

STRATEGI PEMASARAN PROGRAM TAMAN BACAAN MASYARAKAT (TBM) DALAM MENINGKATKAN MINAT BACA MASYARAKAT PERKOTAAN DI TBM TAMAN FLORA KOTA SURABAYA

Siti Qomariah

(Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya)

E-mail : ria.sugaish@gmail.com

Drs. Heru Siswanto, M.Si.

(Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya)

Email : herusiswanto@unesa.ac.id

Abstrak

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran program Taman Bacaan Masyarakat (TBM) dengan menggunakan alat pemasaran yang dikenal dengan Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proseses*) guna meningkatkan minat baca masyarakat perkotaan di TBM Taman Flora Kota Surabaya, dimana pengunjung/penggunanya masih sedikit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang sudah dilakukan oleh TBM Taman Flora. Dalam penelitian ini ada 8 informan, 3 informan pengelola TBM, dan 5 informan pengunjung TBM Taman Flora. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu metode observasi, metode wawancara, dan metode dokumentasi. Dalam penelitian ini diambil informan utama secukupnya untuk diwawancarai menggunakan HP. Data yang telah terkumpul diolah kembali dengan menggunakan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, verifikasi data dan penarikan simpulan untuk mengetahui hasil penelitian. Sedangkan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa TBM Taman Flora Kota Surabaya dalam memasarkan TBM menggunakan alat pemasaran Marketing Mix 7P, meliputi : 1) *Product* (Produk) TBM Taman Flora memiliki produk berupa koleksi tercetak yang bersifat umum dan layanan jasa untuk masyarakat. 2) *Price* (Biaya) TBM Taman Flora tidak menerapkan biaya sedikitpun kepada masyarakat, semua layanan informasi dapat diakses dengan gratis. 3) *Place* (Tempat) Karena berada di tengah kota Surabaya Taman Flora mudah diakses oleh pengunjung. 4) *Promotion* (Promosi) Dalam memperkenalkan TBM kepada masyarakat, TBM Taman Flora telah bekerjasama dengan masyarakat yang ada disekitar taman flora. Selain itu juga melalui banner, papan plakat, blog, dan beberapa kegiatan lainnya. 5) *People* (Orang) Pengelola TBM Taman Flora adalah lulusan S1 Humaniora dan SMK, pengelola TBM mengikuti bimbingan teknis terkait pengelolaan TBM guna meningkatkan pelayanan yang terbaik untuk pengunjung. 6) *Physical Evidence* (Sarana Fisik) Ruang TBM didesain menjadi ruangan yang nyaman dengan sirkulasi udara yang cukup sehingga pengunjung betah berada di TBM, namun perlu adanya pemenuhan sarpras seperti halnya akses internet. 7) *Processes* (Proses) Pelayanan di TBM Taman Flora telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun perlu ditingkatkan lagi guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan pengunjung. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh TBM Taman Flora belum efektif dalam meningkatkan minat baca masyarakat, sebab TBM Taman Flora belum dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung. Simpulan dari penelitian ini, yaitu ; 1) Strategi pemasaran yang dilakukan di TBM Taman Flora menggunakan alat pemasaran Marketing Mix 7P, 2) Dalam upaya meningkatkan minat baca masyarakat perkotaan TBM Taman Flora belum efektif, dikarenakan keberadaan produk dan jasa layanan TBM belum maksimal. Saran yang diberikan kepada TBM yaitu perlu diperbaiki keberadaan produk dan layanan - layanan jasa yang masih memiliki kinerja yang kurang baik bagi pengunjung. Sehingga pengunjung semakin puas dan nyaman terhadap pelayanan-pelayanan yang ada di TBM dan tertarik mengunjungi TBM Taman Flora.

Kata Kunci : Taman Bacaan Masyarakat (TBM), Strategi Pemasaran, Minat Baca Masyarakat

Abstract

The problem in this research is How can a marketing strategy program Community Library (TBM) using a marketing tool known as the Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proseses) in order to increase public interest urban in TBM of Flora Park Surabaya City, where visitors / users are still few. The reseach aims to analyze the marketing strategy that has been sealed ukan by TBM Wildlife Flora. In this study there are 8 informants, 3 TBM management informants, and 5 informants visitors TBM of Flora Park. This research uses descriptive analysis with qualitative approach. Technique of data collecting done by using some method that is observation method, method ofint erview, and method of documentation. In this study the main informants were taken sufficiently to be interviewed using Handphone. The collected data is processed again by using data collection, data reduction, data

