018), *service people* yang berkualitas ditandai dengan pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat sehingga mampu menciptakan kepuasan pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator *service people* karena pustakawan dinilai memiliki sikap yang ramah, kompeten, responsif, dan mampu membantu mahasiswa dalam memanfaatkan berbagai layanan perpustakaan. Hal ini terlihat dari kemampuan pustakawan dalam memberikan pelayanan yang ramah, profesional, dan informatif, sehingga mampu menciptakan kenyamanan, kepuasan, serta meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap layanan perpustakaan.

b. *Customer*

Customer merupakan pengguna jasa yang turut memengaruhi kualitas layanan melalui pengalaman, penilaian, serta interaksi yang dilakukan dengan penyedia jasa. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada pengguna lain mengenai kualitas layanan yang pernah mereka terima. Oleh karena itu, keberhasilan organisasi jasa sangat dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan yang baik serta membangun hubungan yang positif dengan pengguna (Lupiyoadi, 2018). Dalam konteks perpustakaan, customer dapat dilihat dari bagaimana mahasiswa memberikan respons terhadap layanan yang diterima, menyampaikan keluhan, serta tingkat kepuasan mereka terhadap layanan perpustakaan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait penanganan keluhan mahasiswa, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Penanganan keluhan mahasiswa di Perpustakaan UIN Malang dilakukan melalui sistem pelayanan yang terbuka dan responsif. Kami menyediakan beberapa kanal pengaduan seperti layanan langsung di meja layanan, kotak saran, serta komunikasi melalui platform digital. Setiap keluhan yang masuk akan dicatat, kemudian dianalisis untuk menentukan tindak lanjut yang tepat. Jika permasalahan bersifat teknis atau operasional, akan langsung ditangani oleh staf terkait. Namun jika menyangkut kebijakan atau sistem yang lebih luas, akan dibahas dalam evaluasi internal perpustakaan. Prinsip kami adalah setiap keluhan mahasiswa harus ditangani secara cepat, solutif, dan transparan agar kualitas layanan perpustakaan terus meningkat.”(MS, wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan menyediakan berbagai sarana bagi mahasiswa untuk menyampaikan keluhan maupun masukan terkait layanan yang diterima. Perpustakaan tidak hanya menerima keluhan, tetapi juga melakukan tindak lanjut melalui proses pencatatan, analisis, dan evaluasi agar permasalahan yang muncul dapat diselesaikan dengan baik. Hal ini menunjukkan adanya komitmen perpustakaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan sesuai kebutuhan mahasiswa. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan sebagai berikut:

“Untuk keluhan yang berkaitan dengan layanan digital, mahasiswa dapat menyampaikannya melalui media sosial, email, atau layanan bantuan online perpustakaan. Kami selalu berusaha merespons dengan cepat, terutama jika menyangkut akses e-journal, repository, atau sistem login. Selain itu, kami juga melakukan evaluasi berkala terhadap keluhan yang sering muncul agar sistem layanan digital terus diperbaiki dan semakin mudah digunakan oleh mahasiswa.”(H, wawancara 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa keluhan yang disampaikan mahasiswa tidak hanya berkaitan dengan layanan secara langsung, tetapi juga layanan digital. Perpustakaan berupaya memberikan respons yang cepat terhadap berbagai kendala yang dialami mahasiswa, terutama yang berkaitan dengan akses informasi digital. Evaluasi yang dilakukan secara berkala menunjukkan bahwa perpustakaan berusaha menjadikan setiap keluhan sebagai bahan perbaikan layanan. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Setiap keluhan mahasiswa kami tangani dengan pendekatan cepat, ramah, dan solutif. Mahasiswa dapat menyampaikan keluhan secara langsung kepada petugas di layanan sirkulasi maupun referensi. Setelah itu, kami akan membantu mencari solusi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, misalnya terkait peminjaman buku, pencarian referensi, atau kendala sistem. Jika masalah tidak bisa diselesaikan langsung, kami akan meneruskannya ke bagian terkait agar dapat ditindaklanjuti lebih lanjut.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan menerapkan pendekatan pelayanan yang responsif dalam menangani berbagai keluhan mahasiswa. Setiap permasalahan yang disampaikan pengguna akan ditangani sesuai dengan jenis kendala yang dihadapi sehingga mahasiswa tetap memperoleh solusi atas permasalahan yang mereka alami. Respons mahasiswa terhadap layanan perpustakaan secara umum menunjukkan penilaian yang positif. Mahasiswa menilai bahwa pelayanan yang diberikan pustakawan sudah ramah, membantu, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Kemudahan dalam memperoleh bantuan ketika mencari referensi, menggunakan fasilitas perpustakaan, maupun mengakses layanan digital menjadi salah satu alasan mahasiswa merasa nyaman menggunakan layanan perpustakaan.

Meskipun masih ditemukan beberapa keluhan, seperti kendala akses layanan digital, pencarian koleksi tertentu, dan waktu tunggu saat pengunjung meningkat, perpustakaan berupaya menanganinya dengan cepat melalui berbagai saluran komunikasi seperti kotak saran, layanan pengaduan, email, media sosial, dan layanan bantuan online. Hal ini menunjukkan adanya komitmen perpustakaan dalam menerima kritik serta membangun hubungan yang baik dengan pengguna, sekaligus meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap layanan yang diberikan. Secara keseluruhan, hubungan antara perpustakaan dan mahasiswa terjalin melalui

pelayanan yang responsif dan komunikasi yang terbuka. Upaya penanganan keluhan yang baik memungkinkan perpustakaan memahami kebutuhan pengguna dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan. Berdasarkan teori Lupiyoadi (2018), hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator customer telah terpenuhi karena perpustakaan mampu memberikan pelayanan yang responsif serta meningkatkan kepuasan pengguna secara konsisten (Yulistia, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *people* yang berfokus pada mahasiswa sebagai pengguna layanan yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital diarahkan pada peningkatan kepuasan mahasiswa melalui pelayanan yang responsif, komunikatif, dan berorientasi pada kebutuhan mereka. Perpustakaan menerapkan pendekatan pelayanan yang ramah dan membantu, sehingga mahasiswa dapat dengan mudah memperoleh bantuan ketika mencari referensi, menggunakan fasilitas perpustakaan, maupun mengakses layanan digital. Dalam menghadapi berbagai keluhan, seperti kendala akses layanan digital, kesulitan menemukan koleksi tertentu, atau meningkatnya waktu tunggu saat jumlah pengunjung tinggi, perpustakaan berupaya memberikan solusi secara cepat dan sesuai dengan permasalahan yang dihadapi mahasiswa. Untuk mendukung komunikasi yang terbuka, perpustakaan menyediakan berbagai saluran pengaduan dan umpan balik, seperti kotak saran, email, media sosial, layanan bantuan online, serta mekanisme pengaduan lainnya yang memungkinkan mahasiswa menyampaikan kritik dan masukan dengan mudah. Strategi ini menunjukkan komitmen perpustakaan dalam membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa sekaligus melakukan perbaikan layanan secara berkelanjutan berdasarkan kebutuhan dan harapan mereka. Dengan demikian, strategi yang berorientasi pada mahasiswa di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital diwujudkan melalui pelayanan yang responsif, komunikasi dua arah yang terbuka, penanganan keluhan yang cepat, serta upaya peningkatan kepuasan mahasiswa secara berkesinambungan sehingga mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif bagi pengguna.

Strategi promosi melalui aspek *people* diwujudkan melalui kualitas pelayanan yang diberikan pustakawan kepada pengguna. Keramahan, kesigapan,

kemampuan komunikasi, dan profesionalisme pustakawan menjadi faktor penting yang membentuk pengalaman positif mahasiswa selama menggunakan layanan perpustakaan. Pengalaman positif tersebut secara tidak langsung mendorong terjadinya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) di lingkungan mahasiswa.

Berdasarkan pembahasan mengenai strategi promosi dalam marketing mix di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada aspek *people*, dapat disimpulkan bahwa perpustakaan telah mengoptimalkan peran sumber daya manusia, baik pustakawan maupun pengguna layanan, dalam mendukung peningkatan kualitas promosi dan pelayanan di era digital. Pada aspek *service people*, pustakawan menunjukkan kualitas pelayanan yang baik melalui sikap ramah, komunikatif, responsif, profesional, serta memiliki kompetensi dalam membantu mahasiswa mengakses informasi, menggunakan layanan digital, dan menemukan referensi akademik, sehingga mampu menciptakan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Sementara itu, pada aspek *customer*, perpustakaan menunjukkan kemampuan dalam membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa melalui sistem penanganan keluhan yang terbuka, responsif, serta penyediaan berbagai saluran komunikasi seperti kotak saran, email, media sosial, dan layanan bantuan online yang mendukung penyampaian kritik dan masukan secara efektif. Meskipun masih terdapat kendala teknis seperti akses layanan digital dan antrean pada jam ramai, perpustakaan tetap melakukan evaluasi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas layanan. Dengan demikian, strategi *people* tidak hanya berfokus pada kualitas pelayanan pustakawan, tetapi juga pada keterlibatan pengguna dalam memberikan umpan balik, sehingga mampu menciptakan pengalaman layanan yang positif, meningkatkan kepuasan mahasiswa, serta mendukung terbentuknya promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) di lingkungan akademik.

4.2.6 Process

Proses mencakup seluruh aktivitas yang berhubungan dengan tahapan cara mengakses layanan perpustakaan, unggah karya ilmiah, pengelolaan ataupun pembaharuan sistem dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara dengan staff pustakawan, 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 Staff Pustakawan dan Mahasiswa yang menyatakan:

a. Aktivitas

Aktivitas merupakan seluruh kegiatan atau proses kerja yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu organisasi atau layanan ((Kotler & Keller, 2018). Dalam konteks perpustakaan, aktivitas dapat dilihat dari alur pelayanan yang dilalui mahasiswa mulai dari datang ke perpustakaan hingga memperoleh layanan yang dibutuhkan. Aktivitas yang terstruktur dan sistematis akan membantu pengguna memperoleh layanan secara efektif, efisien, dan mudah dipahami. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada staf Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait alur aktivitas pelayanan dari mahasiswa datang hingga memperoleh layanan yang dibutuhkan, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Alur pelayanan di perpustakaan dimulai ketika mahasiswa datang dan melakukan registrasi atau menunjukkan kartu anggota. Setelah itu, mahasiswa dapat langsung menuju layanan yang dibutuhkan, seperti peminjaman buku, pengembalian, atau layanan referensi. Jika mahasiswa mencari buku, mereka bisa menggunakan katalog online atau bertanya langsung kepada petugas. Setelah buku ditemukan, proses peminjaman dilakukan melalui sistem yang sudah terkomputerisasi sehingga lebih cepat dan akurat.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa aktivitas pelayanan di perpustakaan telah memiliki alur yang jelas dan terstruktur. Mahasiswa dapat memperoleh layanan melalui beberapa tahapan mulai dari verifikasi keanggotaan, pencarian koleksi, hingga proses peminjaman atau penggunaan layanan lainnya. Adanya sistem yang terkomputerisasi juga membantu mempercepat proses pelayanan sehingga

mahasiswa dapat memperoleh layanan dengan lebih mudah. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Untuk layanan digital, alurnya dimulai dari mahasiswa mengakses website atau sistem perpustakaan menggunakan akun masing-masing. Setelah login, mahasiswa dapat mencari e-book, jurnal, atau repository sesuai kebutuhan. Jika mengalami kesulitan, mahasiswa dapat menghubungi pustakawan melalui layanan bantuan online atau datang langsung untuk mendapatkan pendampingan. Kami juga menyediakan panduan penggunaan agar mahasiswa lebih mudah memahami alur layanan digital.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

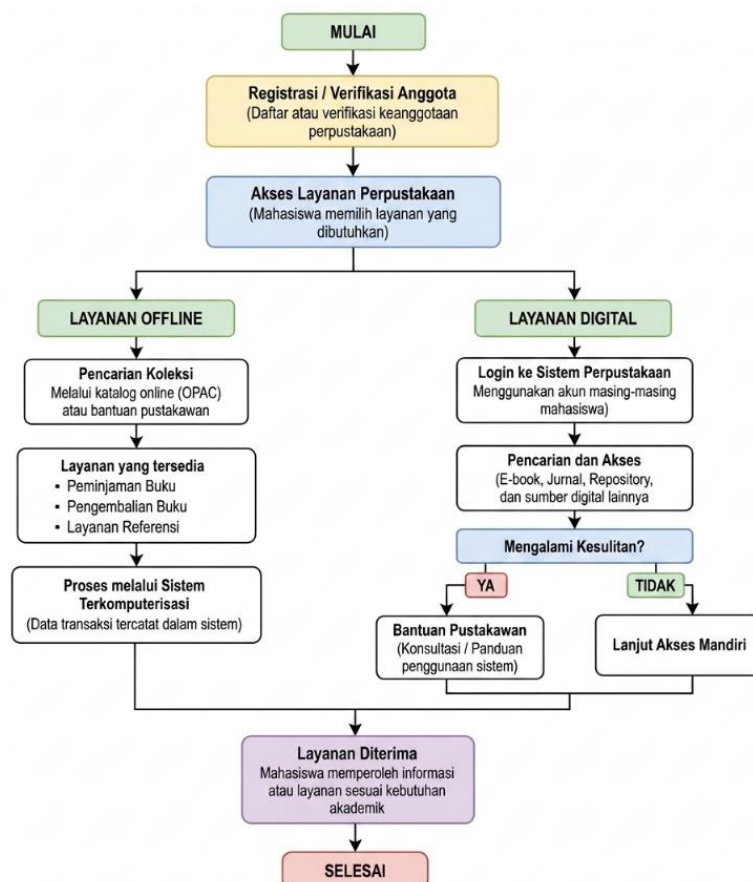
Aktivitas pelayanan perpustakaan tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga melalui layanan digital. Mahasiswa dapat mengakses berbagai sumber informasi akademik melalui website dan sistem perpustakaan tanpa harus datang langsung ke gedung perpustakaan. Selain itu, perpustakaan juga menyediakan bantuan dan panduan penggunaan layanan digital untuk memudahkan mahasiswa dalam mengakses informasi yang dibutuhkan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aktivitas pelayanan di Perpustakaan UIN *Maulana Malik Ibrahim* Malang telah dirancang secara sistematis agar mahasiswa dapat memperoleh layanan dengan mudah. Alur pelayanan dimulai ketika mahasiswa memasuki perpustakaan dan menunjukkan kartu anggota atau identitas mahasiswa sebagai bentuk verifikasi pengguna layanan. Setelah itu, mahasiswa dapat langsung menuju layanan yang dibutuhkan sesuai keperluannya, baik layanan peminjaman, pengembalian, referensi, maupun layanan lainnya yang tersedia di perpustakaan.

