

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG  
STRATEGI PEMASARAN PADA PT. JOMBANG INTERMEDIAPERS  
( JAWA POS RADAR JOMBANG)**



**Oleh:**

**Desy Rasmiati Putri ( 1561068 )**

**Muchamad Fajar Bahari ( 1561023 )**

**Imanu Ragil Tri Wibowo ( 1561161 )**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG  
2019**

**KULIAH KERJA MAGANG (KKM)**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG  
STRATEGI PEMASARAN PADA PT. JOMBANG INTERMEDIAPERS (  
JAWA POS RADAR JOMBANG)**

Oleh:

**Desy Rasmiati Putri (1561068)**

**Muchamad Fajar Bahari (1561023)**

**Imanu Ragil Tri Wibowo (1561161)**

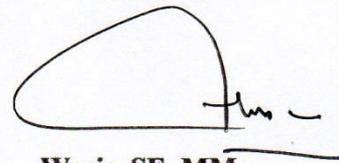
Jombang 15 April 2019

Mengetahui ,  
Pendamping lapangan



**Mochamad Faisol**

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



**Wasis, SE. MM**

Mengesahan

Ketua Program Studi



**Nurul Hidayati, SE., MM**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, akhirnya penulis dapat menyusun laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dengan judul “Strategi Bauran pemasaran pada PT. JOMBANG INTERMEDIAPERS ( JAWA POS RADAR JOMBANG)

”. Hal ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi penulis maupun pihak lain

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan KKM ini tidak berhasil tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Wasis, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
2. Ibu. Nurul Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi Universitas STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG.
3. Bpk. Muchamad Faisol selaku pembimbing Lapangan di Radar Jombang

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 15 April 2019

Penyusun

## DAFTAR ISI

### KATA PENGANTAR

### BAB I

#### PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Kuliah kerja magang.....	5
1.2.Tujuan Kuliah Kerja Magang .....	6
1.3.Manfaat Kuliah Kerja magang .....	6
1.4.Tempat Kuliah kerja magang .....	7
1.5.Jadwal waktu kuliah kerja magang.....	7

### BAB II

#### TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1.Sejarah Perusahaan Radar Jombang.....	8
2.2.Struktur Organisai Perusahaan Radar Jombang.....	11
2.3.Kegiatan Umum Perusahaan Radar Jombang.....	15

### BAB III

#### PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1.Pelaksanaan kerja yang dilakukan ditempat magang.....	18
3.2.Aspek kajian yang terdapat di objek KKM.....	20
3.3.Kendala yang dihadapi di Radar Jombang .....	20
3.4.Cara Mengatasi Kendala di Radar Jombang.....	20

### BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1.Kesimpula .....	21
4.2.Saran.....	21

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

### DAFTAR GAMBAR

### DAFTAR TABEL

### DAFTAR LAMPIRAN

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang terus berkembang, banyak perusahaan-perusahaan baru bermunculan, sehingga persaingan bisnis antar perusahaan semakin ketat. Banyak perusahaan-perusahaan tumbuh baik yang sejenis (perusahaan yang sudah ada) ataupun yang berbeda, demi mendapatkan peluang pasar yang semakin luas dan memenuhi selera konsumen yang berubah-ubah. Perusahaan diuntut efisiensi di setiap lini untuk memenangkan persaingan bisnis atau bahkan hanya sekedar mempertahankan konsistensi perusahaan. 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 Strategy Pemasaran. Strategy 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](http://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 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 RADAR JOMBANG”**.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat**

Adapun tujuan yang ingin di capai adalah:

Untuk mengetahui bagaimana penerapan Strategy Pemasaran yang dilakukan Radar Jombang dalam pencapaian Visi dan Misi perusahaan.