presentation, data verification and conclusion drawing to know the result of the research. While the test data validity using source triangulation. The results of this study indicate that TBM of Flora Park in Surabaya City using marketing tools Mix 7P Marketing, including: 1) Product - TBM of Flora Park has a product in the form of public printed collectibles and services for the community. 2) Price - TBM of Flora Park does not charge any fees to the community, all information services can be accessed for free. 3) Place - Being in the middle of Surabaya Flora Park is easily accessible to visitors. 4) Promotion - In introducing TBM to the community, TBM of Flora Park has been working with the community around the flora park. In addition, through banners, plaque boards, blogs, and some other activities. 5) Browse - TBM Manager of Flora Park is a graduate of S1 Humaniora and SMK, TBM managers follow technical guidance related to TBM management in order to improve the best service for visitors. 6) Physical Evidence - TBM room is designed to be a comfortable room with adequate air circulation so that visitors feel at home in TBM, but need the fulfillment of sarpras as well as internet access. 7) Processes- The service at TBM of Flora Park has been done well, but needs to be improved again to meet the needs and satisfy the visitors. The marketing strategy undertaken by TBM of Flora Park has not been effective in increasing the interest of reading the community, because TBM of Flora Park has not been able to maintain and increase the number of visitors. The conclusions of this research, namely; 1) The marketing strategy undertaken at TBM of Flora Park using marketing tools Mix 7P, 2) In an effort to improve the reading interest of TBM of Flora Park urban community has not been effective, due to the existence of TBM products and services is not maximal yet. The advice given to the TBM need is repaired where products and services that still have poor performance for visitors. So that visitors more satisfied and comfortable to the existing services in TBM and interested to visit TBM of Flora Park.

Keywords : Community Library (TBM), Marketing Strategies, Interest Read of Community

PENDAHULUAN

Menurut data Kemendikbud PNFI per Januari 2018 jumlah TBM di tingkat Provinsi tercatat ada 596 TBM (yang terdaftar) yang tersebar diseluruh wilayah di Jawa Timur. Menurut data Barpus Kota Surabaya yang diterbitkan Surabaya ANTARA News (www.antaranews.com), jumlah TBM di Kota Surabaya sendiri ada 1400 TBM (baik TBM terdaftar maupun yang tidak terdaftar) yang tersebar di seluruh wilayah Kota Surabaya, baik di sekolah-sekolah, pondok pesantren, area publik (ex: mall, rumah sakit, taman kota) dan di setiap balai RW. Banyaknya jumlah TBM yang didirikan di Kota Surabaya tidak sebanding dengan jumlah pengunjung, menurut data Barpus Kota Surabaya pengunjung TBM mencapai 17.653 pada tahun 2017, padahal jumlah penduduk Kota Surabaya adalah 3.057.766 jiwa. Sejalan dengan hal tersebut banyaknya Taman Bacaan Masyarakat (TBM) yang didirikan saat ini dan hampir setiap sudut kota Surabaya memiliki Taman Bacaan Masyarakat (TBM), namun pada kenyataannya masih banyak masyarakat yang enggan dan tidak tertarik untuk mengunjungi Taman Bacaan Masyarakat. Hal tersebut disebabkan oleh berbagai hal, seperti setting tempat yang kurang menarik dan kurang nyaman untuk digunakan belajar, koleksi buku yang kurang lengkap atau tidak *up to date*, pengelolaan yang konvensional, keadaan atau pemandangan yang menjenuhkan, sarana dan prasarana yang tidak mendukung, jam operasional yang tidak sesuai struktur, fasilitas yang kurang memadai, dsb.

Keberadaan TBM di tengah-tengah warga Surabaya tidak sekedar fasilitas fisik yang Pemerintah Kota berikan untuk mengembangkan minat baca warganya, tetapi lebih dari itu terdapat berbagai program kerja yang dapat memberikan stimulus agar warga di sekitar TBM khususnya anak-anak datang untuk berkunjung ke TBM. Guna menggugah semangat membaca masyarakat Kota Surabaya, tidak hanya bagi mereka setelah melek aksara, tetapi juga bagi masyarakat yang berkeinginan mengembangkan dirinya dalam meningkatkan hidup dan kehidupannya serta dengan harapan untuk meningkatkan minat baca masyarakat perkotaan.

Sejalan dengan hal tersebut tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi pemasaran program taman bacaan masyarakat (TBM) dalam meningkatkan minat baca masyarakat perkotaan di TBM Taman Flora Kota Surabaya.

Strategi pemasaran TBM merupakan sebagai upaya mengenalkan seluruh aktivitas yang ada di TBM agar diketahui oleh masyarakat. Pemasaran TBM pada dasarnya merupakan forum pertukaran informasi antara organisasi (TBM) dan masyarakat dengan tujuan memberikan informasi tentang produk atau jasa yang disediakan oleh TBM, membujuk masyarakat agar tertarik mengunjungi TBM, dan antusias dalam merespon dan memanfaatkan program-program yang ditawarkan TBM.

