

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

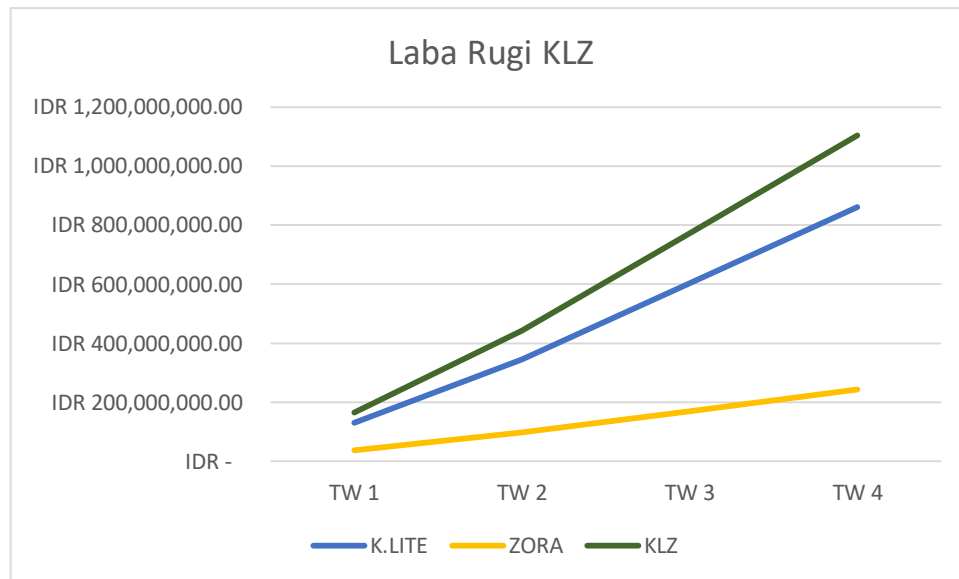
Pada zaman sekarang, pertumbuhan generasi *Millennials* maju dengan pesat. Mulai dari fashion, kehidupan sosialita, pendidikan, hingga teknologi. Dalam sebuah media penyiaran naik turunnya eksistensi sudah lazim terjadi. Radio yang dulu merupakan sumber kabar berita atau para penikmat musik yang dulu mendengarkan setiap harinya, kini kian bertambah. Radio merupakan media massa elektronik tertua dan sangat luwes. Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lain. Perkembangan industri media penyiaran radio saat ini mengalami perubahan yang sangat pesat baik dari sisi teknologi informasi, regulasi maupun persaingan. Berdasarkan riset Nielsen “Angka penetrasi mingguan ini, menunjukkan bahwa media radio masih didengarkan oleh sekitar 20 juta orang konsumen di Indonesia. Para pendengar radio di 11 kota di Indonesia yang disurvei Nielsen ini setidaknya menghabiskan rata-rata waktu 139 menit per hari”. Survey yang dilakukan oleh Nielsen Radio Audience Measurement pada kuartal ketiga tahun ini menunjukkan bahwa 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan *Millennials* atau para konsumen masa depan. Pertumbuhan teknologi dari tahun ke tahun sangatlah pesat menyebabkan internet tidak bisa lepas dari kehidupan kita sehari – hari. Sangatlah jarang orang yang tidak bisa mengakses internet pada saat zaman secanggih ini. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua.

Semakin maraknya teknologi, perkembangan radio juga mulai berubah dari radio analog ke digital, ini menjadikan kesempatan bagi perusahaan untuk bersaing. Ditambah dengan maraknya radio streaming, radio lokal, nasional atau internasional dan adanya media internet menjadikan masalah terbesar persaingan industri media penyiaran semakin meningkat. Menurut Widiyatno (2011) kelebihan media radio antara lain adalah: imajinatif, berjuta pendengar,

sifat pribadi, cepat, tidak ada batasan, sederhana, murah dan mampu menciptakan *emotional power*.

