

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Wawancara

#### A. Wawancara dengan narasumber PT Wahana Semesta Tegal (Radar Tegal)

Nama : Yulia Khoirun Nisa

Jabatan : Administrasi Pemasaran

Tanggal : 11 Mei 2024

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Bagaimana cara untuk membeli atau berlangganan koran di Radar Tegal?

Jawaban:

Jika ingin membeli koran itu bisa melalui pengecer koran, dimana ada dua pengecer dari Radar Tegal. Yang pertama ada di lampu merah gili tugel atau di Jalan Diponegoro, yang kedua ada di alun-alun Tegal, namun pengecer ini hanya tersedia sampai jam 10.00 WIB. Selain itu, konsumen bisa memesan atau berlangganan koran dengan datang langsung ke kantor Radar Tegal.

2. Apakah koran Harian Pagi Radar Tegal dicetak langsung oleh PT Wahana Semesta Tegal?

Jawaban:

Tidak, ada perusahaan percetakan tersendiri yang berada di Dampyak. Setiap subuh koran akan diantarkan ke Kantor Radar Tegal, dimana di kantor sini telah menunggu para agen dan looper koran (pengecer) untuk didistribusikan ke kantor-kantor dan langganan perumahan.

3. Ada berapa jenis pelanggan di Radar Tegal?

Jawaban:

Pelanggan ada 2 jenis, yang dinamakan langganan Agen dan Sharing Program. Langganan Agen lebih condong ke pelanggan perumahan, yang membeli eceran dimana setiap harinya dikirimkan koran. Sedangkan untuk langganan Sharing Program adalah pelanggan yang sudah bekerja sama dengan Radar Tegal, contohnya seperti: instansi pemerintahan, sekolah, maupun rumah sakit.

4. Berapa kira-kira harga untuk membeli atau berlangganan koran di Radar Tegal?

Jawaban:

- Harga eceran: Rp. 4.000,-
- Harga langganan per bulan: Rp. 110.000,- dan bisa juga menyesuaikan jarak (seperti di Bumiayu, Slawi) sehingga menjadi: Rp. 125.000,-

5. Berapa rata-rata eksemplar koran perbulannya yang terjual?

Jawaban:

Sekitar 3.800 eksemplar koran per bulan.

6. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di Radar Tegal untuk meningkatkan penjualan koran?

Jawaban:

Melakukan perjanjian kerja sama Sharing Program dengan sekolah-sekolah dan instansi pemerintahan, yang mana perjanjian tersebut akan saling menguntungkan kedua belah pihak. Biasanya Radar Tegal memberikan

penawaran yang menarik, misalnya dengan: Koran Radar Tegal memberikan kompensasi pelatihan jurnalistik, memberikan liputan setiap bulan tentang sekolah atau instansi tersebut.

7. Tolong jelaskan lebih detail lagi tentang strategi pemasaran tersebut.

Jawaban:

- Analisis dan riset pasar.
- Membangun hubungan baik atau relasi dengan pelanggan, agar terus berlangganan koran di Radar Tegal.
- Memberikan pembinaan kepada agen dan looper koran, agar mendapat tambahan pelanggan.
- Memberikan penawaran yang menarik kepada pelanggan, seperti pelatihan dan liputan bulanan.

## B. Wawancara dengan narasumber PT Wahana Semesta Tegal (Radar Tegal)

Nama : M. Sekhun

Jabatan : General Manager

Tanggal : 11 Mei 2024

Pertanyaan dan Jawaban :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di Radar Tegal untuk meningkatkan penjualan koran?

Jawaban:

Memberikan pendampingan kepada konsumen atau pelanggan, dengan memberikan pelatihan-pelatihan, agar ada ikatan emosional antara Radar Tegal dengan pelanggan.

2. Selama ini, hambatan internal dan eksternal apa saja yang biasanya terjadi dalam penerapan strategi pemasaran koran Harian Pagi Radar Tegal?

Jawaban:

- Hambatan Eksternal: (1) Jangkauan/jarak dan biaya operasional yang tinggi, misalnya dari wilayah cakupan Radar Tegal yang jauh secara distribusi lumayan panjang, sehingga mengakibatkan biaya operasional yang tinggi. (2) Waktu, artinya dimana harapan kami koran bisa terkirim secara merata di pagi hari, tetapi karena jarak yang jauh itu menjadikan koran bisa sampai siang. Tetapi selalu kami usahakan agar koran bisa terdistribusi dan terbaca pada hari itu juga.
- Hambatan Internal: Komunikasi, biasanya terjadi miskomunikasi, namun secara internal dan manajerial pasti bisa terselesaikan dengan baik.