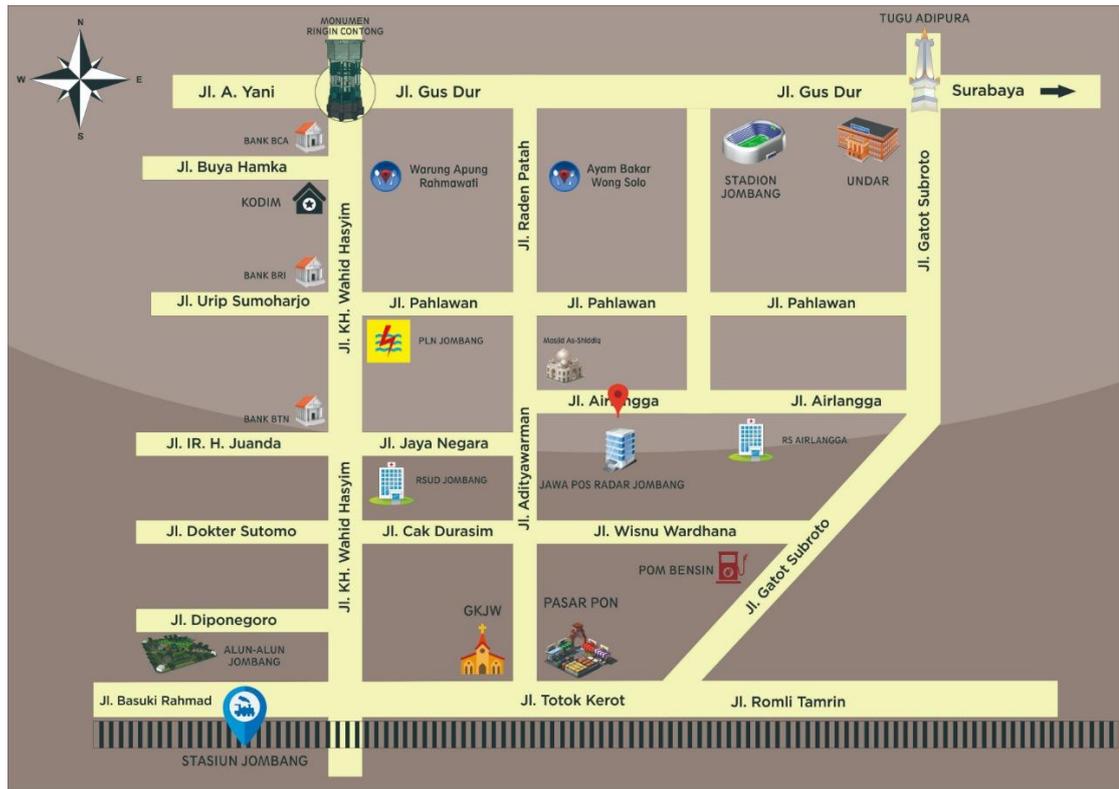
Dan Manfaat yang diharapkan dalam melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM), antara lain :

- a. Bagi mahasiswa.
  1. Mahasiswa bisa mempraktekkan dan menerapkan ilmu pengetahuan perkuliahan secara langsung di lapangan kerja.
  2. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di lapangan kerja mengenai dunia kerja sesuai dengan bidangnya.
- 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.

### 1.3.Tempat Kuliah Kerja Magang

#### Lokasi, Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Magang (KKM)

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dilaksanakan di:



Radars Jombang (Jl Airlangga no 10 Jombang,Kota Jombang,Jawa Timur) Mulai tanggal 04maret 2019 sampai dengan 04april 2019. Dan dilaksanakan secara berkelompok.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### 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 sekarang.

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 jadi (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

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, Twiter dan Instagram. Pada 30 Desember 2018 bahkan telah dilaunching secara resmi [www.radarjombang.jawapos.com](http://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.

### **Riwayat Kantor Jawa Pos Radar Jombang**

Juli 2001 – Desember 2010 : Jl KH Wahid Hasyim no 90 Kepatihan

Januari 2010 – Agustus 2012 : Jl Sultan Agung no 20 Jelak Ombo

Sept 2012 – Juli 2016 : Jl Laksda Adi Sucipto no 19 Sambongdukuh

29 Agustus 2016 – sekarang : Jl Airlangga no 10 Kepanjen

Berada di tengah kota Jombang menjadikan kantor Jawa Pos Radar Jombang mudah diakses oleh siapapun. Bagi pembaca dan relasi yang hendak memasarkan usahanya melalui media iklan. Atau dari kalangan akademisi yang hendak berkunjung untuk sekedar mengetahui proses produksi berita hingga menjadi koran. Sebagai bagian utama dari bentuk pelayanan pada konsumen sekaligus mewakili citra perusahaan, keberadaan staf admin yang ramah dalam melayani *customer* dan mengurus segala administrasi, cukup menjadikan panggung depan bercitra positif dari Jawa Pos Radar Jombang.