Hal tersebut menyebabkan sejumlah perusahaan radio kehilangan para pendengar setianya. Hingga sampai ada yang menjual perusahaannya karena tidak sanggup untuk menutup pengeluaran mereka. Khususnya ini terjadi di radio zora yang telah berdiri sejak 1972 yang merupakan radio dangdut dan sekarang telah berubah menjadi radio anak muda sejak 2015 kini telah kehilangan sejumlah pendengarnya.

KLZ adalah sebuah group yang dibentuk oleh Yayasan Pendidikan Telkom untuk menggabungkan PT. Lintas Kontinental (Radio K. Lite) dan PT. Karang Tumaritis (Radio Zora). Didalam KLZ sendiri terdapat sebuah Event Organizer atau EO yang berjalan seiringan dengan kedua perusahaan tersebut.



Gambar 1. 1 Total Laba Rugi KLZ Group

Sumber: Laporan Internal Keuangan KLZ Group

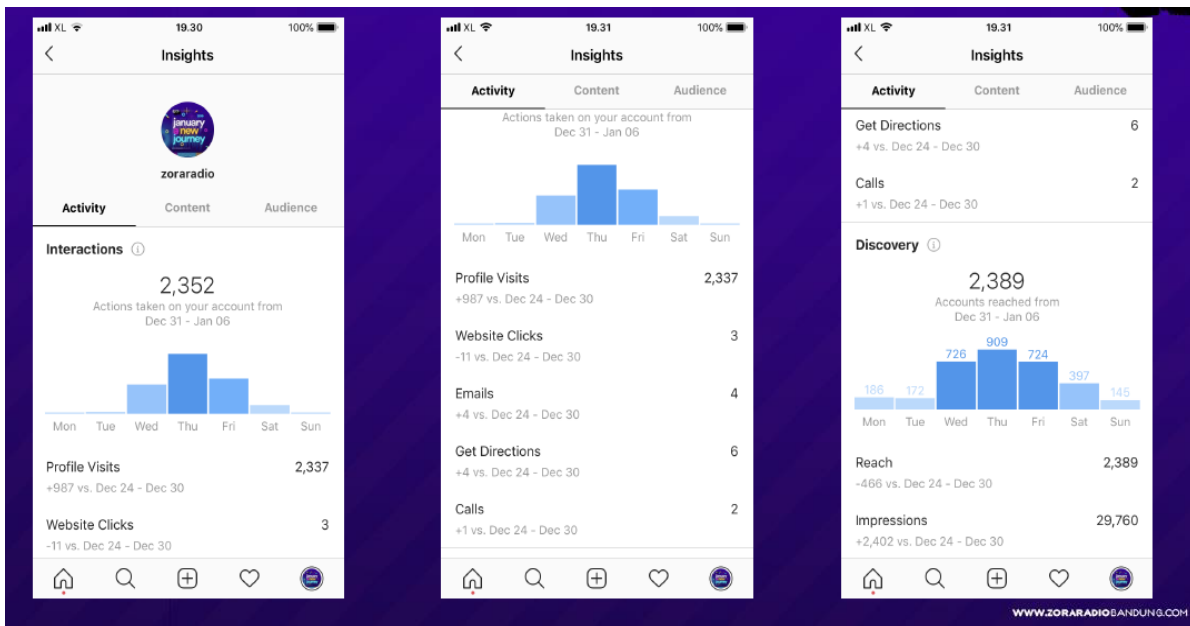
Tabel diatas merupakan total laba rugi selama triwulan 1 hingga triwulan 4. Dapat dilihat selisih yang sangat jauh antara Radio Zora dan Radio K. Lite. Zora sangat kecil pendapatannya dibandingkan dengan K.Lite, ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan zora yang begitu kecil ketika saya melakukan wawancara dengan mas Denoz selaku *program director* dari Radio Zora.