Dalam proses pencarian informasi, mahasiswa diberikan kemudahan melalui katalog online (OPAC) yang dapat digunakan untuk mengetahui lokasi dan ketersediaan koleksi. Selain menggunakan katalog online, mahasiswa juga dapat meminta bantuan pustakawan apabila mengalami kesulitan dalam menemukan buku atau referensi yang dibutuhkan. Kemudahan tersebut membantu mahasiswa memperoleh informasi secara lebih cepat dan efisien tanpa harus mencari koleksi secara manual pada seluruh rak perpustakaan. Setelah menemukan koleksi yang dibutuhkan, mahasiswa dapat melanjutkan ke proses peminjaman buku melalui layanan sirkulasi. Proses peminjaman dilakukan menggunakan sistem yang telah terkomputerisasi sehingga data peminjaman dapat tercatat secara otomatis. Penggunaan sistem tersebut membuat proses peminjaman menjadi lebih cepat,

akurat, dan meminimalkan kesalahan pencatatan. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengetahui batas waktu pengembalian koleksi secara jelas melalui sistem yang tersedia.

Pada tahap pengembalian, mahasiswa cukup menyerahkan buku kepada petugas layanan sesuai prosedur yang berlaku. Sistem komputerisasi yang digunakan membantu petugas dalam memeriksa status peminjaman dan keterlambatan pengembalian secara cepat. Dengan adanya prosedur yang jelas dan terstandar, proses pengembalian dapat berjalan dengan tertib, efisien, dan memberikan kemudahan bagi pengguna. Selain layanan secara langsung, perpustakaan juga mengembangkan aktivitas pelayanan berbasis digital. Mahasiswa dapat mengakses katalog online, repository institusi, e-book, serta jurnal elektronik melalui sistem perpustakaan. Aktivitas layanan digital ini memberikan kemudahan karena dapat diakses kapan saja dan dari mana saja sesuai kebutuhan akademik mahasiswa. Dengan adanya layanan digital tersebut, mahasiswa tidak lagi bergantung sepenuhnya pada kunjungan fisik ke perpustakaan untuk memperoleh informasi.

Aktivitas pelayanan yang terstruktur juga terlihat dari adanya *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang digunakan sebagai pedoman dalam memberikan layanan kepada pengguna. SOP membantu memastikan bahwa setiap layanan diberikan dengan prosedur yang sama sehingga pelayanan menjadi lebih tertib, konsisten, dan berkualitas. Kejelasan alur pelayanan ini memudahkan mahasiswa dalam memahami tahapan yang harus dilakukan ketika menggunakan layanan perpustakaan. (Lukman, Andanwert, & Meliana, 2021).



Gambar 4.12 Alur Aktivitas dan SOP Perpustakaan UIN Malang
Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Alur aktivitas dan SOP Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan tahapan pelayanan yang harus dilalui pengguna dalam memanfaatkan layanan perpustakaan. Alur tersebut mencakup proses registrasi atau verifikasi anggota, pencarian koleksi melalui katalog, peminjaman dan pengembalian koleksi, hingga pemanfaatan layanan digital seperti repository dan jurnal elektronik. Keberadaan SOP menunjukkan bahwa setiap aktivitas pelayanan telah diatur secara sistematis sehingga memudahkan pustakawan dalam memberikan layanan dan membantu mahasiswa memahami prosedur yang berlaku. Selain itu, SOP juga berfungsi untuk menjaga kualitas pelayanan agar tetap konsisten dan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perpustakaan.

Berdasarkan hasil penelitian, aktivitas pelayanan yang diterapkan oleh Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan adanya integrasi

antara layanan langsung dan layanan digital. Alur masuk yang jelas, kemudahan pencarian buku melalui katalog online, proses peminjaman dan pengembalian yang telah terkomputerisasi, serta dukungan layanan digital menunjukkan bahwa proses pelayanan telah dirancang untuk memberikan kemudahan bagi mahasiswa. Kondisi tersebut menjadikan layanan perpustakaan lebih efisien, terintegrasi, dan mudah diakses oleh seluruh pengguna.

b. SOP (*Standard Operating Procedure*)

SOP (*Standard Operating Procedure*) merupakan pedoman atau prosedur kerja tertulis yang berisi langkah-langkah standar dalam menjalankan suatu pekerjaan agar dapat dilaksanakan secara konsisten, efektif, dan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan (Kotler & Keller, 2018). Dalam layanan perpustakaan, SOP berfungsi sebagai acuan bagi pustakawan dalam memberikan pelayanan kepada pengguna sehingga kualitas layanan yang diberikan tetap terjaga dan seragam. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada staf Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait penerapan SOP pelayanan kepada mahasiswa, diperoleh informasi sebagai berikut

“Penerapan SOP di perpustakaan sangat penting untuk menjaga kualitas dan konsistensi pelayanan. Setiap staf bekerja berdasarkan prosedur yang sudah ditetapkan, mulai dari pelayanan peminjaman, pengembalian buku, hingga layanan referensi. SOP ini mengatur alur kerja agar pelayanan berjalan cepat, tertib, dan tidak menimbulkan kesalahan, misalnya dalam pencatatan peminjaman atau pengelolaan koleksi.”(MA, wawancara , 4 Mei 2026)

Adanya SOP membantu staf melaksanakan tugas sesuai prosedur yang telah ditetapkan sehingga pelayanan dapat berjalan lebih tertib, terarah, dan meminimalkan terjadinya kesalahan dalam proses pelayanan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Dalam layanan digital, SOP diterapkan untuk memastikan sistem berjalan dengan baik dan pengguna mendapatkan pelayanan yang sama. Misalnya dalam proses login, akses e-journal, serta penanganan gangguan sistem, semuanya sudah memiliki prosedur yang jelas. Selain itu, setiap keluhan atau masalah teknis juga ditangani sesuai SOP agar penyelesaiannya lebih cepat dan terstruktur.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)

Penerapan SOP tidak hanya dilakukan pada layanan secara langsung, tetapi juga pada layanan digital. SOP digunakan untuk mengatur berbagai prosedur

layanan digital seperti akses sistem, penggunaan e-journal, serta penanganan gangguan teknis sehingga mahasiswa memperoleh pelayanan yang sama dan sesuai standar yang telah ditetapkan oleh perpustakaan. Keberadaan SOP memberikan manfaat yang besar dalam pelaksanaan layanan perpustakaan. SOP membantu menciptakan keseragaman pelayanan karena seluruh pustakawan bekerja berdasarkan pedoman yang sama. Dengan demikian, mahasiswa akan memperoleh kualitas pelayanan yang relatif sama meskipun dilayani oleh petugas yang berbeda. Kondisi ini penting untuk menjaga keadilan dan konsistensi pelayanan kepada seluruh pengguna perpustakaan.

Temuan SOP di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menunjukkan bahwa seluruh proses pelayanan telah dilakukan sesuai prosedur yang telah ditetapkan. SOP digunakan dalam layanan peminjaman, pengembalian, layanan referensi, akses layanan digital, hingga penanganan keluhan pengguna. Kondisi tersebut menunjukkan adanya upaya perpustakaan untuk memberikan pelayanan yang profesional, konsisten, dan berkualitas kepada seluruh mahasiswa. Jika dikaitkan dengan teori Kotler dan Keller (2018), kondisi ini menunjukkan bahwa SOP tidak hanya berfungsi sebagai pedoman kerja bagi pustakawan, tetapi juga sebagai instrumen untuk menjaga konsistensi pelayanan, meningkatkan kualitas layanan, serta mendukung terciptanya pelayanan perpustakaan yang profesional dan berorientasi pada kepuasan mahasiswa.

c. Jadwal Pekerjaan

Jadwal pekerjaan merupakan rencana waktu pelaksanaan kegiatan atau tugas yang disusun secara sistematis agar pekerjaan dapat dilaksanakan secara efektif dan selesai tepat waktu (Kotler & Keller, 2018). Dalam layanan perpustakaan, jadwal pekerjaan berfungsi untuk mengatur pembagian tugas dan waktu kerja pustakawan sehingga seluruh layanan dapat berjalan secara optimal dan berkesinambungan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait pengaturan jadwal kerja staf perpustakaan dalam mendukung operasional layanan, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Pengaturan jadwal kerja staf perpustakaan disusun secara terstruktur agar seluruh layanan dapat berjalan optimal setiap hari. Kami membagi shift kerja berdasarkan bidang layanan, seperti layanan sirkulasi, referensi, digital library, dan layanan teknis lainnya. Pembagian jadwal ini bertujuan agar setiap layanan selalu tersedia pada jam operasional perpustakaan, termasuk saat jam sibuk ketika jumlah pengunjung meningkat. Selain itu, kami juga melakukan rotasi staf untuk menjaga pemerataan beban kerja dan meningkatkan kompetensi di berbagai bidang layanan. Dengan pengaturan jadwal yang baik, operasional perpustakaan dapat berjalan lancar, responsif, dan tetap memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.”(MS, wawancara, 4 Mei 2026)

Pengaturan jadwal kerja di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah dilakukan secara terstruktur dan terencana. Jadwal kerja disusun berdasarkan bidang layanan sehingga setiap pustakawan memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan unit layanan yang dikelola. Pengaturan tersebut bertujuan untuk memastikan seluruh layanan perpustakaan dapat berjalan secara optimal selama jam operasional.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pembagian tugas menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung kelancaran operasional perpustakaan. Setiap pustakawan ditempatkan pada bidang layanan tertentu, seperti layanan sirkulasi, layanan referensi, layanan digital, maupun layanan teknis. Pembagian tugas yang jelas membantu pustakawan menjalankan pekerjaannya secara lebih fokus dan efektif sehingga pelayanan kepada mahasiswa dapat diberikan dengan baik sesuai kebutuhan pengguna. Selain itu, pengaturan jadwal kerja juga berperan dalam menjaga layanan perpustakaan. Melalui sistem pembagian shift, perpustakaan dapat memastikan bahwa setiap layanan tetap tersedia selama jam operasional berlangsung. Kondisi ini memungkinkan mahasiswa memperoleh layanan secara berkelanjutan tanpa mengalami kendala akibat kekurangan petugas. Bahkan pada saat jumlah pengunjung meningkat, perpustakaan tetap dapat memberikan pelayanan yang optimal karena telah memiliki pengaturan jadwal kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan layanan. Selain pembagian shift kerja, perpustakaan juga menerapkan pergantian penugasan staf agar beban pekerjaan dapat terbagi secara merata.

Jika dikaitkan dengan teori (Kotler & Keller, 2018) jadwal pekerjaan merupakan pengaturan waktu dan tugas yang disusun secara sistematis untuk

mendukung pencapaian tujuan organisasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator jadwal pekerjaan karena memiliki sistem pembagian tugas dan jadwal kerja yang terstruktur, didukung oleh pembagian shift serta rotasi staf yang mampu menjaga kelancaran operasional dan kontinuitas layanan perpustakaan. Hal tersebut terlihat dari adanya pembagian tugas yang jelas, pengaturan jadwal kerja yang terencana, penerapan sistem rotasi staf, serta terjaganya kontinuitas layanan sehingga seluruh layanan perpustakaan dapat berjalan secara optimal dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada mahasiswa.

d. Mekanisme

Mekanisme merupakan tata cara atau alur kerja yang menjelaskan bagaimana suatu proses atau kegiatan dilaksanakan dari awal hingga akhir agar berjalan secara teratur dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Kotler & Keller, 2018). Dalam layanan perpustakaan, mekanisme diperlukan untuk memastikan setiap layanan maupun permasalahan yang dialami pengguna dapat ditangani secara jelas, terstruktur, dan tepat sasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Kepala Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait mekanisme penanganan keluhan atau masalah yang dialami mahasiswa, diperoleh informasi sebagai berikut:

“Mekanisme penanganan keluhan mahasiswa di Perpustakaan UIN Malang dilakukan secara sistematis dan berjenjang. Pertama, setiap keluhan yang masuk akan diterima melalui berbagai kanal, seperti layanan langsung, kotak saran, maupun platform digital. Selanjutnya, keluhan tersebut akan dicatat dan diklasifikasikan berdasarkan jenis masalahnya, apakah bersifat layanan, teknis, atau kebijakan. Untuk masalah operasional, staf di bagian terkait akan langsung menindaklanjuti agar bisa segera terselesaikan. Namun jika menyangkut kebijakan atau memerlukan keputusan lebih lanjut, akan dibahas dalam rapat evaluasi internal perpustakaan. Prinsip utama kami adalah setiap keluhan harus ditangani secara cepat, tepat, dan transparan demi meningkatkan kualitas layanan kepada mahasiswa.” (MS, wawancara, 4 Mei 2026)

