



Efektivitas Program Undian Kupon “Gebyar Pembaca Setia” Dalam Rangka Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Dan Perluasan Pasar Pelanggan Baru Koran Pada PT Jawa Pos Koran

¹Jovita Roseina Nariswari, ²Nurul Azizah S.AB

^{1,2}Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jawa Timur, Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan,
Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur
Email : ¹21042010249@student.upnjatim.ac.id, ²nurulazizah.adbis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menginvestigasi efektivitas program undian kupon "Gebyar Pembaca Setia" sebagai strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik pelanggan baru di PT. Jawa Pos Koran. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan selama kegiatan magang berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program undian kupon berhasil dalam membangun rasa loyalitas di antara pembaca setia koran, hal ini mencerminkan bahwa mereka merasa dihargai dan diapresiasi atas dukungan mereka terhadap PT. Jawa Pos Koran. Selain itu, program ini juga berhasil menarik minat pembaca baru untuk mencoba koran tersebut berkat hadiah-hadiah menarik yang ditawarkan. Ditemukan bahwa keterlibatan dalam program undian tidak hanya didorong oleh kesempatan memenangkan hadiah, tetapi juga oleh kepercayaan terhadap kualitas konten dan informasi yang disajikan oleh koran. Implikasi dari penelitian ini menyarankan pentingnya terus mengembangkan strategi inovatif yang mengintegrasikan elemen tradisional dan digital untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan di era media massa yang semakin terfragmentasi.

Kata Kunci: Loyalitas, Media, Program

Abstract

This research investigates the effectiveness of the coupon lottery program "Gebyar Loyal Reader" as a strategy to maintain customer loyalty and attract new customers at PT. Java Post Newspapers. The research uses a qualitative approach carried out during the internship activity. The results of the study showed that the coupon lottery program succeeded in building a sense of loyalty amongst the loyal readers of the newspaper, which reflects that they felt appreciated and appreciated for their support for the P.T. Java Post newspaper. It was found that participation in the lottery program was driven not only by the opportunity to win prizes, but also by confidence in the quality of the content and information presented by the newspaper. The implications of this research suggest the importance of continuing to develop innovative strategies that integrate traditional and digital elements to maintain and increase customer satisfaction and loyalty in an era of increasingly fragmented mass media.

Keywords: Loyalty, Media, Program

PENDAHULUAN

Persaingan di industri media cetak terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi digital. Media cetak harus terus berinovasi dalam menyajikan konten yang menarik dan relevan untuk mempertahankan dan menarik pembaca dalam jumlah yang cukup untuk mempertahankan iklan. Penerapan teknologi baru seperti platform digital dan analisis data menjadi krusial dalam strategi pertarungan pasar saat ini. Bagi media cetak, tantangan utama adalah bagaimana menggabungkan keunggulan dari cetakan fisik dengan fleksibilitas dan keterjangkauan yang ditawarkan oleh platform digital, sambil tetap mempertahankan integritas jurnalisme dan kepercayaan pembaca.

Semakin ketatnya persaingan antara bisnis media cetak dan pesatnya internet yang dinilai perkembangannya lebih pesat dan up to date mendorong PT Jawa Pos Koran untuk berinovasi

dalam penawaran atas produknya dengan cara pemanfaatan event HUT Jawa Pos ke-75. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mengadakan undian kupon berhadiah sejumlah 75 hadiah. Event ini dikhususkan hanya pelanggan saja yang bisa mengikuti undian kupon dengan tujuan meningkatkan loyalitas pelanggan koran Jawa Pos. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, karena berdampak terhadap kinerja dan pemodelan bisnis perusahaan. Usaha untuk memperoleh pelanggan yang loyal tidak dapat dilakukan sekaligus, namun mulai dari beberapa tahapan mulai dari menyortir pelanggan terlama dan pelanggan teraktif dalam mengikuti beberapa program dari Jawa Pos. Niat loyalitas adalah salah satu topik menarik dalam pemasaran yang belum banyak digunakan, karena beberapa peneliti hanya fokus pada kepuasan dan loyalitas tanpa melihat lebih dalam pada proses pelanggan hingga mereka memutuskan untuk berkomitmen terhadap barang dan jasa yang dipandang sesuai dengan harapan mereka (Izzak et.al,2021).