Gambar 1. 2 Radio Kompetitor

(Sumber: <http://www.kotakami.com/travelog/detail/103/daftar-stasiunradio-di-bandung#.XL3Nt7vVJPY>)

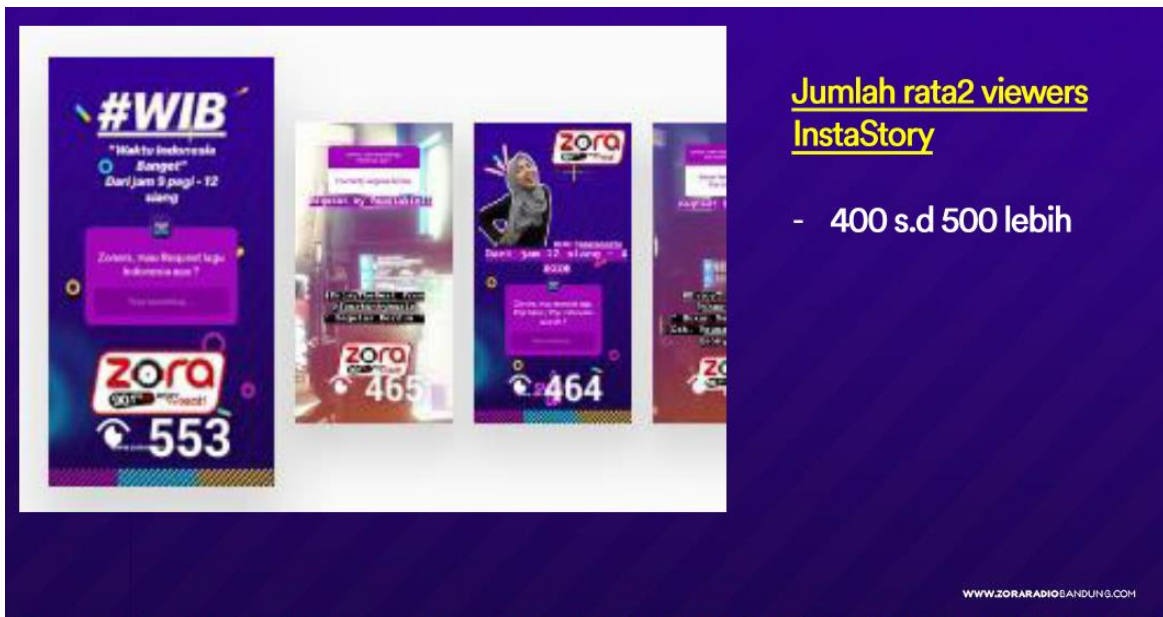
Pada era digitalisasi ini, sangat penting untuk mengetahui jumlah para pendengar setianya. Berdasarkan wawancara saya dengan Bapak Denoz selaku *Program Director*, Radio Zora memiliki jumlah *followers* sekitar 24.800 *user* per januari 2019, sedangkan *competitor* lain nya yakni ardan memiliki 58.700 *followers*, OZ radio memiliki jumlah *followers* 17.900 *user*, dan prambors sebanyak 325.000 *followers*. Bisa dilihat perbedaan yang signifikan antara zora dan *competitor* lain nya. Bisa dilihat jika zora kurang mampu melakukan segi *marketing* yang cukup bagus untuk menarik perhatian dari para pendengarnya.



Gambar 1. 3 *Insight* Instagram Zora Radio

Sumber: Laporan Internal Zora Radio

Insight yang diterima zora juga terbilang sedikit ketika melakukan sebuah postingan instagram yang memiliki jumlah *followers* 24.800 tetapi hanya mendapatkan *insight* sekitar 2.300 user. Bisa dilihat angka yang sangat jauh antara *followers* dan *insight* yang didapatkan.



