

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN PADA PT. JOMBANG
INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG



Disusun Oleh :
Nanik Aminatus Zuriya (1961011)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA JOMBANG
TAHUN 2022

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN PADA PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG



Oleh :

Nanik Aminatus Zuriya (19661011)

Mengetahui/Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

02, September 2022

Penulis


(Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si)


(Nanik Aminatus Zuriya)

Mengetahui/Menyetujui,
Pendamping Lapangan

Mengetahui/Menyetujui,
Ka. Prodi Manajemen


(Moch. Faisol)


(Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah senantiasa saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini yang berjudul “Laporan kuliah kerja magang (KKM) Strategi pemasaran pada PT Jombang Intermedia Pers.

Laporan ini disusun berdasarkan data-data yang telah saya dapat pada tempat magang saya. Penyusunan Laporan KKM ini diharapkan dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang pokok-pokok materi yang telah dipelajari dan dapat memberikan informasi kepada pihak-pihak yang terkait Jawa Pos Radar Jombang.

Saya menyadari laporan ini masih ada kekurangan. Untuk itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun baik dari dosen pembimbing dan perusahaan Jawa Pos Radar Jombang agar kedepannya lebih sempurna.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Abd. Rohim, SE, M.Si. Selaku Ketua STIE PGRI Dewantara Jombang dan juga selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing penulis dalam menyusun laporan magang ini.
2. Ibu Dra. Rachyu Purbowati, MSA. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Ibu Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM. Selaku Dosen Ka. Prodi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
4. Bapak Faisol selaku staff bagian pemasaran yang memberikan pengalaman kerja pada saat magang di bagian administrasi pemasaran.
5. Seluruh pihak dan karyawan PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) yang bersedia memberikan arahan dalam proses magang kami.

Jombang, 02 September 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang	2
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang	3
1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang	4
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	5
2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi	5
2.2 Visi dan Misi PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)	6
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi	7
2.4 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi	7
2.5 Data Karyawan Perusahaan	11
2.6 Kegiatan Umum Perusahaan	12
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	13
3.1 Pelaksanaan Kerja Magang	13
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang	14
3.3 Landasan Teori	15
3.4 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi	17
BAB IV PENUTUP	18
4.1 Kesimpulan	18
4.2 Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.4 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang	3
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan	7

DAFTAR TABEL

Tabel 2.5 Data Karyawan Perusahaan	11
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan KKM	20
Lampiran 2 Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa	21
Lampiran 3 Penilaian Kuliah Kerja Magang PL	24
Lampiran 4 Penilaian Kuliah Kerja Magang DPL.....	25
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan utama dari kantor Pos Radar Jombang pada saat ini yaitu untuk memasarkan koran kepada orang-orang yang memiliki daya minat membaca.

Perusahaan dalam meraih kesuksesan ditentukan oleh beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas, teknologi canggih, fasilitas memadai dan modal, itulah beberapa faktor penentu kesuksesan pada umumnya. Namun ada faktor lain yang berperan dalam kesuksesan perusahaan yaitu Strategi Pemasaran. Strategi Pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjualkan produknya.

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa disebut sebagai bauran pemasaran (marketing mix). Marketing mix atau yang diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju. Mengantisipasi perkembangan era media online, maka Jawa Pos Radar Jombang juga tidak ingin ketinggalan. Sejak akhir tahun 2018 lalu, telah dibentuk divisi online untuk mendukung dan memperkuat edisi cetak. Sebelumnya, juga sudah dibuat di Facebook, Youtube, Twitter dan Instagram.

Pada 30 Desember 2018 bahkan telah diluncurkan secara resmi www.radarjombang.jawapos.com sebagai rumah besar bagi seluruh pembaca maupun warga Jombang dan siapa saja yang ingin mengakses berita dan informasi seputar kota Jombang. Melalui website dan fanspage resmi tersebut, warga Jombang di luar kota Jombang pun bisa tetap mengikuti informasi perkembangan

kotanya. Maka perlunya bauran pemasaran yang baik dari Jawa Pos Radar Jombang dapat membuka peluang untuk terus berkembang sehingga dapat mencapai tujuan dari usaha yang sedang dijalani yaitu meningkatkan penjualan, memuaskan konsumen, dan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan latar belakang penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk laporan kuliah kerja magang dengan judul **“Strategi Pemasaran Pada PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)”**.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

1. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh kantor POS RADAR JOMBANG.
2. Mengetahui bagaimana cara mengedit koran berita terkini sebelum di launchingkan.
3. Mengetahui bagaimana cara meng-input data foto dan berita wartawan.
4. Mengetahui bagaimana cara mengedit video berita.
5. Mengetahui bagaimana cara membuat flayer iklan.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

A. Bagi Mahasiswa.

1. Menambah pengalaman, pengetahuan, wawasan, dan ilmu di lapangan kerja sesuai dengan bidangnya.
2. Mahasiswa bisa menerapkan ilmu pengetahuan yang diberikan pada saat di lapangan.
3. Menambah skill dan keterampilan.
4. Meningkatkan relasi dalam lingkungan profesional.