Perpustakaan telah memiliki mekanisme penanganan keluhan yang jelas dan terstruktur. Setiap keluhan yang disampaikan mahasiswa akan diterima melalui berbagai saluran komunikasi, kemudian dicatat dan dikelompokkan berdasarkan jenis permasalahannya agar dapat ditindaklanjuti oleh bagian yang berwenang. Pernyataan tersebut diperkuat oleh staf pustakawan sebagai berikut:

“Mekanisme penanganan keluhan di perpustakaan dimulai dari penerimaan laporan yang disampaikan mahasiswa, baik secara langsung di layanan, melalui kotak saran, maupun melalui kanal digital. Setelah itu, petugas akan mencatat dan mengidentifikasi jenis permasalahan yang disampaikan. Jika masalah bersifat teknis seperti peminjaman buku atau pencarian koleksi, akan langsung ditangani oleh petugas layanan. Namun jika berkaitan dengan sistem atau kebijakan, akan diteruskan ke unit terkait untuk ditindaklanjuti lebih lanjut.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki beberapa alternatif untuk menyampaikan keluhan, baik secara langsung maupun melalui media digital. Hal ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk menyampaikan permasalahan yang dialami tanpa harus terhambat oleh keterbatasan waktu maupun lokasi. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh staf pustakawan lainnya sebagai berikut:

“Untuk keluhan yang berkaitan dengan layanan digital, mekanismenya dilakukan melalui layanan bantuan online seperti email, media sosial, atau sistem helpdesk perpustakaan. Setiap laporan akan direspons sesuai prioritas, terutama jika menyangkut akses jurnal, repository, atau gangguan sistem. Kami juga melakukan evaluasi rutin terhadap keluhan yang sering muncul agar dapat memperbaiki sistem dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.” (H, wawancara, 4 Mei 2026)

Pihak perpustakaan tidak hanya menindaklanjuti keluhan yang masuk, tetapi juga melakukan evaluasi secara berkala terhadap berbagai permasalahan yang sering terjadi. Evaluasi tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memperbaiki layanan dan mencegah terulangnya permasalahan yang sama di masa mendatang.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dapat menyampaikan keluhan melalui berbagai saluran yang telah disediakan oleh perpustakaan, seperti layanan langsung di meja pelayanan, kotak saran, email, media sosial, maupun layanan bantuan online. Ketersediaan berbagai saluran komunikasi tersebut menunjukkan bahwa perpustakaan memberikan ruang bagi mahasiswa untuk menyampaikan masukan, kritik, maupun permasalahan yang dialami selama menggunakan layanan perpustakaan. Setelah keluhan diterima, petugas akan melakukan pencatatan dan identifikasi masalah untuk menentukan tindak lanjut yang sesuai. Keluhan yang berkaitan dengan layanan operasional, seperti peminjaman, pengembalian, atau pencarian koleksi, umumnya dapat diselesaikan secara langsung oleh petugas layanan. Sementara itu, permasalahan yang berkaitan dengan sistem digital, repository, akses jurnal elektronik, maupun kebijakan

tertentu akan diteruskan kepada unit yang berwenang untuk memperoleh penyelesaian lebih lanjut.

Selain itu, adanya evaluasi berkala terhadap berbagai keluhan yang masuk menjadi salah satu bentuk perbaikan layanan secara berkelanjutan. Melalui evaluasi tersebut, perpustakaan dapat mengetahui kendala yang sering dialami mahasiswa sehingga dapat melakukan pembenahan terhadap sistem maupun layanan yang tersedia. Dengan demikian, mekanisme yang diterapkan tidak hanya berfungsi untuk menyelesaikan masalah, tetapi juga menjadi sarana peningkatan kualitas layanan perpustakaan. Jika dikaitkan dengan teori (Kotler & Keller, 2018) indikator mekanisme memenuhi karena memiliki prosedur yang jelas dalam menerima, mencatat, mengidentifikasi, menindaklanjuti, dan mengevaluasi setiap keluhan yang disampaikan oleh mahasiswa. Hal ini terlihat dari tersedianya berbagai saluran penyampaian keluhan, adanya prosedur tindak lanjut yang jelas, penanganan masalah yang cepat dan terstruktur, serta evaluasi layanan yang dilakukan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas pelayanan perpustakaan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *process* (proses) yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital berfokus pada penyelenggaraan layanan yang sistematis, terstandar, dan didukung oleh teknologi informasi untuk memberikan kemudahan bagi mahasiswa. Proses pelayanan dirancang secara jelas mulai dari tahap verifikasi pengguna, pencarian informasi, peminjaman, hingga pengembalian koleksi. Dalam proses pencarian informasi, mahasiswa dapat memanfaatkan katalog online (OPAC) untuk mengetahui lokasi dan ketersediaan koleksi secara cepat, serta memperoleh bantuan dari pustakawan apabila mengalami kesulitan. Proses peminjaman dan pengembalian koleksi juga telah menggunakan sistem terkomputerisasi yang memungkinkan pencatatan data secara otomatis, sehingga layanan menjadi lebih cepat, akurat, dan efisien. Selain layanan tatap muka, perpustakaan mengembangkan proses pelayanan berbasis digital melalui akses katalog online, repository institusi, e-book, dan jurnal elektronik yang dapat dimanfaatkan kapan saja dan dari mana saja sesuai kebutuhan akademik mahasiswa. Seluruh aktivitas pelayanan tersebut didukung oleh Standar Operasional Prosedur (SOP) yang menjadi pedoman dalam memberikan layanan

secara konsisten dan berkualitas. Dengan demikian, strategi process yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital diwujudkan melalui penyederhanaan alur layanan, pemanfaatan teknologi informasi, digitalisasi layanan, serta penerapan prosedur yang terstandar untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan akses bagi mahasiswa.

4.2.7 *Physical Evidence*

Berkaitan dengan bukti fisik atau dapat diartikan sebagai fasilitas, kesan pengguna dalam mengakses Perpustakaan menjadi nilai tambah dari suatu pemasaran jasa. Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah menyediakan beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh pengguna untuk mengakses berbagai macam informasi yang ada, begitupun juga dengan mengakses Perpustakaan. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Kepala Perpustakaan, staff perpustakaan dan mahasiswa sebagai berikut:

a. Tata Ruang

Tata ruang adalah pengaturan dan penataan ruangan, fasilitas, atau lingkungan fisik agar nyaman, rapi, dan mendukung aktivitas kerja maupun pelayanan (Maulidia, Kusuma, Puspitadewi, & Adytya, 2025). Dalam konteks perpustakaan, tata ruang yang baik berperan penting dalam menciptakan kenyamanan pengguna, meningkatkan efektivitas belajar, serta mendorong minat kunjung mahasiswa. Wawancara yang dilakukan kepada staf perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terkait tata ruang perpustakaan dalam mendukung kenyamanan dan minat kunjung mahasiswa menunjukkan hasil sebagai berikut:

“Menurut kami, tata ruang perpustakaan sudah dirancang untuk mendukung kenyamanan dan meningkatkan minat kunjung mahasiswa. Ruang baca dibuat tenang, bersih, dan tertata rapi sehingga mahasiswa dapat fokus belajar. Selain itu, adanya ruang diskusi juga memberikan alternatif bagi mahasiswa yang ingin belajar kelompok. Kami terus melakukan evaluasi dan penataan ulang ruang agar tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna yang terus berkembang.” (H, wawancara, 4 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa perpustakaan berupaya menciptakan tata ruang yang nyaman melalui penataan ruang baca yang tenang, bersih, dan rapi. Selain itu, perpustakaan juga menyediakan ruang diskusi sebagai sarana pendukung kegiatan

belajar kelompok sehingga kebutuhan belajar mahasiswa dapat terakomodasi dengan baik. Selain memperoleh informasi dari pihak perpustakaan, peneliti juga melakukan wawancara dengan mahasiswa untuk mengetahui persepsi mereka terhadap tata ruang yang tersedia. Sebagai berikut:

“Menurut saya, tata ruang perpustakaan sangat nyaman. Ruangannya tenang, AC berfungsi baik, dan pencahayaan juga cukup. Hal ini membuat saya betah berlama-lama di perpustakaan untuk membaca atau mengerjakan tugas.”(B, wawancara 5 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa perpustakaan berupaya menciptakan tata ruang yang nyaman melalui penataan ruang baca yang tenang, bersih, dan rapi. Selain itu, perpustakaan juga menyediakan ruang diskusi sebagai sarana pendukung kegiatan belajar kelompok sehingga kebutuhan belajar mahasiswa dapat terakomodasi dengan baik. Selain memperoleh informasi dari pihak perpustakaan, peneliti juga melakukan wawancara dengan mahasiswa untuk mengetahui persepsi mereka terhadap tata ruang yang tersedia. Sebagai berikut:

“Tata ruang perpustakaan cukup mendukung kegiatan belajar mahasiswa. Ada area untuk membaca individu dan juga ruang diskusi untuk kerja kelompok. Suasananya juga kondusif sehingga membantu meningkatkan fokus belajar.”(S, wawancara, 5 Mei 2026)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa kondisi fisik ruangan yang nyaman, didukung oleh pendingin ruangan dan pencahayaan yang memadai, mampu menciptakan suasana belajar yang menyenangkan sehingga mahasiswa merasa betah berada di perpustakaan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

Perpustakaan telah menyediakan area belajar yang beragam sesuai kebutuhan mahasiswa, baik untuk belajar mandiri maupun belajar kelompok. Kondisi tersebut membantu menciptakan suasana yang kondusif dan mendukung peningkatan konsentrasi dalam belajar.

Selain menyediakan ruang baca dan ruang diskusi, Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang juga menerapkan zoning atau pembagian area berdasarkan fungsi layanan pada setiap lantai. Pembagian zona ini bertujuan untuk menciptakan keteraturan penggunaan ruang serta meningkatkan kenyamanan

pengguna. Terdapat area belajar individu yang dirancang lebih tenang untuk membaca dan mengerjakan tugas secara mandiri, sedangkan area diskusi disediakan bagi mahasiswa yang melakukan kegiatan belajar kelompok atau berdiskusi akademik. Selain itu, Penataan ruang yang bersih, rapi, tenang, serta didukung fasilitas seperti AC dan pencahayaan yang memadai menciptakan suasana belajar yang kondusif. Selain itu, keberadaan area belajar individu, area diskusi, serta pembagian zoning pada setiap lantai memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk memilih ruang sesuai dengan kebutuhan aktivitas belajarnya

Jika dikaitkan dengan teori (Maulidia et al., 2025) tata ruang yang baik harus mampu menciptakan kenyamanan, keteraturan, dan mendukung aktivitas pengguna secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata ruang Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah memenuhi indikator tersebut. Hal ini terlihat dari tersedianya area belajar yang nyaman, ruang diskusi yang memadai, pembagian zona berdasarkan fungsi ruang, serta lingkungan belajar yang mendukung konsentrasi mahasiswa. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek tata ruang telah diterapkan dengan baik dan mampu meningkatkan kenyamanan serta efektivitas kegiatan akademik mahasiswa di perpustakaan.

b. Kenyamanan Lingkungan

Kenyamanan lingkungan adalah kondisi lingkungan yang memberikan rasa aman, bersih, tenang, dan nyaman bagi pengguna atau pengunjung sehingga mendukung aktivitas secara optimal (Lockwood, 2021). Wawancara yang dilakukan kepada staff perpustakaan dan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terkait lingkungan perpustakaan (pencahayaan, kebersihan, suhu ruang) mendukung aktivitas belajar mahasiswa:

“Secara umum, lingkungan perpustakaan sudah mendukung aktivitas belajar mahasiswa. Pencahayaan di ruang baca dibuat cukup terang agar nyaman untuk membaca dalam waktu lama. Kebersihan juga dijaga secara rutin oleh petugas kebersihan sehingga area perpustakaan tetap rapi dan nyaman. Untuk suhu ruangan, perpustakaan menggunakan pendingin ruangan (AC) yang diatur agar tetap sejuk sehingga mahasiswa dapat belajar dengan lebih fokus. Kami juga terus melakukan pemantauan dan perawatan agar kondisi lingkungan tetap optimal.” (AZ, wawancara 4 Mei 2026)

Selain memperoleh informasi dari pihak perpustakaan, peneliti juga melakukan wawancara dengan mahasiswa untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kondisi fisik, kenyamanan lingkungan, serta fasilitas yang tersedia di perpustakaan. Sebagai berikut:

“Menurut saya, lingkungan perpustakaan sangat nyaman. Pencahayaan cukup baik sehingga tidak membuat mata cepat lelah saat membaca. Ruangannya juga bersih dan rapi, sehingga enak untuk belajar dalam waktu lama.” (F, wawancara, 5 Mei 2026)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pencahayaan yang memadai dan kebersihan ruangan yang terjaga memberikan kenyamanan bagi mahasiswa saat melakukan aktivitas membaca maupun mengerjakan tugas dalam waktu yang lama. Pernyataan tersebut diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Suhu ruangan di perpustakaan cukup sejuk dan nyaman untuk belajar. Kebersihannya juga terjaga dengan baik, sehingga membuat suasana belajar menjadi lebih tenang dan kondusif.” (B, wawancara, 5 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa penggunaan AC yang berfungsi dengan baik mampu menciptakan suhu ruangan yang nyaman. Selain itu, kebersihan yang terjaga turut mendukung terciptanya suasana belajar yang lebih tenang dan kondusif bagi mahasiswa.

