

## Analisis Strategi Efektivitas Pangsa Pasar Surat Kabar Harian Radar Sulteng pada PT. Radar Sulteng

### *Strategy Analysis of the Effectiveness of the Radar Sulteng Daily Newspaper Market Share in PT. Radar Sulteng*

<sup>1</sup>Jeni Chia Lestari\*, <sup>2</sup>Sirajuddin, <sup>3</sup>Sarifuddin  
<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palu  
(\*Email Korespondensi: [jenichialestari@gmail.com](mailto:jenichialestari@gmail.com))

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan : Untuk mengetahui dan menganalisis strategi efektivitas pangsa pasar surat kabar harian Radar Sulawesi Tengah pada PT. Radar Sulteng. Untuk Mengetahui dan menganalisis penerapan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam meningkatkan peluang pangsa pasar koran Harian Radar Sulteng pada PT. Radar Sulawesi Tengah. Dari hasil analisis SWOT menghasilkan nilai  $S < O$  sebesar  $(0,34 < 0,36)$ , untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan membuka lokasi baru karena PT. Radar Sulteng berada dalam kondisi Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten dan pangsa pasar yang besar, Nilai  $W < O$  yaitu sebesar  $(0,30 < 0,36)$ , Strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan menambah jumlah tenaga pemasaran PT. Radar Sulteng dan produk Surat Kabar Harian yang dijualnya diketahui oleh banyak orang dan orang-orang akan tertarik untuk membeli produk Surat Kabar Harian yang dijual PT. Radar Sulteng. Nilai  $S > T$  yaitu  $(0,34 > 0,30)$ , strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan terus meningkatkan kualitas dan Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli pada PT. Radar Sulteng. Nilai  $W = T$  yaitu sebesar  $(0,30 = 0,30)$ , Strategi yang dapat digunakan PT. Radar Sulteng adalah dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi agar konsumen menjadi tahu tentang PT. Radar Sulteng dan produk Surat Kabar Harian yang dijualnya sehingga tertarik untuk membeli.

**Kata Kunci** : Strategi Efektivitas dan Analisis SWOT

#### **Abstract**

*This research aims: to know and analyze the market share effectiveness of Radar Central Sulawesi daily newspaper at PT. Radar Sulteng. To know and analyze the application of SWOT analysis (strengths, weaknesses, opportunities and threats) in increasing the chances of the market share of Radar Sulteng daily newspaper at PT. Radar Sulawesi Tengah. From the results of SWOT analysis generate the value of  $S < O$  ( $0.34 < 0.36$ ), to maximize existing strengths and opportunities, PT. Radar Sulteng's strategy is to open a new location because PT. Radar Sulteng is in the condition of working with the provincial and district governments and large market share, the value  $W < O$  is amounting to  $(0.30 < 0.36)$ , another strategy that can be done is to increase the amount of marketing personnel PT. The Sulteng Radar and daily newspaper products are sold by many people and people will be interested in buying a daily newspaper product that sells PT. Radar Sulteng. The value of  $S > T$  is  $(0.34 > 0.30)$ , a strategy that can be done by PT. Radar Sulteng is to continuously improve the quality and daily newspapers Radar Sulteng set a competitive price so that consumers feel satisfied with the product purchased at PT. Radar Sulteng. The value of  $W = T$  is amounting to  $(0.30 = 0.30)$ , the strategy that can be used by PT. Radar Sulteng is to continuously improve the promotional activities so that consumers know about PT. Radar Sulteng and the products of the daily newspaper that is sold so it is interested to buy.*

**Keywords:** *Effectiveness strategies and SWOT analysis*

## PENDAHULUAN

Perkembangan persaingan surat kabar yang semakin pesat baik melalui media cetak maupun media elektronik, memacu perusahaan untuk mampu berdaya saing dalam menyediakan berita-berita yang aktual, bermutu, harganya lebih murah, informasi lebih cepat, dan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Surat kabar dinilai mampu menyampaikan informasi produk lebih detail yang dapat lebih meningkatkan loyalitas konsumen.