## 2.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan/Instansi

PT. Jombang Interrediapers (Jawa Pos Radar Jombang) mempunyai Visi, Misi, dan Tujuan dengan tujuan sebagai pedoman Perusahaan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Berikut Visi, Misi, dan Tujuan PT. Jombang Interredipers (Jawa Pos Radar Jombang) :

- **Visi :**

Menjadi perusahaan media cetak maupun online yang dihormati disegani dan patut dicontoh.

- **Misi :**

- a) Meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui pemuasan pelanggan dan mencerdaskan bangsa adanya informasi yang aktual,
- b) Menjadi bagian penting dalam mendukung perkembangan nasional melalui media.

- **Tujuan Perusahaan**

Menjadi lembaga yang memberikan informasi secara eksklusif dan update dengan menyumbangkan ragam potret (rubrik tokoh, rubrik pesantren, dll) yang harus digali lebih dalam terlepas dari fungsi media yakni to inform, to educate, to persuasif (Radar Jombang telah menyentuh empat fungsi tersebut).

### **2.3 Jam Kerja Karyawan**

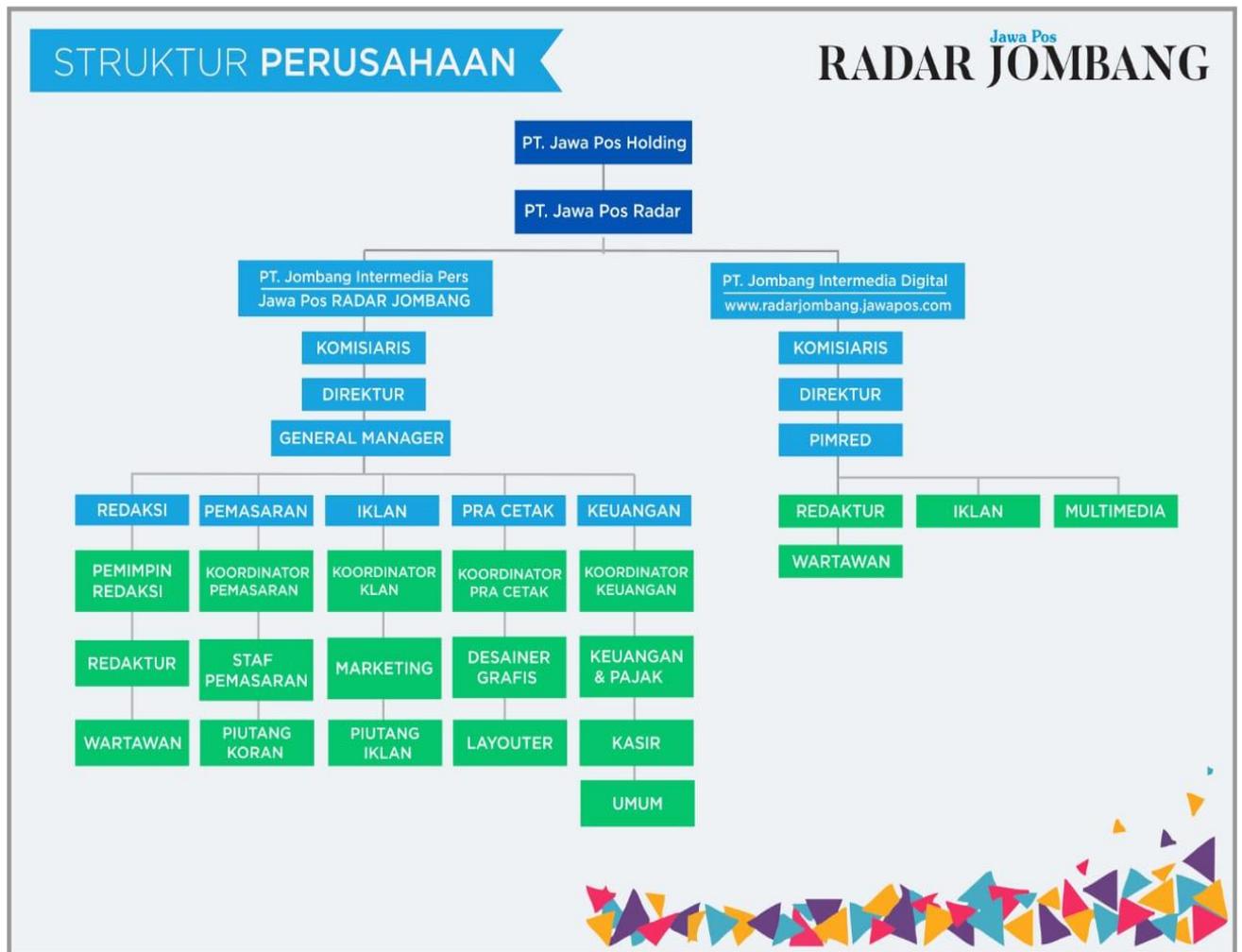
Jam kerja untuk bagian Office dan Admin hari Senin sampai Sabtu jam 08.00-16.00 WIB dan untuk jam kerja wartawan setiap hari dibagi dua jam kerja (jam 08.00-16.00 mencari berita dan jam 16.00-21.00 wartawan mulai mengetik berita).