Dalam bauran pemasaran jasa terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan *marketing mix 7P*, yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process*. Ketujuh konsep tersebut dijadikan

indikator yang dapat diaplikasikan dalam penelitian di TBM Taman Flora, sebagai berikut : a) *Product* (Produk), meliputi: layanan sumber daya informasi TBM, program kegiatan yang ditawarkan; b) *Price* (Biaya), meliputi: biaya yang digunakan dalam memberikan layanan TBM, dan yang ditentukan TBM kepada pengunjung; c) *Place* (Tempat), meliputi: dimana dan bagaimana pengunjung dapat memanfaatkan layanan TBM; d) *Promotion* (Promosi), meliputi: Cara menyebarluaskan sumber daya informasi yang dimiliki TBM, cara mempromosikan / memasarkan TBM kepada masyarakat, Menjalin kerjasama dengan masyarakat, cara publikasi kepada masyarakat, cara komunikasi dengan masyarakat; e) *People* (Orang), meliputi: sumber daya manusia di TBM, penataan SDM, kualifikasi pengelola; f) *Physical Evidence* (Sarana Fisik TBM), terdiri dari: fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki TBM; g) *Processes* (Proses), meliputi: efisiensi dan efektivitas sumber daya manusia di TBM, pelayanan TBM dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung.

Minat baca masyarakat berarti kekuatan yang mendorong dari seorang individu untuk memperhatikan, merasa tertarik dan senang terhadap aktivitas membaca sehingga mereka mau melakukan membaca dengan kemauan sendiri (Hidayanto, 2012: 61).

Meningkatkan minat baca masyarakat yang dimaksudkan dalam penelitian ini ialah ; a) Jumlah pengunjung TBM, meliputi : antusiasme masyarakat berkunjung ke TBM, frekuensi pengunjung TBM; b) Ketersediaan buku bacaan dan jenis-jenis bukunya, meliputi : banyaknya buku bacaan dan jenis-jenis buku yang dibaca dan dipinjam; c) Perhatian masyarakat akan membaca, meliputi: kemampuan membaca, keseriusan dalam membaca.

Keberhasilan dalam pemasaran program taman bacaan masyarakat juga akan memberikan dampak terhadap keberadaan TBM yang akan lebih dikenal. Serta dapat mengoptimalkan peranan TBM dan meningkatkan jumlah pengunjung khususnya di TBM Taman Flora Kota Surabaya, guna meningkatkan minat baca masyarakat perkotaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam meningkatkan mutu program taman bacaan masyarakat (TBM) pada lembaga pendidikan nonformal atau institusi pemerintahan yang menyelenggarakan program sejenis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Menurut Moleong (2006: 8–13) yang menyebutkan beberapa ciri yang ada dalam proses pelaksanaan penelitian kualitatif, yaitu berakar pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian,

menggunakan metode kualitatif, menganalisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara, dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak, yaitu peneliti dan subjek penelitian. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber penelitiannya terdiri atas : 1) Data primer, yang terdiri dari pengelola dan pengunjung TBM Taman Flora. 2) Data sekunder, diperoleh dari buku, dokumentasi, arsip dan segala data yang berkaitan dengan strategi pemasaran program TBM di TBM Taman Flora Kota Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan beberapa metode, yaitu metode wawancara secara mendalam, observasi partisipatif dan dokumentasi. Serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu : 1) koleksi data, 2) reduksi data, 3) display data, 4) verifikasi data dan simpulan. Sedangkan keabsahan data dalam penelitian ini, meliputi ; kredibilitas, dependabilitas, konfirmabilitas dan transferabilitas.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang ditemukan peneliti, akan dijelaskan sebagai berikut :

a. Strategi Pemasaran Program Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

Dalam mengembangkan pemasaran program TBM Taman Flora menggunakan proses yang sistematis, ialah dengan merancang bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Processes*. Berikut uraiannya; - *Product* (Produk)

Bagian dari produk yang dimiliki TBM ialah koleksi tercetak maupun non cetak (*ex* : layanan jasa). Koleksi menjadi perhatian khusus di TBM Taman Flora Kota Surabaya untuk mewujudkan visi dan misi TBM. Saat ini TBM Taman Flora hanya menyediakan koleksi buku umum, baik buku anak-anak, buku cerita, buku tentang tanaman, buku masakan, novel. Selain itu di TBM Taman Flora juga ada pelatihan komputer, sehingga TBM juga menyediakan buku tentang komputer.

