

Strategi pemasaran majalah wanita di tengah persaingan pada masa krisis. Studi kasus majalah wanita femina

Dyah Wulandari Sitoresmi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72296&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada masa krisis persaingan majalah wanita bukan semakin melemah melainkan semakin tinggi. Hal ini ditandai dengan bermunculan majalah-majalah wanita baru, baik majalah wanita terbitan dalam negeri maupun yang berlisensi asing, sehingga untuk memenangkan persaingan yang ada perlu adanya suatu strategi pemasaran yang kuat.

Untuk mengantisipasi persaingan yang ada suatu perusahaan perlu mengetahui apa dan siapa pesaing-pesaing yang dihadapi. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang kiranya perlu dilakukan untuk menghadapi persaingan.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka strategi pemasaran yang tepat menjadi sangat penting. Pasar sasaran dan bauran pemasaran yang terdiri dari 4 kelompok (produk, tempat, promosi, dan harga) menjadi aspek yang sangat penting dalam menentukan strategi pemasaran. Dengan mengetahui pasar sasaran dan bauran pemasaran yang jelas, akan memungkinkan majalah Femina untuk menentukan strategi dalam menghadapi persaingan. Apabila pasar sasaran dan bauran pemasaran jelas maka segmentasi, targeting, dan positioning majalah Femina akan sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian menggunakan metode deskriptif dimana data diperoleh melalui survey dengan membandingkan kondisi yang ada dengan kriteria yang telah ditentukan. Data kuantitatif kemudian disusun untuk menjawab permasalahan penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran majalah Femina untuk menghadapi persaingan.

Sebagai salah satu majalah wanita terbesar di Indonesia, majalah Femina selalu berusaha untuk melakukan pengembangan produk, serta pengembangan dalam bidang pemasaran terutama promosinya. Hal tersebut dilakukan mengingat persaingan yang ada semakin ketat, terutama dengan majalah berlisensi asing.

Dari hasil penelitian didapat bahwa kekuatan majalah Femina terletak pada rubrik dan citra. Sedangkan dari hasil analisa dengan menggunakan BCG matriks didapatkan bahwa majalah Femina berada pada posisi Cash Cows, sehingga strategi yang cocok bagi majalah Femina adalah bertahan atau mempertahankan pangsa pasar majalah tersebut dan menumbuhkan atau mendapatkan kembali loyalitas pembacanya sehingga dapat terus memberikan arus kas yang positif.