# Tinjauan Mata Kuliah

Selamat berjumpa mahasiswa program studi S-1 Ilmu Perpustakaan FHISIP-UT. Bersama ini akan dibahas mata kuliah Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan (FSIP4303). Mata kuliah ini dimaksudkan sebagai salah satu bahan rujukan dalam memahami perkembangan jasa informasi perpustakaan yang disesuaikan dengan perubahan globalisasi.

Materi tentang pemasaran jasa sebaiknya dipelajari oleh mahasiswa atau pustakawan, karena dengan situasi dan kondisi serta perkembangan zaman saat ini apabila perpustakaan tidak melakukan pemasaran maka perpustakaan yang dikelola akan terdampak perkembangan zaman dan akhirnya perpustakaan akan redup. Mata kuliah Pemasaran Jasa Informasi Perpustakaan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa tentang konsep, teori, dan implementasi pemasaran jasa informasi perpustakaan dalam kerangka bisnis dan nonbisnis.

Agar mahasiswa dapat memahami pemasaran jasa informasi perpustakaan dengan baik dan menguasai kompetensi-kompetensi khusus maka uraian dalam mata kuliah ini dibagi ke dalam 9 (sembilan) modul, dan antara materi modul yang satu memiliki keterkaitan dengan materi modul yang lain.

Modul pertama akan membahas tentang konsep dasar pemasaran perpustakaan, yang di dalamnya akan dibahas tentang pemasaran secara umum, pemasaran jasa, dan pemasaran jasa informasi

Modul kedua akan membahas tentang bauran pemasaran jasa yang meliputi produk jasa, *place* (tempat), *price* (harga), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (fisik).

Modul ketiga akan membahas tentang komunikasi pemasaran serta bauran komunikasi pemasaran untuk bidang jasa.

Modul keempat akan membahas tentang komunikasi pemasaran massa yang di dalammya meliputi pembahasan tentang iklan (*advertising*), promosi pejualan (*sales promotion*), acara dan pegalaman, hubungan masyarakat dan publisitas

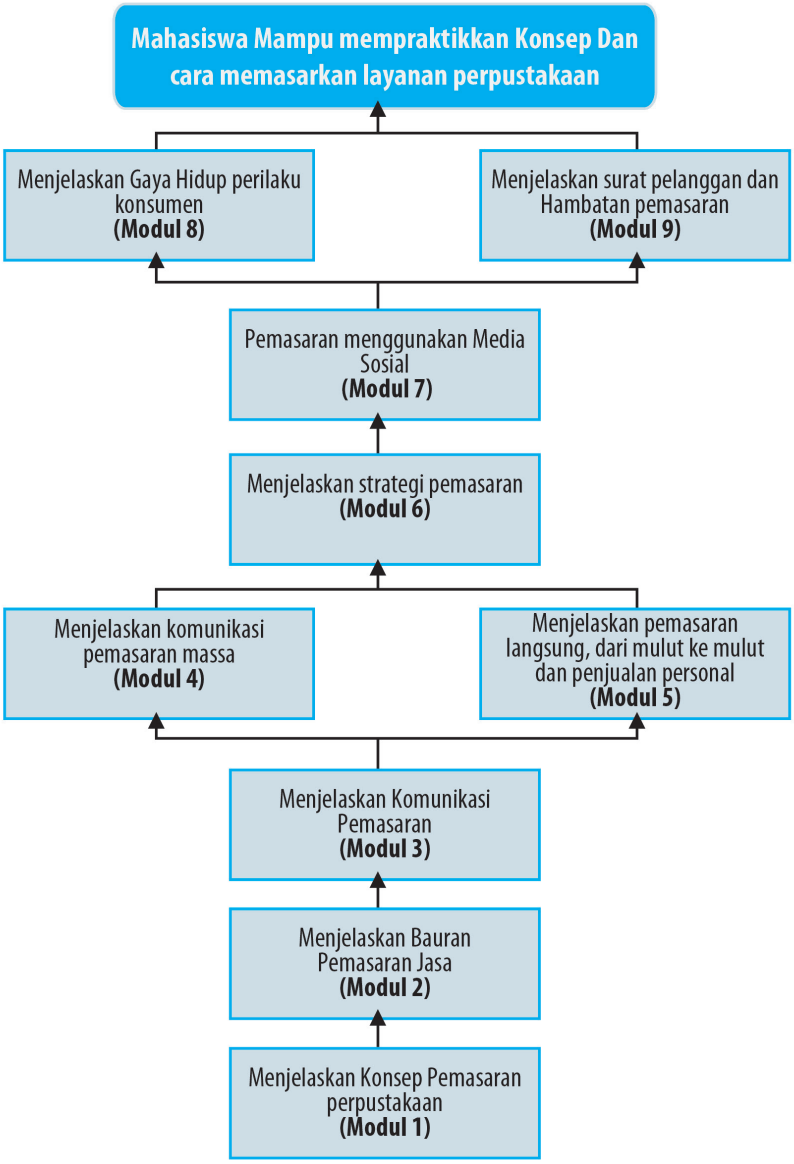
Modul kelima akan dibahas tentang pemasaran langsung, dari mulut ke mulut dan penjualan personal. Strategi penjualan yang banyak dilakukan oleh bagian pemasaran yaitu pemasaran langsung (atau *direct marketing);* pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing)* dan penjualan personal (*personal selling*).

Modul keenam akan membahas tentang strategi pemasaran, yang meliputi pembahasan tentang segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning*.

Modul ketujuh akan dibahas pemasaran menggunakan media *online*, juga akan dibahas pemasaran perpustakaan menggunakan media *online* yang sudah marak.

Modul kedelapan akan dibahas tentang kepribadian, gaya hidup, perilaku, persepsi konsumen juga akan akan banyak membahas mengenai konsep perilaku konsumen; dan pengelolaan informasi dan persepsi konsumen.

Modul kesembilan atau modul terakhir dari sembilan modul akan dibahas tentang suara pelanggan dan hambatan pemasaran, lebih mendalam dibahas tentang suara pelanggan, mengkaji mengenai siapa pelanggan dari suatu lembaga atau perusahaan; penelitian perilaku pelanggan, di mana pelanggan bisa diteliti dengan pendekatan ilmiah; hambatan pemasaran ketidakberhasilan dalam pemasaran

Sementara itu, struktur jenjang kemampuan pembelajaran dapat dilihat pada peta kompetensi sebagai berikut.

## Peta Kompetensi
## Pemasaran Jasa Perpustakaan/FSIP4303/3 SKS