

## OPSB Services and Promotions Manually and Digitally as a Form of Learning Resource Center Innovation in the School Environment

Yunitha Ike Christyowati<sup>1\*</sup>, Eva Relieffia<sup>2</sup>, Sunah<sup>3</sup>, Retno Danu Rusmawati<sup>4</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**Corresponding Author:** Yunitha Ike Christyowati [ikechristyowati@gmail.com](mailto:ikechristyowati@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Manual and Digital OPSB Services, Learning Resource Center Innovation, School Environment

*Received :* 05, June

*Revised :* 10, July

*Accepted:* 15, August

©2023 Christyowati, Relieffia, Sunah, Rusmawati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

OPSB is an entity designed to facilitate students in utilizing learning resources, both individually and in groups. The research method used in this article is literature study or literature study. Digital promotions allow OPSB to reach a wider audience, conduct accurate targeting, and measure campaign performance better. A successful digital promotion strategy includes website optimization, content marketing, social media, online advertising, email marketing, data analysis, and flexibility that includes building superior OPSB services, promotion of the OPSB brand, and continuous adaptation to keep up with technological developments and trends market. Overall, this article underscores the importance of integrated services, promotions, and marketing strategies in OPSB to achieve sustainable business growth in the digital era.

## Layanan dan Promosi OPSB Secara Manual dan Digital sebagai Bentuk Inovasi Pusat Sumber Belajar di Lingkungan Sekolah

Yunitha Ike Christyowati<sup>1\*</sup>, Eva Relieffia<sup>2</sup>, Sunah<sup>3</sup>, Retno Danu Rusmawati<sup>4</sup>  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**Corresponding Author:** Yunitha Ike Christyowati [ikechristyowati@gmail.com](mailto:ikechristyowati@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Layanan OPSB Manual dan Digital, Inovasi Pusat Sumber Belajar, Lingkungan Sekolah

*Received :* 05, Juni

*Revised :* 10, July

*Accepted:* 15, Agustus

©2023 Christyowati, Relieffia, Sunah, Rusmawati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

OPSB adalah sebuah entitas yang dirancang untuk memfasilitasi siswa dalam memanfaatkan sumber belajar, baik secara individu maupun kelompok. Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah studi literatur atau studi kepustakaan. Promosi digital memungkinkan OPSB untuk mencapai audiens yang lebih luas, melakukan targeting yang akurat, dan mengukur kinerja kampanye dengan lebih baik. Strategi promosi digital yang sukses mencakup optimalisasi situs web, pemasaran konten, media sosial, iklan online, email marketing, analisis data, dan fleksibilitas yang mencakup pembangunan layanan OPSB yang unggul, promosi merek OPSB, dan adaptasi terus-menerus untuk mengikuti perkembangan teknologi dan tren pasar. Dalam keseluruhan, artikel ini menggarisbawahi pentingnya layanan, promosi, dan strategi pemasaran terintegrasi dalam OPSB untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di era digital.

## PENDAHULUAN

Untuk memudahkan siswa dalam memanfaatkan sumber belajar baik secara individu maupun kelompok, itulah bentuk dirancangnya Organisasi Pusat Sumber Belajar (OPSB). Ada berbagai macam pusat sumber belajar ada yang berwujud ada juga yang digital, dimana semua itu juga perlu adanya pengenalan terhadap siswa, sehingga siswa dapat menikmati fasilitas yang ada dengan cara mempromosikan tersedianya pusat sumber belajar yang telah disiapkan oleh pihak sekolah. Pada lingkungan sekolah, Pusat Sumber Belajar (PSB) dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan belajar mengajar. Untuk itu perlu adanya pelayanan yang baik, apalagi secara langsung bertemu dengan pengguna pusat sumber belajar.

Layanan dalam PSB tidak hanya bagaimana cara bersikap terhadap pengguna saja, melainkan bisa memberikan konsultasi tentang kesulitan atau kebingungan pengguna dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan PSB. Juga memberikan pelatihan, referensi, peminjaman bahan pustaka.