Penyampaian Informasi yang aktual dan cepat sangatlah dibutuhkan bagi kalangan masyarakat baik itu didaerah perkotaan maupun didaerah pedesaan. Untuk informasi yang cepat dan aktual dibutuhkan media guna memudahkan informasi baik itu media elektronik berupa TV, radio, dan internet. Selain itu media cetak berupa koran, majalah, dsb. Kedua media tersebut memiliki fungsi yang sama yaitu menyajikan informasi yang cepat dan aktual kepada masyarakat, namun kedua jenis media tersebut memiliki keunggulan masing-masing yang dapat meningkatkan minat dari para pengguna informasi dalam memilih mana yang lebih baik antara media cetak ataupun media elektronik. Di Sulawesi Tengah terdapat berbagai macam merek surat kabar yang tersebar di berbagai penjuru kota. PT. Radar Sulteng merupakan salah satu dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang media massa. Produk yang dihasilkan dari perusahaan yang telah eksis dari tahun 2001 adalah surat kabar harian Radar Sulteng. Surat kabar harian Radar Sulteng dalam penyebarannya di wilayah Sulawesi Tengah dari 14 (empat belas) Kabupaten dan Kota, dengan penyebarannya bervariasi di tiap Kabupaten mempunyai kesadaran dalam membaca koran harian Radar Sulteng yang cukup kuat dipikiran masyarakat baik aparat sipil negara maupun non aparat sipil negara. Kekuatan merek nama surat kabar harian Radar Sulteng membuat masyarakat sangat ingin membacanya.

PT. Radar Sulteng merupakan salah satu dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang media cetak yang nama media cetaknya yaitu Radar Sulteng. Harian Radar Sulteng merupakan salah satu media cetak yang terbit di kota Palu Provinsi Sulawesi Tengah. Harian Radar Sulteng bisa tetap eksis dan masih tetap mempertahankan prestasinya sebagai koran besar di Provinsi Sulawesi Tengah. Dalam pengelola harian Radar Sulteng pihak manajemen selalu berusaha melayani masyarakat dengan isi sajian berita yang aktual dan dekat dengan masyarakat khususnya Kota Palu dan Umumnya Provinsi Sulawesi Tengah. Hal ini tercermin dalam tema dari Radar Sulteng yaitu " medianya orang cerdas". Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap bacaan berita pihak Radar Sulteng secara periodik mengeluarkan berbagai kolom berita diantaranya ekonomi, olah raga, opini, berita utama, berita Sulawesi Tengah, berita daerah dan khusus berita tentang palu rumah kita.

## METODE

Menurut Freddy, (2006:42) Matrik internal dan eksternal ini di kembangkan dari model General Elektrik (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategi bisnis ditingkatkan korporat yang lebih detail.

Menurut Freddy, (2006: 18-19) analisa SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Pengambilan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan strategi dan kebijakan perusahaan, dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertumbuhan penduduk yang ada di Sulawesi Tengah menjadi kesempatan bagi Surat Kabar Harian Radar Sulteng untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pasar. Pembaca Surat Kabar Harian Radar Sulteng menilai bahwa membaca anpa Surat Kabar Harian Radar Sulteng, rasanya kurang mantap. Dengan melihat fenomena seperti ini manajemen Surat Kabar Harian Radar Sulteng harus terus berinovasi bagaimana caranya agar diminati oleh masyarakat Sulawesi Tengah. Pengenalan produk atau promosi yang sering dilakukan oleh Surat Kabar Harian Radar Sulteng yaitu dengan mempromosikan konsep berita, penambahan halaman maupun hasil inovasi lainnya.

Peningkatan pangsa pasar suatu produk melalui pemasaran yang lebih gencar. Peningkatan produk dapat dilakukan dengan melakukan inovasi pada produk Surat Kabar Harian Radar Sulteng

berupa penyajian berita maupun desain yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli Surat Kabar Harian Radar Sulteng. Distribusi perlu ditingkatkan agar pemasaran Surat Kabar Harian Radar Sulteng bisa maksimal, khususnya di Sulawesi Tengah. Distribusi yang merata dapat meningkatkan penjualan. Promosi perlu ditingkatkan agar penjualan koran mejadi maksimal. Promosi yang maksimal dapat meningkatkan penjualan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Yang menjadi tantangan dari surat kabar Harian Radar Sulteng, produk yang sama di Kota Palu seperti, surat kabar MAL, Mercusuar, Nuansa Pos, Metro Sulteng, Pos Palu dll.