Kenyamanan lingkungan di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang didukung oleh beberapa aspek penting. Pertama, penggunaan AC yang terawat dan berfungsi dengan baik mampu menjaga suhu ruangan tetap sejuk sehingga mahasiswa merasa nyaman saat belajar maupun membaca dalam waktu yang lama. Kedua, pencahayaan di area perpustakaan telah dirancang cukup terang sehingga memudahkan mahasiswa membaca koleksi dan mengurangi kelelahan mata selama belajar. Ketiga, kebersihan lingkungan perpustakaan selalu dijaga melalui kegiatan pembersihan rutin sehingga ruangan tetap rapi, bersih, dan nyaman digunakan. Keempat, suasana yang tenang menjadi salah satu keunggulan perpustakaan karena mampu membantu mahasiswa lebih fokus dalam belajar, mengerjakan tugas, maupun melakukan penelitian akademik.

Jika dikaitkan dengan teori (Lockwood, 2021). kenyamanan lingkungan ditentukan oleh kondisi fisik dan suasana yang mampu memberikan rasa aman, nyaman, dan mendukung aktivitas pengguna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator kenyamanan lingkungan di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang telah diterapkan dengan baik. Hal ini terlihat dari tersedianya AC yang berfungsi optimal, pencahayaan yang memadai, kebersihan yang terjaga, serta suasana yang tenang dan kondusif. Kondisi tersebut mampu menciptakan lingkungan belajar yang nyaman sehingga mahasiswa dapat belajar lebih fokus, produktif, dan betah berada di perpustakaan dalam waktu yang lebih lama.

c. Identitas visual

Identitas visual adalah seluruh elemen yang digunakan untuk membentuk dan menunjukkan citra suatu lembaga secara visual sehingga mudah dikenali. Identitas ini mencakup logo, warna khas, tipografi, desain ruang, seragam, papan informasi, hingga tampilan media digital (Bettaieb & Alsobahi, 2022). Wawancara yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, terkait identitas visual seperti banner, poster, papan informasi, dan desain ruangan sudah informatif dan menarik:

“Menurut saya, identitas visual di perpustakaan sudah cukup informatif. Banner dan poster yang dipasang membantu mahasiswa mengetahui informasi penting seperti kegiatan dan layanan baru. Tampilannya juga cukup jelas dan mudah dipahami.” (B, wawancara, 5 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa banner dan poster yang digunakan oleh perpustakaan telah membantu mahasiswa memperoleh informasi mengenai layanan, kegiatan, dan program yang diselenggarakan. Informasi yang disajikan dinilai cukup jelas sehingga mudah dipahami oleh pengguna. Pernyataan tersebut diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Papan informasi di perpustakaan sudah cukup membantu dalam memberikan arahan dan aturan kepada mahasiswa. Desainnya sederhana, tetapi informasinya mudah dibaca dan tidak membingungkan.” (S, wawancara, 5 Mei 2026)

Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa papan informasi dan papan petunjuk yang tersedia di perpustakaan berfungsi dengan baik dalam membantu mahasiswa memahami tata tertib, alur layanan, serta lokasi fasilitas yang tersedia. Penyajian informasi yang sederhana dan mudah dibaca memudahkan mahasiswa

dalam mengakses layanan perpustakaan. Selanjutnya, mahasiswa lain memberikan pendapat sebagai berikut:

“Menurut saya, identitas visual di perpustakaan sudah cukup baik, tetapi masih bisa ditingkatkan agar lebih modern dan menarik. Jika desainnya lebih kreatif, mungkin mahasiswa akan lebih tertarik memperhatikan informasi yang disampaikan.” (F, wawancara, 4 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa identitas visual di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sudah cukup informatif dan membantu mahasiswa dalam memperoleh informasi terkait layanan maupun kegiatan perpustakaan. Elemen seperti banner, poster, dan papan informasi dinilai jelas, sederhana, dan mudah dipahami sehingga efektif dalam menyampaikan pesan kepada pengguna. Namun, meskipun sudah berfungsi dengan baik, terdapat masukan bahwa aspek desain masih dapat ditingkatkan agar lebih modern, kreatif, dan menarik, sehingga mampu meningkatkan perhatian serta minat mahasiswa dalam membaca informasi yang disediakan.

d. Kesan Pelanggan

Kesan pelanggan merupakan penilaian atau persepsi yang dirasakan oleh pengguna (mahasiswa atau pengunjung) terhadap layanan, fasilitas, dan lingkungan perpustakaan setelah mereka menggunakannya. Kesan ini bisa berupa rasa puas, nyaman, kecewa, atau biasa saja, yang dipengaruhi oleh pelayanan staf, kebersihan, kenyamanan ruang, kemudahan akses layanan, serta pengalaman selama berada di perpustakaan (Kaunang, Muzendi, & Sari, 2022). Wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa UIN Malang terkait kesan mahasiswa terhadap lingkungan fisik dan suasana perpustakaan:

“Menurut saya, lingkungan fisik perpustakaan sangat nyaman. Ruangannya bersih, rapi, dan tertata dengan baik. Suasananya juga tenang sehingga cocok untuk belajar atau mengerjakan tugas dalam waktu lama.” (B, wawancara 5 Mei 2026)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kesan positif terhadap kondisi fisik perpustakaan. Kebersihan, kerapian, dan suasana yang tenang menjadi faktor yang membuat mahasiswa merasa nyaman saat berada di perpustakaan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh mahasiswa lain sebagai berikut:

“Saya merasa suasana perpustakaan sangat mendukung untuk belajar. Pencahayaan cukup baik, suhu ruangan sejuk, dan tidak terlalu bising sehingga membuat saya lebih fokus saat berada di perpustakaan.”(S, wawancara, 5 Mei 2026)

Dapat diketahui bahwa kenyamanan lingkungan perpustakaan turut memberikan pengalaman positif bagi mahasiswa. Pencahayaan yang memadai, suhu ruangan yang sejuk, dan suasana yang kondusif membantu mahasiswa lebih fokus dalam belajar dan menyelesaikan tugas akademik. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh mahasiswa lainnya sebagai berikut:

“Kesan saya terhadap perpustakaan cukup positif. Lingkungannya nyaman dan kondusif untuk belajar. Namun, pada jam-jam tertentu cukup ramai sehingga suasana sedikit lebih berisik, tetapi masih dalam batas wajar.”(F, wawancara 5 Mei 2026)

Bedasarkan paparan hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur *physical evidence* di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi faktor penting dalam mendukung kenyamanan pengguna dan meningkatkan kualitas layanan perpustakaan. Dari aspek tata ruang, perpustakaan dinilai telah menyediakan ruang baca yang tenang, bersih, rapi, serta ruang diskusi yang mendukung aktivitas belajar individu maupun kelompok. Mahasiswa menilai tata ruang perpustakaan nyaman karena didukung pencahayaan yang baik, pendingin ruangan yang berfungsi optimal, dan suasana yang kondusif sehingga meningkatkan fokus belajar dan membuat mahasiswa betah berada di perpustakaan dalam waktu lama. Dari aspek kenyamanan lingkungan, perpustakaan menjaga kebersihan secara rutin, menyediakan pencahayaan yang cukup terang, serta mengatur suhu ruangan agar tetap sejuk dan nyaman untuk mendukung aktivitas akademik mahasiswa. Selain itu, identitas visual perpustakaan seperti banner, poster, papan informasi, dan desain ruangan dinilai cukup informatif dan membantu mahasiswa memahami layanan, aturan, serta kegiatan perpustakaan, meskipun sebagian mahasiswa menilai tampilan visual masih dapat dikembangkan agar lebih modern dan menarik. Secara keseluruhan, kesan mahasiswa terhadap lingkungan fisik dan suasana perpustakaan cenderung positif karena dianggap nyaman, rapi, tenang, dan kondusif untuk belajar, walaupun pada jam-jam tertentu suasana menjadi sedikit lebih ramai. Dengan demikian, fasilitas fisik dan lingkungan

perpustakaan berperan penting dalam membentuk pengalaman positif dan meningkatkan minat kunjung mahasiswa terhadap perpustakaan (Kaunang et al, 2022).

Berdasarkan hasil penelitian, strategi *physical evidence* (bukti fisik) yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital berfokus pada penyediaan lingkungan fisik yang nyaman, representatif, dan mampu mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Dari aspek tata ruang, perpustakaan menyediakan ruang baca yang tenang, bersih, dan rapi, serta ruang diskusi yang mendukung aktivitas belajar individu maupun kelompok. Kenyamanan pengguna juga didukung oleh pencahayaan yang memadai, pendingin ruangan yang berfungsi optimal, serta suasana yang kondusif sehingga membantu meningkatkan konsentrasi dan produktivitas belajar mahasiswa. Selain itu, perpustakaan secara rutin menjaga kebersihan lingkungan dan mengatur fasilitas pendukung agar tetap nyaman digunakan. Dari sisi identitas visual, perpustakaan memanfaatkan banner, poster, papan informasi, dan desain ruangan sebagai media komunikasi untuk memberikan informasi mengenai layanan, aturan, serta berbagai kegiatan perpustakaan kepada pengguna. Meskipun masih terdapat peluang untuk mengembangkan tampilan visual yang lebih modern dan menarik, secara umum lingkungan fisik perpustakaan telah memberikan kesan positif bagi mahasiswa. Dengan demikian, strategi *Physical Evidence* yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di era digital diwujudkan melalui penyediaan fasilitas fisik yang nyaman, lingkungan belajar yang kondusif, serta identitas visual yang informatif guna menciptakan pengalaman layanan yang positif dan meningkatkan minat kunjung mahasiswa ke perpustakaan.

4.3 Strategi Promosi Perpustakaan UIN Malang dengan Metode *Marketing Mix*

Tabel 4.2 Strategi Promosi Perpustakaan UIN Malang dengan Metode *Marketing Mix*

Aspek	Indikator	Kesimpulan Temuan
Product	Koleksi	Koleksi disediakan sesuai kebutuhan akademik mahasiswa.
	Layanan	Layanan diberikan secara cepat, ramah, dan mudah diakses.
	Kegiatan	Kegiatan literasi dan pelatihan dilaksanakan secara rutin.
	Fasilitas Fisik	Fasilitas yang disediakan ditujukan untuk mendukung kebutuhan belajar mahasiswa.
	Produk	Produk perpustakaan terintegrasi antara koleksi, layanan, dan fasilitas.
Price	Keterjangkauan Harga	Layanan dapat diakses secara gratis.
	Kebijakan Harga	Denda diterapkan untuk meningkatkan kedisiplinan pengguna.
	Biaya Layanan	Biaya layanan terjangkau dan sesuai kebutuhan mahasiswa.
Place	Akses	Layanan dapat diakses secara online maupun offline.
	Visibilitas	Lokasi perpustakaan strategis dan mudah dijangkau.
Promotion	Advertising	Promosi dilakukan melalui media sosial, website, banner, dan poster.
	Personal Selling	Promosi dilakukan melalui interaksi langsung dan kegiatan akademik.
	Public Relation	Perpustakaan membangun hubungan baik dengan pengguna.
	Sales Promotion	Berbagai kegiatan diselenggarakan untuk menarik minat mahasiswa.
People	Customer/Service People	Staf memberikan pelayanan yang ramah dan profesional.
Process	Aktivitas	Alur pelayanan berjalan dengan baik dan sistematis.
	SOP	Pelayanan dilaksanakan sesuai SOP yang berlaku.
	Jadwal Pekerjaan	Pembagian tugas staf mendukung kelancaran layanan.
	Mekanisme	Keluhan pengguna ditangani sesuai prosedur.
Physical Evidence	Tata Ruang	Tata ruang mendukung kenyamanan belajar mahasiswa.
	Kenyamanan Lingkungan	Lingkungan perpustakaan bersih dan kondusif.
	Identitas Visual	Media informasi dan identitas visual cukup informatif.
	Kesan Pelanggan	Mahasiswa memberikan kesan positif terhadap perpustakaan.

Tabel Kesimpulan Keseluruhan Strategi Promosi

Aspek	Kesimpulan
Strategi Promosi Perpustakaan UIN	Strategi promosi telah menerapkan unsur marketing mix 7P dengan baik melalui penyediaan produk yang relevan, layanan yang terjangkau, akses yang mudah, promosi yang aktif, pelayanan yang

Aspek	Kesimpulan
Maulana Malik Ibrahim Malang	profesional, proses yang terstruktur, dan fasilitas yang mendukung kebutuhan akademik mahasiswa.

4.4 Keterkaitan Hasil Penelitian dalam Perspektif Islam

Berdasarkan hasil uraian mengenai strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang melalui pendekatan *Marketing Mix*, diketahui bahwa strategi promosi yang diterapkan telah berjalan cukup efektif dalam meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan. Strategi tersebut dilaksanakan melalui berbagai unsur marketing mix yang meliputi *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*. Promosi dilakukan melalui media sosial, brosur, workshop, seminar, kegiatan *user education* dan Instagram sejak 2023. Keberhasilan promosi tersebut didukung oleh kemudahan akses layanan secara daring digunakan kapan saja, peran pustakawan dalam memberikan pendampingan kepada pengguna, proses layanan yang mudah dan cepat, tampilan website yang informatif, serta layanan yang dapat diakses secara gratis. Secara keseluruhan, strategi promosi yang diterapkan mampu meningkatkan aksesibilitas layanan dan memperluas pemanfaatan sumber informasi oleh sivitas akademika.