Untuk layanan jasa TBM Taman Flora memiliki layanan informasi referensi untuk memberikan informasi kepada masyarakat / pengunjung dalam pencarian informasi. Kemudian layanan kunjungan berfungsi sebagai layanan yang memfasilitasi komunitas, sekolah-sekolah dll dalam mengadakan kegiatan tambahan dilembaganya. Serta layanan penelitian berfungsi sebagai layanan yang memfasilitasi peneliti dalam menunjang penelitian.

Ada juga layanan pendidikan anak yang bertujuan memberikan edukasi kepada anak-anak. Dan yang selanjutnya adalah layanan bimbingan pemakai, layanan bimbingan pemakai merupakan layanan berupa panduan kepada pengunjung yang ingin tahu penjelasan penggunaan TBM. TBM Taman Flora pun kadang mengadakan mendongeng, diskusi, meresume cerita, bedah buku, dll serta mengadakan wisata buku yang terbuka untuk umum.

- *Price* (Biaya/Harga)

Di TBM Taman Flora Kota Surabaya tidak dikenakan biaya sedikitpun kepada masyarakat / pengunjung. Semua layanan yang diberikan secara cuma-cuma, dengan mengikuti kebijakan yang telah diberlakukan.

- *Place* (Tempat)

Selain di TBM Taman Flora, untuk menjangkau segmen-segmen tertentu dan untuk mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasinya, masyarakat dapat mengakses *blog* yang telah dibuat pengelola.

- *Promotion* (Promosi)

Promosi yang dilakukan pengelola TBM dalam memperkenalkan TBM kepada masyarakat ialah melalui *blog* dengan alamat tbmtamanflora.blogspot.com. Selain itu pengelola melakukan sosialisasi dari mulut ke mulut, memanfaatkan media banner, pamflet, brosur, dan juga papan plakat yang di pasang di depan TBM Taman Flora, mengikuti pameran buku yang diselenggarakan bapersip seperti halnya wisata buku, bedah buku. Pengelola juga melakukan kerjasama dengan beberapa relasi kerja yang tersebar di pusat pelayanan masyarakat di Kota Surabaya.

- *People* (Orang)

Sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh TBM Taman Flora Kota Surabaya sebanyak 4 orang, 2 orang sebagai pengelola tetap dan 2 orang lainnya pengelola tidak tetap (setiap bulan berganti). TBM Taman Flora dalam upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia telah mempunyai program yaitu program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur, khususnya dari dinas perpustakaan dan kearsipan Kota Surabaya di bidang taman bacaan masyarakat. Program peningkatan kapasitas sumber daya aparatur diselenggarakan dengan mengikutsertakan petugas - petugas taman bacaan masyarakat dalam kegiatan bimbingan teknis di bidang kepastakaan yang diadakan setiap satu bulan sekali di awal bulan. Dan menyelenggarakan rapat perwilayah tingkat kecamatan setiap seminggu sekali.

- *Physical Evidence* (Sarana Fisik TBM)

Selalu ada upaya yang dilakukan pengelola TBM dalam memberikan pelayanan untuk masyarakat,

salah satunya dalam memberikan kenyamanan pengunjung TBM ialah dengan cara perawatan TBM, Saat ini TBM Taman Flora berada di wilayah taman flora yang menempati salah satu pendopo taman. Dulu TBM masih satu atap dengan ruang BLC, namun 3 tahun terakhir ini letak TBM terpisah dengan ruang BLC (*Broadband Learning Center*). Alasan TBM diletakkan di pendopo (bukan di ruangan tertutup) karena atas keinginan Wali Kota Surabaya, harapannya masyarakat supaya merasa nyaman dengan belajar di ruang terbuka.

Selain lokasi yang nyaman dan ramah bagi pengunjung, TBM Taman Flora pun menyediakan sarana dan prasarana untuk menunjang kelancaran kinerja TBM, berikut sarana dan prasarana yang disediakan oleh TBM Taman Flora :

1. Pendopo terdiri dari : Papan plakat, banner, meja dan kursi untuk petugas, meja baca pengunjung, kipas angin, 2 rak buku, almari, box penyimpanan buku, dan beberapa buku dengan berbagai kualifikasi, dsb.
2. Ruang BLC (ruang belajar komputer), terdiri dari: beberapa unit set komputer, dan beberapa perlengkapan penunjang lainnya.
3. Toilet

- *Processes* (Proses)

Proses dalam TBM menjadi tulang punggung, karena melalui proses akan menentukan bagaimana layanan di TBM dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. TBM Taman Flora memiliki standar tersendiri memberikan layanan kepada pengunjung, standar tersebut mengacu kepada standar perpustakaan Kota Surabaya dan Undang-Undang Nomor 43 Tahun 2007 tentang perpustakaan. TBM Taman Flora sebagai pusat pelayanan masyarakat di bawah naungan dinas perpustakaan dan kearsipan Kota Surabaya, sehingga memiliki peraturan yang telah ditetapkan dalam SPK.

b. Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Perkotaan

Dalam meningkatkan minat baca masyarakat di TBM Taman Flora diukur melalui beberapa hal, diantaranya :

- Jumlah Pengunjung TBM

TBM Taman Flora melakukan upaya untuk meningkatkan antusiasme masyarakat berkunjung ke TBM ialah dengan menyelenggarakan berbagai macam kegiatan - kegiatan literasi disamping itu juga melakukan kerjasama dengan berbagai elemen masyarakat sekitar.