Manajemen Surat Kabar Harian Radar Sulteng memaksimalkan promosi agar konsumen bisa mengenal lebih dekat Surat Kabar Harian Radar Sulteng, serta bisa menjadi pelanggan setia. Selain promosi, kegiatan menjalin sponsor dengan perusahaan, instansi pemerintah, atau organisasi dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar serta merk atau brand Surat Kabar Harian Radar Sulteng, sehingga makin dikenal di kalangan masyarakat.

Persaingan harga Surat Kabar Harian Radar Sulteng menjadi faktor utama yang harus segera ditangani, karena harga Surat Kabar Harian Radar Sulteng mempengaruhi penjualan. terjangkau harga Surat Kabar Harian Radar Sulteng pihak manajemen menyadari bahwa penjualan akan semakin meningkat. Kemajuan teknologi dan informasi juga menjadi tantangan bagi Surat Kabar Harian Radar Sulteng, karena dengan kemajuan teknologi dan informasi pengiriman berita, promosi bisa lebih cepat dilakukan. Selain itu kemajuan teknologi dan informasi memberikan peluang baru bagi Surat Kabar Harian Radar Sulteng untuk membuka bisnis media online.

Setelah melakukan wawancara (*interview*) dengan pimpinan dan bagian pemasaran serta Wartawan pada PT. Radar Sulteng dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan seputar indikator yang berpengaruh terhadap peningkatan pelanggan surat kabar harian Radar Sulteng yang dianalisis. Analisis deskriptif adalah suatu analisa yang didasarkan pada kegiatan mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan hasil jawaban yang diperoleh dari para responden dengan membuat daftar tabel deskriptif untuk menentukan bobot (*weight*) dan menuliskan skala (*rating*) yang merupakan hasil rata-rata skala dari beberapa penilai dengan standart deviasi kurang dari tiga. Sebagaimana diketahui variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel Internal dan eksternal PT. Radar Sulteng, dengan masing-masing sub-variabel internal yaitu kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) sedangkan untuk variabel eksternal terdiri dari peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Treat*). Untuk melakukan analisis strategi pemasaran pada PT. Radar Sulteng dengan menggunakan alat analisis SWOT.

### Menentukan Bobot

Dalam analisis SWOT hal mendasar yang pertama kali ditentukan adalah bobot dari tiap indikator yang berpengaruh terhadap peluang pasar Surat Kabar Harian baik secara internal maupun eksternal, dengan ketentuan total bobot untuk tiap variabel sebesar 1 (satu). Maka dalam penelitian ini menggunakan responden atau sumber informasi yang telah yang telah diwawancarai sebanyak 3 (tiga) sumber yaitu Pimpinan Perusahaan, Bagian Pemasaran dan Wartawan PT. Radar Sulteng. Hasil pengumpulan dan pengolahan data sebagai mana terlihat pada table 1 dan 2 berikut :

**Tabel 1.** Menentukan Bobot Variabel Internal

| NO. | Kekuatan   | Survei   |           |          | Jumlah | Bobot |
|-----|--|----------|-----------|----------|--------|-------|
|     |  | Pimpinan | Pemasaran | Wartawan |        |       |
| 1   | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita yang menarik      | 0,12     | 0,11      | 0,12     | 0,35   | 0,12  |
| 2   | Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing           | 0,12     | 0,11      | 0,12     | 0,35   | 0,12  |
| 3   | Surat kabar harian Radar Sulteng mempunyai fasilitas kerja yang baik | 0,12     | 0,11      | 0,12     | 0,35   | 0,12  |
| 4   | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan pelayanan yang baik      | 0,12     | 0,11      | 0,12     | 0,35   | 0,12  |

|                  |   |          |          |          |          |          |
|------------------|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 5                | Area distribusi koran sangat luas                                 | 0,12     | 0,11     | 0,12     | 0,35     | 0,12     |
| <b>Kelemahan</b> |   |          |          |          |          |          |
| 1                | Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal           | 0,06     | 0,09     | 0,09     | 0,29     | 0,08     |
| 2                | Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal | 0,09     | 0,09     | 0,09     | 0,29     | 0,09     |
| 3                | Distribusi koran yang terlambat ke daerah                         | 0,06     | 0,09     | 0,09     | 0,29     | 0,08     |
| 4                | Loyalitas karyawan  | 0,12     | 0,09     | 0,09     | 0,29     | 0,10     |
| 5                | Peralatan percetakan  | 0,09     | 0,09     | 0,06     | 0,29     | 0,08     |
| <b>Total</b>     |   | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>1</b> |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

