

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada PT Radio Swara Gajah Mada atau Swaragama FM yang berada di Yogyakarta. Swaragama FM harus bersaing dengan kompetitor sesama radio di Yogyakarta, terutama sesama radio bersegmentasi anak muda. Selain itu, Swaragama FM juga harus mampu mengatasi perkembangan teknologi media digital dan internet yang dapat menggerus peran dari radio. Karena semakin pesatnya perkembangan teknologi media digital dan internet pada saat ini, yang menjadikannya lebih modern dan dapat menggantikan peran radio sebagai media informasi dan hiburan. Swaragama FM perlu untuk memiliki ataupun mencapai keunggulan bersaing agar dapat menjadi kompetitif. Tujuan tersebut dapat dipenuhi melalui pemahaman pada faktor internal perusahaan, yaitu sumber daya dan kapabilitas Swaragama FM.

Penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis sumber daya dan dimulai dengan analisis rantai nilai untuk mengidentifikasi seluruh sumber daya dan kapabilitas dari Swaragama FM. Selanjutnya menggunakan pendekatan pengukuran sumber daya untuk mengidentifikasi kekuatan kunci dari Swaragama FM. Kemudian menggunakan pendekatan strategi bersaing generik untuk mengidentifikasi tipe penggerak dari seluruh sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki, termasuk yang menjadi kekuatan kunci. Analisis ini juga digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing dari Swaragama FM sesuai dengan seluruh sumber daya dan kapabilitas, beserta rangkaian aktivitas rantai nilai yang dijalani.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, juga melalui wawancara dan kuesioner terhadap narasumber yang merupakan manajemen level atas dari Swaragama FM. Hasil dari penelitian ini adalah kemampuan dalam mengidentifikasi keunggulan bersaing dari Swaragama FM yang berasal dan sesuai dengan seluruh sumber daya dan kapabilitas dari tiap aktivitas rantai nilainya.

Kata Kunci: Swaragama FM, Keunggulan Bersaing, Faktor Internal Perusahaan

ABSTRACT

This research focuses on PT Radio Swara Gadjah Mada or Swaragama FM in Yogyakarta. Swaragama FM must compete with fellow radio competitors in Yogyakarta, especially fellow radio segmented youth. In addition, Swaragama FM must also be able to overcome the development of digital media and internet technology that can erode the role of radio. Because of the increasingly rapid development of digital media and the internet at this time, which makes it more modern and can replace the role of radio as a medium of information and entertainment. Swaragama FM needs to have or achieve the competitive advantage in order to be competitive. These objectives can be fulfilled through understanding the company's internal factors, namely the resources and capabilities of Swaragama FM.

This study uses a resource-based approach and begin with value chain analysis to identify all the resources and capabilities of Swaragama FM. Furthermore, it uses a resource measurement approach to identify key strengths from Swaragama FM. Then it uses a generic competitive strategy approach to identify the types of drivers of all the resources and capabilities they have, including those that are key forces. This analysis is also used to identify competitive advantages of Swaragama FM in accordance with all resources and capabilities, along with a series of value chain activities undertaken.

This study uses a qualitative approach, also through interviews and questionnaires to resource persons who are top-level management from Swaragama FM. The results of this study are the ability to identify the competitive advantages of Swaragama FM that originates and matches all the resources and capabilities of each value chain activity.

Keywords: Swaragama FM, Competitive Advantage, Company's Internal Factors