B. Bagi Lembaga Perguruan.

1. Terciptanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman.

C. Bagi Instansi Yang Bersangkutan

1. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari kuliah kerja magang tersebut.
2. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

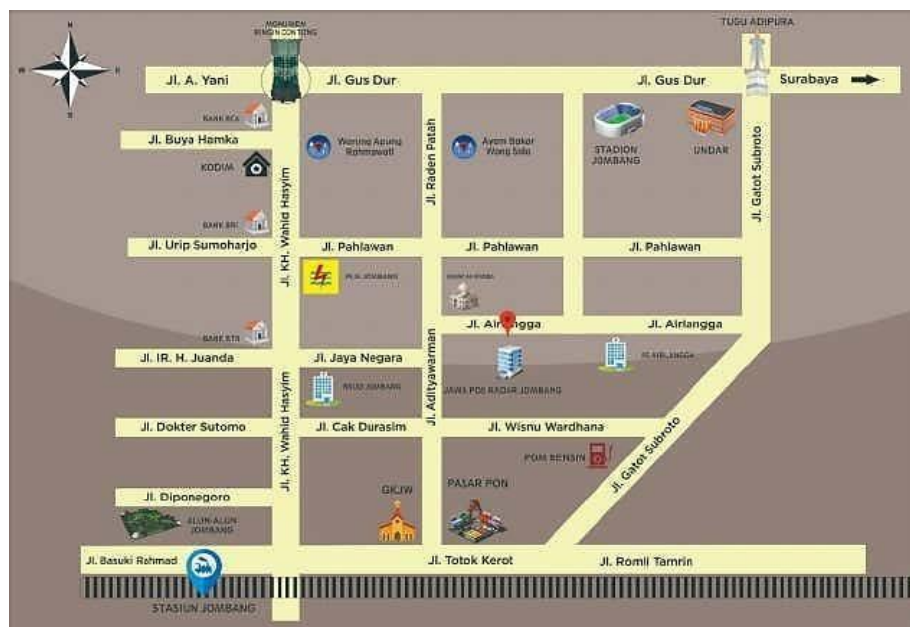
Tempat Pelaksanaan

Nama Perusahaan : Jawa Pos Radar Jombang

Alamat : Jl. Airlangga No.10, Kepanjen, Kec. Jombang,
Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419

Telepon : +62 321 875137

E-mail : radar_jombang@yahoo.com



Gambar 1.4 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang

1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang

Kegiatan KKM dilakukan pada tanggal 01 Agustus – 02 September 2022. Adapun jadwal masuk KKM yaitu hari Senin – Jumat Jam 08:00-15:00 WIB.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi

Cikal bakal Jawa Pos Radar Jombang ketika awal berdiri, merupakan sebuah kantor Biro Jombang untuk koran Jawa Pos sejak tahun 1994. Bermula menempati kantor di Jl Jaksa Agung Soeprapto no 2 Jombang. Lalu sempat berpindah ke Perumahan Jombang Permai Jl Rambutan no 8 pada Maret 1999. Kemudian di pertengahan tahun 1999 berdirilah Jawa Pos Radar Kediri. Ketika itu, wilayah Jombang termasuk ke dalam koordinator wilayah (korwil) Kediri. Maka kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos berubah menjadi kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos Radar Kediri. Aktifitasnya bertempat di Jl KH Hasyim Asy'ari no 80 Jombang. Dua tahun kemudian, berdirilah Jawa Pos Radar Mojokerto yang terbit pertama kali pada tanggal 1 Maret 2001. Dengan wilayah kerjanya meliputi Kabupaten Mojokerto, Kota Mojokerto dan Kabupaten Jombang. Sehingga kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos Radar Kediri ditarik untuk bergabung menjadi bagian dari Jawa Pos Radar Mojokerto.