Selain layanan yang harus kita lakukan dengan baik, ada satu hal yang harus kita lakukan juga dalam mengkomunikasikan adanya PSB yang tersedia yaitu kita harus melakukan promosi. Kegiatan promosi dapat dilakukan secara online ataupun offline, banyak cara yang kita dapat lakukan untuk kegiatan promosi misalnya dengan membagikan pamflet pada tiap siswa, membuat pameran yang mempromosikan koleksi terbaru dengan begitu siswa akan lebih tertarik datang, mengadakan acara talkshow atau workshop, juga bisa memanfaatkan media sosial yang lagi trending seperti tik tok. Dengan kita melakukan kegiatan promosi yang menarik dan tepat, itu akan memberikan banyak keuntungan untuk PSB. Keuntungan yang didapat PSB dalam melakukan kegiatan promosi yaitu dapat meningkatkan pengunjung juga bisa membantu dalam penerimaan siswa, promosi melalui media sosial dapat lebih efektif dan ekonomis serta mudah diakses oleh siapapun dimanapun.

## TINJAUAN PUSTAKA

Sebagaimana tercantum dalam UU No.20 tahun 2003 tentang Sisdiknas pasal 1 ayat 1 yang menyatakan "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Sesuai dengan pembukaan Undang-undang Dasar 1945 alinea ke-4 menyatakan bahwa Negara bertujuan mencerdaskan kehidupan Bangsa. Dalam upaya mewujudkan tujuan yang dimaksud, setiap warga negara memiliki hak untuk mendapatkan pengajaran (pasal 31 ayat 1 UUD 1945). Dalam pasal 1 No 20 Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional disebutkan bahwa "pembelajaran adalah proses interaksi peserta didik dengan pendidik dan sumber belajar pada suatu lingkungan belajar". Dari apa yang terdapat dalam Undang-Undang RI tentang Sisdiknas tersebut jelaslah bahwa sumber belajar, di samping pendidik, mutlak

diperlukan dalam pelaksanaan proses pembelajaran. Hal ini disebabkan karena proses pembelajaran hanya akan berlangsung apabila terdapat interaksi antara peserta didik dengan sumber belajar dan pendidik. Dengan kata lain tanpa sumber belajar maka pembelajaran tidak mungkin dapat dilaksanakan dengan optimal, karena tidak akan mencukupi untuk mewujudkan pembelajaran bila interaksi yang terjadi hanya antara peserta didik dengan pendidik saja.

## **METODOLOGI**

Kali ini kita akan menggunakan penelitian kepustakaan/library study. . Penulisan dilakukan dengan cara meneliti, membandingkan dan menarik kesimpulan dari berbagai jurnal ilmiah, buku, catatan dan hasil penelitian sebelumnya. Literatur diambil dari berbagai sumber, termasuk jurnal ilmiah, buku digital, dan layanan Organisasi Pusat Sumber Belajar (OPSB), serta materi promosi dan terkait. Pencarian jurnal dilakukan dengan menggunakan mesin pencari Google Scholar dan aplikasi Publish or Perish 8. Pemilihan majalah diambil dari periode 2019 - 2023. Dengan kata kunci : strategi khusus, pelayanan, promosi dan Organisasi Pusat Sumber Belajar (OPSB) secara manual dan digital. Lebih dari 20 terbitan berkala digunakan sebagai tinjauan literatur, termasuk jurnal strategi khusus, jurnal layanan dan periklanan, dan jurnal organisasi pusat sumber daya pembelajaran, serta OPSB manual dan digital. Kutipan yang digunakan berasal dari American Psychological Association edisi ke-7. Analisis dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif analitis.

## **HASIL PENELITIAN**

### **1. Mengoptimalkan Layanan dan Promosi OPSB**

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis OPSB (Online Platform Service Business) telah menjadi salah satu segmen yang paling berpotensi untuk pertumbuhan bisnis. OPSB mencakup berbagai jenis layanan yang disampaikan melalui platform online, seperti e-commerce, perbankan digital, e-learning, dan banyak lainnya. Untuk mencapai kesuksesan dalam lingkungan yang kompetitif ini, perusahaan OPSB harus mengoptimalkan layanan dan promosi mereka dengan pendekatan terbaik. Artikel ini akan membahas langkah-langkah penting yang dapat diambil untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dalam OPSB.

#### **a) Memahami Pelanggan dengan Lebih Baik**

Salah satu langkah awal yang harus diambil adalah memahami pelanggan dengan lebih baik. Ini melibatkan analisis data dan penelitian pasar untuk mengidentifikasi preferensi, kebutuhan, dan keinginan pelanggan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang pelanggan, perusahaan OPSB dapat menyesuaikan layanan mereka secara lebih efektif dan merancang promosi yang lebih relevan.

