

Strategi bersaing dan pengembangan usaha Radio Sonora

Budi Santoso Tanuwibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20316167&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Usaha radio di Indonesia kurun waktu 5 tahun terakhir ini dalam keadaan stagnan karena berbagai faktor, di antaranya : pembatasan kekuatan daya pancar, dan maraknya usaha pertelevisian nasional. Meski demikian usaha radio di masa mendatang tetap mempunyai potensi yang besar, apalagi bila dibarengi dengan deregulasi. Radio Sonora saat ini merupakan pemimpin pasar usaha radio swasta di Indonesia, setidaknya bila dilihat dari penghasilan dan kemampulabaannya. Sampai sejauh ini Sonora tetap dapat bertumbuh baik, sehingga posisinya semakin mantap dan sekaligus mampu bertahan menghadapi gelombang investasi usaha televisi yang semakin gencar. Keberhasilan Sonora ini setidaknya membuktikan bahwa bila usaha radio dikelola secara baik, jeli membidik pasar, dan menggunakan pendekatan strategi bersaing yang tepat, usaha ini masih bisa tumbuh baik di tengah persaingan yang semakin ketat. Meski demikian, di masa mendatang peran pemerintah di dalam menciptakan kondisi usaha yang kondusif jelas amatlah penting. Berbagai deregulasi seperti peninjauan kembali pembatasan daya pancar dan perpanjangan waktu siaran, akan berdampak positif bagi radio swasta nasional di masa mendatang.

Dengan deregulasi - diharapkan dapat dilaksanakan dalam waktu dekat - radio swasta akan mampu memperkuat diri menghadapi kemungkinan masuknya media asing ke Indonesia, makin merebaknya televisi dan media cetak, serta makin meningkatnya kegiatan pembangunan. Dengan deregulasi sejak awal, maka radio swasta mempunyai waktu cukup leluasa untuk lebih menyiapkan diri menghadapi persaingan. Sementara itu, bagi Sonora sendiri - yang berada dalam posisi puncak dan didukung grup usaha yang kuat dan sinergis - saat ini merupakan waktu yang tepat untuk mengkaji dan mengejawantahkan strategi bersaing dan pengembangan usahanya secara lebih konsisten dan agresif. Pilihan strategi bersaing Sonora - yang secara terselubung menerapkan strategi diferensiasi fokus - sudah tepat, tinggal disempurnakan dan dilaksanakan secara lebih konsisten dan terencana, dengan dukungan paket acara yang lebih bervariasi, dan inovatif. Paket acara yang terlalu baku - baik substansi maupun durasi - akan kurang menarik calon pendengar baru.

Hal lain yang tak kalah penting dan mendesak adalah keharusan bagi Sonora untuk lebih agresif melakukan pengembangan usaha. Pengembangan usaha yang disarankan adalah dengan mendirikan radio baru di luar Jakarta (strategi pengembangan pasar) atau mendirikan radio yang berbeda segmen (strategi pengembangan produk), baik dilakukan sendiri, ketja sama, atau melakukan akuisisi terhadap radio yang sakit.

Dengan cara ini posisi bersaing Sonora akan semakin kuat.