- Ketersediaan Buku Bacaan dan Jenis - Jenis Bukunya

Jenis buku sangat mempengaruhi, seperti apa jenis buku dan model bacaannya menjadi faktor dimana pembaca mempunyai keleluasaan untuk memilih

jenis bacaan yang diinginkan. Dalam hal ini TBM Taman Flora melakukan upaya dalam meningkatkan minat baca dengan menambah jenis-jenis buku dan dikelompokkan sesuai klasifikasinya jenis buku, dan melengkapi jenis bacaan yang dibutuhkan oleh pembaca.

Jumlah referensi bacaan menjadi faktor yang mempengaruhinya perlu untuk diwujudkan sebagai upaya untuk mencapai kondisi gemar membaca bagi masyarakat. TBM Taman Flora disini mempunyai jumlah lebih dari 1000 belum termasuk layanan koran. Akan tetapi TBM disini mempunyai kendala tentang tempat untuk penyimpanan.

- Perhatian Masyarakat akan Membaca

(Kemampuan membaca dan Keseriusan dalam membaca)

Hasil temuan terkait dengan kemampuan membaca pengunjung TBM dalam meningkatkan minat baca adalah dengan ditemukannya pengunjung TBM Taman Flora notabene berkemampuan membaca dan intelegensi yang cukup baik.

PEMBAHASAN

Pembahasan dari hasil penelitian, dijelaskan sebagai berikut :

a. Strategi Pemasaran Program Taman Bacaan Masyarakat (TBM)

- *Product* (Produk)

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide (Kotler dikutip dari Hurriyati, 2010: 50). Untuk TBM produk adalah segala sesuatu yang diciptakan oleh TBM untuk memenuhi kebutuhan pengunjung baik itu informasi ataupun jasa. Produk dan jasa yang biasa disediakan oleh TBM dapat berupa koleksi TBM, peminjaman, penelusuran informasi, bimbingan kepada pengunjung, pendidikan untuk pengunjung, dan lain-lain.

Produk yang disediakan oleh TBM Taman Flora Kota Surabaya berupa koleksi yang mencakup semua disiplin ilmu dari anak-anak hingga koleksi untuk orang dewasa, koleksi referensi, layanan jasa berupa layanan membaca ditempat, layanan peminjaman buku, layanan informasi referensi, layanan penelitian, layanan pendidikan anak, layanan bimbingan untuk pengunjung, layanan diskusi, layanan kegiatan *storytelling*, layanan wisata buku, layanan berbagai macam perlombaan, dan beberapa layanan kegiatan lainnya.

- *Price* (Harga/Biaya)

Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh layanan jasa dinilai oleh konsumen dan juga dalam proses membangun citra (Hurriyati, 2010: 52). Dengan kata lain, harga dapat berupa perbandingan antara biaya yang dikeluarkan baik berupa biaya transport, waktu, dan tenaga dengan apa yang didapatkan oleh konsumen. Sebagai organisasi nirlaba, TBM Taman Flora memberikan jasa secara cuma-cuma dan tidak ada biaya sepeserpun yang dibebankan kepada pengunjung. TBM hanya mencari eksistensi keberadaan organisasinya sehingga dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh masyarakat luas.

- *Place* (Tempat)

Pengertian tempat mencakup mengenai proses perjalanan produk atau jasa yang tentunya adalah penyebarluasan informasi dari tangan organisasi. Menurut Hurriyati (2010: 55) dalam industri jasa (*place*) diartikan sebagai tempat pelayanan jasa. Tempat disini dapat diartikan berupa kemudahan akses, atau tempat pelayanan jasa. TBM Taman Flora berada di taman yang berlokasi di tengah Kota Surabaya, sehingga mempermudah akses masyarakat menuju TBM, TBM Taman Flora juga telah menyediakan layanan blog untuk masyarakat.

