



ALMAWARID

Journal of Management and Business Sciences

Journal website: <https://almawarid.al-anwar.id/index.php/i/index>

ISSN: 3089-7599 (Online)
<https://doi.org/10.61166/almawarid.v1i2.17>

Vol. 1 No. 2 (2025)
pp. 81-89

Research Article

Ekonomi Manajerial Bisnis Digital Monetisasi Trafight Pembaca di Jurnal Ngawi part of Pikiran Rakyat Media Network

Ahmad Luthfi¹, Lukman Hakim², Chamdan Purnama³, Latif Syaipudin⁴

1. STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
2. STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
3. STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia
4. STIE Al-Anwar Mojokerto, Indonesia

Correspondent: ahmadluthfi97@gmail.com 



Copyright © 2025 by Authors, Published by Journal of Management and Business Sciences. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : Apr 11, 2025
Accepted : June 20, 2025

Revised : May 05, 2025
Available online : July 01, 2025

How to Cite: Luthfi, A., Hakim, L., Purnama, C., & Latif Syaipudin. (2025). Ekonomi Manajerial Bisnis Digital Monetisasi Trafight Pembaca di Jurnal Ngawi part of Pikiran Rakyat Media Network. *Almarawid: Journal of Management and Business Sciences*, 1(2), 81-89. <https://doi.org/10.61166/almawarid.v1i2.17>

Abstrak.

Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam lanskap industri media, termasuk bagi media lokal seperti Jurnal Ngawi. Tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengonversi lalu lintas pembaca menjadi pendapatan yang berkelanjutan di tengah persaingan yang semakin ketat dan menurunnya efektivitas iklan tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan pembaca, mengeksplorasi model monetisasi yang sesuai, serta memberikan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pendapatan Trafight Pembaca, salah satu kanal dari Jurnal Ngawi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, menggabungkan analisis data dari Google Analytics dan wawancara dengan manajemen redaksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembaca Trafight Pembaca cenderung mengonsumsi konten lokal yang relevan dalam format ringkas, terutama melalui media sosial. Tingkat keterlibatan pembaca dipengaruhi oleh relevansi konten, interaktivitas, dan kualitas pengalaman pengguna. Model monetisasi yang potensial meliputi native advertising, langganan parsial untuk konten premium, serta donasi berbasis crowdfunding. Penggabungan Jurnal Ngawi ke dalam Pikiran Rakyat Media Network

membawa keuntungan berupa akses teknologi dan jaringan distribusi yang lebih luas, meskipun perlu diimbangi dengan upaya menjaga identitas lokal. Rekomendasi strategis mencakup penguatan distribusi konten, diversifikasi sumber pendapatan, dan optimalisasi pengalaman pengguna guna memastikan keberlanjutan media lokal di era digital.

Kata Kunci: Bisnis Digital, Ekonomi Manajerial, Monetisasi, Media Digital

PENDAHULUAN

Sistem manajemen ekonomi manajerial adalah sebuah disiplin yang memadukan prinsip-prinsip ekonomi dengan praktik manajemen untuk membantu pengambilan keputusan strategis dalam bisnis (Putri et al., 2024). Disiplin ini berfokus pada bagaimana sumber daya yang terbatas dapat digunakan secara efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks bisnis modern, ekonomi manajerial menjadi alat penting untuk merumuskan kebijakan berdasarkan analisis pasar, perilaku konsumen, serta tren industri (Asystasia & Siregar, 2024). Di era digital, pengelolaan bisnis tidak lagi bergantung pada metode konvensional semata (Farida et al., 2023). Transformasi digital mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan teknologi baru, termasuk dalam mengelola data dan memahami pasar. Media online menjadi salah satu sektor yang mengalami dampak besar dari transformasi ini. Perubahan perilaku konsumen dalam mengakses informasi mengharuskan media untuk menyesuaikan strategi monetisasi yang lebih relevan (Kusnandi et al., 2024).