### **2.4 Produk Perusahaan**

Produk yang dijual di PT. Jombang Intermediapers adalah koran Radar Jombang (berita lokal seputar Jombang), koran Jawa Pos (berita seputar nasional maupun internasional), dan koran Sportlite (berita seputar olahraga secara nasional dan internasional). PT. Jombang Intermediapers ( Jawa Pos Radar Jombang) hanya proses produksi kecuali percetakan.

### **2.5 Struktur Organisasi Perusahaan**

PT. Jombang Intermediapers (Jawa Pos Radar Jombang) harus mempunyai struktur organisasi yang berfungsi sebagai kejelasan tanggung jawab, kedudukan, alur hubungan, dan uraian tugas. Berikut struktur organisasinya :



**Gambar 2.1.** Gambar Struktur Organisasi PT. Jombang Intermedia pers (Jawa Pos Radar Jombang)

**2.5.1. Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi**

Tugas dan Tanggung Jawab PT. Jombang Intermedia pers (Jawa Pos Radar Jombang) ditunjukan pada Tabel 2.1

**Tabel 2.1**

**Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi**

<b>NO</b>	<b>DEVISI</b>	<b>Tugas</b>
1.	General Manager	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbit.</li><li>2. Bertanggung jawab terhadap kualitas produk penebitan.</li><li>3. Memimpin rapat redaksi</li><li>4. Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi.</li><li>5. Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan.</li><li>6. Mengadakan koodinasi dengan bagian lain seperti pemimpin perusahaan untuk mensenerrgikan jalnnya roda perusahaan.</li><li>7. Menjalani lobi-lobi denggan narasumber penting di pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi</li></ol>
2.	Direkturr	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaanan.</li><li>2. Memilih, Menetapkan, Mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (Manajer)</li><li>3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.</li><li>4. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan</li><li>5. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam</li></ol>

		<p>hubungannya dengan dunia luar.</p> <p>6. Memainkan ebagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari organisasi dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dann efektivitas</p>
--	--	--

3.	Redaktur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari</li> <li>2. Memimpin rapat perencanaan, rapat <i>cecking</i>, dan rapat terakhir sidang redaksi.</li> <li>3. Membuat Perencanaan isi untuk setiap penerbitan</li> <li>4. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan dan foto</li> <li>5. Mengkoordinasi kerja para redaktur atau penanggung jawab rubrik/deskripsi</li> <li>6. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian <i>setting</i> atau <i>layout</i> ke percetakan</li> <li>7. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian <i>setting</i> atau <i>layout</i> ke percetakan</li> <li>8. Mewakili pemimpin redaksi dalam berbagai acara baik ditugaskan atau acara mendadak</li> <li>9. Mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan sumber-sumber berita</li> <li>10. Mengedit naskah, data, judul, foto, para redaktur</li> </ol>
4.	Pemasaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan <i>trend</i> pasar dan sumber daya perusahaan.</li> <li>2. Merencanakan <i>marketing research</i> yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing</li> <li>3. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar</li> </ol>