#### **b) Personalisasi Layanan**

Personalisasi adalah kunci sukses dalam OPSB. Menawarkan pengalaman yang disesuaikan dengan kebutuhan individu pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan. Ini dapat mencakup

rekomendasi produk atau layanan yang disesuaikan, peringatan tentang penawaran khusus, atau bahkan pelayanan pelanggan yang lebih personal.

c) Kualitas Layanan yang Tinggi

Kualitas layanan adalah aspek krusial dalam OPSB. Pelanggan yang puas memiliki potensi besar untuk menjadi pelanggan setia dan menghasilkan rekomendasi positif kepada orang lain. Kualitas layanan mencakup respon cepat terhadap pertanyaan pelanggan, kemudahan penggunaan platform, dan ketersediaan layanan yang konsisten.

d) Integrasi Promosi Digital

Pemanfaatan promosi digital adalah langkah penting dalam mengoptimalkan OPSB. Ini mencakup penggunaan iklan online, media sosial, kampanye email, dan strategi SEO (Search Engine Optimization). Dengan pendekatan yang baik, perusahaan OPSB dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mengukur efektivitas promosi dengan lebih baik.

e) Analisis Data yang Mendalam

Analisis data adalah alat penting untuk mengukur kinerja layanan dan promosi OPSB. Dengan melacak metrik seperti konversi, retensi pelanggan, dan ROI (Return on Investment), perusahaan dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan merencanakan tindakan perbaikan yang relevan.

f) Kepatuhan dan Keamanan

Dalam lingkungan online yang rentan terhadap ancaman keamanan dan regulasi yang berubah-ubah, penting untuk memastikan kepatuhan dengan pedoman keamanan dan privasi data yang relevan. Pelanggaran keamanan dan privasi dapat merusak reputasi bisnis dan berdampak negatif pada pertumbuhan.

g) Inovasi Berkelanjutan

OPSB harus selalu mencari cara untuk terus berinovasi dalam layanan dan promosi mereka. Perubahan teknologi dan tren pasar yang cepat berubah memerlukan fleksibilitas dan adaptasi terus-menerus.

Dengan menerapkan pendekatan yang komprehensif yang mencakup pemahaman pelanggan yang lebih baik, personalisasi layanan, promosi digital yang terintegrasi, analisis data, dan inovasi berkelanjutan, perusahaan OPSB dapat mengoptimalkan layanan dan promosi mereka untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Di era di mana persaingan semakin ketat, kesuksesan OPSB bergantung pada kemampuan mereka untuk terus beradaptasi dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan mereka.

## **2. Strategi Pemasaran Terintegrasi untuk OPSB: Menggabungkan Pendekatan Manual dan Digital**

Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan OPSB (Online Platform Service Business) menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk mencapai keunggulan dan pertumbuhan yang berkelanjutan, perusahaan OPSB harus mengadopsi strategi pemasaran yang terintegrasi, yang mencakup kombinasi pendekatan manual dan digital. Artikel ini akan membahas pentingnya strategi pemasaran terintegrasi dan bagaimana

perusahaan OPSB dapat menggabungkan kedua pendekatan ini untuk mencapai kesuksesan.

a) Mengapa Strategi Pemasaran Terintegrasi Penting?

Seiring dengan perkembangan teknologi, pelanggan semakin terhubung dan lebih cerdas dalam pengambilan keputusan. Mereka bergerak di antara berbagai saluran dan platform untuk mencari informasi, produk, dan layanan yang mereka butuhkan. Oleh karena itu, pendekatan pemasaran yang terintegrasi menjadi krusial. Berikut beberapa alasan mengapa strategi ini sangat penting:

1) *Konsistensi Brand*

Dengan menggabungkan pendekatan manual dan digital, perusahaan OPSB dapat memastikan pesan mereka konsisten di seluruh saluran. Konsistensi ini membantu membangun citra merek yang kuat dan mengidentifikasi bisnis Anda di mata pelanggan.

2) *Meningkatkan Jangkauan*

Dengan menggabungkan saluran manual dan digital, perusahaan dapat mencapai audiens yang lebih luas. Pendekatan manual, seperti pemasaran langsung atau promosi di acara-acara fisik, dapat digunakan untuk menjangkau pelanggan yang belum dikenal sebelumnya, sementara strategi digital dapat memperluas jangkauan secara online.

3) *Pemahaman Pelanggan yang Lebih Baik*

Penggunaan pendekatan manual dapat membantu perusahaan OPSB mendapatkan wawasan lebih dalam tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan. Sementara itu, data digital dapat memberikan wawasan yang lebih akurat tentang perilaku online pelanggan.