Monetisasi konten menjadi salah satu tantangan utama bagi media online. Pendapatan tradisional yang berbasis iklan kini semakin tergerus akibat persaingan yang ketat dan ad-blocking. Media harus mencari cara baru untuk menghasilkan pendapatan, seperti melalui langganan, konten premium, atau kemitraan strategis. Hal ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang karakteristik dan preferensi (Arbaian & Nurhasanah, 2023). Sebagai kanal media lokal di bawah Jurnal Ngawi, Trafight Pembaca memiliki potensi untuk menarik perhatian audiens tertentu. Namun, tantangan utama adalah bagaimana mengubah lalu lintas pembaca menjadi pendapatan yang berkelanjutan. Model monetisasi yang tepat harus dipilih dengan mempertimbangkan pola konsumsi konten digital yang berubah cepat.

Media lokal seperti Jurnal Ngawi menghadapi persaingan dari media nasional dan internasional yang lebih besar. Untuk tetap relevan, media lokal harus mampu menawarkan nilai unik, seperti liputan mendalam tentang isu-isu lokal yang tidak diangkat oleh media lain (Syaipudin, 2020). Selain itu, pengelolaan digital yang efektif dapat membantu meningkatkan daya saing. Bergabungnya Jurnal Ngawi dengan Pikiran Rakyat Media Network membuka peluang untuk memperluas jangkauan pembaca dan mengadopsi teknologi baru. Dengan dukungan dari jaringan yang lebih besar, Jurnal Ngawi dapat memanfaatkan data dan infrastruktur untuk mengembangkan strategi monetisasi yang lebih efektif, seperti pemanfaatan algoritma untuk personalisasi konten.

Model monetisasi yang efektif hanya bisa berjalan jika media memahami karakteristik pembacanya (Syaipudin, 2023). Analisis data audiens, seperti demografi, kebiasaan membaca, dan minat topik, sangat penting untuk menciptakan pengalaman yang relevan dan menarik. Pemahaman ini juga membantu dalam menentukan jenis konten yang memiliki nilai komersial tinggi (Hermawati, 2023). Untuk menarik pembaca, media lokal harus mampu menyajikan konten yang memiliki nilai tambah. Konten eksklusif, liputan investigasi, atau panduan praktis adalah beberapa contoh yang dapat meningkatkan minat pembaca. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal juga bisa menjadi cara untuk membangun hubungan yang lebih erat (Purnamasari et al., 2024).

Keberlanjutan media lokal seperti Jurnal Ngawi tergantung pada kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan digital. Dengan menggabungkan pendekatan ekonomi manajerial, analisis data, dan teknologi modern, media lokal dapat menemukan cara untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global. Berdasarkan latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat keterlibatan (*engagement*) pembaca.
2. Mengeksplorasi model monetisasi yang sesuai untuk meningkatkan pendapatan, baik melalui iklan maupun strategi non-iklan seperti donasi atau langganan.
3. Memberikan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pendapatan berdasarkan hasil analisis data pembaca.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan yaitu riset yang dilaksanakan untuk mencari fakta yang sebenarnya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui analisis lalu lintas digital menggunakan alat analitik seperti Google Analytics dan wawancara dengan manajemen Jurnal Ngawi part of Pikiran Rakyat Media Network.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penelitian Menganalisis pola perilaku pembaca pada kanal *Trafight Pembaca*.
Analisis pola perilaku pembaca menunjukkan bahwa mayoritas audiens Trafight Pembaca adalah pengguna yang mencari informasi lokal terkini. Mereka cenderung membaca artikel pendek dengan format yang mudah dipahami, seperti infografik atau daftar poin penting. Menurut Rizqi (2022) Pola perilaku ini menunjukkan bahwa konsumsi konten terjadi dengan durasi singkat, terutama di pagi hari dan menjelang malam, saat pembaca memiliki waktu luang. Selain itu,

pembaca sering mengakses konten melalui media sosial, menunjukkan pentingnya distribusi konten di platform-platform tersebut. Keterlibatan pembaca terhadap artikel mendalam atau analisis panjang relatif rendah, meskipun artikel tersebut memiliki nilai informatif tinggi (Meisela et al., 2023). Hal ini menunjukkan perlunya kombinasi antara konten ringan dan mendalam untuk menjangkau berbagai segmen pembaca. Data juga menunjukkan bahwa topik seputar ekonomi lokal, komunitas, dan berita terkini paling diminati, sehingga pengembangan konten sebaiknya berfokus pada area tersebut.