Hasil penelitian diatas jika dilihat dari perspektif islam strategi promosi perpustakaan melalui pendekatan *Marketing Mix* tidak hanya bertujuan meningkatkan pemanfaatan layanan perpustakaan. strategi promosi yang dilakukan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk menuntut dan menyebarkan ilmu pengetahuan. Promosi layanan perpustakaan bukan sekadar aktivitas pemasaran untuk menarik pengguna, melainkan juga menjadi sarana dakwah intelektual yang memfasilitasi mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan yang bermanfaat, sebagaimana perintah Allah dalam QS. Al-'Alaq ayat 1 dan hadis Rasulullah SAW tentang kewajiban menuntut ilmu. Qs Al-Alaq ayat 1 sebagai berikut:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ﴿١﴾

Artinya: Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan (Qs, Al-Alaq ayat 1)

Tafsiran surat diatas bermakna perintah Allah kepada manusia untuk membaca, menelaah, dan mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menyebut nama Tuhan sebagai dasar spiritual dalam setiap proses belajar. Dalam konteks strategi promosi perpustakaan, ayat ini dapat ditafsirkan bahwa perpustakaan merupakan sarana utama untuk mewujudkan perintah “*Iqra*” tersebut, yaitu tempat yang mendorong masyarakat untuk membaca dan meningkatkan literasi sebagai bagian dari pengembangan diri yang bernilai ibadah. Oleh karena itu, perpustakaan tidak hanya dipandang sebagai tempat penyimpanan buku, tetapi sebagai pusat pembelajaran dan peradaban ilmu yang harus dipromosikan sebagai ruang terbuka bagi siapa saja yang ingin memperluas wawasan, membangun budaya membaca, dan meningkatkan kualitas intelektual masyarakat secara berkelanjutan (Kemenag, 2019). Sedangkan menurut hadis Rasulullah SAW bersabda sebagai berikut:

“*طَلِبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ*”

Artinya: Menuntut ilmu itu wajib bagi setiap Muslim.” (HR. Ibnu Majah, no. 224)

Hadist tersebut diriwayatkan oleh Ibnu Majah dalam kitab *Sunan Ibnu Majah* melalui beberapa jalur periwayatan. Perawi utama hadis ini adalah Anas bin Malik RA, salah seorang sahabat Rasulullah SAW yang banyak meriwayatkan hadis. Meskipun sebagian ulama menilai sanad hadis ini memiliki beberapa kelemahan pada jalur tertentu, makna hadis tersebut diperkuat oleh berbagai riwayat lain yang memiliki kandungan serupa sehingga diterima dan banyak digunakan oleh para ulama sebagai dasar pentingnya menuntut ilmu dalam Islam.

Sanad merupakan rangkaian para perawi yang menyampaikan hadis dari Rasulullah SAW hingga sampai kepada para ulama hadis yang membukukannya. Hadis mengenai kewajiban menuntut ilmu memiliki beberapa jalur periwayatan (*thuruq al-hadits*) yang berasal dari beberapa sahabat. Sebagian ulama hadis menilai terdapat kelemahan pada beberapa jalur sanadnya. Namun demikian, karena hadis ini memiliki banyak jalur periwayatan yang saling menguatkan (*syawahid dan mutaba'at*), maka makna hadis tersebut diterima oleh para ulama dan banyak digunakan sebagai dasar pentingnya menuntut ilmu dalam Islam.

Hadits ini menegaskan bahwa menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap Muslim. Oleh karena itu, segala sarana yang mendukung proses pencarian ilmu, termasuk perpustakaan, memiliki peran penting dalam membantu terlaksananya kewajiban tersebut. Para ulama menjelaskan bahwa “menempuh jalan ilmu” tidak hanya berarti perjalanan fisik, tetapi juga mencakup segala usaha seperti membaca, belajar, menelaah buku, dan menghadiri majelis ilmu. Dengan demikian, perpustakaan menjadi salah satu sarana penting yang memfasilitasi pelaksanaan tuntunan hadits ini karena menyediakan akses pengetahuan yang luas dan terstruktur bagi masyarakat (Sormin, et al 2026).

Dalam konteks penelitian ini, Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berperan sebagai fasilitas yang menyediakan akses terhadap berbagai sumber pengetahuan dan informasi. Strategi promosi yang dilakukan perpustakaan melalui pendekatan *Marketing Mix* tidak hanya bertujuan meningkatkan pemanfaatan layanan, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan sumber ilmu yang tersedia. Dengan demikian, kegiatan promosi perpustakaan dapat dipandang sebagai upaya mendukung pelaksanaan perintah menuntut ilmu sebagaimana terkandung dalam hadis Rasulullah SAW tersebut.

Maqashid Syariah secara bahasa berasal dari kata *Maqashid* yang berarti tujuan, maksud, atau sasaran, sedangkan *Syariah* berarti aturan atau ketentuan yang ditetapkan Allah SWT bagi manusia. Dengan demikian, Maqashid Syariah dapat diartikan sebagai tujuan, hikmah, dan nilai kemaslahatan yang ingin diwujudkan melalui penerapan syariat Islam. Menurut para ulama, seluruh hukum yang ditetapkan dalam Islam pada dasarnya bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kerusakan (*mafsadah*) bagi kehidupan manusia.

Menurut Imam Al-Ghazali, Maqashid Syariah merupakan tujuan-tujuan syariat Islam yang mencakup *hifẓ ad-dīn* (حفظ الدين) atau menjaga agama, *hifẓ an-nafs* (حفظ النفس) atau menjaga jiwa, *hifẓ al-'aql* (حفظ العقل) atau menjaga akal, *hifẓ an-nasl* (حفظ النسل) atau menjaga keturunan, dan *hifẓ al-māl* (حفظ المال) atau menjaga harta. Kelima unsur tersebut menjadi landasan utama dalam mewujudkan kesejahteraan dan keberlangsungan hidup manusia baik di dunia maupun akhirat. Tujuan utama Maqashid Syariah adalah menciptakan kemaslahatan (*jalb al-*

mashalih) dan mencegah kemudharatan (*dar' al-mafasid*) bagi manusia. Kemaslahatan tersebut mencakup seluruh aspek kehidupan, baik yang berkaitan dengan agama, pendidikan, sosial, ekonomi, maupun budaya. Oleh karena itu, setiap aktivitas yang memberikan manfaat bagi masyarakat dan mendukung tercapainya lima tujuan pokok tersebut dapat dikategorikan sebagai implementasi nilai-nilai Maqashid Syariah (Aini & Indrarini, 2025).

Dari 5 aspek yang ada pada Maqashid Syariah pada penelitian ini hanya mencakup 3 aspek yaitu *hifz ad-din* (menjaga agama), *hifz al-'aql* (menjaga akal), dan *hifz al-mal* (menjaga harta). Pertama, aspek *hifz ad-din* (menjaga agama) diwujudkan melalui unsur product dan promotion perpustakaan yang turut memperkenalkan dan menyediakan koleksi keislaman seperti Al-Qur'an, hadis, fikih, serta literatur keagamaan lainnya. Melalui promosi yang dilakukan secara efektif, mahasiswa didorong untuk memanfaatkan sumber-sumber tersebut sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran agama.

Kedua, aspek *hifz al-'aql* (menjaga akal) merupakan aspek yang paling dominan dalam konteks perpustakaan, karena perpustakaan berfungsi sebagai pusat informasi dan pengetahuan. Strategi promosi yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan minat baca, pemanfaatan koleksi, serta literasi informasi mahasiswa, sehingga berkontribusi pada pengembangan kemampuan intelektual dan akademik pengguna. Ketiga, aspek *hifz al-mal* (menjaga harta) tercermin dari penyediaan akses informasi yang relatif gratis atau dengan biaya yang sangat rendah dibandingkan jika pengguna harus membeli seluruh sumber informasi secara mandiri. Dalam hal ini, promosi perpustakaan berperan dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya informasi yang tersedia secara efisien dan ekonomis bagi mahasiswa (Aini & Indrarini, 2025).

Berdasarkan perspektif Islam, strategi promosi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang melalui pendekatan Marketing Mix tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran layanan, tetapi juga sebagai media penyebaran ilmu pengetahuan yang sejalan dengan ajaran Islam. Strategi tersebut mendukung pelaksanaan perintah menuntut ilmu sebagaimana terkandung dalam QS. Al-'Alaq ayat 1 dan hadis Rasulullah SAW, serta mencerminkan implementasi maqashid

syariah khususnya pada aspek *ḥifẓ ad-dīn* (menjaga agama), *ḥifẓ al-‘aql* (menjaga akal), dan *ḥifẓ al-māl* (menjaga harta).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi promosi di Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dapat disimpulkan bahwa strategi *Marketing Mix* 7P telah diterapkan secara komprehensif melalui keterpaduan seluruh unsur 7P, meliputi *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*. Ketujuh unsur *Marketing Mix* tersebut saling berkaitan dalam mendukung penyebaran informasi layanan, peningkatan kualitas layanan, serta optimalisasi pemanfaatan layanan perpustakaan oleh pemustaka. Pada aspek *product* perpustakaan menyediakan koleksi cetak, koleksi digital, serta berbagai layanan informasi seperti layanan referensi, peminjaman, dan literasi informasi; *price* yang ditunjukkan melalui sebagian besar layanan yang dapat diakses secara gratis dengan biaya terbatas hanya pada kondisi tertentu seperti denda keterlambatan atau penggantian koleksi; *place* yang tercermin dari ketersediaan layanan secara langsung di gedung perpustakaan yang strategis serta akses daring melalui katalog online, repository, dan jurnal elektronik; *promotion* yang dilakukan secara aktif melalui media sosial, website, banner, poster, serta kegiatan seperti seminar dan pelatihan; *people* yang ditunjukkan oleh peran pustakawan yang responsif, ramah, dan kompeten dalam memberikan pelayanan; *process* yang tercermin dari prosedur layanan yang mudah, transparan, dan didukung sistem terkomputerisasi; serta *physical evidence* diwujudkan melalui fasilitas perpustakaan yang modern, nyaman, dan didukung platform digital yang informatif. Berdasarkan temuan penelitian, keterpaduan penerapan ketujuh unsur *Marketing Mix* menunjukkan bahwa strategi promosi yang diterapkan Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berkontribusi terhadap penyebaran informasi layanan, memperkuat interaksi dengan pengguna, serta mendukung pemanfaatan layanan secara optimal sekaligus menunjukkan upaya perpustakaan dalam mengembangkan layanan yang selaras dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pengguna.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diharapkan dapat mempertahankan dan terus mengembangkan strategi promosi yang telah diterapkan melalui unsur *Marketing Mix* (7P). Upaya pengembangan tersebut dapat dilakukan dengan menyelenggarakan program literasi informasi, seperti pelatihan penelusuran informasi ilmiah, informasi mengenai koleksi, layanan, dan program kegiatan melalui media sosial, website, banner, serta kegiatan promosi langsung seperti seminar, workshop, dan literasi informasi yang bekerja sama dengan fakultas maupun organisasi mahasiswa. Selain itu, pemanfaatan media sosial yang telah digunakan dapat lebih dioptimalkan melalui penyajian konten yang lebih variatif, interaktif, dan informatif, sehingga tidak hanya berisi pengumuman kegiatan, tetapi juga mampu meningkatkan penyebaran informasi layanan dan keterlibatan pengguna.

2. Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas fokus kajian, tidak hanya pada strategi promosi perpustakaan secara umum, tetapi juga pada efektivitas setiap elemen *Marketing Mix* (7P) secara lebih mendalam. Peneliti berikutnya juga dapat menambahkan metode kuantitatif untuk mengukur tingkat kepuasan atau pengaruh strategi promosi terhadap minat kunjung dan pemanfaatan layanan perpustakaan secara lebih akurat dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Afolabi, O. E., Afolabi, O. E., & ... (2022). Information literacy skills, teachers self efficacy and use of information resources by secondary school teachers in selected secondary schools in Ijebu Ode local government, Ogun State. *Library Philosophy and ...*. Retrieved from https://www.researchgate.net/profile/Opeyemi-Afolabi-10/publication/360008359_Information_Literacy_Skills_teacher's_Self-efficacy_and_use_of_information_resources_by_secondary_school_teachers_in_selected_secondary_schools_in_Ijebu-Ode_Local_Government_Ogun
- Agama, Kementrian. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Mutu Terpadu*. Makassar: CV Nas Media Perkasa.
- Aini, Atira Qurrottun, & Indrarini, Rachma. (2025). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Maqashid Syariah Pada Penjualan Produk Pakaian Muslimah Di Branded Moslemwear*. 8, 65–75.
- Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasara Jasa*. Cetakan kesembilan,. Bandung: Alfabeta.
- Ari, Raharjo, & Elida, Tety. (2019). *Pemasaran Digital*. Bogor: IPB Press.
- Asaniyah, N. (2024). Peningkatan Pemanfaatan Sumber Daya Perpustakaan Melalui Kegiatan Literasi Informasi di Perpustakaan UII. *Buletin Perpustakaan*, 7(1), 39–53. Retrieved from <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/34129%0Ahttps://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/download/34129/16752>
- Aziz, A. (2019). *Etika bisnis perspektif Islam: Implementasi etika Islami untuk dunia usaha*. Bandung: Alfabeta.
- Bettaieb, Donia M., & Alsobahi, Abeer. (2022). Use of Design Theories and Principles in Visual Brand Identity Elements in Commercial and Retail Banks. *Journal of Visual Art and Design*, 14(2), 111–137. <https://doi.org/10.5614/j.vad.2022.14.2.8>
- Cox, Andrew. (2023). Factors Shaping Future Use and Design of Academic Library Space. *New Review of Academic Librarianship*, 29(1), 33–50. <https://doi.org/10.1080/13614533.2022.2039244>
- Dewi, Shanty Kusuma. (2019). Service Quality Assessment using Servqual and Kano Models. *Jurnal Teknik Industri*, 20(1), 94–104. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol20.no1.94-104>
- Dinar, Naura Alma. (2020). *Strategi Marketing Mix Kegiatan Promosi pada*