General Manager (GM) pertama kali yang memimpin Jawa Pos Radar Mojokerto untuk sementara waktu adalah Dyah Indra Tjahyani selama 3 bulan. Kemudian posisi GM, digantikan oleh Abdul Choliq sampai akhir tahun 2003. Mulai awal 2004, Abdul Choliq diangkat sebagai Direktur PT Mojokerto Intermedia Pers. Pada awal 2010, Abdul Choliq dipindah ke Jawa Pos Radar Banyuwangi. Sebagai penggantinya, ditunjuk Sri Widji Wahyuning Utami sebagai GM hingga akhir 2011. Selanjutnya, pimpinan Jawa Pos Radar Mojokerto dijabat oleh Andung Achmad Kurniawan sebagai direktur hingga bulan Juni 2020.

Berkembangnya Jawa Pos Radar Mojokerto yang cukup signifikan, membuat PT Jawa Pos Radar selaku induk perusahaan, menganggap Biro Jombang mempunyai potensi besar untuk mandiri. Sehingga pada 2 Juni 2014 (yang kemudian digunakan sebagai hari ulang tahun (HUT) Jawa Pos Radar Jombang), segmen Jombang mulai mempunyai halaman khusus yang memiliki 3

halaman tersendiri. Meski masih di bawah naungan manajemen Jawa Pos Radar Mojokerto. Sebagai embrio yang sedang mempersiapkan kematangan perusahaan, maka Jawa Pos Radar Jombang terus berusaha melengkapi segala kekurangannya baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Seperti menambah jumlah redaktur, karyawan marketing iklan dan koran, administrasi serta yang paling penting yakni jurnalis. Setelah resmi berbadan hukum sendiri pada akhir 2015,

Jawa Pos Radar Jombang segera tancap gas. Karena sudah benar-benar terpisah dari manajemen Jawa Pos Radar Mojokerto. Berdiri di kota santri yang memiliki wilayah yang cukup kecil dibandingkan dengan kota yang lainnya, tidak menjadikan Jawa Pos Radar Jombang berkecil hati. Awalnya dengan mengusung slogan “Spirit Kota Santri”. *Brand image* yang dimiliki Jombang, berhasil menyajikan rangkaian beragam potret yang harus digali lebih mendalam. Semuanya tak terlepas dari fungsi media yakni *to inform, to educate, to entertain* dan *to persuasive*. Jawa Pos Radar Jombang sudah menyentuh keempat fungsi tersebut serta bagian pengembangan yang terdapat di daerah dan tidak terpisahkan dari Jawa Pos. Di era kompetisi media yang semakin ketat ini, *tagline* Jawa Pos Radar Jombang berubah menjadi “Korane Wong Jombang”. Untuk menegaskan posisinya sebagai pemimpin pasar media cetak di Jombang. Mulai bulan Juli 2020, Jawa Pos Radar Jombang dipimpin oleh Muhammad Nur Kholis sebagai direktur.

Riwayat kantor Jawa Pos Radar Jombang

1. Juli 2001 – Desember 2010: Jl KH Wahid Hasyim no 90 Kepatihan
2. Januari 2010 – Agustus 2012: Jl Sultan Agung no 20 Jelakombo
3. Sept 2012 – Juli 2016: Jl Laksda Adi Sucipto no 19 Sambongdukuh
4. 29 Agustus 2016 – sekarang: Jl Airlangga no 10 Kepanjen

2.2 Visi dan Misi PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)

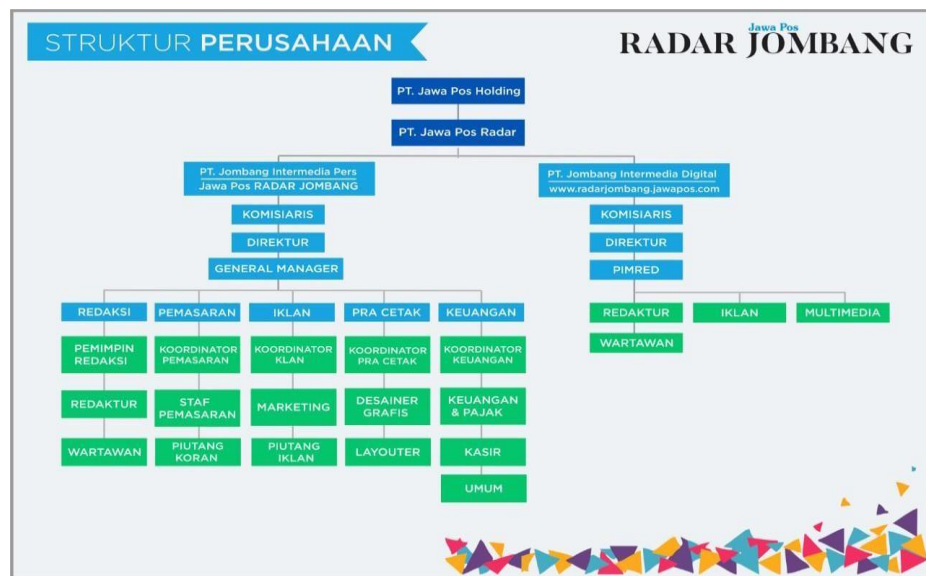
Visi :