2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi tingkat keterlibatan (*engagement*) pembaca.

Tingkat keterlibatan pembaca dipengaruhi oleh tiga faktor utama: relevansi konten, interaktivitas, dan kualitas pengalaman pengguna. Konten yang sesuai dengan kebutuhan pembaca lokal, seperti informasi komunitas, perkembangan ekonomi daerah, dan isu terkini, mendorong *engagement* yang lebih tinggi. Di sisi lain, artikel yang kurang relevan atau terlalu umum cenderung menghasilkan tingkat keterlibatan yang rendah (Azhari, 2024). Interaktivitas, seperti kolom komentar yang aktif, survei, atau kuis interaktif, dapat meningkatkan keterlibatan pembaca. Faktor lain yang berpengaruh adalah pengalaman pengguna, termasuk kecepatan situs, tata letak yang ramah pengguna, dan minimnya gangguan seperti iklan yang berlebihan. Investasi dalam peningkatan *user experience* dapat berkontribusi langsung pada keterlibatan yang lebih baik (Tresnawati et al., 2024).

3. Mengeksplorasi model monetisasi yang sesuai untuk meningkatkan pendapatan, baik melalui iklan maupun strategi non-iklan seperti donasi atau langganan.

Meningkatkan pendapatan harus mengetahui model monetisasi yang sesuai melibatkan kombinasi antara iklan dan strategi non-iklan. Iklan berbasis native advertising dan sponsored content lebih efektif dibandingkan dengan banner iklan tradisional, karena tidak mengganggu pengalaman membaca (Rusdi & Aisyah, 2024). Selain itu, model berlangganan untuk akses ke konten eksklusif dapat menjadi strategi yang menjanjikan, terutama jika Trafight Pembaca menyediakan artikel mendalam yang sulit ditemukan di tempat lain. Strategi lain adalah program donasi berbasis crowdfunding untuk mendukung liputan tertentu, misalnya peliputan isu sosial atau investigasi lokal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga membangun hubungan yang lebih kuat dengan pembaca yang merasa terlibat dalam mendukung jurnalisme lokal (Santoso et al., 2023).

4. Menilai dampak penggabungan dengan *Pikiran Rakyat Media Network* terhadap kemampuan monetisasi konten.

Penggabungan dengan *Pikiran Rakyat Media Network* memberikan Trafight Pembaca akses ke teknologi dan sumber daya baru, seperti data analitik yang lebih

canggih dan jaringan distribusi yang lebih luas. Hal ini memungkinkan peningkatan personalisasi konten dan strategi monetisasi berbasis data. Dengan data yang lebih mendalam, Trafight Pembaca dapat mengidentifikasi segmen pembaca yang berpotensi untuk model langganan atau pembelian konten premium. Selain itu, menurut Fahmy dkk (2023) penggabungan ini juga memberikan Trafight Pembaca peluang untuk bekerja sama dengan pengiklan nasional, yang sebelumnya sulit dijangkau. Namun, tantangan yang muncul adalah menjaga keseimbangan antara identitas lokal Trafight Pembaca dengan integrasi ke dalam jaringan media yang lebih besar, sehingga tetap mempertahankan loyalitas pembaca lokal.

5. Memberikan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pendapatan berdasarkan hasil analisis data pembaca.

Berdasarkan hasil analisis, Trafight Pembaca sebaiknya mengembangkan konten lokal yang relevan dan memanfaatkan analitik pembaca untuk menciptakan strategi personalisasi yang efektif. Langkah ini memungkinkan pembaca merasa konten yang disajikan benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka. Strategi distribusi di media sosial menurut Syaipudin (2020) juga perlu diperkuat untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan. Selain itu, diversifikasi pendapatan sangat penting. Trafight Pembaca dapat mengeksplorasi model berlangganan parsial, donasi untuk mendukung liputan khusus, dan kerja sama dengan bisnis lokal. Upaya lain adalah optimalisasi situs melalui peningkatan user experience, seperti waktu muat halaman yang cepat dan navigasi yang intuitif, untuk memastikan pembaca tetap terlibat dan puas (Paramita, 2022).