**Tabel 2.** Menentukan Bobot Variabel Eksternal

| NO.            | Peluang   | Survei   |           |          | Jumlah   | Skala    |
|----------------|---|----------|-----------|----------|----------|----------|
|                |   | Pimpinan | Pemasaran | Wartawan |          |          |
| 1              | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita informasi yang semakin besar | 0,11     | 0,12      | 0,12     | 0,35     | 0,12     |
| 2              | Potensi pasar media surat kabar di Palu semakin baik terus digali               | 0,11     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,10     |
| 3              | Mesin percetakan sendiri  | 0,11     | 0,12      | 0,12     | 0,29     | 0,12     |
| 4              | Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten                           | 0,11     | 0,12      | 0,12     | 0,32     | 0,12     |
| 5              | Harga eceran terjangkau masyarakat  | 0,11     | 0,12      | 0,12     | 0,32     | 0,12     |
| <b>Ancaman</b> |   |          |           |          |          |          |
| 1              | Surat kabar lokal yang mulai bermunculan  | 0,08     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,09     |
| 2              | Adanya media elektronik dengan kecepatan penyampaian berita.                    | 0,08     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,09     |
| 3              | Harga bahan baku produksi yang semakin naik                                     | 0,11     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,10     |
| 4              | Biaya operasional karyawan meningkat  | 0,11     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,10     |
| 5              | Minat baca masyarakat mulai kurang  | 0,11     | 0,09      | 0,09     | 0,29     | 0,10     |
| <b>Total</b>   |   | <b>1</b> | <b>1</b>  | <b>1</b> | <b>1</b> | <b>1</b> |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

### Menentukan Skala (*Reting*)

Setelah menentukan bobot masing-masing indikator dari tiap variabel langka selanjutnya menentukan skala (*reting*). Skala yang digunakan adalah 1 sampai dengan 4. Dari hasil sebaran kuesioner di lapangan sebagai mana terlihat pada tabel 3 dan 4 berikut :

**Tabel 3.** Menentukan Skala Variabel Internal

| NO. | Kekuatan  | Survei   |           |          | Jumlah | Skala |
|-----|---|----------|-----------|----------|--------|-------|
|     |   | Pimpinan | Pemasaran | Wartawan |        |       |
| 1   | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita yang menarik | 4        | 4         | 4        | 12     | 4     |

|                  |  |   |   |   |    |      |
|------------------|--|---|---|---|----|------|
| 2                | Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing           | 4 | 4 | 4 | 12 | 4    |
| 3                | Surat kabar harian Radar Sulteng mempunyai fasilitas kerja yang baik | 4 | 4 | 4 | 12 | 4    |
| 4                | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan pelayanan yang baik      | 4 | 4 | 4 | 12 | 4    |
| 5                | Area distribusi koran sangat luas                                    | 4 | 4 | 4 | 12 | 4    |
| <b>Kelemahan</b> |  |   |   |   |    |      |
| 1                | Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal              | 2 | 3 | 3 | 9  | 2,67 |
| 2                | Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal    | 3 | 3 | 3 | 9  | 3,00 |
| 3                | Distribusi koran yang terlambat ke daerah                            | 2 | 3 | 3 | 9  | 2,67 |
| 4                | Loyalitas karyawan   | 4 | 3 | 3 | 9  | 3,33 |
| 5                | Peralatan percetakan   | 3 | 3 | 2 | 9  | 2,67 |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

