

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Seiring perkembangan bisnis media di Indonesia, khususnya surat kabar sangat menarik untuk kita ketahui perkembangannya. Terutama yang berada pada kota-kota besar seperti halnya di Jakarta. Surat kabar merupakan sebuah produk yang sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat. Karena surat kabar dapat mampu memberikan sebuah inspirasi kepada pembacanya. Dengan semakin banyaknya masyarakat Indonesia yang membaca surat kabar, semakin banyak pula perusahaan-perusahaan surat kabar yang bermunculan.

Menurut data Word Association Newspaper (WAN), pada tahun 1997 hanya ada 20 surat kabar nasional. Namun pada tahun 2000, jumlah itu meningkat menjadi 106 surat kabar. Ini menunjukkan adanya penambahan sekitar 86 surat kabar baru. Akan tetapi menurut Word Association Newspaper (WAN), pada tahun 2005 jumlah surat kabar harian secara aktif terbit setiap hari sebanyak 27 Surat Kabar Harian (SKH) yang beredar di nasional. Seperti Kompas, Seputar Indonesia, Media Indonesia, Poskota dan masih banyak lagi merek-merek untuk surat kabar.

Dilihat dari banyaknya perusahaan surat kabar yang ada sekarang ini, maka bisa disimpulkan bahwa masyarakat di Jakarta sekarang ini sangat lah membutuhkan sebuah berita yang mampu membuat pembacanya mendapatkan sebuah inspirasi dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari. Dari banyaknya surat kabar tersebut, pastilah masyarakat Jakarta sangat membutuhkan sebuah surat kabar yang sangat berkualitas. Berkualitas yang dimaksud disini bisa dibagi dalam 2 hal yang pertama ialah berkualitas dalam hal isi berita yang ada didalam surat kabar tersebut dan kualitas dalam hal produk dari surat kabar tersebut. Disini terlebih dahulu penulis akan menjelaskan kualitas dalam isi berita yang ada

didalam surat kabar seperti dalam hal cakupan berita yang sangat luas, berita yang selalu disajikan baru atau *up to date*, sumber berita didapatkan dari orang yang mampu mempertanggung jawabkan isi berita tersebut. Kedua kualitas dalam hal produk mencakup kertas dari surat kabar yang tidak mudah kusam dan tidak mudah lecek, tinta yang dipakai tidak mudah luntur sehingga dapat mengotori tangan dan juga tinta yang dipakai harus lah jelas.

Pada sekarang ini perusahaan Kompas merupakan perusahaan surat kabar yang sangat besar, hal ini dapat dibuktikan dalam Oplah dari surat kabar Kompas sudah mencapai 600.000 eks yang sudah tersebar. Selain Kompas bisa menjadi market leader di Indonesia di karenakan Kompas mampu menghadirkan isi berita yang terkini, independent, kredibel, komprehensif, dapat dijadikan sebagai masukan untuk pengambilan keputusan, edutainment, entertainment dan berusaha nilai informasinya memiliki dampak kepentingan nasional serta selalu berkomitmen hadir pagi di kota kota besar di seluruh Indonesia dengan melalui teknologi cetak jarak jauh.

Pesaing antar perusahaan sejenis dari Kompas ialah koran Tempo, Bisnis Indonesia, Harian Indonesia, dan juga SINDO. Pesaing utama Kompas ialah Koran Sindo (Seputar Indonesia). Dengan kondisi koran SINDO yang masih tergolong surat kabar yang masih baru, koran SINDO berani untuk melakukan promosi secara besar-besaran guna mempromosikan produk mereka kepada konsumen. Hal itu lah yang menyebabkan mengapa koran Sindo ini menjadi pesaing yang sangat dekat sekali dengan surat kabar Kompas.

Pada saat sekarang ini banyak sekali perusahaan yang memproduksi surat kabar, akan tetapi satu hal yang belum diperhatikan oleh seluruh perusahaan surat kabar ialah bagaimana mempertahankan kualitas produk yang akan diproduksi, melakukan pengembangan produk yang ada maupun penggunaan strategi promosi yang baik guna produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Dengan banyaknya perusahaan surat kabar pendatang baru atau pesaing baru yang akan menghadang

Kompas kedepannya, maka perusahaan Kompas akan sulit dalam melakukan pengembangan produk dan melakukan inovasi terbaru, supaya konsumen dapat lebih tertarik pada produk-produk baru yang ditawarkan oleh Kompas. Dengan kurangnya pengembangan produk yang dilakukan oleh Kompas maka akan dipastikan Kompas akan bisa disaingi oleh pendaatang baru maupun oleh surat kabar yang sudah lama terbit seperti Koran Tempo dan surat kabar lainnya.