Selain ditujukan kepada pelanggan, undian kupon secara tersirat ditujukan pula kepada pembaca non-pelanggan. Adanya hadiah hiburan, grand prize, hingga super grand prize menjadi “kail pancing” bagi pembaca non-pelanggan untuk mendaftar menjadi pelanggan baru agar memenuhi syarat mengikuti undian kupon Jawa Pos dalam rangka HUT ke-75 tahun yang diundi pada tanggal 1 Juli 2024.

Berdasarkan hal ini penulis akan melakukan sebuah analisis terkait dengan efektivitas program undian kupon “Gebyar Pembaca Setia” dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan dan perluasan pasar pelanggan baru koran pada PT. Jawa Pos Koran. Kegiatan ini berguna sebagai bentuk pemberian referensi literasi dan pengevaluasian kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan di Kota Surabaya dengan tujuan untuk menganalisis efektivitas program undian kupon “Gebyar Pembaca Setia”. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk mengumpulkan, mensintesis, mengklarifikasi, dan menganalisis data untuk menjelaskan serta mendeskripsikan keadaan aktual, termasuk isu-isu yang dibahas, dengan analisis yang menghasilkan wawasan yang dibutuhkan. Dalam konteks metodologi deskriptif yang diusulkan, penulis memilih observasi sebagai metode utama, yang efektif dalam mengumpulkan data tentang tindakan dan perilaku, dengan fokus pada program undian kupon “Gebyar Pembaca Setia”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Jawa Pos Koran didirikan oleh The Chung Shen pada 1 Juli dengan nama Djawa Post (Dewi,2019). Pada tahun 2001, bisnis Jawa Pos semakin melebar. Iklim pers dan informasi yang kondusif dalam pemerintahan baru melahirkan hal baru di dunia pertelevisian yaitu JTV (Jawa Pos Media Televisi) dan RTV. RTV merupakan stasiun televisi lokal yang disiarkan di Riau dan Pekanbaru. Pada tahun yang sama, disiarkan juga JTV, stasiun televisi lokal. Studio stasiun televisi ini terletak di gedung Graha Pena Surabaya tepatnya di lantai 21 yang sudah disiapkan sejak bulan April 2001. Gedung ini berfungsi sebagai pusat produksi untuk PT. Jawa Pos Group, termasuk kantor redaksi dan produksi koran-koran seperti Jawa Pos, Tabloid Nyata, Koran Radar Surabaya, dan beberapa lainnya.

Penulis ditempatkan di divisi Marketing Koran. Divisi ini bertugas untuk menangani pelayanan pelanggan, pengaduan pelanggan, dan customer centre terkait langganan koran. Pada kegiatan melakukan pemahaman konsep rancangan anggaran dari kegiatan divisi lain untuk acara TV, melaksanakan kegiatan pengadministrasian yang berkaitan dengan divisi. Divisi ini bertugas untuk menangani pelayanan pelanggan, pengaduan pelanggan, dan customer centre terkait langganan koran.

PT. Jawa Pos Koran merayakan dedikasi dan loyalitas pembaca setianya melalui program undian kupon "Gebyar Pembaca Setia". Program ini tidak hanya bertujuan untuk

mempertahankan loyalitas pelanggan tetapi juga untuk memperluas pasar dengan menarik pelanggan baru. Melalui undian ini, PT. Jawa Pos Koran mengundang pembaca setia mereka untuk berpartisipasi dengan cara mengumpulkan kupon yang disertakan dalam setiap edisi koran mereka.



