

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Dasar Pemikiran Magang

Di era modern ini tidak dapat kita pungkiri perkembangan informasi di Indonesia sangatlah cepat. Hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya informasi yang beredar di media cetak maupun media online, yang sangat mudah untuk di akses. Ada berbagai perusahaan media cetak maupun media online berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam memberikan akses informasi yang tepat, akurat dan juga mudah. Karena pada saat ini kebutuhan akan informasi sangatlah penting bagi masyarakat.

Maka dari itu disini perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat memberikan informasi yang baik dan juga mudah di terima oleh masyarakat, Kotler (2001), definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan dari suatu perusahaan. Dalam hal ini perusahaan biasanya memiliki strategi-strategi pemasaran yang diterapkan untuk menjangkau konsumennya. Salah satu strategi pemasaran yaitu *Marketing Mix*, atau bauran pemasaran 7P yang meliputi, *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi), *Place* (tempat), *People* (partisipan), *Proses* (proses), *Physical Evidence* (Lingkungan fisik). Pemasaran merupakan kegiatan

menyeluruh, terpadu, dan terencana yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai itu kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin mengetahui mengenai penerapan strategi pemasaran yang tepat yang dilakukan oleh PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja), sehingga penulis akan melakukan kegiatan magang di tempat tersebut dan akan menyusun laporan tugas akhir dengan judul **“Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Memperluas Pasar di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja)”**.

1.2 Tujuan Magang

1. Untuk mempelajari strategi pemasaran yang diterapkan PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja) dalam memperluas pasar.
2. Untuk mempelajari strategi pemasaran yang tepat di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja) agar dapat bersaing dengan media cetak lain di Jogja.
3. Untuk mengetahui kendala yang terjadi dalam penerapan strategi pemasaran di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja)

1.3 Target Magang

Keterampilan yang ingin didapat dari pelaksanaan magang di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja) adalah :

1. Mampu menjelaskan strategi pemasaran yang diterapkan PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja).
2. Mampu mengetahui, dan juga menjelaskan strategi pemasaran yang tepat di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja) agar dapat bersaing dengan media cetak lain di Jogja.
3. Mampu memberikan solusi yang tepat untuk dapat menangani kendala yang terjadi dalam penerapan strategi pemasaran di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja).

1.4 Bidang Magang

Bidang magang dilakukan pada bidang pemasaran, khususnya bagian *Event Organizer (EO)* dan juga pada bagian Iklan atau *Account Executive*. Tugas dan wewenang bagian pemasaran yaitu mempelajari dan juga menerapkan strategi yang tepat dalam mempromosikan suatu produk dan mampu mengenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas.

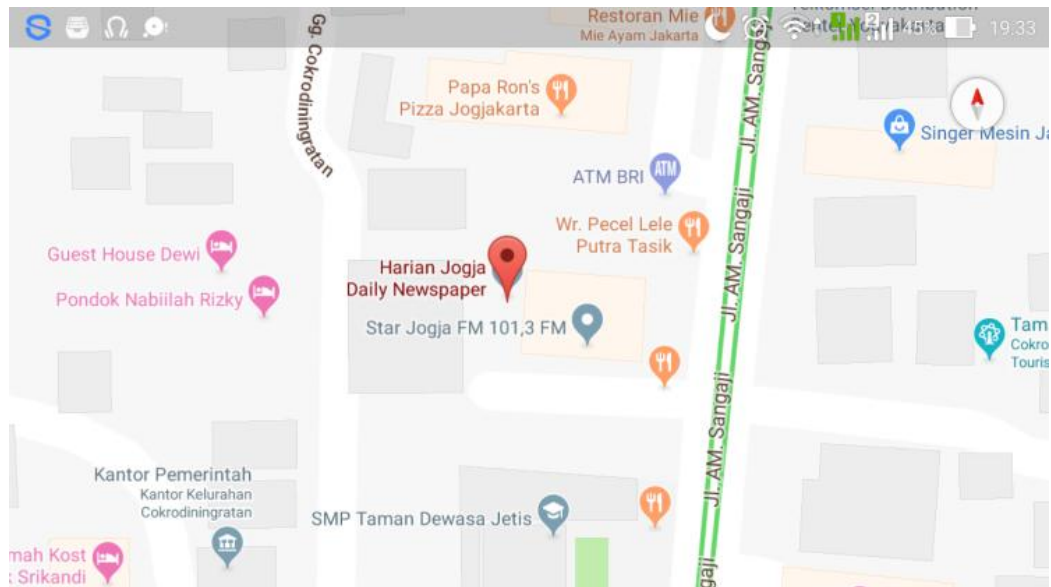
1.5 Lokasi Magang

Kegiatan magang dilaksanakan pada PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja). Berikut ini adalah alamat dan peta lokasi magang pada Gambar 1.

Alamat: Jl. AM Sangaji No.41, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kode pos : 55233

Phone : (0274) 583183



Sumber: Google map, 2019

Gambar 1.1: Peta Lokasi Magang

1.6 Rincian Dan Jadwal Pelaksanaan Magang

Magang dimulai pada tanggal 11 Maret 2019 dan berakhir 12 April 2019. Dijadwalkan 5 (lima) hari kerja dalam satu minggu dan dilaksanakan selama 5 (lima) minggu. Jadwal pelaksanaan magang aktif di hari Senin – Sabtu pukul 08.00 – 16.00. Rincian dan jadwal kegiatan magang dapat dilihat pada Tabel 1.1.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Secara garis besar laporan magang ini dijabarkan dalam 4 empat) bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi ringkasan dari keseluruhan isi laporan magang dan memberikan gambaran mengapa memilih judul Penerapan Strategi Pemasaran yang Tepat di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja). Bab ini juga berisi mengenai dasar pemikiran magang, tujuan magang, target magang, bidang magang, lokasi magang, jadwal magang dan sistematika laporan penulisan magang.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan bab yang berisi dasar-dasar teori yang digunakan dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan kegiatan magang mengenai manajemen hubungan pelanggan, antara lain pengertian pasar, pemasaran, tujuan pemasaran, konsep. Landasan teori ini digunakan sebagai acuan untuk penulisan laporan tugas akhir.

BAB III: ANALISIS DESKRIPTIF

Bab ini merupakan bab yang di dalamnya berisi uraian mengenai pembahasan serta analisis data yang diperoleh selama proses kegiatan pelaksanaan magang. Dalam bab ini membahas gambaran umum PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja). Selain itu, pembahasan akan

difokuskan mengenai manajemen pemasaran dalam bidang promosi di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja).

BAB IV: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian penutup laporan tugas akhir yang menjabarkan mengenai kesimpulan hasil analisis dari bab-bab sebelumnya di PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja), serta saran untuk perkembangan dan kemajuan PT Aksara Dinamika Jogja (Harian Jogja).