4) *Efektivitas yang Ditingkatkan*

Integrasi strategi pemasaran dapat membantu perusahaan OPSB mencapai efektivitas yang lebih besar. Melalui pelacakan data digital, perusahaan dapat mengukur hasil kampanye dengan lebih baik dan menyesuaikan strategi mereka secara real-time.

### Cara Menggabungkan Pendekatan Manual dan Digital

1. *Identifikasi Tujuan Pemasaran*

Langkah pertama adalah mengidentifikasi tujuan pemasaran Anda. Apakah Anda ingin meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan konversi, atau memperluas pangsa pasar? Tujuan ini akan membimbing pilihan Anda dalam menggabungkan pendekatan manual dan digital.

2. *Segmen Pelanggan*

Pahami siapa pelanggan Anda dan bagaimana mereka berinteraksi dengan bisnis Anda. Ini akan membantu Anda menentukan jenis kampanye yang akan paling efektif, baik melalui pendekatan manual atau digital.

3. *Kombinasi Saluran*

Gunakan berbagai saluran pemasaran, termasuk pemasaran email, iklan online, media sosial, acara langsung, dan lainnya. Pastikan pesan Anda konsisten di seluruh saluran ini.

#### 4. *Integrasi Data*

Gunakan alat analisis data untuk menggabungkan data dari berbagai sumber. Ini akan membantu Anda melacak efektivitas kampanye Anda dan membuat perubahan yang diperlukan.

#### 5. *Evaluasi dan Penyesuaian*

Terus evaluasi hasil kampanye Anda dan siap untuk menyesuaikan strategi Anda sesuai kebutuhan. Strategi pemasaran terintegrasi memungkinkan fleksibilitas untuk mengoptimalkan kampanye Anda seiring waktu.

Strategi pemasaran terintegrasi adalah kunci sukses dalam OPSB modern. Dengan menggabungkan pendekatan manual dan digital, perusahaan OPSB dapat mencapai konsistensi brand, meningkatkan jangkauan, memahami pelanggan dengan lebih baik, dan meningkatkan efektivitas kampanye mereka. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, strategi pemasaran yang terintegrasi dapat menjadi faktor penentu dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjaga kompetitivitas di pasar digital yang terus berubah.

### **3. Promosi Digital: Menyelami Dunia OPSB dengan Kesuksesan**

Dalam era digital yang terus berkembang, perusahaan OPSB (Online Platform Service Business) memiliki potensi besar untuk pertumbuhan bisnis yang luar biasa. Namun, dalam persaingan yang semakin ketat, penting untuk memahami bahwa memiliki layanan yang hebat saja tidak cukup. Untuk mencapai kesuksesan yang berkelanjutan, perusahaan OPSB perlu menguasai seni promosi digital. Dalam materi ini, kami akan menjelaskan mengapa promosi digital sangat penting untuk OPSB dan bagaimana Anda dapat menyelami dunia OPSB dengan kesuksesan melalui strategi pemasaran digital yang efektif.

Mengapa Promosi Digital Penting untuk OPSB?

#### 1) *Jangkauan yang Luas*

Promosi digital memungkinkan perusahaan OPSB untuk mencapai audiens yang jauh lebih luas daripada promosi tradisional. Melalui internet, bisnis dapat mengakses pelanggan potensial di seluruh dunia, mengatasi batasan geografis. Promosi digital memungkinkan perusahaan OPSB untuk mencapai audiens yang jauh lebih luas daripada promosi tradisional. Melalui internet, bisnis dapat mengakses pelanggan potensial di seluruh dunia, mengatasi batasan geografis.

#### 2) *Targeting yang Akurat*

Dengan alat analisis dan pemrosesan data yang canggih, promosi digital memungkinkan perusahaan OPSB untuk melakukan targeting yang sangat akurat. Ini berarti Anda dapat menentukan pesan iklan Anda kepada kelompok pelanggan yang paling relevan.

#### 3) *Pengukuran Kinerja yang Lebih Baik*

Anda dapat mengukur hasil promosi digital dengan lebih akurat daripada promosi tradisional. Dengan alat analitik digital, Anda dapat melihat

sejauh mana kampanye Anda berhasil dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan.

### Strategi Promosi Digital yang Sukses

#### 1. *Optimalisasi Situs Web*

Situs web perusahaan OPSB adalah basis dari semua upaya promosi digital. Pastikan situs web Anda mudah digunakan, responsif terhadap perangkat mobile, dan memuat dengan cepat. Ini akan memastikan pengalaman positif bagi pengunjung.