Menjadi perusahaan media cetak maupun online lokal, yang disegani dan tetap menjadi pemimpin pasar.

Misi :

Turut serta dalam usaha meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui program literasi yang mencerdaskan masyarakat melalui penyajian informasi yang terpercaya.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan

2.4 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi

Tugas dan tanggung jawab PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) meliputi :

- Direktur
 1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
 2. Memilih, Menetapkan, Mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (Manajer)
 3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
 4. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.

5. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar.
 6. Memainkan sebagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari organisasi dan sub- komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas
- General Manager
 1. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbit.
 2. Bertanggung jawab terhadap kualitas produk penerbitan.
 3. Memimpin rapat redaksi
 4. Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi.
 5. Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan.
 6. Mengadakan koordinasi dengan bagian lain seperti pemimpin perusahaan untuk menggerakkan jalannya roda perusahaan.
 7. Menjalani lobi-lobi dengan narasumber penting di pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi.
 - Redaktur
 1. Bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari
 2. Memimpin rapat perencanaan, rapat mengecek, dan rapat terakhir sidang redaksi.
 3. Membuat Perencanaan isi untuk setiap penerbitan
 4. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan dan foto
 5. Mengkoordinasi kerja para redaktur atau penanggung jawab rubrik/deskripsi
 6. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian *setting* atau *layout* ke percetakan

7. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian *setting* atau *layout* ke percetakan
 8. Mewakili pemimpin redaksi dalam berbagai acara baik ditugaskan atau acara mendadak
 8. Mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan sumber-sumber berita
 9. Mengedit naskah, data, judul, foto, para redaktur.
- Pemasaran
 1. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya perusahaan
 2. Merencanakan *marketing research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing
 3. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar
 4. Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan *order*
 5. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran
 6. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.
 - Iklan
 1. Mencari iklan untuk dicantumkan ke kolom surat kabar
 2. Membuat Desain untuk iklan-iklan tersebut.
 - Wartawan
 1. Mencari berita/meliput, membuat, menyusun berita untuk dikirim ke redaksi yang di dapat di lapangan
 2. Jam kerja wartawan 24 jam sehari
 3. Mencari berita orang ternama atau orang yang sifatnya digemari public

4. Mencari dan melaporkan semua peristiwa penting dalam kancah opinium publik adalah tanggung jawab profesional wartawan
 5. mendapatkan berita yang benar dari semua pihak yang terlibat
- Layout/Grafis:
 1. Membuat desain Koran
 2. Mengedit dan mengatur tata letak berita maupun iklan di koran
 3. Mengedit foto dan berita yang akan dicetak
 - Kasir:
 1. Melayani proses transaksi
 2. Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
 3. Memeriksa dan mencatat data penjualan koran
 - Keuangan:
 1. Melakukan pengaturan keuangan
 2. Melakukan penginputan semua transaksi keuangan ke dalam program
 3. Melakukan transaksi keuangan perusahaan
 4. Berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan.
 - Penagihan:
 1. Mencatat semua data piutang pelanggan berdasarkan seluruh faktur yang tercetak.
 2. Melakukan penagihan kepada pelanggan via telepon/ e-mail.
 3. Menyiapkan daftar tagihan serta kelengkapannya untuk ditagihan sesuai dengan tanggal cetak

- Traffic order:

1. Melakukan kontrol atas ketersediaan koran
2. Menjalin hubungan baik dengan para pemberi iklan
3. Dokumentasi faktur dan Purchase Order