3. Apa saja yang menjadi kelebihan/kekuatan dari strategi pemasaran Harian Pagi Radar Tegal?

Jawaban:

Kelebihan/kekuatan dari koran Radar Tegal adalah memiliki hubungan emosional yang dekat dengan pelanggan, melalui upaya komunikasi, pendampingan, memberikan materi terkait menulis berita, bagaimana membuat artikel yang populer bagi guru, sehingga ada kedekatan yang terjalin.

4. Saat ini kondisi pasar sudah berubah dimana dari koran beralih ke media *online*, bagaimana cara untuk mempertahankan koran cetak menurut bapak?

Jawaban:

- Koran Harian Pagi Radar Tegal adalah koran yang memuat konten lokal, dimana konten lokal tersebut tidak semuanya ada di media sosial.
- Radar Tegal itu sebagai media verifikasi, yaitu media untuk memverifikasi kebenaran. Jika ada informasi di media sosial itu belum tentu benar karena tidak ada yang bertanggung jawab, sedangkan di Radar Tegal sudah melalui verifikasi informasi, proses editing, dan lain-lain sehingga 90% keatas benar / keakuratan informasinya tinggi. Koran itu sebagai media verifikasi informasi, orang itu akan melihat informasi benar atau tidaknya itu setelah membaca di koran.
- Koran itu sebagai media edukatif. Misalnya di Radar Tegal sendiri ada halaman yang namanya Eksis. Halaman tersebut dari awal Radar Tegal berdiri sampai sekarang masih ada. Halaman Eksis tersebut didalamnya

memuat tentang eksistensi siswa, bagaimana ekspresi siswa, aktivitas/kegiatan siswa bisa terakomodir di halaman tersebut.

Hal-hal tersebut merupakan kekuatan koran cetak Radar Tegal yang tidak ada di media online, sehingga sehingga koran itu masih sangat dibutuhkan.

5. Bagaimana peluang bisnis dari koran Harian Pagi Radar Tegal ini?

Jawaban:

Peluangnya masih sangat tinggi, karena kita memiliki mitra yang besar dari dunia pendidikan, dunia pemerintahan, maupun dunia usaha, sehingga kita masih memiliki peluang yang besar. Kita bahkan termasuk 3 besar secara grup, ada sekitar diatas 50 media kita yang menempati nomor 3 se-Indonesia. Dibanding koran-koran lain misalnya Radar Banyumas, Radar Banten, Radar Semarang itu kan skalanya provinsi, tetapi secara operasional lebih besar kita.

6. Apa saja aspirasi yang menjadi harapan di masa yang akan datang?

Jawaban:

Tetap bahwa koran itu sebagai suatu media yang harus dipertahankan. Tetapi apakah nanti akan berwujud koran digital atau yang lain. Karena koran ada nilai edukatif yang harus bisa dipertanggung jawabkan secara riil. Dan koran tidak bisa dibuat secara sembarangan, ada tahapan-tahapan yang harus dilalui.

7. Bagaimana hasil yang ingin dicapai di masa mendatang?

Jawaban:

Kita berharap tetap *survive*. *Survive* itu artinya bahwa penyebaran kita merata, karena Radar Tegal berada di 4 daerah maka agar merata di empat daerah tersebut. Sehingga, informasi yang kita sajikan itu bisa sampai ke pembaca/masyarakat. Ini kita buktikan dengan adanya pelanggan kita dari pemerintahan sampai tingkat desa. Di sekolah sendiri ada program Radar Tegal yang namanya “Koran masuk kelas”. Maka, kedepannya kita optimis akan tetap *survive*, baik secara operasional maupun pemasaran.

8. Apakah koran Harian Pagi Radar Tegal memiliki pesaing?

Jawaban:

Kalau untuk koran lokal tidak ada, karena Radar Tegal adalah koran lokal satu-satunya yang bertahan. Sebenarnya awalnya banyak, tetapi tidak bertahan. Nah ini membuktikan bahwa koran itu tidak hanya dibutuhkan modal besar, tetapi juga manajemen yang baik.