- Instagram Perpustakaan Universitas Dian Nuswantoro Semarang*. 9(4), 38–51.
- Fadhli, Muhammad. (2023). *Strategi Pemasaran Perpustakaan Menggunakan Model AIDA*. 14(2), 105–114. <https://doi.org/10.20885/unilib.Vol14.iss2.art4>
- Fatimah, Feti, & Tyas, Wenny Murtalining. (2020). *Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19*. 5(2), 245–253.
- Fidelia. (2021). Peranan Promosi Perpustakaan dalam Meningkatkan Minat Kunjung di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 3(2), 1–10.
- Fitriana, Onny, & Novelia, Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: FKIP UHAMKA.
- Handayani, Budi, Ismanto, Bambang, Kristen, Universitas, Wacana, Satya, Jawa, Salatiga, & Indonesia, Tengah. (2020). *JMSP (Jurnal Manajemen dan Supervisi Pendidikan)*. 4(1), 83–88.
- Hanggraito, Ahmadintya Anggit, Wiratama, Ahmad Sidiq, & Saifuddin, Rahma Amalia. (2020). *Alternatif Strategi Bauran Pemasaran 7P Museum Batik Yogyakarta*. 4(19), 72–83. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.50>
- Hardani, & Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: PT Pustaka Ilmu Grup.
- Hasan Muzaki. (2022). Marketing Mix Dalam Pemasaran Perguruan Tinggi. *AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Hasan Muzaki*, 5(1), 99–110.
- Hidayat, Moch Rahmad. (2022). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Citra Universitas Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Memiliki Universitas Dinamika Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi*. universitas Dinamika.
- Hurriyati, R. (2018). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kaunang, William, Muzendi, Agustina Mori, & Sari, Ardha Puspita. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) 7p Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Usaha Kafe Wilchhof Kabupaten Manokwari Provinsi Papua Barat)*. 11(2).
- Kotler, Philip, & Amstrong, Gary. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1 , Edisi Ke 9*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. jakarta: PT Indeks.
- Krisdayanto, I., & Dkk. (2020). . Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, 4, 1–15.
- Kurniawan, T. (2016). Peran Perpustakaan Perguruan Tinggi Dalam

- Mengembangkan Repositori Institusi. *Pustakaloka*, 8 (2), 231-243.
- Laksana, Fajar. (2018). *Manajemen Pemasaran, Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lee, Monle, & Carla. (2018). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana.
- Lockwood, Harold. (2021). How Well Designed is Your Servicesvape? *Marketing Intelligence and Planning Marketing*, 21(2), 3–5.
- Lukman, Monica Libertyna, Andanwerti, Noeratri, & Meliana, Silvia. (2021). The Application of Hybrid Library Concept in Collaboration and Circulation Area of the University Library. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 1090–1096. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.171>
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Madjukie, R. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Zalora Indonesia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*. 7(2).
- Maulidia, Suci, Kusuma, Bilqis Hilda, Puspitadewi, Ganis Chandra, & Adytya, Rifqi. (2025). Branding Design of the Indonesian Islamic Museum K.H. Hasyim Asy'ari in Strengthening the Museum's Brand Image. *Lentera Pustaka* 3, 11(1), 61–74. Retrieved from <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/lpustaka>
- Moleong, L. .. J. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mutia, Nona, & Tia, Ramadhan Ady. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Trans Batam*. 4(2), 1019–1029. Retrieved from <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/5201>
- Philip, Kotler, & Amstrong. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ramadani, Siska Okta, Denmar, Denny, & Lestari, Agus. (2026). *Upaya Pustakawan Dalam Mendorong Minat Kunjung Pemustaka Di Dinas Perpustakaan Dan Arsip Daerah Provinsi Jambi*. (2), 103–115.
- Rispanyanto, Anton. (2020). Kebutuhan Pengembangan Koleksi Perpustakaan Perguruan Tinggi. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 117–132.
- Schoell. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Shinta, A. (2018). *Manajemen Pemasaran*. UB Press.
- Sopwandi, Iwan. (2021). *Manajemen Perpustakaan Perguruan Tinggi* (Guepedia, Ed.).
- Sormin, Gabriel Pranata, Darma, Mospa, Na, Khairun, & Sitepu, Karolina. (2026).

Pembuktian Tindak Pidana Korupsi Dana Bantuan Operasional Sekolah Sma Negeri 6 Binjai Di Kota Binjai Tahun 2025. 10(4), 325–333.

- Sugina, Sugina, Sunarya, Po Abas, & Nusantara, Hardjanto. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart Wilayah Kabupaten Tangerang. *Jmari*, 4(1), 39–52. <https://doi.org/10.33050/jmari.v4i1.2693>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (4th ed.)*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. (2019). *Pemasaran Jasa Edisi Terbaru*. Andi.
- Wahyudin, Rama. (2023). *Analisis Strategi Prmoso dan Branding Perpustakaan Universitas Andalas Melalui Media Sosial. 5(1)*.
- Wardhana, Arya Wijaya Pramodha, Nur Aisyah, Sofia, & Laksmi, Laksmi. (2023). Analisis Pengendalian dalam Fungsi Manajemen Perpustakaan pada Empat Jenis Perpustakaan di Indonesia. *Media Pustakawan*, 30(2), 185–199. <https://doi.org/10.37014/medpus.v30i2.4881>
- Wijayanti, Titik. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: Granmedia.
- Xu, Wanyue. (2024). *Analysis of Marketing Strategies for Museum Cultural and Creative Products. 0, 100–104. https://doi.org/10.54254/2754-1169/126/2024.18324*
- Yulistia, Rika. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan keluarga di kabupaten tuban artikel ilmiah* (Doctoral dissertation, STIE Perbanas Surabaya).

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian



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

Nomor : B-142.O/FST.01/TL.00/09/2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Penelitian

Yth. Pimpinan Kepala Perpustakaan UIN Malang Maulana Malik Ibrahim Malang
Gedung Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Jl. Gajayana No.50, Dinoyo,
Lowokwaru, Malang

Dengan hormat,

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

Nama : ANDRIANA YESSIA CAHYANING PUTRI
NIM : 210607110045
Judul Penelitian : ANALISIS STRATEGI PROMOSI DI PERPUSTAKAAN UIN MALANG
DENGAN METODE MARKETING MIX
Dosen Pembimbing : GANIS CHANDRA PUSPITADEWI,S.IP., MA

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin pada mahasiswa tersebut untuk
melakukan penelitian di Kepala Perpustakaan UIN Malang Maulana Malik Ibrahim Malang dengan
waktu pelaksanaan pada tanggal 01 Oktober 2025 sampai dengan 01 Desember 2025.

Malang, 25 September 2025

a.n Dekan
a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Scan QRCode ini



Untuk verifikasi keaslian surat



Prof. Dr. EVIKA SANDI SAVITRI,M.P.
NIP. 197410182003122002

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Narasumber: Informan Utama

Pertanyaan	Jawaban
1. Bagaimana kebijakan Perpustakaan UIN Malang dalam pengadaan koleksi untuk mendukung kebutuhan akademik?	<i>"Kebijakan pengembangan koleksi perpustakaan dilaksanakan secara rutin setiap satu tahun sekali sebagai bagian dari upaya memenuhi kebutuhan informasi sivitas akademika dan mendukung kegiatan pendidikan, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat. Kebijakan pengembangan koleksi di Perpustakaan UIN Malang disusun berdasarkan kebutuhan akademik civitas akademika, baik mahasiswa maupun dosen. Kami menyesuaikan koleksi dengan kurikulum program studi, perkembangan penelitian, serta kebutuhan pembelajaran berbasis digital. Selain pengadaan buku cetak, perpustakaan juga memperkuat akses e-book, e-journal, dan repository institusi agar pengguna memperoleh sumber informasi yang lebih luas dan mutakhir. Dalam proses pengembangan koleksi, kami bekerja sama dengan fakultas dan program studi melalui usulan buku serta evaluasi koleksi secara berkala." (MS, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>"Dalam pengembangan koleksi, kami menggunakan beberapa metode seperti survei kebutuhan pengguna, usulan dosen, dan analisis data peminjaman buku. Koleksi yang sering digunakan akan menjadi prioritas pengadaan berikutnya. Kami juga memastikan koleksi yang dibeli relevan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan mendukung kegiatan perkuliahan serta penelitian mahasiswa." (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>"Kebijakan pengembangan koleksi tidak hanya fokus pada jumlah buku, tetapi juga kualitas dan kemudahan akses. Saat ini perpustakaan mengembangkan layanan digital sehingga mahasiswa dapat mengakses sumber referensi secara online kapan saja. Kami juga rutin melakukan evaluasi terhadap koleksi yang sudah lama atau kurang relevan agar rak koleksi tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna." (MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
2. Bagaimana standar pelayanan yang diterapkan untuk memastikan	<i>"Perpustakaan UIN Malang menerapkan standar pelayanan yang mengutamakan keramahan, kecepatan, dan ketepatan layanan informasi. Kami berusaha memberikan pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan mahasiswa, baik dalam layanan sirkulasi, referensi, maupun akses digital. Selain itu, kami menyediakan fasilitas yang nyaman seperti ruang baca,</i>

Pertanyaan	Jawaban
kepuasan mahasiswa?	<i>layanan internet, dan akses repository digital. Evaluasi kepuasan pengguna juga dilakukan secara berkala melalui survei dan masukan mahasiswa untuk meningkatkan kualitas layanan.”(H, wawancara , 4 Mei 2026)</i> <i>“Standar pelayanan yang kami terapkan adalah memastikan kebutuhan informasi mahasiswa dapat terpenuhi dengan cepat dan tepat. Kami selalu memperbarui koleksi sesuai usulan pengguna dan memastikan buku yang dibutuhkan tersedia dalam kondisi baik. Selain itu, kami juga memberikan pelayanan konsultasi terkait pencarian referensi akademik agar mahasiswa lebih mudah menemukan sumber yang relevan.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
3. Program kegiatan apa saja yang diselenggarakan oleh Perpustakaan UIN Malang untuk meningkatkan minat kunjung dan literasi informasi mahasiswa?	<i>“Untuk menarik minat mahasiswa datang ke perpustakaan, kami rutin mengadakan display buku baru dan promosi koleksi unggulan. Mahasiswa biasanya lebih tertarik ketika melihat koleksi terbaru yang relevan dengan mata kuliah mereka. Selain itu, perpustakaan juga mengadakan kegiatan rekomendasi buku dan layanan usulan koleksi agar mahasiswa merasa dilibatkan dalam pengembangan perpustakaan.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Kami sering menyelenggarakan pelatihan literasi informasi, terutama mengenai cara mencari referensi ilmiah, penggunaan aplikasi perpustakaan digital, dan teknik sitasi karya ilmiah. Program tersebut sangat membantu mahasiswa, khususnya dalam penyusunan makalah, skripsi, dan penelitian akademik. Selain itu, kami juga menyediakan ruang diskusi dan layanan belajar bersama untuk menciptakan suasana perpustakaan yang lebih aktif.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
4. Sejauh mana tata ruang, sarana teknologi, dan fasilitas pendukung lainnya memenuhi	<i>“Menurut saya, tata ruang perpustakaan UIN Malang sudah cukup nyaman untuk belajar dan berdiskusi. Ruang baca dibuat rapi dan tenang sehingga membantu mahasiswa lebih fokus. Selain itu, tersedia ruang diskusi yang sangat bermanfaat untuk kerja kelompok. Dari sisi teknologi, akses Wi-Fi dan komputer sudah membantu mahasiswa dalam mencari referensi digital maupun mengerjakan tugas. Namun, pada jam-jam tertentu</i>

Pertanyaan	Jawaban
kebutuhan mahasiswa?	<i>koneksi internet terkadang kurang stabil karena banyak pengguna.”(MA, wawancara,4 Mei 2026)</i>
5. Bagaimana strategi perpustakaan dalam meningkatkan nilai produk agar tetap relevan dan kompetitif di era digital?	<i>“Strategi utama perpustakaan dalam meningkatkan nilai produk di era digital adalah dengan mengembangkan layanan digital seperti e-book, e-journal, dan repository institusi. Dengan layanan tersebut, mahasiswa dapat mengakses sumber informasi secara lebih mudah dan cepat tanpa harus datang langsung ke perpustakaan. Kami juga memanfaatkan media sosial dan website perpustakaan sebagai sarana promosi layanan agar informasi mengenai koleksi dan program perpustakaan dapat menjangkau lebih banyak pengguna.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Untuk tetap relevan dan kompetitif, perpustakaan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan serta fasilitas pendukung belajar mahasiswa. Kami menyediakan ruang baca yang nyaman, akses internet, layanan peminjaman berbasis sistem digital, dan pendampingan penelusuran informasi akademik. Selain itu, perpustakaan juga rutin mengadakan pelatihan literasi informasi dan penggunaan database online agar mahasiswa mampu memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal dalam kegiatan akademik mereka.”(AZ, wawancara , 4 Mei 2026)</i>
6. Apakah layanan yang ada di perpustakaan dapat diakses secara gratis oleh mahasiswa?	<i>“Perpustakaan menerapkan aturan denda bagi mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku sebagai bentuk kedisiplinan dalam penggunaan koleksi. Besaran denda biasanya dihitung berdasarkan jumlah hari keterlambatan sesuai ketentuan yang berlaku di perpustakaan. Sistem denda ini bertujuan agar koleksi dapat segera dikembalikan dan dimanfaatkan kembali oleh mahasiswa lain yang membutuhkan.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Penerapan denda dilakukan melalui sistem layanan perpustakaan yang sudah terkomputerisasi sehingga keterlambatan pengembalian dapat terdata secara otomatis. Mahasiswa akan diberi informasi mengenai jumlah denda saat melakukan pengembalian buku. Namun, selain memberikan sanksi, kami juga mengingatkan mahasiswa melalui pemberitahuan atau reminder agar mereka</i>

