



**STRATEGI PEMASARAN KORAN JAWA POS
PADA PT. JEMBER INTERMEDIA PERS
(RADAR JEMBER)**

*(The Marketing Strategic of Jawapos Newspapers
in PT. Jember Intermedia Pers (Radar Jember))*

SKRIPSI

Oleh

Rachmad Hidayat
NIM 060910292059

Pembimbing

Dosen Utama : Dra. Sri Wahyuni, M.Si
Dosen Pendamping : Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

MOTTO

“ Menuntut ilmu merupakan sebuah ibadah yang hukumnya wajib“

“ Tanpa sebuah doa dan kerja keras semua usaha akan menjadi sia-sia”

(Soesilo) Irmin, Menuntut ilmu, 2002

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayahanda (alm) Moch Djupri yang telah memberikan doa dan kasih sayang.
2. Ibunda tercinta Mustikawati yang telah mencurahkan doa, motivasi, dan kasih sayang dalam menuntut ilmu di perguruan tinggi.
3. Adikku Nina dan Pipit yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kakak Lia yang selama ini selalu membantu dan menasehatiku dalam kehidupan sehari-hari.
5. Para Pendidik yang terhormat yang telah membantu proses berfikir sejak usia dini hingga perguruan tinggi.
6. Almater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

PRAKATA

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Sholawat serta salam penulis haturkan pada Rasulullah Muhammad SAW.

Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan tenaga dan fikiran yang tidak ternilai. Untuk itu penulis pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember Prof Dr. Hary Yusawdi, MA. Atas kesempatan yang diberikan kepada penulis menjadi mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Non Reguler Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Ketua Program Studi Ilmu Administasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Drs. Poerwanto, MA.
3. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Dr. Sasongko, MSI.
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Drs. Didik Eko Julianto, M.AB selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu disela-sela kesibukannya yang sangat padat dengan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, pengarahan, dan petunjuk dengan cermat dan teliti dalam penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh dosen-dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Jurusan Ilmu Administrasi.
6. Pimpinan dan para karyawan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. PT. Jember Intermedia Pers (Radar Jember) atas kerjasamanya dalam penelitian tentang Strategi Pemasaran Koran Jawa Pos pada PT. Jember Intermedia Pers.

Jember, Juni 2011

Penulis,

Rachmad Hidayat

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIBINGAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1.PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5

BAB 2.TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	6
2.2 Strategi	7
2.3 Strategi Pemasaran	8

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	17
3.2 Tipe Penelitian	17
3.3 Tahap persiapan	18
3.4 Tahap Pengumpulan Data	21
3.5 Teknik Analisis Data	22
3.6 Teknik pemeriksaan keabsahan Data	25
3.7 Teknik Penarikan Kesimpulan	26
3.8 Interpretasi Data	26

BAB 4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.1 Sejarah perusahaan	29
4.1.2 Lokasi	30
4.1.3 Visi PT. Jember Intermedia Pers	31
4.1.4 Struktur organisasi	31
4.1.5 Uraian Tugas	32
4.1.6 Personalia	35
4.1.7 Koran/ Surat Kabar Radar Jember	37
4.1.8 Kegiatan pemasaran	38
4.1.9 Kebijakan Harga Jual	40
4.1.10 Saluran Distribusi	41
4.1.11 Kegiatan promosi	44

4.1.12 Pesaing-pesaing Usaha	44
4.1.13 Sistem Keuangan	45
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Strategi Pemasaran	46
4.2.2 Alternatif Strategi	54
4.2.3 Interpretasi	58
BAB 5. KESIMPULAN dan SARAN	
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
PEDOMAN WAWANCARA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Data Perbandingan	3
2.1 Perbandingan Penelitian	16
3.1 Matriks SWOT	24
4.1 Jumlah Pegawai	35
4.2 Omzet Penjualan.....	39
4.3 Daftar yang belum menjadi Pelanggan Tetap Koran Jawa Pos	41
4.4 Daftar Toko-toko yang menjual Koran Jawa Pos	42
4.5 Daftar Agen Resmi yang menjadi Mitra Kerja	44
4.6 Data minat baca pelanggan Koran Jawa Pos	49
4.7 Data pelanggan Koran Jawa Pos	50
4.8 Data Peningkatan jumlah penduduk	52
4.9 Matrik Swot	57

DAFTAR GAMBAR

1.1 Struktur Organisasi	32
1.2 Saluran Distribusi	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Daftar Wawancara
2. Foto-foto/ Dokumentasi