

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan (*Hidayatullah,2015*).

Dalam pemasaran, sebelum melakukan berbagai macam promosi atau pendekatan pemasaran lainnya, perusahaan harus terlebih dahulu membidik pasar atau segmen secara jelas. Sebagian besar kegagalan usaha yang terjadi disebabkan oleh gagalnya perusahaan membidik pasar yang dituju dan bagaimana potensinya. Dengan banyaknya jumlah konsumen dan keanekaragaman keinginan pembelian menyebabkan perusahaan tidak dapat memasuki semua segmen pasar, perusahaan harus dapat mengidentifikasi segmen pasar yang paling efektif, yaitu dengan melakukan penelitian segmentasi (*Hidayatullah,2015*).

Menurut Kotler (2008) strategi pemasaran harus dibangun berdasarkan tiga langkah utama dalam pemasaran bersasaran yaitu STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Proses ini merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen yang tujuan akhirnya adalah kepuasan konsumen.

Dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan dan agen dalam mendapatkan Koran Jawa Pos, yaitu dengan menyuplai atau mendistribusikan Koran Jawa Pos sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pelaksanaan strategi pemasaran agar target yang telah ditetapkan dapat tercapai, digunakan dalam menghadapi persaingan serta mempertahankan pelanggan. Tujuan utama perusahaan baik yang bergerak dibidang media cetak maupun media telekomunikasi adalah untuk memperoleh keuntungan. Agar tujuan tersebut

dapat tercapai, maka Jawa Pos harus mampu memahami segmen pasar dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan pasar yang dilayani. Melalui segmen pasar, pihak perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Segmentasi pada suatu perusahaan bertujuan untuk mengetahui pasar dan pelanggan yang akan dituju untuk memasarkan produknya, dalam hal ini yaitu PT Jawa Pos Koran untuk memasarkan korannya. Sehingga perusahaan perlu menentukan pasar dan pelanggan yang terdiri dari berbagai aspek dengan cara dikelompokkan sesuai dengan segmen dan kebutuhan masing-masing. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis mengambil judul penelitian yaitu **“Pemetaan Segmentasi PT Jawa Pos Koran dengan Basis Demografi dan Geografi”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana pemetaan segmentasi pada PT Jawa Pos Surabaya berdasarkan pendekatan Demografi dan Geografi ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui pemetaan segmentasi terhadap aktivitas pemasaran serta segmentasi pasar dan pelanggan PT Jawa Pos Koran dalam memasarkan Koran Jawa Pos.

## **1.3 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penulisan penelitian ini adalah :

### **1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa**

Dapat menerapkan ilmu pemasaran yang telah dipelajari sekaligus menambah wawasan Segmentasi pemasaran yang efektif dan efisien.

### **1.3.2 Manfaat Bagi Perusahaan**

1. Sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan di dalam menerapkan segmentasi atas pemasaran yang baik pada perusahaan untuk pengambilan keputusan.
2. Mendapat solusi dari permasalahan yang dihadapi perusahaannya dengan mengetahui segmen pasar yang akan disasar.

### **1.3.3 Manfaat Bagi Fakultas dan Universitas Airlangga**

Sebagai tambahan literatur yang dapat bermanfaat bagi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Airlangga.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dan Penulisan Tugas Akhir

Tabel 1.1  
**Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dan Penulisan Tugas Akhir**

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan ijin lokasi PKL																				
2	Pelaksanaan PKL																				
3	Penentuan Topik TA																				
4	Penentuan dosen pembimbing																				
5	Konsultasi penyusunan TA																				
6	Penyusunan TA																				
7	Pengujian TA																				