		<p>4. Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan <i>order</i></p> <p>5. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemmasaran</p> <p>6. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.</p>
5.	Iklan	<p>1. Mencari iklan untuk dicantumkan ke kolom surat kabar</p> <p>2. Membuat Desain untuk iklan-iklan tersebut</p>
6.	Wartawan	<p>1. Mencari berita/meliput, membuat, menyusun berita untuk dikirim ke redaksi yang di dapat di lapangan</p> <p>2. Jam kerja wartawan 24 am sehari</p> <p>3. Mencari berita orang ternama atau orang yang sifatnya digemari publik</p> <p>4. Mencari dan melaporkan semua peristiwa penting dalam kancah opinium publik adalah tanggung jawab profesional wartawan</p> <p>5. Harus mendapatkan berita yang benar dari semua pihak yang terliibat</p>

### 2.5.2 Data Karyawan

Data Karyawan PT. Jombang Intermediapers (Jawa Pos Radar Jombang) dapat dilihat pada Tabel 2.2

**Tabel 2.2**  
**Data Karyawan**

<b>NO</b>	<b>DEVISI</b>	<b>NAMA</b>
1.	General Manajer	M. Nur Kholis
2.	Redaktur	Binti Rohmatin
3.	Iklan	1. M. Ali Syaifuddin 2. Sulton Arif
4.	Pemasaran	1. Moch. Faisol 2. Rojiful Mamduh
5.	Keuangan	Emma Yulianti
6.	Traffic Order	Devy Arintika
7.	Kasir	Eka Purwanti
8.	Layout	1. Arif Hikmawan 2. Achmad Rizal Afandi
9.	Wartawan	1. Ainul Hafidz 2. M. Nasikhudin 3. Anggi Fridianto 4. Ricky Van Zuma 5. Wenny Rosalia 6. Azmy Endiyono Z

		7. Acmad Riza Wadullah 8. Mardiansyah Triraharjo
--	--	---

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG**

#### **3.1. Pelaksanaan kerja yang dilakukan di tempat magang**

Sistem kerja Jawa pos Radar Jombang meliputi lima devisi:

##### **1. Redaksi**

Redaksi terbagi menjadi wartawan, wartawan bertugas mencari berita setiap waktu dan mendatangi narasumber untuk mendata kejadian, setelah itu di waktu sore wartawan sudah mulai bertugas lain yaitu, menulis berita sebelum masuk di redaktur. Redaktur mempunyai tugas untuk mengedit berita, hal ini bertujuan menghindari kesalahan sebelum masuk layout. Layout bertugas memploting berita sebelum dikirim di percetakan.

##### **2. Iklan**

Iklan dibagi yang pertama Biro yang bertugas sebagai pemasang iklan, setelah itu biro menghubungi AE (Account Executive) yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan iklan sebelum masuk TO. TO (*Traffic Order*) mempunyai tujuan mengimput data pemuatandan merupakan pegangan layout. Layout memploting iklan dengan koordinasi ke bagian AE sebelum masuk ke percetakan.

##### **3. Pemasaran**

Pemasaran di Radar Jombang adalah pemasaran koran dibagi menjadi enam bagian: yang pertama Loper dan pedagang mendata jumlah pemesanan koran sebelum mengkonfirmasi ke sub agen. Sub agen menerima konfirmasi untuk diteruskan ke bagian agen sebagai hasil total pemesanan koran. Agen mengkonfirmasi ke bagian Marketing Koran. Marketing Koran menerima informasi untuk mendata jumlah keseluruhan pemesanan koran untuk produksi dan percetakan.

#### 4. Keuangan

Keuangan disini bertugas sebagai mengatur keuangan perusahaan , menentukan dan menghitung pajak dan juga mengatur uang tunjangan. Keuangan juga mengatur gaji karyawan dari pertimbangan absensi.

#### 5. Pracetak (Layout dan Grafis)

Terima file dari redaktur dan bagian AE. File diterima untuk kemudian dibuatkan halaman dan desain untuk dikirim ke percetakan.

Pada saat magang kita lebih di fokuskan kepada bagian pemasaran dengan aktivitas yang di landasi strategi pemasaran diantaranya sebagai berikut