Gambar 1. Dokumentasi Acara Undian

Setiap kupon yang dikumpulkan memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memenangkan beberapa hadiah antara lain magic com, microwave, oven, voucher belanja, dan lain-lain. Hal ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan. Program ini tidak hanya menjadi ajang apresiasi bagi pembaca setia, tetapi juga menjadi motivasi bagi mereka untuk terus memilih PT. Jawa Pos Koran sebagai pilihan utama dalam mendapatkan informasi terpercaya dan bermanfaat setiap hari.

Selain untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, "Gebyar Pembaca Setia" juga dirancang untuk menjangkau lebih banyak pembaca potensial. Dengan menawarkan kesempatan memenangkan hadiah-hadiah menarik, PT. Jawa Pos Koran tidak hanya mengundang pembaca setia yang sudah ada untuk tetap setia, tetapi juga menarik minat pembaca baru yang mungkin belum familiar dengan koran mereka sebelumnya.

Keberhasilan program ini juga tercermin dalam peningkatan penjualan koran setiap harinya selama periode undian berlangsung. Ini menunjukkan bahwa inisiatif seperti ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pelanggan yang ada, tetapi juga mampu menginspirasi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan bagi PT. Jawa Pos Koran. Dengan terus menggelar program-program kreatif semacam ini, PT. Jawa Pos Koran dapat memperkuat posisinya di pasar media cetak dan tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia yang haus akan informasi berkualitas.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, program undian kupon "Gebyar Pembaca Setia" yang diselenggarakan oleh PT. Jawa Pos Koran berhasil mencapai tujuannya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah ada dan secara simultan menarik perhatian pembaca baru. Dengan menawarkan hadiah-hadiah menarik dan bernilai, program ini tidak hanya menjadi wadah apresiasi bagi pembaca setia, tetapi juga menjadi strategi efektif dalam memperluas basis pelanggan koran tersebut. Kesuksesan program ini tercermin dalam peningkatan penjualan koran selama periode undian, yang menunjukkan bahwa inisiatif semacam ini dapat memberikan dampak positif bagi pertumbuhan bisnis PT. Jawa Pos Koran. Melalui upaya seperti "Gebyar Pembaca Setia", PT. Jawa Pos Koran tidak hanya memperkuat hubungan dengan pelanggan, tetapi juga membangun fondasi yang kokoh dalam persaingan industri media cetak yang semakin ketat.

SARAN

Untuk memperkuat dan memperluas dampak positif dari program undian "Gebyar Pembaca Setia", PT. Jawa Pos Koran disarankan untuk terus meningkatkan interaksi dengan pembaca melalui platform digital mereka. Dengan mengintegrasikan pengalaman pembaca dari cetak ke online, koran dapat memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan promosi undian, memperkuat keterlibatan pembaca, dan mengumpulkan data yang berharga untuk pengembangan strategi pemasaran masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode penelitian kualitatif studi pustaka. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), 974-980.
- Ardianto, K., Azizah, N., Risiko, P., & Kegunaan, P. (2021). Analisis Minat Penggunaan Dompot Digital Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna di Kota Surabaya. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 13.
- Dewi, K. (2019). Jawa Pos Sebagai Surat Kabar Terpercaya Nasional Tahun 1986-2000. *AVATARA, e-Journal Pendidikan Sejarah*, 7(3).
- Izaak, W., Singzon, S., & Azizah, N. (2021, May). The Role of E-Servicescape on Loyalty Intentions for Improving New State University Performances during Covid 19 Pandemic. In *Proceedings of the 1st International Conference on Sustainable Management and Innovation, ICoSMI 2020, 14-16 September 2020, Bogor, West Java, Indonesia*.
- Mahardhika, A. S. (2019). Akuntan di Era Digital: Pendekatan TAM (Technology Acceptance Model) Pada Software Berbasis Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(1), 12-16.