- *Promotion* (Promosi)

Menurut Alma (2004: 179) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, sehingga produk / jasa yang ditawarkan dapat diterima dan dimanfaatkan sasaran / masyarakat. Promosi TBM dimaksudkan agar semua program dan kegiatan yang dilakukan TBM untuk masyarakat / pengunjung diketahui secara utuh dan jelas oleh masyarakat. Kegiatan promosi yang telah dilakukan TBM Taman Flora sosialisasi dari mulut ke mulut, memanfaatkan media banner, pamflet, brosur, papan plakat, dan berbagai macam kegiatan yang diselenggarakan. Namun hal tersebut dirasa kurang efektif, itu terlihat dari ketidaktahuannya masyarakat akan keberadaan TBM Taman Flora dan belum terlihatnya peningkatan yang signifikan jumlah pengunjung TBM.

- *People* (Orang)

People (orang) atau sumber daya manusia (SDM) merupakan unsur utama dalam sebuah organisasi. Menurut Alma dan Hurriyati (2008: 314) sumber daya manusia adalah semua orang atau pelaku yang terlibat dalam proses penyampaian jasa serta dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu SDM organisasi jasa perlu dikelola dan dikembangkan untuk meningkatkan kinerja organisasi sehingga dapat

memberikan kontribusi penting untuk pencapaian tujuan organisasi.

Untuk mencapai visi dan misinya TBM Taman Flora memiliki sumber daya manusia sebanyak 4 orang, Dari keempat pengelola tersebut tidak ada yang berlatarbelakang pendidikan Ilmu Perpustakaan, selebihnya SDM yang ada hanya berbekal dari pelatihan atau bimbingan teknis.

- *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2004: 25) dikutip dari Alma dan Hurriyati (2008: 316) Sarana fisik merupakan lingkungan di mana jasa disampaikan dan merupakan tempat di mana organisasi dapat berinteraksi dengan pelanggan, serta didalamnya unsur-unsur terwujud (*tangible*) yang akan memperlancar kinerja dan proses komunikasi jasa.

TBM merupakan sarana pembelajaran bagi masyarakat, sarana hiburan (rekreasi), dan pemanfaatan waktu secara efektif dengan memanfaatkan bahan bacaan dan sumber informasi lain. Salah satunya TBM Taman Flora Surabaya yang didirikan di pendopo taman flora Kota atau kebun bibit Kota Surabaya yang bertujuan untuk memberikan layanan bahan bacaan bagi masyarakat dalam rangka pelaksanaan program pengembangan Surabaya Kota Literasi. Sarana prasarana disini menjadi sebuah faktor penunjang dimana agar TBM menjadi tempat yang nyaman dengan sarana prasarana yang baik. TBM Taman Flora disini mementingkan sarana dengan menyediakan layanan membaca ditempat, walaupun tempat yang tidak begitu luas untuk membaca atau diskusi namun memberikan kenyamanan, meja baca dan layanan yang lainnya. Segala sarana dan fasilitas yang disediakan guna menunjang kebutuhan masyarakat dalam memperoleh kenyamanan di TBM. Untuk itu saat ini TBM Taman Flora berada di pendopo taman dan terpisah dari gedung BLC (*Broadband Learning Center*). Dengan ditempatkan TBM di pendopo atau berada di ruang terbuka yang secara konseptual dimaksudkan agar pengunjung bisa merasakan belajar atau membaca langsung dengan alam yang bermuansa sejuk, nyaman, dan menyenangkan.

- *Process* (Proses)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000: 20) dikutip dari Hurriyati (2010: 64) proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Jika dilihat dari sudut pandang konsumennya, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya. Pada Taman Bacaan Masyarakat (TBM), manajemen proses jasa yang efektif akan menjadi faktor pembeda organisasi, karena proses jasa terkait dengan cara pengunjung diperlakukan di TBM.

Dalam menjalankan organisasinya TBM Taman Flora memiliki kebijakan-kebijakan yang mengatur proses kelancaran manajemen di TBM, kebijakan tersebut tertuang dalam Standar Taman Bacaan Masyarakat. Dalam standar tersebut TBM Taman Flora mengacu pada Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. Untuk efektifitas kelancaran kerja dalam memberikan layanan kepada pengunjung, TBM Taman Flora akan mempermudah alur pelayanan yang ada di TBM.

- b. Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Perkotaan
Sangat disayangkan apabila meningkatkan minat baca masyarakat tidak diikuti oleh kebiasaan membaca karena membaca merupakan kegiatan multi manfaat. Pengaruh berbagai faktor yang mempengaruhi minat baca masyarakat sangatlah kompleks dan saling terkait satu sama lain, hal ini sejalan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh M. Haris dalam buku Gempa Literasi (2011: 281) Budaya membaca masyarakat secara garis besar memberi dampak dalam kehidupan masyarakat. Secara keseluruhan indikator keberadaan taman bacaan masyarakat dalam meningkatkan minat baca masyarakat, diuraikan sebagai berikut :

- Jumlah Pengunjung TBM

Saracevid dan Kantor (1997) dikutip dari Nada (2015) mengatakan bahwa individu memiliki pilihan-pilihan yang berkaitan dengan alasan berkunjung ke perpustakaan/lembaga penyedia informasi.

