

Strategi pemasaran Harian Pelita (Suatu studi mengenai penerapan konsep portofolio produk dalam usaha meningkatkan kemampuan bersaing Harian Pelita di Jakarta)

Sukandi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20303872&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Usaha penerbitan surat kabar di Indonesia, khususnya di DKI Jakarta, dewasa ini telah menjadi suatu usaha padat modal yang tidak luput dari aspek bisnis. Sejalan dengan hal tersebut persaingan di antara perusahaan penerbitan surat kabar semakin meningkat. Perusahaan Pelita Persatuan adalah salah satu perusahaan penerbit surat kabar. yang ada di DKI Jakarta dengan produknya surat kabar harian PELITA. Untuk menghadapi persaingan yang ada. perusahaan Pelita Persatuan memerlukan suatu strategi pemasaran yang dirancang berdasarkan suatu konsep di bidang pemasaran. Dari sekian banyak konsep yang ada, satu di antaranya adalah konsep Fortfolio Produk. Salah satu bidang penerapan dari konsep Portfolio Produk, yang paling sering dibicarakan adalah penerapannya dalam penetapan strategi pemasaran. Penelitian ini diarahkan kepada usaha menetapkan pilihan dari alternatif strategi pemasaran yang tersedia sehubungan dengan penerapan konsep Portfolio Produk. Adapun metode yang ditempuh dalam penelitian ini adalah metode penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Sebagai hasil dari penerapan konsep Portfolio Produk penelitian ini telah diperoleh informasi mengenai kondisi bersaing harian PELITA dewasa ini., yaitu dalam quest ion mark, Sehubungan dengan hal tersebut telah pula dapat / di tetapkan suatu pilihan strategi pemasaran yang sesuai untuk kondisi bersaing tersebut, yaitu strategi membangun. Sehubungan dengan usaha untuk mengembangkan strategi pemasaran terpilih, perusahaan Pelita Persatuan harus memperbaiki struktur organisasinya, meningkatkan kondisi kemampuan keuangannya, dan membina suatu iklim kerja sama guna menciptakan suatu budaya perusahaan yang dapat mendukung segala kebijakan yang ditempuh perusahaan.