2.5 Data Karyawan Perusahaan

No	Jabatan	Nama
1	Direktur	Muhammad Nur Kholis
2	Pemimpin redaksi	Sofyan Hendra Fatkhurohman
3	Redaktur Pelaksana	Binti Rohmatin
4	Redaktur	1. Binti Rohmatin 2. Rojiful Mahmudah 3. M. Nasikhuddin 4. Achmad Riza Wadullah
5	Staff Redaksi	1. Ainul Hafidz 2. Anggi Fridianto 3. M. Nasikhuddin 4. Rojiful Mahmudah 5. Wenny Rosalina 6. Azmy Endiyana Z 7. Achmad Riza Wadullah
6	Layout/Grafis/IT/Medsos	1. Achmad Rizal Affandi 2. Krisna Dwi Cahyo 3. Atikah Fatmawati
7	Iklan/event	Dwi Aris Supriyanto
	Manajer Iklan/event	Sulton Arif
8	Manajer Pemasaran	Moch. Faisol
9	Pemasaran	Dwi Aris Supriyanto
10	Keuangan dan pajak	Emma Yulianni
11	Traffic Order Iklan	Devy Ariantika

12	Kasir	Eka Purwati
13	Penagihan	Kurnia Ramadhan
14	Ombudsmen	1. Rohman Budijanto 2. Bambang Janu Isnoto

Tabel 2.5 Data Karyawan Perusahaan

2.6 Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang merupakan lembaga yang memberikan informasi secara eksklusif dan update dengan menyumbangkan ragam potret (Rubrik tokoh, Rubrik pesantren, dll) serta berita maupun artikel yang harus digali lebih dalam sesuai dengan fungsi media yakni fungsi informasi (*to inform*), fungsi persuasi (*to persuade*), fungsi pendidikan (*to educate*) dan fungsi hiburan (*to entertain*), Radar Jombang telah melaksanakan 4 fungsi tersebut dengan baik.

Produk yang dijual di PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang adalah Koran Radar Jombang yang memuat berita lokal seputar wilayah jombang, Koran Jawa Pos yang memuat berita seputar nasional maupun internasional, dan Koran Sportlite (berita seputar olahraga secara nasional dan internasional).

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan KKM di laksanakan di PT intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) di Jl. Airlangga No. 10 Kepanjen Kec. Jombang Kab. Jombang selama satu bulan, yakni mulai terhitung dari tanggal 01 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 02 September 2022. Penulis memiliki jadwal kerja dari hari Senin s.d Jum'at masuk pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB.

Pada hari pertama bimbingan KKM di jelaskan mengenai rungan lingkup kegiatan perusahaan dan melakukan pengenalan diri kepada staf yang ada di Kantor Jawa Pos Radar Jombang. Penulis juga di harapkan dapat meningkatkan kedisiplinan, tanggung jawab dan mampu bekerja terampil dalam melaksanakan KKM. Selama KKM di haruskan mengikuti segala peraturan yang berlaku di Kantor Jawa Pos Radar Jombang seperti :

1. Mematuhi tata tertip yang berlaku
2. Selama KKM menggunakan pakaian bebas rapi dan sopan
3. Data dan informasi yang di peroleh semata-mata di gunakan untuk keperluan akademik
4. Menjaga nama baik diri sendiri, Universitas, dan Jawa Pos Radar Jombang

Pembimbing memberikan bimbingan dan arahan dalam melaksanakan kegiatan KKM. Pada pelaksanaan KKM ini, Penulis bertugas untuk mengerjakan pekerjaan sehari-hari dan rutin sebagai berikut :

1. Membuat video berita harian terkini
2. Menata ulang koran lama (diurutkan sesuai tanggal dan bulan)
3. Menotal jumlah koran yang belum terjual dari bulan Januari-Juli tahun 2022
4. Membuat flayer Parikan Jombang

5. Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya
6. Mengerjakan nota penagihan order format iklan
7. Membuat brosur event
8. Menginput jumlah dan arsip koran tahun 2021
9. Survey lapangan tempat pelanggan koran
10. Menulis kosakata baku
11. Mendata pelanggan koran di Jombang

3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Berdasarkan pengamatan saya selama pelaksanaan kuliah Kerja Magang (KKM) di Radar Jombang, dengan pemasaran koran Radar Jombang yang dilakukan PT. Jombang Intermedia Pers perusahaan mendapatkan penambahan laba atau pendapatan yang lebih banyak melalui berbagai strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan, Adapun kendala yang harus dihadapi oleh PT. Jombang Intermedia Pers Radar Jombang yaitu kurangnya minat baca dikalangan kaum milenial yang disebabkan karena adanya perkembangan sosial media yang ada di zaman modern ini, Jadi kebanyakan orang yang memiliki minat baca tersebut lebih condong membaca berita melalui sosial media dibandingkan koran karena menganggap lebih praktis dan efektif.