9. Apa *selling point* yang unik dari Radar Tegal?

Jawaban:

Kontennya 90% konten lokal. Dalam berita itu ada istilah rukun iman, dimana salah satunya bahwa kedekatan sangat diperlukan. Orang itu akan membaca informasi yang lebih dekat, misalnya orang Tegal pasti ingin tahu apa yang terjadi di Tegal, Brebes, Pemalang, tidak ingin tahu apa yang terjadi di Sumatera, Lampung, maka ini menjadi kelebihan Radar Tegal yang memuat konten lokal yang banyak.

10. Menurut Bapak, kira-kira dalam 3-5 tahun mendatang, apakah koran cetak akan terus eksis dan mampu bersaing dengan media *online*?

Jawaban:

Kalau saya masih yakin eksis dan bersaing, karena sekarang itu koran cetak masih dibutuhkan sebagai media verifikasi dan edukasi.

11. Strategi apa yang kira-kira dapat meningkatkan penjualan koran cetak kedepannya?

Jawaban:

Strategi pemasarannya adalah dengan kedekatan emosional. Dimana membuka komunikasi dengan semua *stakeholder* yang ada. Komunikasi itu artinya bahwa Radar Tegal siap menjadi media yang memberikan informasi, edukasi, kontrol sosial, dan hiburan, sesuai dengan undang-undang pers.

12. Apakah ada peningkatan pelanggan baru di Radar Tegal atau cenderung hanya pelanggan tetap?

Jawaban:

- Ada pelanggan tetap dan ada juga pelanggan eceran/pelanggan tidak tetap, yang setiap harinya berubah.
- Ada beberapa titik penjualan koran, yang bahkan malah menjadi salah satu birometer kita mengukur bahwa apakah kita dibaca atau tidak. Ternyata hampir 90% lebih itu laku, ini berarti bahwa koran Radar Tegal itu masih sangat di minati.



## Lampiran 2 Dokumentasi










Foto Dokumentasi dengan Staff Administrasi PT Wahana Semesta Tegal



### Lampiran 3 Buku Bimbingan Tugas Akhir

#### KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR




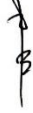






Nama : Lailatul Khairiyah  
 NIM : 21030035  
 Program Studi : D III Akuntansi  
 Judul Tugas Akhir : Optimasi Strategi Pemasaran Melalui Analisis SOAR Pada Media Cetak PT Wahana Semesta Tegal  
 Pembimbing I : Ibu Hesti Widiyanti, S.E., M.Si.

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	18/12 - 2023	Bimbingan Judul TA	
2.	5/1 - 2024	ACC Judul TA	
3.	8/2 - 2024	Bimbingan Proposal - Revisi Latar Belakang - Masalah & tujuan - Penambahan tinjauan pustaka	
4.	5/4 - 2024	Revisi Proposal	
5.	25/4 - 2024	ACC proposal	
6.	5/6 - 2024	Bimbingan TA - Revisi Bab 4	
7.	1/7 - 2024	Revisi TA - Revisi Bab 4	
8.	3/7 - 2024	Revisi TA - Revisi Bab 4 & Saran	
9.	4/7 - 2024	ACC TA	

Catatan: Konsultasi dengan Dosen Pembimbing masing-masing minimal 8 kali bimbingan.

### KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Lailatul Khairiyah  
 NIM : 21030035  
 Program Studi : DIII Akuntansi  
 Judul Tugas Akhir : Optimasi Strategi Pemasaran Melalui  
 Analisis SOAR Pada Media Cetak  
 PT Wahana Semesta Tegal  
 Pembimbing II : Ibu Krisdiyawati, S.E., M.Ak., Ak

No.	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	22/12 - 2023	Konsultasi Judul TA	
2.	8/1 - 2024	Ace Judul TA	
3.	4/4 - 2024	Revisi I : Latar belakang, Kerangka berpikir	
4.	24/4 - 2024	Revisi Proposal : - Latar Belakang - Metode Analisis Data	
5.	30/4 - 2024	Revisi Proposal - Latar Belakang	
6.	3/5 - 2024	Ace proposal	
7.	4/6 - 2024	Bimbingan TA - Revisi Bab 4	
8.	11/6 - 2024	Revisi TA - Revisi Bab 4	
9.	19/6 - 2024	Revisi TA - Revisi Bab 4, Abstrak	
10.	28/6 - 2024	Ace TA	

Catatan: Konsultasi dengan Dosen Pembimbing masing-masing minimal 8 kali bimbingan.