**Tabel 4.** Menentukan Skala Variabel Eksternal

| NO.            | Peluang   | Survei   |           |          | Jumlah | Skala |
|----------------|---|----------|-----------|----------|--------|-------|
|                |   | Pimpinan | Pemasaran | Wartawan |        |       |
| 1              | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita informasi yang semakin besar | 4        | 4         | 4        | 12     | 4     |
| 2              | Potensi pasar media surat kabar di Palu semakin baik terus digali               | 4        | 3         | 3        | 10     | 3,33  |
| 3              | Mesin percetakan sendiri  | 4        | 4         | 4        | 12     | 4     |
| 4              | Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten                           | 4        | 4         | 4        | 12     | 4     |
| 5              | Harga eceran terjangkau masyarakat  | 4        | 4         | 4        | 12     | 4     |
| <b>Ancaman</b> |   |          |           |          |        |       |
| 1              | Surat kabar lokal yang mulai bermunculan  | 3        | 3         | 3        | 9      | 3     |
| 2              | Adanya media elektronik dengan kecepatan penyampaian berita.                    | 3        | 3         | 3        | 9      | 3     |
| 3              | Harga bahan baku produksi yang semakin naik                                     | 4        | 3         | 3        | 10     | 3,33  |
| 4              | Biaya operasional karyawan meningkat  | 4        | 3         | 3        | 10     | 3,33  |
| 5              | Minat baca masyarakat mulai kurang  | 4        | 3         | 3        | 10     | 3,33  |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

### Analisis Internal-Eksternal (IE Matrik) Pemasaran Surat Kabar Harian pada PT. Radar Sulteng

Setelah menentukan bobot dan reting maka selanjutnya akan dilakukan analisis IE Matriks. IE Matriks merupakan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Dalam penelitian ini kaitannya dengan surat kabar harian pada PT. Radar Sulteng, sebelum melakukan analisis IE Matriks, terlebih dahulu menghitung skor masing-masing variabel, sebagaimana berikut :

#### Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)

*Internal Factors Analysis Summary* atau IFAS merupakan analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dalam bentuk tabel dengan memberikan bobot (*weight*) dan skala (*rating*) untuk menghitung skor masing-masing faktor tersebut, dengan cara mengkalikan bobot dengan skala sehingga didapat nilai dari variabel internal sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 5.** *Internal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)*

| NO.              | Kekuatan   | Bobot    | Skala | Skor        |
|------------------|--|----------|-------|-------------|
| 1                | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita yang menarik      | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 2                | Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing           | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 3                | Surat kabar harian Radar Sulteng mempunyai fasilitas kerja yang baik | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 4                | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan pelayanan yang baik      | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 5                | Area distribusi koran sangat luas                                    | 0,12     | 4     | 0,47        |
| <b>Kelemahan</b> |  |          |       |             |
| 1                | Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal              | 0,08     | 2,67  | 0,21        |
| 2                | Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal    | 0,09     | 3     | 0,27        |
| 3                | Distribusi koran yang terlambat ke daerah                            | 0,08     | 2,67  | 0,21        |
| 4                | Loyalitas karyawan   | 0,10     | 3,33  | 0,33        |
| 5                | Peralatan percetakan   | 0,08     | 2,67  | 0,21        |
| <b>Total</b>     |  | <b>1</b> |       | <b>3,58</b> |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Berdasarkan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa kekuatan (*Strength*) dari PT. Radar Sulteng yang dilihat dari faktor-faktor internal yaitu Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita yang menarik, Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing, Surat kabar harian Radar Sulteng mempunyai fasilitas kerja yang baik, Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan pelayanan yang baik serta Area distribusi koran sangat luas, sedangkan kelemahan (*Weakness*) yang terdiri dari faktor-faktor yaitu Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal, Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal, Distribusi koran yang terlambat ke daerah, Loyalitas karyawan dan Peralatan percetakan, maka total skor untuk variabel internal sebesar 3,21.

#### **Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (IFAS)**

*Internal Factors Analysis Summary* atau IFAS merupakan analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dalam bentuk tabel mencari nilai dari variabel eksternal yaitu sebagai berikut :