Pertanyaan	Jawaban
	mengembalikan buku tepat waktu.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)
7. Bagaimana kebijakan jika terdapat mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku?	“Kebijakan perpustakaan terhadap mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku dilakukan melalui penerapan sanksi administratif berupa denda sesuai ketentuan yang berlaku. Kebijakan ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kedisiplinan mahasiswa dalam memanfaatkan koleksi perpustakaan. Selain itu, perpustakaan juga memberikan toleransi dalam kondisi tertentu, misalnya jika mahasiswa mengalami kendala akademik atau keadaan darurat, dengan tetap mempertimbangkan aturan yang ada.”(MS, wawancara, 4 April 2026) “Jika mahasiswa terlambat mengembalikan buku, sistem perpustakaan secara otomatis mencatat jumlah hari keterlambatan dan denda yang harus dibayarkan. Mahasiswa tetap dapat mengembalikan buku seperti biasa, kemudian menyelesaikan kewajiban dendanya sesuai aturan layanan. Kami juga biasanya memberikan pengingat kepada mahasiswa melalui sistem atau pemberitahuan langsung agar mereka segera mengembalikan buku sebelum jatuh tempo.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026) “Kebijakan keterlambatan pengembalian buku diterapkan agar sirkulasi koleksi berjalan dengan baik dan semua mahasiswa memiliki kesempatan yang sama untuk memanfaatkan buku. Jika keterlambatan berlangsung cukup lama, mahasiswa dapat dikenakan pembatasan layanan peminjaman sementara sampai kewajibannya diselesaikan. Namun, perpustakaan tetap mengedepankan pendekatan edukatif dengan mengingatkan mahasiswa pentingnya menjaga ketertiban penggunaan koleksi bersama.”(H, wawancara , 4 Mei 2026)
8. Bagaimana penerapan denda yang diterapkan perpustakaan	“Layanan utama perpustakaan pada dasarnya diberikan secara gratis kepada mahasiswa, termasuk peminjaman koleksi, penggunaan ruang baca, dan akses katalog digital. Mahasiswa hanya

Pertanyaan	Jawaban
kepada mahasiswa yang terlambat mengembalikan buku?	perlu memiliki kartu anggota atau identitas mahasiswa untuk menggunakan fasilitas tersebut. Kami juga menyediakan layanan bantuan penelusuran informasi dan konsultasi referensi tanpa biaya agar mahasiswa lebih mudah mendapatkan sumber akademik yang dibutuhkan.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026) “Menurut saya, layanan perpustakaan sudah sangat membantu karena sebagian besar fasilitas dapat digunakan secara gratis. Saya sering memanfaatkan Wi-Fi, ruang baca, dan akses jurnal online untuk mengerjakan tugas kuliah. Hal ini tentu sangat mendukung kebutuhan akademik mahasiswa tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan.”(H, wawancara 4 Mei 2026)
9. Bagaimana penyampaian layanan kepada mahasiswa baru?	“Penyampaian layanan kepada mahasiswa baru biasanya dilakukan melalui kegiatan orientasi perpustakaan pada awal tahun akademik. Dalam kegiatan tersebut, mahasiswa diperkenalkan dengan berbagai fasilitas, tata tertib, prosedur peminjaman buku, serta cara menggunakan katalog dan layanan digital perpustakaan. Kami juga memberikan penjelasan mengenai pentingnya literasi informasi agar mahasiswa dapat memanfaatkan sumber referensi akademik secara efektif sejak awal perkuliahan.”(AZ, wawancara, 4 Mei, 2026) “Selain melalui orientasi langsung, penyampaian layanan kepada mahasiswa baru juga dilakukan secara online melalui website dan media sosial perpustakaan. Kami menyediakan panduan penggunaan layanan digital, tutorial akses e-journal, repository, dan katalog online agar mahasiswa lebih mudah memahami cara memanfaatkan fasilitas perpustakaan. Dengan kombinasi layanan offline dan online, mahasiswa baru dapat lebih cepat beradaptasi dan mengenal layanan perpustakaan secara menyeluruh.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)
10. Apakah lokasi perpustakaan UIN malang mudah dijangkau oleh mahasiswa?	“Menurut kami, lokasi perpustakaan sudah sangat mendukung kebutuhan mahasiswa karena mudah diakses dari berbagai fakultas dan fasilitas kampus lainnya. Selain akses fisik yang mudah, perpustakaan juga menyediakan layanan digital sehingga mahasiswa tetap dapat memanfaatkan layanan meskipun tidak datang langsung ke gedung perpustakaan.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)

Pertanyaan	Jawaban
11. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang dapat menarik antusias para mahasiswa terkait koleksi dan kegiatan yang diadakan?	<i>“Perpustakaan UIN Malang memasarkan produk dan kegiatannya tidak hanya untuk internal, tetapi juga terbuka bagi civitas akademika luar melalui kerja sama antarperpustakaan perguruan tinggi. Kami menjalin kemitraan dengan berbagai universitas untuk berbagi informasi, akses koleksi tertentu, serta program literasi informasi. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui website resmi, media sosial, serta publikasi kegiatan seperti seminar, workshop, dan pelatihan yang bisa diikuti oleh peserta dari luar kampus.” (MS, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Untuk menjangkau mahasiswa dari universitas lain, perpustakaan memanfaatkan jaringan kerja sama antarperpustakaan dan kegiatan akademik seperti seminar atau pelatihan yang bersifat terbuka. Informasi kegiatan biasanya disebarkan melalui media digital agar lebih luas jangkauannya. Kami juga sering menerima kunjungan studi banding dari perpustakaan universitas lain sebagai bentuk promosi layanan dan pengenalan sistem perpustakaan kami.” (AZ, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
12. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang menciptakan hubungan yang impresif terhadap mahasiswa?	<i>“Perpustakaan UIN Malang berupaya menciptakan hubungan yang baik dan impresif dengan mahasiswa melalui pelayanan yang humanis, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna. Kami menempatkan mahasiswa sebagai pusat layanan, sehingga setiap kebijakan dan pengembangan layanan selalu mempertimbangkan kepuasan mereka. Selain itu, kami juga membuka ruang komunikasi melalui survei kepuasan, kotak saran, dan forum diskusi agar mahasiswa dapat memberikan masukan secara langsung.” (MS, wawancara 4 Mei 2026)</i> <i>“Kami membangun hubungan yang baik dengan mahasiswa melalui pelayanan sehari-hari yang ramah dan komunikatif. Pustakawan selalu siap membantu dalam pencarian informasi, peminjaman buku, maupun penggunaan fasilitas perpustakaan. Dengan pendekatan tersebut, mahasiswa merasa lebih nyaman dan tidak sungkan untuk bertanya atau meminta bantuan ketika membutuhkan referensi akademik.” (MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Hubungan yang impresif juga dibangun melalui layanan digital yang mudah diakses dan interaktif. Kami</i>

Pertanyaan	Jawaban
	aktif berkomunikasi dengan mahasiswa melalui media sosial, memberikan informasi terbaru, serta merespons pertanyaan secara cepat. Dengan kombinasi layanan langsung dan digital, perpustakaan dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat, modern, dan sesuai dengan kebutuhan generasi mahasiswa saat ini”(H, wawancara, 4 Mei 2026)
13. Bagaimana cara Perpustakaan UIN Malang memasarkan produk serta kegiatan yang diadakan kepada mahasiswa dari universitas lain?	“Dari sisi digital, promosi dilakukan melalui website perpustakaan, media sosial, dan publikasi online. Konten yang dibagikan mencakup koleksi digital, layanan repository, serta kegiatan literasi informasi. Dengan cara ini, informasi tidak hanya menjangkau mahasiswa UIN Malang, tetapi juga dapat diakses oleh mahasiswa dari universitas lain yang membutuhkan referensi atau ingin mengikuti kegiatan yang kami selenggarakan.”(MA, wawancara 4 Mei 2026) “Dari sisi digital, kami menarik antusias mahasiswa dengan mengoptimalkan media sosial dan platform digital perpustakaan. Informasi mengenai koleksi terbaru, e-journal, serta kegiatan perpustakaan disampaikan secara menarik dan mudah dipahami. Selain itu, kami juga mengembangkan layanan digital yang praktis seperti repository dan akses jurnal online agar mahasiswa lebih tertarik karena bisa mengaksesnya kapan saja tanpa batasan waktu dan tempat.” (H, wawancara, 4 Mei 2026)
14. Bagaimana staff perpustakaan menangani keluhan atau masalah yang dialami mahasiswa?	“Penanganan keluhan mahasiswa di Perpustakaan UIN Malang dilakukan melalui sistem pelayanan yang terbuka dan responsif. Kami menyediakan beberapa kanal pengaduan seperti layanan langsung di meja layanan, kotak saran, serta komunikasi melalui platform digital. Setiap keluhan yang masuk akan dicatat, kemudian dianalisis untuk menentukan tindak lanjut yang tepat. Jika permasalahan bersifat teknis atau operasional, akan langsung ditangani oleh staf terkait. Namun jika menyangkut kebijakan atau sistem yang lebih luas, akan dibahas dalam evaluasi internal perpustakaan. Prinsip kami adalah setiap keluhan mahasiswa harus ditangani secara cepat, solutif, dan transparan agar kualitas layanan perpustakaan terus meningkat.”(MS, wawancara, 4 Mei 2026) “Untuk keluhan yang berkaitan dengan layanan digital, mahasiswa dapat menyampaikannya melalui media sosial, email, atau layanan bantuan online

Pertanyaan	Jawaban
	perpustakaan. Kami selalu berusaha merespons dengan cepat, terutama jika menyangkut akses e-journal, repository, atau sistem login. Selain itu, kami juga melakukan evaluasi berkala terhadap keluhan yang sering muncul agar sistem layanan digital terus diperbaiki dan semakin mudah digunakan oleh mahasiswa.”(H, wawancara 4 Mei 2026) “Setiap keluhan mahasiswa kami tangani dengan pendekatan cepat, ramah, dan solutif. Mahasiswa dapat menyampaikan keluhan secara langsung kepada petugas di layanan sirkulasi maupun referensi. Setelah itu, kami akan membantu mencari solusi sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, misalnya terkait peminjaman buku, pencarian referensi, atau kendala sistem. Jika masalah tidak bisa diselesaikan langsung, kami akan meneruskannya ke bagian terkait agar dapat ditindaklanjuti lebih lanjut.”(AZ, wawancara , 4 Mei 2026)
15. Bagaimana alur aktivitas pelayanan dari mahasiswa datang hingga memperoleh layanan yang dibutuhkan?	“Alur pelayanan di perpustakaan dimulai ketika mahasiswa datang dan melakukan registrasi atau menunjukkan kartu anggota. Setelah itu, mahasiswa dapat langsung menuju layanan yang dibutuhkan, seperti peminjaman buku, pengembalian, atau layanan referensi. Jika mahasiswa mencari buku, mereka bisa menggunakan katalog online atau bertanya langsung kepada petugas. Setelah buku ditemukan, proses peminjaman dilakukan melalui sistem yang sudah terkomputerisasi sehingga lebih cepat dan akurat.”(MA, wawancaa, 4 Mei 2026) “Untuk layanan digital, alurnya dimulai dari mahasiswa mengakses website atau sistem perpustakaan menggunakan akun masing-masing. Setelah login, mahasiswa dapat mencari e-book, jurnal, atau repository sesuai kebutuhan. Jika mengalami kesulitan, mahasiswa dapat menghubungi pustakawan melalui layanan bantuan online atau datang langsung untuk mendapatkan pendampingan. Kami juga menyediakan panduan penggunaan agar mahasiswa lebih mudah memahami alur layanan digital.”(AZ, wawancara, 4 Mei 2026)
16. Bagaimana penerapan SOP dalam proses pelayanan kepada mahasiswa?	“Penerapan SOP di perpustakaan sangat penting untuk menjaga kualitas dan konsistensi pelayanan. Setiap staf bekerja berdasarkan prosedur yang sudah ditetapkan, mulai dari pelayanan peminjaman, pengembalian buku, hingga layanan referensi. SOP ini mengatur alur kerja agar pelayanan berjalan cepat, tertib, dan tidak

