

Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Industri Portal Berita di Indonesia

Simangunsong, B. Arnold, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72068&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri internet di Indonesia, khususnya yang berkarakteristik portal berita, merupakan industri yang sedang mengalami perkembangan penting dalam sepuluh tahun belakangan ini. Selain akibat kemajuan teknologi, perkembangan ini dipengaruhi juga oleh aturan-aturan pemerintah termasuk Undang-undang No.5 tahun 1999 tentang persaingan dan antimonopoli yang dibentuk untuk menjaga agar tingkat kompetisi tetap terjaga, atau Undang-undang No.36 tahun 1999 mengenai eksistensi internet sebagai sebuah medium. Karya akhir ini mengkaji mengenai pengaruh struktur pasar terhadap kinerja industri portal berita di Indonesia. Data yang digunakan adalah data jumlah pengakses dan perolehan pendapatan iklan halaman pembuka dari 8 (delapan) perusahaan selama 4 bulan pada tahun 2000-2001. Analisa data tersebut dilakukan dalam 3 (tiga) tahapan : Pertama, menganalisa struktur pasar, kedua, menganalisa kinerja industri, dan ketiga, menguji pengaruh struktur pasar terhadap kinerja industri portal berita di Indonesia.

Hasil kajian menunjukkan bahwa, pertama, pasar portal berita masih berada pada area oligopoli - monopolistik serta adanya dominasi satu perusahaan dalam industri. Ciri seperti ini juga ditemui pada berbagai industri media lain, seperti pada industri Surat kabar yang digambarkan dengan penurunan produsen di Amerika Serikat (88 produsen tahun 1954, 81 produsen tahun 1959, dan 33 produsen tahun 1994). Kedua, analisa kinerja memperlihatkan bahwa terdapat hubungan antara kenaikan jumlah pengakses dengan kenaikan pendapatan walaupun tidak signifikan. Ketiga, analisa pengaruh struktur persaingan terhadap kinerja tidak memperlihatkan adanya pengaruh struktur pasar terhadap kinerja industri portal di Indonesia.

Temuan-temuan di atas dapat disimpulkan bahwa industri portal berita bukan merupakan industri media yang bersaing sempurna. Kesimpulan ini tampak berlawanan dengan intuisi yang menganggap bahwa mudahnya (secara teknologi) untuk masuk ke dalam industri ini, atau dari pengamatan telah terjadi penurunan pendapatan perusahaan (rata-rata per pengakses) selama periode penelitian. Penjelasan bahwa isi berita (content) yang lebih menentukan karakteristik pasar industri portal berita dan bukan media (teknologi) yang mewadahnya.

Hasil penelitian ini membawa signifikansi bagi perusahaan bahwa pengembangan strategi perusahaan agar lebih difokuskan pada diferensiasi bersaing produk (isi berita) dan pembentukan loyalitas pelanggan. Namun mengingat data yang digunakan dalam penelitian ini relatif terbatas, maka hasil penelitian ini masih perlu didukung oleh penelitian lanjutan dengan data yang lebih luas serta dengan isi (content) media yang berbeda-beda.