**Tabel 6.** *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary (EFAS)*

| NO.            | Peluang   | Bobot    | Skala | Skor        |
|----------------|---|----------|-------|-------------|
| 1              | Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita informasi yang semakin besar | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 2              | Potensi pasar media surat kabar di Palu semakin baik terus digali               | 0,10     | 3,33  | 0,32        |
| 3              | Mesin percetakan sendiri  | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 4              | Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten                           | 0,12     | 4     | 0,47        |
| 5              | Harga eceran terjangkau masyarakat  | 0,12     | 4     | 0,47        |
| <b>Ancaman</b> |   |          |       |             |
| 1              | Surat kabar lokal yang mulai bermunculan  | 0,09     | 3     | 0,26        |
| 2              | Adanya media elektronik dengan kecepatan penyampaian berita.                    | 0,09     | 3     | 0,26        |
| 3              | Harga bahan baku produksi yang semakin naik                                     | 0,10     | 3,33  | 0,32        |
| 4              | Biaya operasional karyawan meningkat  | 0,10     | 3,33  | 0,32        |
| 5              | Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal                         | 0,10     | 3,33  | 0,32        |
| <b>Total</b>   |   | <b>1</b> |       | <b>3,68</b> |

Sumber : Data diolah Tahun 2020

Berdasarkan pada hasil skor pada Tabel 6, di atas menunjukkan bahwa peluang (*Opportunity*) dari PT. Radar Sulteng yang dilihat dari faktor-faktor eksternal yaitu Surat kabar

harian Radar Sulteng memberikan berita informasi yang semakin besar, Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten, Potensi pasar media surat kabar di Palu semakin baik terus digali, Mesin percetakan sendiri masyarakat serta Harga eceran terjangkau masyarakat, sedangkan untuk sub-variabel ancaman (*Treat*) yang terdiri dari faktor-faktor yaitu, Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal, Distribusi koran yang terlambat ke daerah, Harga bahan baku produksi yang semakin naik, Biaya operasional karyawan meningkat, dan Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal, maka total skor untuk variabel eksternal sebesar 3,27.

### Matrik IE (Internal Eksternal)

PT. Radar Sulteng menunjukkan bahwa PT. Radar Sulteng berada pada sel I maka menurut Freddy (2006 : 152) jika perusahaan berada pada sel I maka Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal (sel I) Pertumbuhan konsentrasi melalui integrasi vertikal dengan cara mengambil alih fungsi distributor. Ini merupakan strategi utama untuk perusahaan yang memiliki posisi yang kuat di pasar. Integrasi vertikal dapat dicapai melalui sumber daya internal maupun eksternal. (sel 1), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan cara memanfaatkan keuntungan baik diproduksi ataupun dipasarkan. Jika perusahaan ini dalam *moderate attractive industry*, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi, perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *join ventures (merger)*.

### Analisis SWOT Surat Kabar Harian Radar Sulteng

Menurut Freddy, (2006: 18-19) analisa SWOT merupakan identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*).

Setelah diketahui matrik IFAS, matrik EFAS dan matrik IE, maka dapat disusun matrik SWOT. Matrik SWOT disusun untuk menggambarkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan. Matrik SWOT dapat menghasilkan empat set strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8. sebagai berikut :

Tabel 7. Matrik SWOT PT. Radar Sulteng

|             | <i>Strength</i>  | <i>Weakness</i>  |
|-------------|--|--|
| <b>IFAS</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita yang menarik</li> <li>2. Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing</li> <li>3. Surat kabar harian Radar Sulteng mempunyai fasilitas kerja yang baik</li> <li>4. Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan pelayanan yang baik</li> <li>5. Area distribusi koran sangat luas</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya saing merek masih bisa bersaing dengan koran lokal</li> <li>2. Kolam berita yang disajikan masih kurang tebal dengan koran lokal</li> <li>3. Distribusi koran yang terlambat ke daerah</li> <li>4. Loyalitas karyawan</li> <li>5. Peralatan percetakan</li> </ol> |
| <b>EFAS</b> |  |  |

