

ABSTRAK

Era disrupsi merupakan era terjadinya inovasi secara besar-besaran yang merubah seluruh aktivitas masyarakat ke cara yang lebih baru. Era disrupsi menyebabkan terjadinya pergeseran dan perubahan ke sistem digital teknologi, termasuk media. Media cetak semakin tergantikan oleh apa yang disebut sebagai media daring, termasuk di dalamnya media sosial. Fenomena ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik/BPS yang menunjukkan penurunan persentase angka pembaca surat kabar dari tahun ke tahun sebesar 23,46% pada tahun 2006, 18,94% pada tahun 2009, 17,66% pada tahun 2012, dan 13,11% pada tahun 2015. Kondisi ini mengindikasikan perlunya PT Media Antarkota Jaya/PT MAJ, sebagai salah satu perusahaan media cetak terbesar di Jabodetabek, mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki sehingga dapat mengantarkan perusahaan menjadi perusahaan media yang mampu bertahan dan tetap eksis di era disrupsi teknologi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan dua analisis internal perusahaan untuk mengidentifikasi kelemahan dan kekuatan perusahaan. Analisis yang digunakan adalah analisis rantai nilai dan analisis pilar-pilar keunggulan bersaing. Analisis rantai nilai dilakukan untuk menganalisis aktivitas-aktivitas dari rantai nilai perusahaan yang membentuk kompetensi PT MAJ. Kompetensi perusahaan dalam setiap aktivitas dari rantai nilai tersebut kemudian dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis pilar-pilar keunggulan bersaing untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki dengan memperhatikan faktor efisiensi, kualitas, inovasi dan cepat tanggap pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aktivitas rantai nilai di PT MAJ membangun keunggulan efisiensi. Empat dari sembilan aktivitas rantai nilai tidak membangun keunggulan kualitas, yaitu aktivitas pemasaran dan penjualan, pelayanan, pengembangan teknologi, dan infrastruktur. Aktivitas logistik ke luar, pelayanan, dan pengembangan teknologi membangun keunggulan cepat tanggap pelanggan. Aktivitas pengembangan teknologi dan operasi membangun keunggulan inovasi. Akan tetapi, belum terdapat aktivitas rantai nilai yang menyumbangkan faktor pembentuk keunggulan bersaing secara lengkap. Dengan demikian, keunggulan bersaing PT MAJ adalah keunggulan berbiaya rendah dengan mempertahankan produk berkualitas.

Kata Kunci: analisis rantai nilai, keunggulan bersaing, pilar-pilar keunggulan bersaing.

ABSTRACT

The era of disruption is an era of massive innovation that changes all community activities into newer ways. It causes shifts and changes to digital technology systems, including media. Print media is increasingly being replaced by online media, including social media. Data published by Central Statistics Agency/BPS shows evidence of this phenomenon, that there was a decrease in the percentage of newspaper readers across years, in which by 23.46% in 2006, 18.94% in 2009, 17.66% in 2012, and 13.11% in 2015. This condition drives the need for PT Media Antarkota Jaya/PT MAJ, as one of the largest print media companies in *Jabodetabek*, to perceive their competitive advantage in order to become a more resilient and endure media company in the era of disruption.

This study employs qualitative research methods with data collection techniques that covers interview, observation, and documentation. This study applies two internal analyses of the company to identify the company's weaknesses and strengths. The method of analyses are value chain analysis and building blocks of competitive advantage analysis. Value chain analysis is aimed to analyze the activities of the company's value chain that construct the competence of PT MAJ. The company's competence in each activity of the value chain is analyzed using building blocks of competitive advantage analysis to determine its competitive advantage by taking into account the factors of efficiency, quality, innovation and customer responsiveness.

The results show that all value chain activities implemented by PT MAJ build efficiency advantages. Four of the nine value chain activities, namely marketing and sales, service, technology development, and infrastructure activities, do not necessarily build quality advantages. Outbound logistics, service, and technology development activities build customer responsiveness advantages. Technology development activities and operations build innovation advantage. However, there are no value chain activities that contribute to the complete competitive advantage forming factors. Therefore, the competitive advantage of PT MAJ is maintaining quality product at low-cost.

Keywords: value chain analysis, competitive advantage, building blocks of competitive advantage.