#### 2. *Pemasaran Konten*

Pemasaran konten adalah strategi yang kuat untuk membangun otoritas dan mempertahankan pelanggan. Buat konten yang berkualitas tinggi, relevan, dan bermanfaat bagi audiens Anda. Dengan membagikan konten melalui blog, media sosial, dan email, Anda dapat membangun koneksi yang kuat dengan pelanggan.

#### 3. *Media Sosial*

Manfaatkan untuk berinteraksi dengan pelanggan dengan promosi melalui media sosial mempromosikan produk atau layanan, dan membangun kesadaran merek. Identifikasi platform yang paling relevan untuk bisnis Anda dan konsisten dalam berkomunikasi dengan audiens.

#### 4. *Iklan Online*

Penggunaan iklan online seperti Google Ads, iklan Facebook, atau iklan Instagram dapat membantu meningkatkan visibilitas bisnis Anda. Pastikan untuk mengatur target dan anggaran iklan dengan bijak.

#### 5. *Email Marketing*

Email marketing tetap menjadi alat yang efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Kirimkan newsletter berkala, tawarkan penawaran khusus, dan berikan informasi yang berguna kepada pelanggan Anda melalui email.

#### 6. *Analisis Data*

Terakhir, tetapkan alat analisis web untuk melacak kinerja kampanye Anda. Pelajari data dan gunakan wawasan ini untuk mengoptimalkan strategi promosi Anda.

Promosi digital adalah kunci untuk sukses dalam dunia OPSB yang terus berkembang. Dengan menguasai strategi pemasaran digital yang tepat, Anda dapat mencapai jangkauan yang luas, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Ingatlah bahwa dunia digital terus berubah, jadi tetaplah beradaptasi dengan perubahan dan selalu mencari cara baru untuk menyelami dunia OPSB dengan kesuksesan.

## **4 Membangun Brand OPSB Anda: Panduan Terlengkap untuk Layanan dan Promosi.**

1. Pentingnya Branding: menekankan pentingnya membangun merek OPSB yang kuat dalam lingkungan pendidikan yang semakin kompetitif.
2. Membangun Layanan OPSB yang Unggul  
Pemahaman Pelanggan: Langkah pertama adalah memahami dengan baik pelanggan Anda, termasuk preferensi dan kebutuhan mereka.

3. Personalisasi Layanan: Personalisasi layanan OPSB adalah kunci untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan pengalaman yang lebih baik.
4. Kualitas Layanan: Kualitas layanan yang tinggi adalah fondasi dari reputasi yang baik. Bagian 2: Promosi Merek OPSB  
Penggunaan Promosi Digital: Materi ini menyoroti pentingnya memasukkan strategi promosi digital ke dalam rencana pemasaran Anda.
5. Integrasi Pesan: Mempertahankan konsistensi pesan merek di seluruh saluran promosi adalah kunci.  
Analisis Data: Pengukuran dan analisis data adalah alat penting untuk menilai efektivitas kampanye promosi Anda.  
Bagian 3: Inovasi dan Adaptasi Terus-Menerus
6. Perubahan Teknologi: OPSB harus selalu siap untuk mengikuti perkembangan teknologi yang berubah-ubah.  
Fleksibilitas: Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar adalah kunci kesuksesan jangka panjang.  
Strategi yang Komprehensif: Membangun merek OPSB yang sukses melibatkan strategi yang mencakup pemahaman pelanggan, personalisasi, kualitas layanan, promosi digital, dan inovasi berkelanjutan.
7. Pertumbuhan Berkelanjutan: Mereka yang mengikuti panduan ini dapat mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan mempertahankan daya saing di pasar OPSB yang kompetitif.

Menggunakan panduan ini, perusahaan OPSB dapat merencanakan dan melaksanakan strategi branding yang kuat, yang akan membantu mereka memenangkan hati pelanggan, membangun reputasi yang solid, dan mencapai kesuksesan jangka panjang dalam lingkungan Pendidikan yang terus berubah.

## PEMBAHASAN

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengartikan strategi sebagai: "Rencana tindakan yang matang untuk mencapai tujuan tertentu (Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2002: 1092). Berdasarkan hasil penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan menyimpulkan, bahwa strategi adalah rencana yang baik dalam kaitannya dengan kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Made Wena (2010: 2) mengemukakan bahwa strategi adalah cara atau seni menggunakan sumber daya untuk mencapai tujuan tertentu. metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan." Haitami dan Syamsul (2012:79) menyatakan bahwa strategi adalah "segala cara dan sarana untuk mencapai tujuan tertentu dalam kondisi tertentu untuk mencapai hasil yang diharapkan sebesar-besarnya. arah tindakan yang ingin Anda capai.

