

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan perusahaan-perusahaan tersebut akan bersaing ketat dengan perusahaan yang mengeluarkan produk yang sejenis. Perusahaan hendaknya menyadari bahwa dengan adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi perusahaan untuk membangun reputasi perusahaan, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi perusahaan tersebut.

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang mengeluarkan produk sejenis dan produk substitusi, maka manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain. Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu juga diperlukan pemasaran yang baik.

Salah satu komponen penting untuk mencapai hal tersebut adalah melalui proses pemasaran yang terpadu dan partisipatif sehingga dalam implementasinya bisa lebih mengakar kuat. serta penerapan manajemen pemasaran dalam suatu perusahaan sangat penting. Adapun definisi manajemen pemasaran menurut Basu Swasta dan Irawan (1990:7) yaitu *“penganalisaan, perencanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memeritahu, mendorong, serta melayani pasar”*

Dengan pemasaran produk yang baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi maka dapat dipastikan perusahaan akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan memerlukan pengetahuan dan perumusan strategi yang tepat. Selanjutnya strategi tersebut akan dilaksanakan dan dikelola secara efektif dan efisien. Untuk melaksanakan strategi tersebut diperlukan adanya keputusan strategis dari manajer. Hal ini akan mendorong perusahaan berlomba untuk menerapkan strategi apa yang paling tepat untuk memasuki dan merebut pasar.

Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula halnya dengan perusahaan Harian Pagi Tribun Jateng salah satu perusahaan yang bergerak dibidang surat kabar, untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produknya mempunyai strategi yang efektif. Sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki atau bahkan dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

Untuk meningkatkan pangsa pasar maka perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing dengan menggunakan metode SWOT, yakni suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar. Hal ini perlu dilakukan oleh perusahaan mengingat bahwa persaingan dengan perusahaan pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama sangat ketat, sehingga perusahaan perlu menyusun strategi yang dapat meningkatkan pangsa pasarnya.

Bertitik tolak dari tinjauan latar belakang masalah dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih judul : “USAHA-USAHA UNTUK MENCAPAI TARGET PASAR (MARKET SHARE) HARIAN PAGI TRIBUN JATENG “.

## **1.2 RuangLingkup**

Ruang lingkup tugas akhir ini adalah untuk melihat strategi pemasaran untuk mencapai target pasar Harian Pagi Tribun Jateng. Adapun pembatasan masalah yang di pilih adalah sebagai berikut :

1. Cara untuk Mengukur Market Share Harian Pagi Tribun Jateng
2. Pemahaman mengapa penting Market Share di suatu Perusahaan yang bergerak di bidang surat kabar
3. Faktor-faktor apabila Market Share tidak di terapkan dalam menjalankan bisnis.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan**

### **1.3.1 Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari disusunnya TugasAkhir (TA)ini antara lain :

1. Mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada surat Kabar Tribun Jateng
2. Mengidentifikasi variabel kualitas layanan manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada surat kabar Tribun Jateng

### **1.3.2 Kegunaan Penulisan**

Kegunaan dari disusunnya Tugas Akhir (TA) ini antara lain :

1. Bagi penulis sebagai syarat lulus Program Diploma III dan untuk membandingkan antara teori dan mekanisme yang di dapatkan di bangku perkuliahan dengan praktek yang ada di Harian Pagi Tribun Jateng, khususnya tentang pencapaian target Pasar .
2. Bagi Harian Pagi Tribun Jateng sebagai informasi instansi atau perusahaan untuk digunakan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan dalam meningkatkan pendapatan.
3. Bagi masyarakat luas Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pembelian.

## **1.4 Cara Pengumpulan Data**

### **1.4.1 Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam melaksanakan penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan interaksi langsung antara pengumpul dan sumber data. Penulis memperoleh data melalui dokumen dari kantor Harian Pagi Tribun Jateng.

Data primer yang di butuhkan antara lain:

Hasil wawancara dari pegawai Harian Pagi Tribun Jateng.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapat dan disimpan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder dalam tugas akhir ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literature, dan bacaan yang berhubungan dengan penulisan tugas akhir.

Data sekunder yang di butukan antara lain :

1. Company profile tribun jateng
2. Foto kegiatan yang dilakukan.

### **1.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Adapun metode pengumpulan yang dilakukan penulis untuk mendapatkan data dan bahan yang dibutuhkan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan merupakan sebuah proses mencari berbagai literatur, hasil kerja kajian atau studi yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan agar dapat memperoleh

data melalui referensi yang berisikan tentang All Tribun Media Readership dan Media Kit Harian Pagi Tribun Jateng.

## 2. Wawancara

Wawancara personal adalah komunikasi langsung dimana pewawancara berada dalam situasi bertatap muka dan melakukan proses Tanya jawab secara langsung dengan responden. Wawancara dapat dilakukan dengan salah satu staf *Account Advertising* di Harian Pagi Tribun Jateng.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman mengenai apa yang disampaikan oleh penulis dalam Tugas Akhir ini, maka perlu disampaikan sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi Latar Belakang, Ruang Lingkup Penulisan, Tujuan dan Kegunaan Penulisan, Cara Pengumpulan Data, dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II GAMBARAN UMUM KANTOR HARIAN PAGI TRIBUN JATENG**

Berisi Sejarah Harian Pagi Tribun Jateng , Visi Misi Harian Pagi Tribun Jateng, Logo Perusahaan ,Struktur Harian Pagi Tribu Jateng.

#### **BAB III USAHA-USAHA UNTUK MENCAPAI TARGET PASAR (MARKET SHARE) HARIAN PAGI TRIBUN JATENG**

Berisi tentang Tinjauan Teori,Pengertian Market Share,Tujuan Market Share,Cara Menghitung Market Share,Fungsi Market Share,Faktor-Faktor Untuk Meningkatkan Market Share,Cara Meningkatkan Market Share,Alasan Meningkatkan Market Share,Jenis-Jenis Market

Share, Usaha-Usaha untuk Mencapai Target Pasar (Market Share) Harian Pagi Tribun Jateng, Kegiatan Komunikasi Pemasaran Kepada Pengiklan, Prosedur Penyusunan Market Share oleh Marketing Support.

#### **BAB IV PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir dari penulisan tugas akhir yang berisikan tentang ringkasan pada bab III yang merupakan pembahasan yang telah ditulis dan kesimpulan yang berkaitan dengan topik yang ditulis.