| <b>Opportunity</b>   | <b>Strategi SO :</b>  | <b>Strategi WO :</b>  |
|--|---|---|
| 1. Surat kabar harian Radar Sulteng memberikan berita informasi yang semakin besar | 1. (0,37 : 0,44)<br>2. (0,30 : 0,30)<br>3. (0,30 : 0,30)                              | 1. (0,30 : 0,44)<br>2. (0,30 : 0,30)<br>3. (0,30 : 0,30)                              |
| 2. Potensi pasar media surat kabar di Palu semakin baik terus digali               | 4. (0,44 : 0,37)<br>5. (0,30 : 0,37)<br>Rata-rata = (0,34 : 0,36)                     | 4. (0,30 : 0,37)<br>5. (0,30 : 0,37)<br>Rata-rata = (0,30 : 0,36)                     |
| 3. Mesin percetakan sendiri  |   |   |
| 4. Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten                           |   |   |
| 5. Harga eceran terjangkau masyarakat  |   |   |
| <b>Treat</b>   | <b>Strategi ST :</b>  | <b>Strategi WT :</b>  |
| 1. Surat kabar lokal yang mulai bermunculan  | 1. (0,37 : 0,30)<br>2. (0,30 : 0,30)  | 1. (0,30 : 0,30)<br>2. (0,30 : 0,30)  |
| 2. Adanya media elektronik dengan kecepatan penyampaian berita.                    | 3. (0,30 : 0,30)<br>4. (0,44 : 0,30)<br>5. (0,30 : 0,30)<br>Rata-rata = (0,34 : 0,30) | 3. (0,30 : 0,30)<br>4. (0,30 : 0,30)<br>5. (0,30 : 0,30)<br>Rata-rata = (0,30 : 0,30) |
| 3. Harga bahan baku produksi yang semakin naik                                     |   |   |
| 4. Biaya operasional karyawan meningkat  |   |   |
| 5. Minat baca masyarakat mulai kurang  |   |   |

Berdasarkan Tabel 7 dalam analisis SWOT menunjukkan strategi SO menghasilkan nilai  $S < O$ , untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan membuka lokasi baru karena PT. Radar Sulteng berada dalam kondisi Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten dan pangsa pasar yang besar, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan potongan penjualan jika konsumen melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen terus melakukan pembelian Surat Kabar Hariandi PT. Radar Sulteng.

Strategi WO menghasilkan nilai  $W < O$ , untuk memaksimalkan peluang yang ada serta meminimalkan kelemahan, strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan memberikan pelatihan bagi para karyawan dengan mendatangkan tenaga ahli sebagai instruktur, untuk meningkatkan keahlian karyawan pada PT. Radar Sulteng. Strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan menambah jumlah tenaga pemasaran PT. Radar Sulteng dan produk Surat Kabar Harian yang dijualnya diketahui oleh banyak orang dan orang-orang akan tertarik untuk membeli produk Surat Kabar Harian yang dijual PT. Radar Sulteng.

Strategi ST menghasilkan nilai  $S > T$ , untuk memaksimalkan kekuatan serta untuk meminimalkan ancaman, strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan terus meningkatkan kualitas dan Surat kabar harian Radar Sulteng menetapkan harga bersaing agar konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli pada PT. Radar Sulteng, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan desain produk agar lebih unik dan menarik lagi. Hal ini dilakukan untuk mengurangi resiko konsumen tidak jadi membeli karena pilihan model maupun ukuran pada Surat Kabar Harianyang akan dibelinya.

Strategi WT menghasilkan nilai  $W = T$ , untuk meminimalkan kelemahan dan ancaman. Strategi yang dapat digunakan PT. Radar Sulteng adalah dengan terus meningkatkan kegiatan-kegiatan promosi agar konsumen menjadi tahu tentang PT. Radar Sulteng dan produk Surat Kabar Harian yang dijualnya sehingga tertarik untuk membeli, strategi lain yang dapat digunakan adalah dengan meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien, seperti meminimalkan penggunaan listrik dan telepon, agar PT. Radar Sulteng dapat menghemat pengeluaran biayanya.

Berdasarkan analisis SWOT PT. Radar Sulteng dapat memulai dari sekarang melaksanakan strategi-strategi pemasaran berdasarkan analisis SWOT, dengan catatan PT. Radar Sulteng harus mempunyai *cash flow* yang kuat untuk melaksanakan strategi pemasaran.



Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa jika diterapkan strategi analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman), pada PT. Radar Sulteng dengan tepat maka hal ini akan meningkatkan penjualan.

Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT diatas maka PT. Radar Sulteng telah melakukan strategi pemasaran yang efektif, dengan melakukan perubahan-perubahan dalam menyikapi persaingan pada era digital pada surat kabar yang salah satunya <https://radarsulteng.id/> dan radarsultengonline.

