

ABSTRAK

Perpustakaan dinilai mampu meningkatkan budaya literasi masyarakat dengan cara mengelola kumpulan karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pemustaka. Dengan lengkapnya berbagai layanan, ruangan, dan fasilitas, perlu adanya strategi pemasaran yang matang agar masyarakat dapat teredukasi. Lengkapnya layanan dan fasilitas Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dibuktikan dengan nilai Index Kepuasan Masyarakat (IKM) yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam upaya meningkatkan jumlah pengunjung. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi pemasaran, konsep bauran pemasaran, dan konsep bauran komunikasi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan proses pengumpulan data primer melalui wawancara secara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta mengimplementasikan tujuh aspek bauran pemasaran yakni produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan lingkungan fisik. Namun, banyaknya pengunjung yang datang belum bisa dikatakan maksimal sehingga dinas tersebut masih perlu meningkatkan komunikasi pemasarannya agar seluruh strategi yang dirancang dapat tersampaikan ke masyarakat.

Kata Kunci: Dinas Perpustakaan dan Arsip Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, Strategi pemasaran, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

The library is considered capable of enhancing the cultural literacy of the community by professionally managing collections of written works, printed materials, and/or recorded works with a standardized system to meet the needs of patrons. With a comprehensive range of services, spaces, and facilities, there is a need for a well-planned marketing strategy to educate the public. The completeness of services and facilities provided by the Regional Library and Archives Agency of the Special Region of Yogyakarta can be evidenced by a high Community Satisfaction Index (CSI). This research aims to determine how the marketing strategy implemented by the Regional Library and Archives Agency of the Special Region of Yogyakarta contributes to increasing visitor numbers. The theoretical framework employed in this study is marketing strategy theory. The research methodology used is qualitative descriptive, involving the collection of primary data through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings of this research reveal that the Regional Library and Archives Agency of the Special Region of Yogyakarta implements seven aspects of the marketing mix strategy: product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence. However, the number of visitors is not yet considered optimal, indicating a need for the agency to improve its marketing communication to ensure that all designed strategies are effectively conveyed to the public.

Keywords: *Regional Library and Archives Office of the Special Region of Yogyakarta, Marketing strategy, Marketing Mix*