1. Melakukan survey data pelanggan sekabupaten jombang , guna meninjau ulang apakah mengalami penurunan atau justru sebaliknya yaitu mengalami kenaikan dalam jumlah pemesanan, yang nantinya akan di Input ke dalam data perusahaan
2. Memasarkan ataupun mempromsikan Koran sebagai media Informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, sekaligus memperkecil berita HOAX yang detirma para warga atau masyarakat pada khususnya yang bersumber dari berita mulut – ke mulut atau berita burung yang belum tentu kebenarannya.
3. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat bahwa Infrmasi media cetak ( Koran ) bias juga diperuntukkan pemasang iklan, bagi para pemasang iklan yang Ingin mempromsikan ataupun Ingin lebih di kenal banyak kalangan hasil dari produksi baarang aataupun jasa yang mereka milki
4. Membantu persiapan dan kesiapan di dalam event “penyerahan penghargaan pemenang try out sekabupaten jombang seperti:
  - a) Membantu mempersiapkan sarana dan prasarana dalam acara tersebut
  - b) Mengantarkan surat pemberitahuan pemenang try out ke berbagai sekolah para pemenang

- c) Ikut serta membantu dalam penyerahan hadiah bagi para pemenang yang diberikan langsung oleh ibu bupati jombang kepada para peamenang

### **3.2 Aspek kajian yang terdapat di objek KKM**

Aspek kajian yang terddapat di objek KKM adalah sebagai berikut :

#### **3.2.1 Strategi Pemasaran**

Untuk mentransformasikan strategi pemasaran menjadi progam pemasaran, manajer pemasaran harus membuat keputusan mendasar dalam hal pengeluaran pemasaran, alat pemasaran (*marketing mix*) dan alokasi pemasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2005:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Menurut *America Marketing Association* (AMA) yang dikutip Kotler dan Keller (2009:5) pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian untuk mennciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengola hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Tujuan Pemasaran menurut Peter Ducker yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009:6) adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhan sehingga terjual sendiri, sedangkan tujuan kunci pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009:21) adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang dan organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan aktivitas pemasaran tersebut.

### **3.3. Kendala Yang dihadapi Di Radar Jombang**

Masalah yang ada di Radar Jombang saat ini adalah

1. kurangnya minat baca di generasi milenial sekarang ini yang berdampak pada penurunan penjualan koran.
2. Masalah yang lain adalah semakin sedikit generasi penerus loper koran, sedangkan loper adalah orang yang memasarkan koran dan sebagai pengantar kerumah-rumah maupun instansi yang sudah berlangganan. Begitu juga adanya agen-agen yang nakal seperti masalah penunggakan pembayaran koran.

### **3.4. Cara Mengatasi kendala Yang ada di Radar Jombang**

1. Menumbuhkan minat baca dengan cara mengadakan event-event try out di sekolah di Jombang. Membuat situs web yang bisa dilihat [www.radarjombang.jawapos.com](http://www.radarjombang.jawapos.com)
2. Adanya pemantauan terus-menerus yang dilakukan Radar Jombang keagen-agen di Jombang.

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan 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 Strategy Pemasaran. Strategy Pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjualkan produknya

#### **4.2 Saran**

##### **Bagi PT. Jombang Intermediapers (Radar Jombang)**

Melihat semakin banyaknya pesaing dunia usaha yang bergerak dalam bidang media cetak diharapkan untuk PT. Jombang Intermediapers (Radar Jombang) tetap mempertahankan strategy pemasaran karena menurut kami strategy ini wajib digunakan dalam setiap inovasi pada pengeluaran produk baru. Karena strategy bauran pemasaran ini sangatlah penting dan sangat berkontribusi dalam target penjualan.

## Daftar Pustaka

Assael, & Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action. Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga*

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI->

[MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHDALAM.pdf](#)

<http://digilib.uin->

[suka.ac.id/814/1/BAB%20I%2C%20iV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf](http://suka.ac.id/814/1/BAB%20I%2C%20iV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf)

Lampiran 1. Daftar Kegiatan Mahasiswa

**FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA**

Nama :

1. Desy Rasmiati Putri 1561068
2. Muchamad Fajar Bahari 1561023
3. Imanu Ragil Triwibosono 1561161

Program Studi : Manajemen Pemasaran A/2015

Tempat KKM : Radar Jombang

Bagian/Bidang : Pemasaran Koran dan Iklan

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
I	04-03-2019	<ul style="list-style-type: none"><li>● Pengenalan Karyawan</li><li>● Arsip Koran harian di rak koran</li></ul>	
	05-03-2019	<ul style="list-style-type: none"><li>● Arsip koran harian di rak koran</li><li>● Membantu persiapan event pembagian hadiah Try Out Jawa Pos Radar Jombang</li><li>● Menyebar undangan pemenang try out</li></ul>	
	06-03-2019	<ul style="list-style-type: none"><li>● Arsip Koran di rak harian koran</li><li>● Menyebar undangan pemenang try out</li></ul>	

