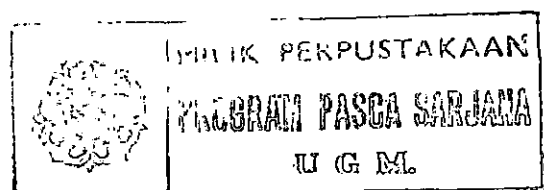


Industri persuratkabaran Indonesia berkembang sangat pesat sekali sejak pemerintah mencabut seluruh kebijakan yang membelenggu kebebasan pers dalam mencari berita dan mewartakannya kepada masyarakat pada tahun 1998. Banyak penerbitan baru atau penerbitan lama yang tidak boleh terbit pada era sebelumnya muncul kembali. Kondisi ini membuat intensitas persaingan di industri persuratkabaran semakin tinggi. Kurang lebih 180 surat kabar harian telah beredar di seluruh Indonesia pada akhir 2002 lalu dengan tiras bervariasi cukup lebar dari 1000 sampai 600.000 eksemplar per hari. Terjadi ketidak seimbangan pasar secara geografis, juga ketidakseimbangan kekuatan antar pemain, yaitu lebih 47% pasar nasional diterbitkan dari Jakarta dan 50% pangsa pasar nasional dikendalikan oleh 16 pemain.

PT Jawa Pos yang didirikan pada 1 Juli 1949 telah mengalami perkembangan sejak peralihan kepemilikan dan manajemen pada tahun 1982. Kekuatan perusahaan dibangun melalui keluasan jaringan sistim informasi, produksi dan distribusi sehingga pada akhir 2002 Jawa Pos telah mempunyai 66 penerbitan harian umum dan 15 penerbitan lainnya untuk berbagai segmen pasar tertentu. Secara nasional pangsa pasar yang dapat dikuasai oleh Jawa Pos dan jaringannya mencapai 22% dan di beberapa wilayah di luar Jakarta dapat mendominasi pasar. Dengan kekuatan yang dipunyainya, Jawa Pos menerapkan strategi differensiasi untuk bersaing, yaitu memberikan porsi berita daerah untuk menyesuaikan dengan selera masyarakat setempat selain berita nasional dan internasional dalam sebuah koran. Sesuai dengan kebijakan yang diterapkan, *jawa pos memberikan nasi sedangkan lauk yang sesuai dengan selera masyarakat disiapkan oleh daerah.*

Namun untuk memasuki pasar Jakarta yang mempunyai pangsa cukup besar, Jawa Pos menghadapi hambatan. Sebagai langkah awal dilakukan kerja sama dengan harian Merdeka tapi gagal untuk diteruskan ketika usahanya sudah mulai berkembang. Pada Maret 2003, Jawa pos menerbitkan sebuah harian baru Indo Pos, dengan konsep *society news* yaitu memuat pola kehidupan masyarakat menengah keatas di Jakarta sebagai *differensiator* dan dijual dengan harga yang cukup rendah maka Indo Pos telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik.

Kata Kunci: *Persaingan industri persuratkabaran, 7'S D'Aveni, Hiperkompetisi*



The Indonesian news industries have developed rapidly since 1998, when the government of Indonesia issued a new policy on journalism. The policy give a wider opportunity and loose control from government for journalist to explore and inform the news to people in 1998. There were many new publishers or restricted publishers by previous regime issued their newspapers. That conditions have caused the competitive intensity of news industries become higher and higher. About 180 types of newspaper have circulated in Indonesia by the end of 2002 with very wide varieties sheet numbers from 1000 to 600,000 papers a day. There was unbalanced market condition geographically and unbalanced of competitor's strength which more than 47% of national market were published from Jakarta area and more than 50% of national market were controlled by 16 competitors.

PT Jawa Pos had established on July 1<sup>st</sup>, 1949 then developed significantly since owner transferred and new management applied in 1982. The company's strength was built from a wide network system of information, operation and distribution, so that by the end of 2002 Jawa Pos have owned about 66 types of general newspaper and other 15 publishers or magazines for varied market segments. Nationally, the market share that controlled by Jawa Pos and its network have reached 22% almost of them are dominate the area outside of Jakarta. By its network strength, Jawa Pos have applied a differentiated competitive strategy, which provided more local news portion to accommodate the local social tastes beside national and international news within a newspaper. As stated on the company's policy, *Jawa Pos will provide a cup of pure white rice as a general taste, the appetizer will be provided by each local business unit to fit with the customer tastes.*

However, entering the Jakarta's market, which has a big share and some powerful competitor, Jawa Pos faced some constraint. For the first stage, Jawa Pos have made a Joint venture with existing publisher Merdeka, but after three years operated and developed the cooperation was failed. Jawa Pos issued new daily news, *Indo Pos* on March 2003 with the society news concept about high social life style in Jakarta as differentiator and sold with lower price.

Keyword: *News Industries Competition, 7'S D'Aveni, Hypercompetition*