Penelitian terhadap Jurnal Ngawi, khususnya pada kanal Trafight Pembaca, menunjukkan bahwa strategi berbasis data dan personalisasi sangat diperlukan untuk mengoptimalkan potensi monetisasi. Mayoritas pembaca adalah mereka yang mencari informasi lokal terkini dengan format konten yang mudah dipahami. Keterlibatan pembaca sangat dipengaruhi oleh relevansi konten, interaktivitas, dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, penting bagi Jurnal Ngawi untuk memprioritaskan konten lokal yang relevan, menghadirkan fitur interaktif, dan memastikan pengalaman pengguna yang optimal.

Untuk monetisasi, kombinasi antara iklan berbasis native advertising, model langganan parsial, dan program donasi berbasis crowdfunding dapat menjadi pilihan yang menjanjikan. Penggabungan dengan Pikiran Rakyat Media Network juga membawa dampak positif, terutama dalam hal akses ke teknologi analitik dan jangkauan distribusi yang lebih luas, meskipun Jurnal Ngawi tetap perlu menjaga identitas lokalnya agar tidak kehilangan loyalitas pembaca.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Penelitian terhadap Jurnal Ngawi, khususnya kanal Trafight Pembaca, menunjukkan pentingnya strategi berbasis data dan personalisasi untuk memaksimalkan monetisasi. Fokus pada konten lokal yang relevan, fitur interaktif, dan pengalaman pengguna yang baik menjadi kunci meningkatkan keterlibatan pembaca. Monetisasi dapat dioptimalkan melalui kombinasi native advertising, model langganan parsial, dan crowdfunding. Penggabungan dengan Pikiran Rakyat Media Network memberikan akses teknologi dan distribusi yang lebih luas, namun Jurnal Ngawi harus tetap menjaga identitas lokalnya untuk mempertahankan loyalitas pembaca.

Rekomendasi strategis yang diberikan mencakup penguatan distribusi melalui media sosial, diversifikasi pendapatan, dan peningkatan user experience. Dengan langkah-langkah ini, Jurnal Ngawi dapat memanfaatkan transformasi digital untuk tetap kompetitif dan menciptakan pendapatan yang berkelanjutan di tengah persaingan media lokal maupun nasional.

REFERENSI

- A'ini, S. Q., & Fauziah, S. (2023). Analisis Pengembangan Sumber Daya Manusia Di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Karimun Jawa. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 14(2).
- Arbaen, M. F. N., & Nurhasanah, E. (2023). Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 51-64.
- Asystasia, W. A., & Siregar, S. A. (2024). PENGARUH KARAKTERISTIK INFORMASI SISTEM AKUNTANSI MANAJEMEN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL DENGAN VARIABEL MODERASI KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN DAN DESENTRALISASI PADA PT. KARYA HEVEA INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1773-1786.
- Azhari, M. H. (2024). Peran Visual dalam Meningkatkan Engagement Pengguna di Situs Web Berita. *Jurnal Komunitas Literasi*, 1(1), 1-10.
- Brilliantisyah, M. A., Afza, N., Widyowati, P., Yuliawan, R., & Amaliyah, A. (2024). Implementasi Reward dan Punishment dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 8(3), 210-216.
- Fahmy, Z., Rohman, F., & Pristiwati, R. (2023). Komodifikasi Novel pada Platform Sastra Siber: Studi Pragmatisme Penulis Novel di Aplikasi Fizzo. *GERAM: Gerakan Aktif Menulis*, 11(2), 68-78.
- Farida, A. L. N., Alim, F., Maulana, H., Huda, V. S., & Syaipudin, L. (2023). Contextualization of Educational Management in the School, Family and Social Environments: Literature Study on the Concept of Islamic