Strategi yang berkaitan dengan belajar mengajar dapat diartikan sebagai model umum tindakan guru dan siswa dalam pelaksanaan kegiatan belajar mengajar untuk mencapai tujuan yang telah digariskan (Djamarah dan Aswan Zain, 2006: 5) Penjelasan Hasil Sebelumnya, penulis dapat menyimpulkan bahwa strategi ini merupakan suatu cara atau upaya untuk mencapai hasil yang lebih baik sesuai dengan tujuan yang diberikan.

Apa yang dimaksud dengan sumber belajar? Pembelajaran merupakan suatu sistem, terdapat keterkaitan antara setiap komponen pembelajaran dalam proses pembelajaran. Salah satu bagian penting dalam proses pembelajaran adalah alat pembelajaran. Konsep sumber belajar ini merupakan bagian penting dari penelitian dan praktik etis dalam memfasilitasi pembelajaran dan meningkatkan kinerja dengan menciptakan, menggunakan dan mengelola proses dan sumber belajar yang sesuai. Sumber belajar mencakup segala sesuatu yang dapat digunakan untuk membantu seseorang memperoleh pengetahuan. Pada dasarnya sumber belajar yang digunakan dalam pendidikan adalah suatu sistem yang terdiri dari kumpulan materi atau situasi yang sengaja diciptakan dan dirancang agar siswa dapat belajar secara individu. Ada banyak bahan pelajaran yang berbeda. Bahan belajar serbaguna ini dapat bermanfaat secara maksimal bagi setiap orang yang membutuhkannya. Saat ini siswa harus aktif mencari sumber belajar dan tidak lagi hanya mengandalkan siswa di kelas sebagai satu-satunya sumber belajar. Menurut Prof. Sudjana, Sumber belajar diartikan sebagai informasi yang direpresentasikan, dapat diakses atau disimpan dalam berbagai media dan format untuk mendorong proses pembelajaran. Berdasarkan pengertian tersebut, yang dimaksud dengan sumber belajar adalah informasi yang direpresentasikan/diungkapkan melalui berbagai media, bisa berupa orang, benda atau data statistik dan lain-lain untuk membantu proses pembelajaran. Association for Educational Communication and Technology (AECT, 1998) mendefinisikan sumber belajar sebagai sumber daya apa pun yang dapat digunakan siswa secara individu atau bersama-sama untuk memberikan kesempatan belajar. Sementara itu, Fred Percival dan Henry Ellington (1998) menyatakan bahwa sumber belajar adalah seperangkat bahan atau situasi yang sengaja diciptakan dan dirancang agar siswa dapat belajar secara individu.

Bahan pelajaran mempunyai keunggulan sebagai berikut:

1. Meningkatkan produktivitas belajar dengan cara:
  - a. Mempercepat pembelajaran dan membantu siswa memanfaatkan waktunya dengan lebih baik
  - b. Meringankan beban siswa untuk menyajikan ilmu sehingga dapat lebih membina dan mengembangkan semangatnya.
2. Menawarkan kesempatan untuk pembelajaran yang lebih individual:
  - a. Mengurangi kontrol siswa yang kaku dan tradisional
  - b. memberikan kesempatan kepada siswa untuk berkembang sesuai dengan kemampuannya.
3. Memberikan landasan pembelajaran yang lebih ilmiah:
  - a. Perencanaan program studi lebih sistematis
  - b. Pengembangan bahan kajian berdasarkan penelitian
4. Penguatan pembelajaran dengan cara:
  - a) meningkatkan kapasitas sumber belajar
  - b) penyajian informasi dan materi yang lebih konkrit
5. Memungkinkan pembelajaran segera, yaitu:

- a) menjembatani kesenjangan antara pembelajaran verbal dan abstrak dengan kenyataan konkrit,
- b) memberikan informasi langsung. Memungkinkan pembelajaran disajikan secara lebih luas dengan menyajikan informasi yang mampu melampaui batas geografis. Untuk menciptakan masyarakat pembelajar perlu diciptakan kondisi agar peserta didik dapat memperoleh pengalaman belajar yang baik dari berbagai sumber.

