

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya memerlukan suatu upaya pemasaran agar masyarakat tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan sehingga menjadi konsumen. Pemasaran sendiri merupakan suatu proses untuk mengenalkan dan mempengaruhi calon konsumen agar mereka yang menginginkan dan memerlukan produk atau jasa tersebut dapat terpenuhi sehingga menjadi konsumen tetap dan menambah konsumen baru.

Menurut Darmanto dan Wardaya (2016:7), Perusahaan pemasaran terkemuka berusaha lebih jauh mempelajari dan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggannya. Pemahaman ini membantu mereka merancang penawaran pasar yang memuaskan keinginan dan membangun beban nilai hubungan pelanggan yang dapat dipakai untuk menangkap nilai seumur hidup pelanggan dan pangsa pelanggan yang lebih besar. Hal inilah yang membuat pemasaran itu sangat penting dalam sebuah usaha bisnis, karena sebuah strategi pemasaran yang baik akan menjadi penentu keberhasilan suatu bisnis atau tidak dan pemasaran pula yang dapat menentukan panjang atau pendeknya umur dari bisnis tersebut.

Unsur utama proses pemasaran adalah adanya strategi dan rencana pemasaran yang mendalam dan kreatif yang dapat memandu kegiatan pemasaran. Perusahaan harus tetap berpegang pada strategi, tetapi juga harus menemukan cara baru untuk terus mengembangkannya. Sebuah tim pemasaran harus memperhatikan pengaruh perkembangan zaman terhadap bisnis yang dijalankannya dan juga diperlukan adanya membuat strategi untuk mengikuti perkembangan zaman. Salah satu strategi yang diterapkan adalah *marketing mix*. *Marketing Mix* adalah sekumpulan variabel pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar target penjualan yang diinginkan (Saleh dan Said, 2019).

Menurut Saleh dan Said (2019), strategi pemasaran dianggap penting karena merupakan salah satu cara bagaimana memuaskan kebutuhan konsumen. Jika dalam pemasaran memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang memiliki nilai jual dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah. Selain itu, lingkungan pemasaran juga mempengaruhi tingkat keberhasilan memasarkan produk, dimana lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan tugas (perusahaan, pemasok, distributor, dealer, dan konsumen sasaran) dan lingkungan demografis (lingkungan berteknologi).

PT Jawa Pos Koran merupakan salah satu perusahaan ternama yang mampu mempertahankan eksistensinya dalam kemajuan teknologi sampai saat ini. PT Jawa Pos Koran adalah perusahaan koran tertua di Jawa Timur yang didirikan pada 1 Juli 1942 berpusat di Surabaya dan masih beroperasi sampai saat ini. PT Jawa Pos Koran menjadi perusahaan Koran terbesar di Indonesia yang memiliki oplah terbesar dan sirkulasi rata-rata 820.000 per hari. Dengan begitu, Jawa Pos dapat memenuhi kebutuhan para pelanggannya yang haus akan informasi setiap harinya. Jawa Pos menjadi perusahaan koran yang memiliki pembaca terbanyak dibanding dengan pesaingnya, dan dominan pembacanya adalah di Surabaya.

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi di era digital atau 4.0 ini, tentunya menimbulkan pesaing baru bagi PT Jawa Pos Koran yaitu kemajuan teknologi itu sendiri. Dengan adanya kemajuan teknologi ini tentunya masyarakat akan semakin mudah mendapatkan informasi dan berita yang dibutuhkan melalui media sosial dan media online. Media Online menjadi pesaing baru perusahaan penyedia informasi ini karena di media online selalu memberikan berita dan informasi terbaru yang lebih cepat dan mudah untuk mengaksesnya. Mengikuti perkembangan teknologi pada saat ini PT Jawa Pos Koran mulai memasuki bisnis digital pada 2014 dengan menghadirkan JawaPos.com dan beberapa waktu yang lalu juga telah menghadirkan salah satu inovasi terbarunya yaitu Koran digital atau biasa disebut E-Paper.