Tujuan dari pelaksanaan strategi pemasaran adalah supaya target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan maksimal, dan digunakan untuk menghadapi persaingan antara perusahaan sejenis serta mampu mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tetap stabilnya perusahaan ini di era globalisasi dan persaingan bisnis yang sangat ketat. Yang dilakukan oleh PT. Jombang Intermedia Pers Radar Jombang sesuai dengan yang dikemukakan oleh tokoh ekonomi Kotler, P. (2017:36) beliau berpendapat bahwa strategi pemasaran yang efektif di Benua Asia adalah dengan cara menganalisis lingkungan pasar dan juga

pesaing yang ada agar dapat mengetahui apa kekurangan yang harus dibenahi oleh perusahaan, agar dikemudian hari perusahaan tetap bisa mempertahankan pelanggan yang ada.

Walaupun ada halangan maupun rintangan semua dapat diatasi dengan cepat oleh PT. Jombang Intermedia Pers. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh koran Jawa Pos antara lain berupa tarif pemasangan iklan di koran yang, memberikan reward- reward kepada pelanggan yang selalu berlangganan koran Radar Jombang dengan memberikan pelayanan yang semudah mungkin kepada pelanggan dan agen dalam mendapatkan Radar Jombang dengan cara menyuplai atau mendistribusikan koran Radar Jombang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan reward kepada agen yang mampu menjual koran sesuai dengan target yang telah ditetapkan perusahaan. Disamping itu Radar jombang juga berkerja sama untuk membuat event-event yang berguna sebagai media promosi koran Radar Jombang.

3.3 Landasan Teori

A. Pemasaran

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial (Kotler dan Keller, 2009:5). Menurut Kotler dan Armstrong (2008:5) Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk mendapatkan nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses suatu aktivitas untuk memperdagangkan barang atau jasa pada lebih dari satu negara sehingga memperoleh keuntungan. Disisi lain, aktivitas pemasaran juga memerlukan suatu media. Salah satu media yang dilakukan adalah menggunakan iklan. Iklan sendiri adalah bentuk kreativitas untuk menghasilkan dan mempromosikan ide, barang, dan jasa secara nonpersonal yang dibayar oleh sponsor tertentu. Caples, Jhon,

(1997) menyatakan bahwa periklanan adalah segala bentuk penyajian non personal, promosi dan ide, barang ataupun jasa oleh sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Sedangkan menurut Darmadi Durianto (2003) periklanan merupakan suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak pembuat iklan.

Jika media pemasaran sudah tersedia maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran yang akan dilakukan agar mendapatkan pelanggan dan bisa bersaing dengan pesaing.

B. Strategi Pemasaran

Strategi adalah pola fundamental dari tujuan-tujuan sekarang dan yang terencana, penyebaran sumber daya, dan interaksi dari sebuah organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan lainnya (Simamora, 2000:214). Menurut Kotler (2007:151), dalam mendesain suatu strategi pemasaran, hal terpenting yang perlu dilakukan oleh manajemen pemasaran adalah penerapan konsep STP (segmenting, targeting, positioning).

Menurut Simamora (2000: 343) dalam memasuki pasar perusahaan menghadapi 2 strategi, yaitu strategi penetrasi pasar (market penetration strategy) dan strategi penyebaran pasar (market skimming strategy). Strategi penetrasi pasar didasarkan pada jangka panjang peluang-peluang yang ada pada pasar. Maka dari itu, suatu perusahaan akan dapat merencanakan strategi agar mereka bisa mendapatkan pelanggan sesuai yang dijelaskan oleh para ahli. Hal ini, sudah hampir persis dilakukan oleh PT. Jombang Intermedia Pers yang mana, mereka telah melakukan analisis lingkungan dan juga mempertahankan pelanggan yang ada agar tetap mampu bersaing dengan pesaing yang ada. Disamping itu perusahaan juga sudah membuat inovasi – inovasi baru agar pelanggan tetap bisa menikmati sajian berita yang aktual dan terpercaya.

3.4 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Diharapkan dengan seringnya melakukan kerjasama dalam membuat event-event, akan menarik perhatian dari generasi milenial yang kemudian hal tersebut akan menarik perhatian dari generasi milenial untuk membaca, misalnya dengan mempromosikan koran melalui situs website www.radarjombang.jawapos.com dan media sosial lainnya seperti facebook, instagram, tik tok.