Sumber daya yang dirancang (design) atau digunakan (used) untuk tujuan pembelajaran. Di sisi lain, kebutuhan pendidikan seperti perlunya kurikulum berbasis kompetensi, pembelajaran terbuka, pembelajaran jarak jauh, dan pembelajaran fleksibel mendorong meluasnya penggunaan berbagai sumber belajar. Sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, jenis sumber belajar semakin bertambah seiring berjalannya waktu. Sehingga masyarakat bisa belajar secara mandiri dan lebih baik. Peralihan dari era industri ke era informasi memerlukan perubahan di berbagai bidang, termasuk pendidikan. Di era informasi, siswa dihadapkan pada lebih banyak informasi pada waktu tertentu dibandingkan era sebelumnya. Informasi tersebut disebarluaskan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik, mulai dari teknologi sederhana hingga media canggih seperti penggunaan CD-ROM, Internet, dan lain-lain. Jika siswa tidak siap memberi makna pada informasi, untuk menciptakan informasi yang diciptakan orang lain, maka ia akan selalu tertinggal. Demikian pula di tempat kerja, Rose dan Nicholl (1997) berpendapat bahwa pengetahuan meningkat dua kali lipat setiap dua atau tiga tahun di hampir semua departemen kerja. Artinya, pengetahuan kita harus berlipat ganda setiap dua atau tiga tahun agar kita bisa bertahan hidup. Namun menurut Kemp dan Dayton (Cecep 2013:21), berdasarkan beberapa hasil penelitian yang menunjukkan dampak positif penggunaan media sebagai bagian internal kelas atau sebagai metode utama pembelajaran langsung adalah sebagai berikut:

1. Penyampaian pelajaran tidak kaku
2. Pembelajaran menjadi lebih menarik
3. Pembelajaran menjadi lebih interaktif ketika teori-teori pembelajaran dan prinsip-prinsip psikologis yang diakui diterapkan pada partisipasi, umpan balik, dan penguatan peserta didik.
4. Waktu belajar dapat dipersingkat, karena sebagian besar media hanya memerlukan waktu yang singkat untuk menyampaikan pesan dan materi pendidikan yang cukup besar, dan kemungkinan sampai ke tangan siswa lebih besar.
5. Kualitas hasil belajar dapat ditingkatkan apabila perpaduan kata dan gambar sebagai lingkungan belajar dapat menyampaikan unsur pengetahuan.
6. Pembelajaran dapat diberikan kapan dan dimana saja diinginkan atau dibutuhkan; terutama jika lingkungan belajar ditujukan untuk penggunaan individu.

7. Sikap positif siswa terhadap apa yang telah dipelajarinya dan proses pembelajarannya dapat ditingkatkan.
8. Peran mahasiswa dapat berubah ke arah yang lebih positif.

Berbagai jenis sumber belajar Menurut Seels dan Richey (1994), sumber belajar adalah perwujudan fisik dari teknologi - perangkat keras, perangkat lunak, dan bahan pembelajaran. Teknologi dapat digolongkan menjadi empat yaitu teknologi percetakan, teknologi audiovisual, teknologi komputer, dan teknologi terintegrasi. 1. Percetakan: Suatu metode produksi atau transmisi materi seperti buku dan materi visual statis, terutama dengan metode percetakan mekanis dan fotografi. Teknologi Audio Visual: Cara memproduksi dan mentransmisikan materi untuk menyampaikan pesan audio dan visual dengan menggunakan perangkat mekanis dan elektronik 3. Teknologi Berbasis Komputer: Cara memproduksi dan mentransmisikan materi dengan menggunakan perangkat mikroprosesor. Teknologi Terintegrasi: Suatu cara untuk memproduksi dan menyampaikan materi dengan menggabungkan beberapa media yang dikendalikan komputer. AECT tentang Pengembangan Media dan Sumber Belajar (Musfiqon, 2012) menjelaskan bahwa sumber belajar teknologi pendidikan adalah semua sumber daya (data, orang dan benda) yang dapat digunakan oleh seorang pembelajar secara individu atau bersama-sama, biasanya secara formal. , memfasilitasi pembelajaran.

Ini termasuk pesan, orang, material, peralatan, teknik dan pengaturan. Dari segi desain, AECT mengelompokkan sumber belajar menjadi dua bagian, yaitu: 1. Sumber belajar yang dirancang (by design) Sumber belajar yang dirancang adalah sumber belajar yang dirancang atau dikembangkan secara khusus sebagai komponen sistem pembelajaran untuk memberikan proses pembelajaran yang terbimbing. Misalnya buku teks, modul, audio program dan transparansi (OHT) 2. Sumber belajar bekas (sesuai kegunaan) Sumber belajar bekas adalah alat belajar yang tidak diperuntukkan khusus untuk tujuan pembelajaran dan yang keberadaannya sudah dapat ditemukan, diterapkan dan digunakan untuk sedang belajar. kegiatan Materi edukasi yang digunakan misalnya kebun binatang, waduk, museum, surat kabar, program televisi, dan lain-lain.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Untuk meningkatkan kehadiran dan reputasi suatu lembaga pendidikan, pemimpin pendidikan harus mampu menerapkan konsep strategi pemasaran jasa pendidikan. Pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu langkah reformasi lembaga pendidikan yang bertujuan untuk memasarkan jasa pendidikan kepada masyarakat dengan menciptakan dan menawarkan produk jasa inovatif yang memenuhi harapan dan tuntutan.