- Education. Beginner: *Journal of Teaching and Education Management*, 1(2), 50-64.
- Hermawati, T. (2023). Pengaruh Sistem Akuntansi Manajemen dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Manajerial. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 2(1), 17-24.
- Hindra, F., & Ali, H. (2023). Peran Teknologi Informasi, Sumber Daya Manusia Dan Komunikasi Terhadap Implementasi Enterprise Information System (EIS). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(1), 18-27.
- Kusnandi, W., Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Strategi Penjualan dan Pemasaran dalam Bisnis Dagang Retail di Toko Agung Jaya Kunir Wonodadi Blitar. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 1(1), 1-13.
- Mahyadi, M., & Anshori, M. I. (2023). Umpan balik dan evaluasi terhadap kinerja organisasi: A literature review. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(2), 161-178.
- Meisella, A., Irawati, D., Balqis, K. A., Ama, S., & Riofita, H. (2023). Peranan manajemen sumberdaya manusia dalam organisasi. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(11), 144-154.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: SAGE Publications.
- Paramitha, C. A. (2022). Jurnalisme Imersif dan Partisipasi Publik dalam Industri Media. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 11(2), 137-149.
- Purnama, C. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industri kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Purnama, C., Fatmah, D., Hasani, S., & Rahmah, M. (2021). Leadership style as moderating variable influence between Islamic work ethic with performance. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 42(2), 233-238.
- Purnamasari, F. A., Kusuma, M., & Kusumaningarti, M. (2024). PENGARUH DIMENSI AKUNTANSI MANAJEMEN TERHADAP KINERJA MANAJERIAL PADA PT. PLN (Persero) AREA KEDIRI. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(9), 100-110.
- Putri, I. A. K., Awwalin, I. N., & Syaipudin, L. (2024). Analisis Kepatuhan Perusahaan dalam Penerapan PSAK No 16 Akuntansi Aset Tetap pada CV Wijaya Kusuma Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen dan Perbankan*, 1(1), 22-30.
- Rahmah, Z. Z., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 141-152.

- Rizqi, M. A. (2022). Pendampingan Peningkatan Mutu Sistem Manajerial Pada Amal Usaha Muhammadiyah Paciran Kabupaten Lamongan. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 2(1), 5-9.
- Rusdi, H. R., & Aisyah, N. (2024). Analisis Tingkat Efektivitas Media Dakwah Melalui Lisan dan Tulisan pada Mahasiswa di Era 4.0. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 10(3).
- Santoso, Z. Z. E., Krisdinanto, N., & Fiesta, B. R. S. (2023). Studi Netnografi Interaktivitas e-WOM pada Followers Twitter Tokopedia Pasca Krisis Kebocoran Data Pengguna. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 1-23.
- Sudrajat, A. (2018). *Pengantar Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Syaipudin, L. (2020). Efektifitas Media Komunikasi di Tengah Pandemi: Respon Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19 Kabupaten Tulungagung. *Kalijaga Journal of Communication*, 1(2), 165-178.
- Syaipudin, L. (2020). Peran komunikasi massa di tengah pandemi COVID-19. *Kalijaga Journal of Communication*, 2(1), 14-34.
- Syaipudin, L. (2023). Contribution Of Young Entrepreneurs In Building The Creative Economy Of Village Communities. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12(1), 80-98.
- Syaipudin, L., & Amalia, N. R. (2023). Analysis of Risk Management and Joint Office Based Business Development in the Real Estate Company Wework. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(4), 211-221.
- Syaipudin, L., & Awwalin, I. N. (2023). Strategi Pengembangan Produksi Home Industry Batu Ziolit Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Di Desa Besole Kecamatan Besuki Kabupaten Tulungagung. *Journal of Economics and Business*, 1(1), 35-46.
- Syaipudin, L., & Luthfi, A. (2024). Pengaruh Financing to Debt Ratio dan Net Profit Margin terhadap Profitabilitas Bank Muamalat Indonesia Periode 2013-2022. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Publik, Manajemen dan Perbankan*, 1(1), 10-21.
- Tresnawaty, B., & Hardi, N. M. (2024). Strategi Pemberitaan Media Harian Haluan Dalam Menghadapi Persaingan Media Online. *Annaba: Jurnal Ilmu Jurnalistik*, 9(1), 65-86.