Pada saat ini kualitas surat kabar Kompas dan kualitas penulisan berita masih menjadi yang terbaik, karena Kompas mempunyai bahan baku untuk membuat surat kabar yang baik, dan mempunyai wartawan-wartawan yang mempunyai intelektual yang tinggi dalam menulis berita-berita yang akan disajikan untuk di baca oleh masyarakat.

Hal yang harus dipertahankan oleh perusahaan Kompas Media Nusantara untuk tetap eksis di persaingan surat kabar ini ialah bagaimana cara perusahaan Kompas melakukan suatu pengembangan terhadap surat kabar Kompas, sehingga surat kabar Kompas menjadi yang lebih unggul dalam menghadapi persaingan terhadap perusahaan-perusahaan surat kabar yang sekarang ini banyak beredar di Jakarta.

Selain dengan pengembangan produk, perusahaan pun harus melakukan promosi agar dapat memberikan keunggulan bersaing, untuk meningkatkan citra merek pada surat kabar Kompas menjadi *Top Of Mind* di masyarakat.

Penelitian ini ingin mengkaji lebih dalam tentang kualitas produk, pengembangan produk, dan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Kompas Media Nusantara, yang mana peneliti ingin mengetahui apakah hal-hal tersebut dapat mempengaruhi peningkatan kinerja dalam perusahaan ini. Sehingga dengan adanya peningkatan kinerja dari perusahaan Kompas, bisa diharapkan bahwa Kompas dapat mampu bertahan dalam kondisi persaingan yang sangat ketat sekarang ini antar perusahaan sejenis yaitu media cetak.

Disini penulis ingin membahas seberapa besar peran kualitas produk, pengembangan produk dan promosi yang dilakukan oleh PT. Kompas Media Nusantara dalam

mempertahankan surat kabar Kompas untuk tetap berada pada posisi ter atas dan juga menjadi *market leader* didalam bidang surat kabar.

Berdasarkan uraian masalah diatas, maka penulis ingin sekali mengangkat topik yang berjudul “ **ANALISIS KUALITAS PRODUK, PENGEMBANGAN PRODUK, DAN PROMOSI DALAM MENGHADAPI KEKUATAN PERSAINGAN PASAR SURAT KABAR PADA PT. K O M P A S MEDIA NUSANTARA ”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam kualitas produk, pengembangan produk dan promosi untuk menghadapi persaingan yang ada sekarang ini, perusahaan menghadapi banyak hambatan, tantangan dan tidak terkecuali dengan para pendaatang baru yang bergerak dalam bidang surat kabar. Berdasarkan permasalahan yang ada maka dirumuskan beberapa identifikasi, diantaranya adalah sebagai berikut :

- Apakah kualitas produk Kompas yang ditawarkan oleh perusahaan dapat berpengaruh dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar?
- Apakah proses pengembangan produk Kompas dapat berpengaruh dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar?
- Apakah promosi yang diterapkan perusahaan dapat berpengaruh dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar?
- Apakah Kualitas produk, Pengembangan produk dan promosi yang dilakukan oleh PT. Kompas dapat berpengaruh dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan Kompas sebagai bentuk keunggulan bersaing dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar.
- Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan Kompas dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar.
- Untuk mengetahui besarnya pengaruh promosi yang diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar.
- Untuk mengetahui besarnya pengaruh Kualitas produk, Pengembangan produk dan Strategy promosi dalam menghadapi persaingan pasar surat kabar.

#### **1.3.2 Manfaat**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna bagi:

##### 1. Penulis

Hasil penelitian yang penulis lakukan dapat menambah kemampuan dan pengetahuan penulisan dalam hal kualitas produk, pengembangan produk, dan promosi. Yang mana tiga hal tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam suatu proses bisnis.

##### 2. Perusahaan

Hasil penelitian yang penulis lakukan ini dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam melakukan peningkatan kualitas produk, pengembangan produk, dan strategi promosi dalam menghadapi para pesaing yang

ada. Dan semoga penelitian ini dapat di gunakan perusahaan dalam menghadapi para pesaing baru dan pesaing lama yang sudah ada sekarang.

### 3. Masyarakat / Pembaca

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan ini dapat berguna bagi konsumen untuk dapat mengetahui hasil yang di dapat dalam melakukan peningkatan kualitas produk, pengembangan produk dan strategi promosi yang lebih tepat dan konsumen dapat menikmati hasil nya.