Hasil penelitian ini didukung Udung (2011) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang terbukti efektif dalam memperluas pangsa pasar Kompas di area Bandung adalah promosi penjualan, promosi periklanan, publisitas, aktivitas kehumasan, personal selling dan penjualan langsung. Selain itu pula penelitian dilakukan oleh Budhy (2011) menyatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh koran jawa pos antara lain : memberikan *reward-reward* kepada pelanggan yang selalu berlangganan koran jawa pos. Dengan memberikan pelayanan yang semudah mungkin kepada pelanggan dan agen dalam mendapatkan koran jawa pos, dengan cara menyuplai atau mendistribusikan koran jawa pos sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Disamping itu mengadakan event-event yang melibatkan pembaca dengan cara mengadakan acara-acara yang berkaitan dengan *deadline* atau berita-berita daerah yang menarik, meningkatkan kualitas berita dengan cara mengangkat topik-topik berita yang *uptodate*.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan 1) Dari hasil analisis IE Matrik PT. Radar Sulteng berada pada sel I integrasi vertikal dapat dicapai melalui sumber daya internal maupun eksternal. (sel 1), tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan cara memanfaatkan keuntungan baik diproduksi ataupun dipasarkan. Jika perusahaan ini dalam *moderate attractive industry*, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi, perusahaan yang berada pada sel ini dapat memperluas pasar, memperbaiki fasilitas produksi dan teknologi pengembangan internal dan eksternal melalui *join ventures (merger)*. 2) Dari hasil analisis SWOT menunjukkan strategi SO menghasilkan nilai  $S < O$  sebesar  $(0,34 < 0,36)$ , untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi yang dapat dilakukan PT. Radar Sulteng adalah dengan membuka lokasi baru karena PT. Radar Sulteng berada dalam kondisi Bekerja sama dengan pemerintah provinsi dan kabupaten dan pangsa pasar yang besar, strategi lain yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan potongan penjualan jika konsumen melakukan pembelian ulang, hal ini dilakukan agar konsumen terus melakukan pembelian Surat Kabar Harian di PT. Radar Sulteng.

## SARAN

Rekomendasi saran, 1) Hendaknya surat kabar harian Radar Sulteng dalam menyikapi era digital, lebih mengembangkan pemberitaan dengan menggunakan media online. 2) Diharapkan bagi manajemen surat kabar harian Radar Sulteng memberikan *reward* kepada para agen dan pelanggan dalam peningkatan penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2012. *Komunikasi Massa*. Simbiosis. Rekatama Media. Bandung.
- Assauri, Sotjan. 2015. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bayu Wicaksono. 2015. Segmentasi Pasar Media : Jangan Ikut Ritme Pesaing. *Jurnal Interaksi*. Vol. 4. No. 2. Hal. 123-131.
- Budhy Handoyo. 2011. Strategi Pemasaran Koran Jawa Pos Pada PT. Jember Intermedia Pers (Radar Jember). *Majalah Ilmiah "Dian Ilmu"*. ISSN : 0853-2516. Hal. 17-46.
- Freddy, Rangkuti. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Hasan, Ali. 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama. Media Pressdindo. Yogyakarta.

- Iga Rosalina. 2012. Efektivitas Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perkotaan Pada Kelompok Pinjaman Bergulir Di Desa Mantren Kec Karangrejo Kabupaten Madetaan. *Jurnal Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 01 No 01. Hal. 3.
- John W, Mullins dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Moleong, Lexy J, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Prenada Media Group. Jakarta:
- Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. CV Pustaka Setia. Bandung:
- Richard M. Steers. 1999. *Efektivitas Organisasi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sarwono Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Graha. Ilmu, Yogyakarta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. IN MEDIA: Bogor.
- Suryawati, Indah. 2011. *Jurnalitik : Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryawati, Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media*. Massa. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Udung Noor Rosyad. 2011. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Perluasan Pangsa Pasar. *Mimbar*. Vol. XXVII. No. 2. Hal. 213-224.
- Yunus , Abidin. 2012. *Pembelajaran Membaca Berbasis Pendidikan Karakter*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Zainuddin, Ali. 2011. *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika. Jakarta.
- <https://ekonomi.kompas.com/read/2010/01/20/05562335/Pangsa.Pasar.Surat.Kabar.Tumbuh>.