Di era digital saat ini, pemasaran media digital sangatlah penting. Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet. Konsep pemasaran ini menjadi alternatif bagi para pemasar ketika memasarkan produk atau jasa, termasuk lembaga pendidikan ketika memasarkan jasa pendidikan. Prinsip pusat pembelajaran adalah prinsip

pengelolaan pusat informasi, prinsip manajemen pelayanan, prinsip manajemen pengembangan pendidikan, dan prinsip manajemen produksi.

Pelayanan PSB meliputi peningkatan koleksi, perolehan, pengumpulan dan penataan bahan perpustakaan serta penyerahan kepada pengunjung/pengguna perpustakaan. Layanan memiliki elemen, fungsi. Peran PSB sebagai pengembang bahan ajar pada umumnya membantu departemen, staf, individu peserta didik membuat rencana dan pilihan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pembelajaran. Dalam istilah manajemen produksi mengacu pada materi atau materi yang menjadi alat pembelajaran. Semua prinsip tersebut sangat perlu diterapkan agar pusat sumber belajar dapat berjalan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Brown, Sally & Brenda Smith, eds (1996), *Resource-Based*

Dewi, Nasrudin Harahap, Nurul HidayatiMurtafiah: STRATEGI PEMASARANDIGITAL DALAM PENERIMAAN SISWA78.

Djamarah, S. B. 2000. *Guru Dan Anak Didik Dalam Interaksi Edukatif*. Jakarta:Rineka cipta.

*Evaluating an Organizational Resource Centre*, London: Kogan

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga Kotler. Januszewski, Alan & Michael Molenda (2008), *Educational JIEL*, Vol. 2, No. 1, Juni2022e-ISSN : 2829-5749 p-ISSN: 2829-6451 Ami Latifah, Yurna

Jurnal Mumtaz, 1(1), 7-17. Shimp, T.A. 2004. *Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu*. Erlangga, Jakarta.

Jurusan KTP FIP UNJ (2010), *Bahan Ajar Pengelolaan Pusat Sumber Belajar*

Kotler & Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. 13th Edition, Jakarta: Erlangga Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*, jilid I.

Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Kurniawan, S. Moh. Haitami Salim. 2012. *Studi Ilmu Pendidikan Islam*. Jogjakarta: Ar Ruzz Media. Wena, M. 2009. *Strategi pembelajaran inovatif kontemporer*. Jakarta: bumiaksara.

M.Sc. (1984), *Teknologi Pendidikan*, Jakarta: Penerbit Erlangga

Muhammad Ridlo, *Optimalisasi Digital Marketing Sekolah Bagian 1*,  
<https://mridlo.com/marketing/optimalisasi-digital-marketing-sekolah-bagian-1/> diakses pada 7 agustus 2022.

Percival, Fred & Henry Ellington, terjemahan oleh Sudjarwo S,

Prehalindo.Nizarman, N. 2015. *Manajemen Penerimaan Siswa Baru*. *Manajer Pendidikan*, 9(2).

Rahadi, Aristo, *Model Pusat Sumber Belajar* (2005), Jakarta, Pustekkom, Kemendikbud. Schmidt, William D. (1987), *Learning Resources Programs that Make a Difference*,

Susilawati, E., Nurhayati, A.S., dan Kusnandar. (2020). *Pemanfaatan Konten Digital Pusat Sumber Belajar (PSB) pada Sekolah Rintisan Penerima Bantuan Perangkat PSB*. *Jurnal Pendidikan*, 21(2), 77-93. Tatminingsih, Sri (2017)

*Technology, A Definition with Commentary*, New York,

Vriyatna, M. 2021 *Komunikasi Pemasaran Dalam Penerimaan Siswa Baru Di Sekolah Integral Luqman Al-Hakim Hidayatullah Surabaya*.

Wahab, R. (2015). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Washington DC: The Association for Educational Communications and Technology Scott. Amanda (1997), *Learning Centres: A step by Step Guide to Planning, Managing*