Pertanyaan	Jawaban
	menimbulkan kesalahan, misalnya dalam pencatatan peminjaman atau pengelolaan koleksi.”(MA, wawancara , 4 Mei 2026) “Dalam layanan digital, SOP diterapkan untuk memastikan sistem berjalan dengan baik dan pengguna mendapatkan pelayanan yang sama. Misalnya dalam proses login, akses e-journal, serta penanganan gangguan sistem, semuanya sudah memiliki prosedur yang jelas. Selain itu, setiap keluhan atau masalah teknis juga ditangani sesuai SOP agar penyelesaiannya lebih cepat dan terstruktur.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)\
17. Bagaimana pengaturan jadwal kerja dalam staff perpustakaan mendukung operasional layanan perpustakaan?	“Pengaturan jadwal kerja staf perpustakaan disusun secara terstruktur agar seluruh layanan dapat berjalan optimal setiap hari. Kami membagi shift kerja berdasarkan bidang layanan, seperti layanan sirkulasi, referensi, digital library, dan layanan teknis lainnya. Pembagian jadwal ini bertujuan agar setiap layanan selalu tersedia pada jam operasional perpustakaan, termasuk saat jam sibuk ketika jumlah pengunjung meningkat. Selain itu, kami juga melakukan rotasi staf untuk menjaga pemerataan beban kerja dan meningkatkan kompetensi di berbagai bidang layanan. Dengan pengaturan jadwal yang baik, operasional perpustakaan dapat berjalan lancar, responsif, dan tetap memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.”(MS, wawancara, 4 Mei 2026)
18. Bagaimana mekanisme penanganan keluhan atau masalah yang dialami mahasiswa?	“Mekanisme penanganan keluhan mahasiswa di Perpustakaan UIN Malang dilakukan secara sistematis dan berjenjang. Pertama, setiap keluhan yang masuk akan diterima melalui berbagai kanal, seperti layanan langsung, kotak saran, maupun platform digital. Selanjutnya, keluhan tersebut akan dicatat dan diklasifikasikan berdasarkan jenis masalahnya, apakah bersifat layanan, teknis, atau kebijakan. Untuk masalah operasional, staf di bagian terkait akan langsung menindaklanjuti agar bisa segera terselesaikan. Namun jika menyangkut kebijakan atau memerlukan keputusan lebih lanjut, akan dibahas dalam rapat evaluasi internal perpustakaan. Prinsip utama kami adalah setiap keluhan harus ditangani secara cepat, tepat, dan transparan demi meningkatkan kualitas layanan kepada mahasiswa.”(MS, wawancara, 4 Mei 2026) “Mekanisme penanganan keluhan di perpustakaan dimulai dari penerimaan laporan yang disampaikan mahasiswa, baik secara langsung di layanan, melalui kotak saran, maupun melalui kanal digital. Setelah itu,

Pertanyaan	Jawaban
	<i>petugas akan mencatat dan mengidentifikasi jenis permasalahan yang disampaikan. Jika masalah bersifat teknis seperti peminjaman buku atau pencarian koleksi, akan langsung ditangani oleh petugas layanan. Namun jika berkaitan dengan sistem atau kebijakan, akan diteruskan ke unit terkait untuk ditindaklanjuti lebih lanjut.”(MA, wawancara, 4 Mei 2026)</i> <i>“Untuk keluhan yang berkaitan dengan layanan digital, mekanismenya dilakukan melalui layanan bantuan online seperti email, media sosial, atau sistem helpdesk perpustakaan. Setiap laporan akan direspons sesuai prioritas, terutama jika menyangkut akses jurnal, repository, atau gangguan sistem. Kami juga melakukan evaluasi rutin terhadap keluhan yang sering muncul agar dapat memperbaiki sistem dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.” (H, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
19. Apakah tata ruang perpustakaan mendukung kenyamanan dan minat kunjung mahasiswa?	<i>“Menurut kami, tata ruang perpustakaan sudah dirancang untuk mendukung kenyamanan dan meningkatkan minat kunjung mahasiswa. Ruang baca dibuat tenang, bersih, dan tertata rapi sehingga mahasiswa dapat fokus belajar. Selain itu, adanya ruang diskusi juga memberikan alternatif bagi mahasiswa yang ingin belajar kelompok. Kami terus melakukan evaluasi dan penataan ulang ruang agar tetap sesuai dengan kebutuhan pengguna yang terus berkembang.”(H, wawancara, 4 Mei 2026)</i>
20. Apakah lingkungan perpustakaan (pencahayaan, kebersihan, suhu ruangan) mendukung aktivitas belajar mahasiswa?	<i>“Secara umum, lingkungan perpustakaan sudah mendukung aktivitas belajar mahasiswa. Pencahayaan di ruang baca dibuat cukup terang agar nyaman untuk membaca dalam waktu lama. Kebersihan juga dijaga secara rutin oleh petugas kebersihan sehingga area perpustakaan tetap rapi dan nyaman. Untuk suhu ruangan, perpustakaan menggunakan pendingin ruangan (AC) yang diatur agar tetap sejuk sehingga mahasiswa dapat belajar dengan lebih fokus. Kami juga terus melakukan pemantauan dan perawatan agar kondisi lingkungan tetap optimal.”(AZ, wawancara 4 Mei 2026)</i> <i>“Menurut saya, identitas visual di perpustakaan sudah cukup baik, tetapi masih bisa ditingkatkan agar lebih modern dan menarik. Jika desainnya lebih kreatif, mungkin mahasiswa akan lebih tertarik memperhatikan</i>

Pertanyaan	Jawaban
	<i>informasi yang disampaikan.”(F, wawancara, 4 Mei 2026)</i>

Narasumber: Informan Pendukung

Pertanyaan	Jawaban
1. Sejauh mana tata ruang, sarana teknologi, dan fasilitas pendukung lainnya memenuhi kebutuhan mahasiswa?	<i>“Fasilitas perpustakaan menurut saya cukup lengkap dan mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Selain koleksi buku yang banyak, perpustakaan juga menyediakan akses e-journal dan repository digital yang sangat membantu saat mencari sumber penelitian. Tata ruangnya juga nyaman karena terdapat area baca santai dan pendingin ruangan yang membuat mahasiswa betah berada di perpustakaan lebih lama.”(B, wawancara, 5 Mei 2026)</i> <i>“Fasilitas perpustakaan menurut saya cukup lengkap dan mendukung kebutuhan akademik mahasiswa. Selain koleksi buku yang banyak, perpustakaan juga menyediakan akses e-journal dan repository digital yang sangat membantu saat mencari sumber penelitian. Tata ruangnya juga nyaman karena terdapat area baca santai dan pendingin ruangan yang membuat mahasiswa betah berada di perpustakaan lebih lama.”(S, wawancara, 5 Mei 2026)</i>
2. Bagaimana akses layanan perpustakaan secara online maupun offline?	<i>“Menurut saya, akses layanan perpustakaan sudah cukup mudah baik secara online maupun offline. Untuk layanan offline, mahasiswa dapat langsung datang ke perpustakaan untuk membaca buku, meminjam koleksi, atau menggunakan ruang diskusi. Sedangkan secara online, perpustakaan menyediakan katalog digital, repository, dan akses jurnal elektronik yang dapat digunakan untuk mencari referensi akademik dari mana saja.”(B, wawancara, 5 Mei 2026)</i> <i>“Layanan online sangat membantu mahasiswa, terutama saat mengerjakan tugas atau penelitian. Saya sering menggunakan e-journal dan repository kampus karena aksesnya lebih praktis dan cepat. Untuk layanan offline, fasilitas ruang baca dan suasana perpustakaan juga nyaman sehingga mahasiswa tetap tertarik datang langsung ke perpustakaan.”(S, wawancara 5 Mei 2026)</i> <i>“Akses layanan perpustakaan menurut saya sudah mengikuti perkembangan teknologi. Mahasiswa bisa mengecek ketersediaan buku melalui sistem online sebelum datang ke perpustakaan. Selain itu, pelayanan secara langsung dari pustakawan juga cukup baik karena mahasiswa dapat meminta bantuan dalam mencari buku</i>

Pertanyaan	Jawaban
	atau referensi yang diperlukan.”(F, wawancara , 5 Mei 2026)
3. Bagaimana Perpustakaan UIN Malang mengiklankan terhadap koleksi dan kegiatannya?	“Menurut saya, perpustakaan cukup aktif mempromosikan koleksi dan kegiatannya melalui media sosial seperti Instagram dan website perpustakaan. Informasi mengenai buku baru, seminar, pelatihan, dan kegiatan literasi biasanya diumumkan secara rutin sehingga mahasiswa mudah mengetahuinya.”(B, wawancara, 5 Mei 2026) “Perpustakaan juga sering memasang banner dan poster di area kampus untuk menginformasikan kegiatan yang akan dilaksanakan. Selain itu, informasi kegiatan kadang disampaikan melalui grup mahasiswa atau pengumuman dari fakultas sehingga lebih banyak mahasiswa yang mengetahui program perpustakaan.”(S, wawancara, 5 Mei 2026) “Menurut saya, promosi perpustakaan sudah cukup menarik karena tidak hanya memperkenalkan koleksi buku, tetapi juga layanan digital dan pelatihan literasi informasi. Dengan adanya promosi melalui media online, mahasiswa menjadi lebih tertarik untuk memanfaatkan fasilitas perpustakaan.”(F, wawancara 5 Mei 2026)
4. Bagaimana pelayanan staff perpustakaan yang diberikan kepada mahasiswa?	“Menurut saya, pelayanan staf perpustakaan cukup baik dan ramah. Petugas selalu siap membantu ketika mahasiswa kesulitan mencari buku atau menggunakan fasilitas perpustakaan. Sikapnya juga sopan dan komunikatif sehingga membuat mahasiswa merasa nyaman.”(B, wawancara, 5 Mei 2026) “Pelayanan staf perpustakaan sangat membantu, terutama dalam hal pencarian referensi dan penggunaan layanan digital. Jika ada kendala, petugas biasanya cepat merespon dan memberikan solusi yang jelas. Hal ini membuat proses belajar menjadi lebih mudah.”(S, wawancara 5 Mei 2026) “Secara keseluruhan pelayanan staf perpustakaan sudah baik. Mereka cukup profesional dan informatif dalam memberikan arahan kepada mahasiswa. Namun, pada saat ramai pengunjung, pelayanan terkadang sedikit menunggu, tetapi tetap tertangani dengan baik.”(F, wawancara, 5 Mei 2026)
5. Apakah tata ruang perpustakaan mendukung	“Tata ruang perpustakaan cukup mendukung kegiatan belajar mahasiswa. Ada area untuk membaca individu dan juga ruang diskusi untuk kerja kelompok. Suasana juga kondusif sehingga membantu

Pertanyaan	Jawaban
kenyamanan dan minat kunjung mahasiswa?	<i>meningkatkan fokus belajar.”(S, wawancara, 5 Mei 2026</i>
6. Apakah identitas visual seperti banner, poster, papan informasi, dan desain ruangan sudah informatif dan menarik?	<i>“Menurut saya, lingkungan perpustakaan sangat nyaman. Pencahayaan cukup baik sehingga tidak membuat mata cepat lelah saat membaca. Ruangannya juga bersih dan rapi, sehingga enak untuk belajar dalam waktu lama.”(F, wawancara, 5 mei 2026)</i> <i>“Suhu ruangan di perpustakaan cukup sejuk dan nyaman untuk belajar. Kebersihannya juga terjaga dengan baik, sehingga membuat suasana belajar menjadi lebih tenang dan kondusif.”(B, wawancara, 5 Mei 2026)</i> <i>“Papan informasi di perpustakaan sudah cukup membantu dalam memberikan arahan dan aturan kepada mahasiswa. Desainnya sederhana, tetapi informasinya mudah dibaca dan tidak membingungkan.”(S, wawancara, 5 Mei 2026)</i>
7. Apakah lingkungan perpustakaan (pencahayaan, kebersihan, suhu ruangan) mendukung aktivitas belajar mahasiswa?	<i>“Menurut saya, lingkungan fisik perpustakaan sangat nyaman. Ruangannya bersih, rapi, dan tertata dengan baik. Suasana juga tenang sehingga cocok untuk belajar atau mengerjakan tugas dalam waktu lama.” (B, wawancara 5 Mei 2026)</i>
8. Bagaimana kesan mahasiswa terhadap lingkungan fisik dan suasana perpustakaan?	<i>“Kesan saya terhadap perpustakaan cukup positif. Lingkungannya nyaman dan kondusif untuk belajar. Namun, pada jam-jam tertentu cukup ramai sehingga suasana sedikit lebih berisik, tetapi masih dalam batas wajar.”(F, wawancara 5 Mei 2026)</i>

Lampiran 3. Dokumentasi



Kepala dan Staf Perpustakaan selaku Informan Kunci



Mahasiswa selaku Informan Pendukung



Mahasiswa selaku Informan Pendukung



Mahasiswa selaku Informan Pendukung

Lampiran 4. Hasil Turnitin

SKRIPSI FULL ANDRIANA.docx			
ORIGINALITY REPORT			
5%	4%	1%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%	
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%	
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1%	
4	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1%	
5	www.scribd.com Internet Source	<1%	
6	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%	
7	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%	
8	viempie07.wordpress.com Internet Source	<1%	
9	repository.unissula.ac.id Internet Source	<1%	
10	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%	
11	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1%	

12	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
13	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1 %
15	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
16	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
17	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
18	hadithprophet.com Internet Source	<1 %
19	repository.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
20	Submitted to Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia Student Paper	<1 %
21	repository.pnj.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
23	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sukabumi Student Paper	<1 %
24	repository.uinfasbengkulu.ac.id Internet Source	<1 %

25	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	<1 %
26	docplayer.info Internet Source	<1 %
27	Ummu Kulsum. "PERSPEKTIF "AL-ILM" MENURUT AL-QUR'AN DAN ULAMA SALAFI DI DALAM TATANAN PENDIDIKAN ISLAM", Muróbbî: Jurnal Ilmu Pendidikan, 2020 Publication	<1 %
28	ilmupolitik.fisip.unimal.ac.id Internet Source	<1 %
29	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
30	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
31	Ambo Enre Enre, Debora Hutagalung, Henri Abdiel Simbolon, Marcella Theresia Ong. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar", Owner, 2020 Publication	<1 %
32	bahanajar.uhamka.ac.id Internet Source	<1 %
33	ejurnal.untag-smd.ac.id Internet Source	<1 %
34	mybismillah.wordpress.com Internet Source	<1 %
35	pdffox.com Internet Source	<1 %
	repository.unpas.ac.id	

36	Internet Source	<1 %
37	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
38	eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id Internet Source	<1 %
39	id.scribd.com Internet Source	<1 %
40	journals.usm.ac.id Internet Source	<1 %
41	repositori.unwira.ac.id Internet Source	<1 %
42	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	<1 %
43	repository.ummat.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off