	15-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
III	16-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
	18-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
	19-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
	20-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Ikut penarikan uang langganan koran dan iklan ke sekolah MAN 4 Jombang</li> </ul>	
	21-03-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
IV	22-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
	23-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	
	25-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	

	26-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	27-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	28-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Mengawasi proses penurunan koran dari Surabaya</li> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> </ul>	f
V	29-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	30-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	31-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	01-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	02-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	03-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran</li> </ul>	f
	04-04-2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Arsip koran harian di rak koran</li> <li>● Survei data langganan koran dan perpisahan</li> </ul>	f

Jombang, 15 April 2019  
Pendamping lapangan,



Muchamad Faisol

Lampiran 2. Daftar Hadir Kegiatan

DATA KEHADIRAN KULIAH KERJA LAPANGAN (KKL) MAHASISWA STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG  
TAHUN 2019

NAMA	04/03/19	05/03/19	06/03/19	07/03/19	08/03/19	09/03/19	10/03/19	11/03/19	12/03/19	13/03/19	14/03/19	15/03/19	16/03/19	17/03/19	18/03/19	19/03/19
M. Fajar Bahari																
Imanu Raggi																
Desy Rasmia																
NAMA	20/03/19	21/03/19	22/03/19	23/03/19	24/03/19	25/03/19	26/03/19	27/03/19	28/03/19	29/03/19	30/03/19	31/03/19	01/04/19	02/04/19	03/04/19	04/04/19
M. Fajar Bahari																
Imanu Raggi																
Desy Rasmia																

Jombang,  
04 April 2019  
MOCH FAISOL

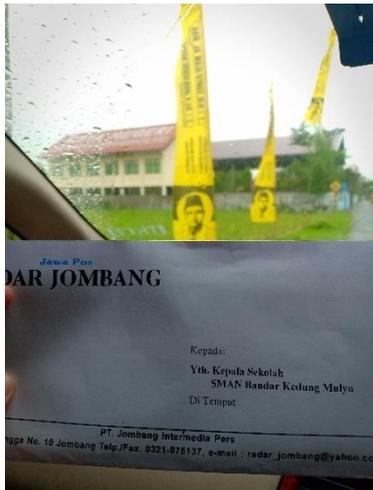
### Lampiran 3. Daftar Gambar Kegiatan



Penutupan magang Di Radar Jombang



Acara pemenang try Out



**Mengantarkan undangan ke sekolah-sekolah**

SURVEI DATA PELANGGAN Jawa Pos RADAR JOMBANG  
KECAMATAN : GUNDO

NO	INSTANSI	LANGGANAN	LOPER / AGEN	KET
1	KORANIL KECAMATAN			
2	KORANIL			
3	POLSEK			
4	KUA			
5	SMPN 1 GUNDO	3		
6	SMPN 2 GUNDO	1		
7	SMPN 3 GUNDO	1		

SURVEI DATA PELANGGAN Jawa Pos RADAR JOMBANG  
KECAMATAN : KUDUS

NO	INSTANSI	LANGGANAN	LOPER / AGEN	KET
1	KORANIL KECAMATAN			
2	KORANIL			
3	POLSEK			
4	KUA			
5	SMPN 2 KUDUS	3		

SURVEI DATA PELANGGAN Jawa Pos RADAR JOMBANG  
KECAMATAN : MEDALUH

NO	INSTANSI	LANGGANAN	LOPER / AGEN	KET
1	KORANIL KECAMATAN			
2	KORANIL			
3	POLSEK			
4	KUA			
5	MTCN MEDALUH			
6	SMPN 1 MEDALUH	2	KORANIL P. WIKO	
7	SMPN 2 MEDALUH	2	KORANIL	
8	DESA - DESA			