Dengan diterbitkannya E-Paper tersebut tentunya perusahaan perlu merancang strategi untuk memasarkan produknya. Dari uraian tersebut, penulis

tertarik untuk mengetahui bagaimanakan strategi pemasaran PT Jawa Pos Koran untuk mempertahankan eksistensinya selama 70 tahun berdirinya ini dengan melakukan penelitian dari pemasaran produk barunya berupa E-Paper. Berdasarkan latar belakang diatas, maka judul untuk penulisan Tugas Akhir ini adalah “Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan di Era 4.0”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan dari penulisan tugas akhir ini adalah “Bagaimanakah Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan Di Era 4.0?”

## **1.3 Tujuan Pengamatan**

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui “Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan Di Era 4.0”

## **1.4 Manfaat**

Manfaat penulisan tugas akhir bagi beberapa pihak adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dampak kemajuan teknologi terhadap kehidupan manusia terutama dalam bidang Bisnis
2. Dapat mempererat silaturahmi antara PT Jawa Pos Koran dengan Universitas Airlangga
3. Mahasiswa dapat mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh dalam bangku perkuliahan pada kasus yang mungkin terjadi dalam menghadapi perkembangan teknologi yang semakin pesat.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode Kualitatif Deskriptif. Menurut Yusuf (2014:338) metode pengumpulan data deskriptif kualitatif adalah pengumpulan data lunak (*soft data*) dengan pendekatan kualitatif yang berupa penelitian lapangan (*field research*) data berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah. Metode ini cocok digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini karena fakta-fakta dari kemajuan teknologi

sudah tampak dalam kehidupan sehari-sehari. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Studi Lapangan

Studi Lapangan adalah penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau perusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian. Beberapa cara yang dilakukan adalah:

#### a. Pengamatan

Teknik ini dilakukan karena penulis dapat dengan mudah mengamati perkembangan lingkungan sekitar berdasarkan fakta-fakta yang ada dalam kehidupan.

#### b. Wawancara

Teknik wawancara perlu diadakan untuk mengetahui bagaimanakah Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan Di Era 4.0 yang mana merupakan salah satu hal penting bagi perusahaan untuk men-jangkau pangsa pasarnya agar bisa bertahan di era digital seperti saat ini.

#### c. Kuisioner

Teknik ini digunakan untuk mengetahui tingkat kebutuhan masyarakat akan berita serta informasi lain yang dibutuhkan. Kuisioner ini akan dibagikan kepada beberapa kalangan anak muda diantaranya Mahasiswa, Pelajar SMA/ sederajat, dan Pekerja maupun Pengusaha yang berusia antara 16-43 tahun.

### 2. Studi Kepustakaan

Menurut Indra dan Ika (2019:26) studi kepustakaan adalah suatu survey studi deskriptif yang dilakukan peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topic atau masalah yang akan atau sedang diteliti dengan kepustakaan sebagai sumber utama. Informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari buku-buku ilmiah, laporan penelitian, karangan ilmiah, tesis, disertasi dan lain-lain.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan Tugas Akhir ini dibuat dalam 4 (empat) bab, yaitu:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Menjelaskan alasan pemilihan topik tentang Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan Di Era 4.0. Dalam bab ini terdapat Latar Belakang pemilihan topik, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir ini.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini dijelaskan tentang teori dan definisi yang dibutuhkan untuk lebih memahami pembahasan yang ada dalam penulisan tugas akhir..

### **BAB 3 HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dijelaskan tentang gambaran umum dari PT Jawa Pos Koran dan hasil serta pembahasan dari Strategi Pemasaran Produk E-Paper PT Jawa Pos Koran Untuk Menghadapi Persaingan Di Era 4.0.

### **BAB 4 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan secara singkat serta saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca serta pihak lain yang mungkin membutuhkan.