Dengan demikian, setiap orang yang berkunjung ke TBM memiliki alasan yang berbeda-beda sesuai dengan tujuan dan motivasi individu itu sendiri, seperti halnya karena ingin meminjam buku, memenuhi tugas dari guru disekolahnya, dll. Disisi lain antusiasme masyarakat mengunjungi TBM Taman Flora karena adanya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pengelola TBM.

- Ketersediaan Buku Bacaan dan Jenis-Jenis Bukunya
Banyak jenis buku yang ada di TBM Taman Flora antara lain buku-buku ilmu pengetahuan umum seperti bidang IPA, IPS, ilmu filsafat, buku anak, novel, karya ilmiah, buku panduan, layanan koran dll, karena pengelola TBM berfikir dengan banyak jenis bacaan maka pembaca akan lebih mempunyai banyak referensi sesuai dengan yang disukai. Hal ini sejalan dengan pemikiran Gol A Gong dalam bukunya (Gol A Gong, 2001: 76) yang menyatakan jenis buku menjadikan seseorang akan lebih senang bila itu sesuai dengan kebutuhan dan yang dia sukai. Hal ini menunjukkan bahwa jenis buku berpengaruh dalam kegiatan literasi berupa membaca dan meningkatkan minat membaca dalam diri seseorang.

Hal ini menjadikan TBM Taman Flora dalam memperbanyak bahan bacaanya, tetapi dalam perkembangannya itu tidak bisa langsung diupayakan karena tempat yang kurang memadai dan juga pengelola yang kurang aktif dalam pelaksanaan program. Jumlah buku memang sangat berpengaruh dalam efektifitas sebuah layanan bacaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Nugroho Adi (1998: 4) yang menyatakan bahwa jumlah bacaan mempengaruhi seseorang untuk datang dan memanfaatkan layanan bacaan dan jumlah buku harus sinambung dengan jenis buku.

- Perhatian Masyarakat akan Membaca

(Kemampuan membaca dan keseriusan dalam membaca) Membaca adalah proses untuk memperoleh pengertian dari kombinasi beberapa huruf dan kata. Juel (2000: 6) dikutip dari Lestari, dkk (2011: 20) mengartikan bahwa membaca adalah proses untuk mengenal kata dan memadukan arti kata dalam kalimat dan struktur bacaan. Hasil akhir dari proses membaca adalah seseorang mampu membuat intisari dari bacaan. Pernyataan seperti ini berarti membaca itu perlu tingkat kemampuan yang baik, karena dengan berkemampuan tinggi mereka akan bisa mengerti dan memahami pentingnya atau inti dari kegiatan membaca.

Sesuai hasil temuan peneliti di lapangan bahwa pengunjung dapat membaca dengan serius, pengunjung TBM juga dapat memanfaatkan buku dengan sebaik-baiknya dan sebagian besar pengunjung TBM Taman Flora memiliki kemampuan membaca yang cukup baik.

PENUTUP

Simpulan

Strategi pemasaran TBM Taman Flora menggunakan *Marketing Mix* (7P), yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence* dan *processes*. Berikut uraiannya :

1. *Product* (Produk)

TBM Taman Flora memiliki produk berupa koleksi tercetak yang bersifat umum, dan layanan jasa berupa layanan membaca ditempat, layanan peminjaman buku, layanan penelitian, dan layanan bimbingan pemakai.

2. *Price* (Biaya)

TBM Taman Flora tidak menerapkan biaya sedikitpun kepada masyarakat, semua layanan informasi dapat diakses dengan gratis.

3. *Place* (Tempat)

Karena berada di tengah kota Surabaya Taman Flora mudah diakses oleh pengunjung dan untuk sampai di TBM sebaiknya bertanya kepada satpam taman yang sedang berjaga. Selain itu masyarakat juga dapat memanfaatkan blog untuk mengakses informasi seputar TBM.

4. *Promotion* (Promosi)

Dalam memperkenalkan TBM kepada masyarakat, TBM Taman Flora telah bekerjasama dengan masyarakat, sekolah-sekolah SD dan komunitas-komunitas literasi yang ada disekitar taman flora. Selain itu juga melalui banner, papan plakat, blog, dan beberapa kegiatan lainnya yang dilakukan di sekitar TBM di berbagai titik area taman flora.

5. *People* (Orang)

Pengelola TBM Taman Flora adalah lulusan S1 Humaniora dan SMK, pengelola TBM mengikuti bimbingan teknis terkait pengelolaan TBM guna meningkatkan pelayanan yang terbaik untuk pengunjung.

