

ABSTRAK

Dunia bisnis terus berkembang dengan semakin meningkatnya jumlah pendatang baru dalam segala bentuk aktivitas bisnis. Radio merupakan salah satu industri kreatif yang mengalami pertumbuhan dalam jumlah pendatang baru, menyebabkan level persaingan semakin meningkat. Disisi lain, radio menghadapi suatu tantangan dimana terjadi perubahan perilaku konsumen (pendengar) yang menyebabkan radio menjadi media yang sedikit demi sedikit semakin ditinggalkan. Perubahan perilaku ini disebabkan oleh banyak faktor, baik faktor yang berasal dari internal perusahaan, maupun faktor eksternal. Oleh karenanya, sebuah stasiun radio perlu menetapkan strategi yang paling tepat untuk dapat mencapai kinerja yang optimal, dan mampu bersaing dalam tingginya tingkat persaingan industri siaran radio.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis penetapan strategi bersaing yang didasarkan pada identifikasi dan penelaian faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Responden dari penelitian ini berasal dari pihak internal Radio Istara, sedangkan pihak eksternal berasal dari 3 institusi yang berhubungan dengan industri penyiaran, yaitu Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI)-Jawa Timur, Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Daerah Jawa Timur, dan pengamat media. Data yang dikumpulkan berasal dari wawancara dengan responden pada tahap awal penelitian untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, kemudian kuisioner yang akan di berikan kepada responden internal dan eksternal, serta dokumen pendukung.

Analisis penelitian menggunakan Internal Factor Ecaluatin (IFE) Matirix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, analisis SWOT, dan analisis posisi perusahaan dengan menggunakan Internal-External (IE) Matrix. Dari hasil penelitian di ketahui bahwa Radio Istara dapat menggunakan strategi bersaing penetrasi pasar dan pengembangan produk untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing dan bertahan dalam kondisi persaingan industri siaran radio.

Key Words: *Strategi Bisnis, SWOT, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal-External (IE) Matrix*

ABSTRACT

The business world continues to grow with the increasing number of new entrants in all forms of business activity. Radio is one of the creative industries are experiencing growth in the number of new entrants, causing the level of competition is increasing. On the other hand, radio is facing a challenge where there is a change in consumer behavior (audience) that causes the radio medium gradually being abandoned. These changes in behavior caused by many factors, both internal factors derived from the company, as well as external factors. Therefore, a radio station need to establish the most appropriate strategy to achieve optimal performance, and able to compete in the high level of competition the radio broadcast industry.

The purpose of this research is to analyze the determination of competitive strategy based on identifying and assessment of internal and external factors of the company. Respondents of this research came from internal party Radio Istara, while external parties come from three institutions dealing with broadcasting industry, the Association of Indonesian National Private Radio Broadcasting (PRSSNI) East-Java, the Indonesian Broadcasting Commission (KPI) East Java Regional, and observers media. The data collected comes from interviews with respondents in the early stages of the research to identify internal and external factors, then the questionnaire that will be provided to the internal and external respondents, as well as supporting documents.

Internal Factor analysis studies using Ecaluatin (IFE) Matirix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, SWOT analysis, and analysis of the company's position by using the Internal-External (IE) Matrix. From the results of research in the know that Radio Istara can use the competitive strategy of market penetration and product development in order to create competitive advantage and survive in the radio broadcast industry competitive conditions.

Key Words: *Bussiness Strategy, SWOT, Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, External Factor Evaluation (EFE) Matrix, Internal-External (IE) Matrix*