SURVEI DATA PELANGGAN Jawa Pos RADAR JOMBANG  
KECAMATAN : JOMBANG

NO	INSTANSI	LANGGANAN	LOPER / AGEN	KET
1	Korban Kecamatan	1		
2	KORANIL			
3	POLSEK			
4	KUA	0		
5	SMP N 1 JOMBANG			
6	SMP N 2 JOMBANG	1		
7	SMP N 3 JOMBANG			
8	SMA N 3 JOMBANG	2		supper
9	SMA N 2 JOMBANG	2		
10	SMA N 1 JOMBANG	1		
11	SMA N 2 JOMBANG			
12	SMA N 3 JOMBANG	2		
13	MASU 1 JOMBANG	2		
14	POLSEK	1		P. Tama
15	KPU (Kantor Pemilihan Umum)	1		
16	Dinas Perencanaan Daerah	3		
17	Dinas	1		
18	Dinaskep	2		
19	Dinasop Lim	1		
20	Dinas Pengendalian Perindustri	1		
21	Dinas	2		
22	BKSD Dikelat	2		
23	Dinas ketahanan Pangan (DTP)	1		
24	Satpol PP	1		
25	Reklam	1		
26	Dinasagresia	1		
27	Dikbud	2		
28	Dinas Perindustrian & catanampil	1		
29	Dinas Perikanan	1		
30	Dinas Lingkungan Hidup	1		
31	PUPP	1		
32	Dishub	1		
33	Bapenda	1		
34	Dinas Perpustakaan dan Kearsifan	1		
35	Bulan penanggulangan (BBP)	1		
36				

**Survei lapangan data langganan koran**







# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI - AKUNTANSI - AKREDITASI (B)

PROGRAM STUDI - MANAJEMEN - AKREDITASI (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 : Imanu Paqil : *TRUWIBOWO*  
 NIM : *156461*  
 Program Studi : *Manajemen Pemasaran A. 2015*  
 Tempat Magang : *PADAR JOMBANG*  
 Alamat Tempat Magang : *Jln. Airlangga No. 10. Wersah Jombang*  
 Bagian/Bidang : *Pemasaran Poran*

No.	Aspek Yang Dinilai	Sangat kurang (<40)	Kurang (40-54)	Cukup (55-64)	Baik (65-79)	Sangat baik (≥80)
1.	Disiplin kerja				70	
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja					80
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja				75	
4.	Kreativitas dan ketrampilan				75	
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan					95
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja					95
7.	Kemampuan berkomunikasi					80
8.	Produktivitas kerja*					

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

.....  
 .....  
 .....

JOMBANG ..... 09 APRIL 2019

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*,



*(MOCH FAISOL)*

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



## SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI - AKUNTANSI - AKREDITASI (B)

PROGRAM STUDI - MANAJEMEN - AKREDITASI (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 : Desy Falmiati Putri  
NIM : 1561068  
Program Studi : Manajemen Pemasaran A. 2015  
Tempat Magang : PADAP JOMBANG  
Alamat Tempat Magang : Jln. Airlangga No. 10 Wersah Jombang

Bagian/Bidang : Pemasaran Foran .

No.	Aspek Yang Dinilai	Sangat kurang (<40)	Kurang (40-54)	Cukup (55-64)	Baik (65-79)	Sangat baik (≥80)
1.	Disiplin kerja				65	
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja					80
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja				75	
4.	Kreativitas dan ketrampilan				75	
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan					90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja					90
7.	Kemampuan berkomunikasi					85
8.	Produktivitas kerja*					

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

.....  
.....  
.....

JOMBANG, 04 - APRIL - 2019

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*,



( MOCH FAISOL )

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



# SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI - AKUNTANSI - AKREDITASI (B)  
PROGRAM STUDI - MANAJEMEN - AKREDITASI (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 : Muchamad Fajar Bahari  
NIM : 1561023  
Program Studi : Manajemen Pemasaran A. 2015.  
Tempat Magang : PADAP JOMBANG  
Alamat Tempat Magang : Jln. Airlangga No. 10. Wersah Jombang.  
Bagian/Bidang : Pemasaran koran.

No.	Aspek Yang Dinilai	Sangat kurang (<40)	Kurang (40-54)	Cukup (55-64)	Baik (65-79)	Sangat baik (≥80)
1.	Disiplin kerja				65	
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja					80
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja				75	
4.	Kreativitas dan ketrampilan				75	
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan					90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja					90
7.	Kemampuan berkomunikasi					90
8.	Produktivitas kerja*					

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka

\*Peserta magang menghasilkan produk/ karya

Catatan:

.....  
.....  
.....

JOMBANG, 04-APRIL-2019

Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai\*\*,



( MOCH FAISOL )