

Abstract

The purpose of this research is to analyze whether the marketing mix increase the organization effectiveness in PT Jawa Pos. To make it depth and more focus, this research stress on four variable in marketing mix. Those are product, price, distribution, and promotion.

this research used Yin theory to analyze the phenomenon which is our main study. A lot of data is used to make it more valid. Data can be collected from interview, file, document or direct observation.

This research uses research propotions and compare them with chronological event which is our research fokus. So we can evaluate from the changing in marketing mix which have been done.

Briefly, the result is as follows:

1. the organization environment which make PT Jawa Pos performance worse, makes PT Jawa Pos must change all element in the marketing mix. The purpose of this is to minimize the business uncertainty.
2. the changing marketing mix proses in PT Jawa Pos have involved the decision makers. This factor is very important to give more succes probability according to the initial planning.
3. those strategy is done by having more formal and informal meeting. PT Jawa Pos choose participative and persuasive method. This approach is chosen so that labors can be accomodated and minimize conflict between labor and company.
4. Th changing process involved all elements of marketing mix. Those are product, price, distribution and promotion. This have been done with cooperation between other department in the company. With this cooperation the effectivity can be achieved.

Abstraksi

Penelitian ini untuk menganalisis apakah perubahan bauran pemasaran mampu meningkatkan efektifitas organisasi di PT Jawa Pos. Agar lebih terfokus dan mendalam, maka penelitian ini ditekankan semua unsur bauran pemasaran yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

Dalam penelitian ini, digunakan metode studi kasus eksploratoris yang mendasarkan pada teori Yin. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis fenomena yang dijadikan fokus penelitian. Agar hasil penelitian lebih valid, diperlukan banyak sumber bukti. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat secara langsung melacak ke berbagai sumber bukti seperti wawancara, arsip, dokumen maupun dilakukan observasi secara langsung.

Dalam penelitian ini digunakan proposisi penelitian untuk dikomparasikan dengan kronologi peristiwa yang sedang menjadi fokus penelitian. Dengan cara mengkomparasikan antara proposisi dengan peristiwa kronologis yang terjadi di dalam perusahaan, maka dapat diperoleh suatu hasil evaluasi, dari proses perubahan bauran pemasaran yang telah dilakukan.

Secara ringkas, hasil penelitian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tekanan lingkungan organisasi yang mengakibatkan penurunan prestasi organisasi secara terus menerus mengharuskan PT Jawa Pos melakukan perubahan bauran pemasaran yang meliputi semua unsur dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Dengan melakukan perubahan tersebut PT Jawa Pos sedang berusaha meminimalisasi ketidakpastian usaha.
2. Proses perubahan bauran pemasaran pada PT Jawa Pos telah melibatkan unsur-unsur dominan dalam perusahaan sebagai agen dan pelaksana perubahan. Pelibatan unsur dominan dalam perusahaan sangat penting untuk bisa memberikan kemungkinan keberhasilan proses perubahan yang diperlukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Pelibatan unsur-unsur dalam PT Jawa Pos dilakukan melalui sosialisasi yang intensif sehingga perubahan bauran pemasaran dapat terlaksana secara terencana, terarah sesuai dengan target yang ditetapkan.
3. Implementasi perubahan bauran pemasaran dilakukan dengan cara memperbanyak menggunakan forum resmi baik berupa rapat resmi perusahaan maupun forum-forum lain yang dibentuk untuk sosialisasi dan menampung berbagai pendapat dari karyawan manajemen maupun operasional. Di sini PT Jawa Pos lebih menempuh cara partisipatif dan persuasif. Pendekatan yang ditempuh PT Jawa Pos ini menjadikan proses perubahan bauran pemasaran menjadi berjalan sejalan dengan kondisi dan kultur karyawan PT Jawa Pos. Hal tersebut menjadikan tingkat konflik dapat dibatasi.
4. Proses perubahan bauran pemasaran PT Jawa Pos telah dilakukan secara tepat dengan melibatkan semua elemen-elemen bauran pemasaran, yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Perubahan itu dilakukan dengan kerjasama yang sinergis antar departemen/divisi dalam perusahaan penerbitan pers. Dengan kerja sama yang sinergis antar departemen/divisi, efektifitas PT Jawa Pos bisa dicapai.