Memberikan bonus tambahan kepada loper ketika loper berhasil menjual koran sesuai target sehingga loper akan terus bersemangat untuk menjual koran. Adanya pemantauan terus-menerus yang dilakukan Jawa Pos Radar Jombang ke agen-agen.

Perlu adanya pemantauan terus-menerus yang dilakukan Radar Jombang ke agen-agen di Jombang agar terhindar dari adanya agen-agen yang nakal yang bermasalah penunggakan pembayaran koran serta meminimalisir terjadinya hal negatif lainnya yang merugikan pihak Radar Jombang. Selain itu pemantauan pada setiap agen juga berfungsi sebagai pemantauan berapa banyak produk yang telah dijual yang akhirnya akan dijadikan patokan sebagai pengambilan kebijakan dalam menentukan strategi pemasaran produknya.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Untuk meraih kesuksesan perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Salah satunya adalah faktor strategi pemasaran yang berperan dalam kesuksesan perusahaan. Strategi pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjual produknya.

Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif sehingga pemasaran juga akan tepat sasaran.

4.2 Saran

Melihat semakin banyaknya pesaing dunia usaha yang bergerak dalam bidang media cetak di harapkan untuk PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang tetap mempertahankan strategi pemasaran karena menurut saya strategi ini wajib digunakan dalam setiap inovasi dalam pengeluaran produk. Karena strategi bauran pemasaran ini sangatlah penting dan sangat berkontribusi dalam target penjualan. Dengan menggunakan bauran pemasaran dapat membantu mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Assael&Henry. 1992. *Consumer Behavior & Marketing Action. Four Edition.*
New york: Kent Publishing Company.

Farida Yulianti , S.E., M.M, Lamsah, S.E., M.M, dan Periyadi, S.E., M.M. 2019.
Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12. Jakarta: PT Indeks.

Kothler, P. (2017) “*Principles of Marketing, An Asia Perspective.*” 16th Edit,
Pearson Education Limited.

Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran* Jilid 1, Jakarta:PT
Indeks.

Henry Simamora, 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Surabaya:
Pustaka Utama.

Kotler, 2007, *ManajemenPemasaran* Edisi 12 Jilid 1, Jakarta: PT Indeks.

Caples, Jhon . *Tested Advertising Methods* . fifth edition. Prentice Hall, 1997.

Darmadi Durianto,Sugiarto,Anton.W.Widajaj,Hendrawan.S. *Invasi Pasar
Dengan Iklan Yang Efektif* , PT.Gramedia Pustaka Utama Jakarta, 2003

<https://www.jawapos.com/redaksi/>

[http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI-
MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHDALAM.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI-MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHDALAM.pdf)

<https://radarjombang.jawapos.com/>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan KKM

Jawa Pos
RADAR JOMBANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : 42/JPRJ/MG/IX/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Pimpinan PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) dengan ini menerangkan mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nanik Aminatus Zuriya

Nim : 1961011

Perguruan Tinggi : STIE PGRI Dewantara

Jurusan : Manajemen

Jenjang : S-1

Bahwa mahasiswa tersebut benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM) di PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) mulai tanggal 1 Agustus 2022 s/d 2 September 2022 sesuai ketentuan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Jombang, 2 September 2022

Pimpinan PT. Jombang Intermedia Pers
(Jawa Pos Radar Jombang)



M Nur Kholis
Direktur

Lampiran 2 Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

Formulir Kegiatan Harian Mahasiswa

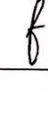
Nama : Nanik Aminatus Zuriya

Nim : 1961011

Program Studi : Manajemen KP4 Pemasaran PM A 2019

Tempat KKM : PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)

Bagian/Bidang : Administrasi Pemasaran

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	02 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Menata ulang koran lama (diurutkan sesuai tanggal dan bulan) - Menotal jumlah koran yang belum terjual dari bulan Januari-Juli tahun 2022	
	03 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	
	04 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Mengerjakan nota penagihan order format iklan - Membuat brosur event	
	05 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	
2	08 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang	

		Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	f
	09 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Menginput data karyawan - Membuat surat permintaan pengaktifan rekening dormant	f
	10 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Menginput jumlah dan arsip koran tahun 2021	f
	11 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Merekap stock koran tahun 2022 - Membuat flayer Parikan Jombang	f
	12 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Merekap koran bulan januari 2022 - Membuat flayer Parikan Jombang	f
3	15 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Menulis kosakata baku - Mendata pelanggan koran di Jombang	f
	16 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Promosi Link berita	f
	18 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap sisa koran bulan Agustus & Juli	f
	19 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang	f
4	22 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Survey 10 tempat di Jombang (Pelanggan koran) - Rekap hasil survey	f
	23 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Promosi link berita - Survey 5 tempat Di Kesamben (pelanggan koran)	f

	24 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Rekap hasil survey • Sortir jumlah koran bulan September-Desember tahun 2021	f
	25 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Survey 5 tempat di Ploso (Pelanggan koran) • Rekap hasil survey	f
	26 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Membuat flayer Parikan Jombang • Rekap koran tahun 2022	f
	29 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Mendata koran di excel hasil penjualan tahun 2022 • Membuat flayer Parikan Jombang	f
	30 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Rekap koran tahun 2022 • Sortir koran untuk diberikan ke agen	f
5	31 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini • Membuat flayer Parikan Jombang • Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	f
	02 Agustus 2022	• Membuat video berita harian terkini •	f

Lampiran 3 Penilaian Kuliah Kerja Magang Pembimbing Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B) PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Nanik Aminatus Zuriya
NIM : 1961011
Program Studi : Manajemen
Tempat Magang : PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang
Alamat Tempat Magang : Jl. Airlangga No.10, Kepanjen, Kec. Jombang, Kab. Jombang, Jawa Timur 61419
Bagian/Bidang : Administrasi

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	85
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	90
4.	Kreativitas dan ketrampilan	85
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	85
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	90
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	80
Jumlah		695
Nilai Rata-Rata		86,8

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

.....

Jombang, 06 September 2022

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**,



(M. Faisol)



Dipindai dengan CamScanner

** dituliskan nama pejabat penilai disertai tanda tangan dan stempel perusahaan/instansi

Lampiran 4 Penilaian Kuliah Kerja Magang Dosen Pembimbing Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Nanik Aminatus Zuriya
NIM : 1961011
Program Studi : Manajemen
Tempat Magang : PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang
Bagian/Bidang : Administrasi

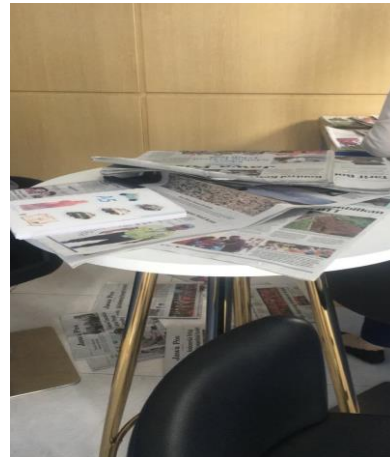
No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	85
2.	Motivasi	85
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	85
4.	Tata Bahasa dan kerapian laporan	80
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	80
6.	Sistematika laporan	85
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	90
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	80
Jumlah		670
Nilai Rata-Rata		83,75

Jombang, 02 September 2022

Dosen Pembimbing Lapangan,

(Dr. Abd. Rohim, SE., M.Si)

Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan



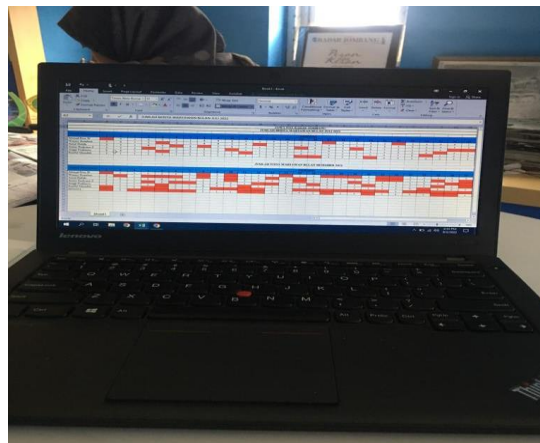
Mendata koran dan Menata ulang koran lama (diurutkan sesuai tanggal dan bulan)



Menginput data berita, penulis dan redaksi



Rekap sisa koran bulan Juni dan Juli tahun 2022



Mengerjakan list data nama-nama wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya



Mengerjakan nota penagihan order format iklan



Membuat surat permintaan pengaktifan rekening dormant



Mengetik kosakata baku untuk koran



Sortir koran untuk diberikan ke agen



Peutupan KKM di Jawa Pos RADAR