Gambar 1. 4 Jumlah rata-rata viewers Instagram Story

Sumber: Laporan Internal Zora Radio

Menurut Bapak Denoz selaku *program director* Radio Zora, kelemahan radio zora terdapat pada *key resources*, jumlah views yang didapatkan oleh zora juga sangat sedikit jika dibandingkan dengan *followers*-nya. Salah satu faktor ini diakibatkan karena SDM Radio Zora tidak proporsional, karena satu orang bisa merangkap beberapa pekerjaan seperti halnya mengurus *social media* seperti ini dan menggaet para pendengarnya. Dan juga kurangnya media pemasaran / *Channels* menjadi salah satu hambatan untuk memajukan dari Zora Radio sendiri.

Bisnis model merupakan sebuah pandangan, gambaran, dan dasar pemikiran yang bertujuan untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, *Business Model Generation*, 2010). Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, Radio Zora akan lebih mudah menggambarkan masalah-masalah apa saja yang terjadi pada setiap stakeholdernya serta dapat melakukan analisis faktor-faktor kekurangan yang dapat mencegah menurunnya profit dan dapat mempertahankan bisnisnya.

Cara penyampaian *Business Model Canvas* cukup sederhana yaitu melalui 1 lembar kertas yang terbagi menjadi 9 blok komponen yaitu, *Key Resources, Key Partnerships, Cost Structure, Revenue Streams, Customer relationships, Channels, Value propositions, Customer Segment*.

Berdasarkan permasalahan serta perkembangan dari model bisnis yang ada, maka penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan suatu model bisnis Zora Radio dalam meningkatkan kinerja perusahaan dengan pendekatan model bisnis canvas. Model bisnis kanvas dipilih karena lebih simple, dan sangat mudah untuk menggambarkan permasalahan yang terjadi pada Zora Radio dan mudah untuk dikaitkan dengan solusi yang ada. Model bisnis kanvas mudah untuk dijelaskan secara sederhana melalui Sembilan blok komponen yaitu, *revenue streams, cost structure, key partner, key resource, key activites, value proposition, customer relationship, channels, dan customer segment*. Berdasarkan usulan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan membahas masalah pada Zora Radio yang berjudul “Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Zora Radio Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas”

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan Zora Radio dapat meningkatkan bisnis tersebut, namun hal itu juga menandakan bahwa akan ada banyak pesaing dari Zora Radio yang melihat peluang yang sama. Persoalan tersebut membuat Zora Radio harus mempertahankan bisnisnya dengan segala jenis ancaman dan memanfaatkan peluang yang ada.

1. Bagaimana pemetaan Business Model Canvas existing pada Zora Radio?
2. Bagaimana analisis lingkungan dan SWOT pada model bisnis Zora Radio?
3. Bagaimana perancangan dan pengembangan Business Model Canvas usulan pada Zora Radio?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini, antara lain adalah :

1. Memetakan kondisi eksisting *Business Model Canvas* pada Zora Radio
2. Menganalisis Lingkungan dan SWOT pada Zora Radio.
3. Merancang pengembangan *Business Model Canvas* yang diusulkan pada Zora Radio

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi Zora Radio sebagai strategi bisnis untuk terus meningkatkan kinerja bisnisnya, dan dapat menjadi *market leader* dalam persaingan bisnis di bidang yang serupa.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan yang digunakan antara lain adalah:

1. Penelitian ini dilakukan hanya sampai pada tahap usulan tidak ke tahap validasi
2. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis dari kesembilan komponen secara detail
3. Penelitian ini tidak membahas secara detail tentang harga, biaya dan aspek financial lainnya.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini antara lain adalah:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini disertakan berbagai literature yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, serta beberapa hasil penelitian terdahulu. Bagian ini berisi berbagai teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penyelesaian penelitian

Bab 3 Metodologi Penelitian

Merupakan bagian yang dijelaskan mengenai langkah-langkah penyelesaian masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan.

Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Merupakan bagian yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian ini.

Bab 5 Analisis

Pada bab ini dijelaskan mengenai analisis yang dilakukan mengenai data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Merupakan bagian dimana dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan, serta saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.