6. *Physical Evidence* (Sarana Fisik)

Ruang TBM didesain menjadi ruangan yang nyaman dengan sirkulasi udara yang cukup sehingga pengunjung betah berada di TBM, namun perlu adanya pemenuhan sarpras seperti halnya akses internet/WiFi.

7. *Processes* (Proses)

Pelayanan di TBM Taman Flora telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun perlu ditingkatkan lagi guna memenuhi kebutuhan dan memuaskan pengunjung. Keberadaan TBM Taman Flora telah membantu Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kota Surabaya dalam menjaga eksistensinya sebagai tempat membaca masyarakat di Surabaya. Namun jika dilihat dari statistik pengunjung TBM pada tahun 2016-2018, TBM Taman Flora belum efektif mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung, serta minat baca masyarakat, dikarenakan keberadaan produk dan jasa layanan TBM belum maksimal.

Saran

Berdasarkan hasil simpulan yang telah penulis jabarkan diatas, maka dapat diperoleh saran sebagai berikut :

Perlu diperbaiki keberadaan produk dan layanan-layanan jasa yang masih memiliki kinerja yang kurang baik bagi pengunjung dan mempertahankan layanan-layanan TBM dengan layanan yang baik. Hal ini ditujukan agar pengunjung/masyarakat semakin puas dan nyaman terhadap pelayanan-pelayanan yang ada di TBM Taman Flora.

Sebaiknya mempertahankan koleksi khusus dan pelayanan yang selama ini dilakukan kepada pengunjung TBM. Tetapi TBM juga perlu untuk meningkatkan kualitas tersebut, agar pengunjung yang mengunjungi TBM tidak hanya di kalangan yang suka dan gemar dibidang kepustakaan namun juga untuk yang lainnya. Dalam memasarkan TBM Taman Flora pengelola diharapkan lebih aktif dalam pelaksanaannya, karena meningkatnya jumlah pengunjung TBM melalui strategi pemasaran yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen cooperate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Badollahi, Mustafa. 2007. *Promosi Jasa Perpustakaan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Budiawan, Luki. 2015. *Pemasaran Jasa Informasi Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Provinsi Banten*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Blanchard, K. and Paul Hersey (1985). *Management of Organization Behavior: Utilizing Human Resources*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Garoufallou, Emmanouel, et.al. (2013). *The Use of Marketing Concepts in Library Services : a Literature Review*. *Library Review*, 62(4/5), 312-334. Retrieved from www.emeraldinsight.com/0024-2535.htm.
- Gol A Gong, Agus M. 2011. *Gempa Literasi Dari Kampung Untuk Nusantara*. Jakarta: Kpg.
- Handari, N. 2005. *Manajemen Strategi Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Yogyakarta: Gajahmada University Press.
- Hidayanto, Juniawan. 2013. *Upaya Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Melalui Taman Bacaan Masyarakat Area Publik Di Kecamatan Ungaran Timur Kabupaten Semarang*. Semarang: UNS.
- Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Joesoef, Sulaeman. 1992. *Konsep Dasar Pendidikan Luar Sekolah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Dirjen PAUDNI, Direktorat Pembinaan Pendidikan Masyarakat. 2014. *Petunjuk Teknis Program Taman Bacaan Masyarakat (TBM Rintisan)*. Jakarta: Kemendikbud.
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, edisi Ketiga Belas Jilid 2 (terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- Lasswell, Harold. 2007. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Gramedia.
- Lestari, Gunarti D, dkk. 2011. *Taman Bacaan Masyarakat (TBM) Kreatif*. Surabaya: Insan Cendekia.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marzuki, M. Shaleh. 2010. *Pendidikan Nonformal*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morrison, MA. 2010. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Peraturan Pemerintah RI No. 73 Tahun 1991 tentang PLS.
- Rewoldt H, Stewarth, dkk. 1991. *Perencanaan dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Riyanto, Yatim. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: Unesa University Press.
- Sasa, Diana AV, dkk. 2010. *Taman Bacaan Masyarakat Kreatif*. Direktorat Dikmas. Direktorat Jenderal Pendidikan Nonformal dan Informal. Jakarta: Kementerian Pendidikan.
- Sudjana, D. 2004. *Manajemen Program Pendidikan: Untuk Pendidikan Nonformal dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Falah Production.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Bandar Maju.
- Suharsimi, Arikunto. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutarno, NS. 2003. *Perpustakaan dan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Stanton, William J., Michael J. Etzel, and Bruce J. Walker. 1991. *Fundamentals of Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.
- Unesa. 2014. *Panduan Penulisan Skripsi*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Wijaya, David. 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pengelola dan pengunjung TBM Taman Flora Kota Surabaya yang bersedia menjadi informan dan Bapak Drs. Heru Siswanto, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.