

Analisis Daya Saing Industri Korandi Kota Medan (Pendekatan SWOT)

Rafika Santri, Arini Juwita Ayu, Fauzi Alfariz Siregar, Roy Andi Saputra, Akbar Kurniawan, Sanusi Ghazali Pane

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Panca Budi
rafikasantri0112@gmail.com, arinijuwitayu@gmail.com, fauzialfariz97@gmail.com,
roysaputraxxx02@gmail.com, akbarkurniawan250@gmail.com,
sanusi.gazali.pane@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to understand the problems faced by the newspaper industry in facing changes in consumer behavior and competition from digital media. Although newspapers remain a print medium, challenges arise from the transition of readers to digital platforms. The method used is descriptive qualitative research by collecting data from field observations and interviews with informants related to the newspaper industry. SWOT analysis identifies factors that influence the newspaper industry, from the strength of national networks to technological limitations. This literature review describes the opportunities and threats for the newspaper industry, while emphasizing the importance of adaptation to digital platforms and strong collaboration to compete in the modern media era. The research results identify internal and external factors that influence the newspaper industry in Medan, including strengths, weaknesses, opportunities, and threats.

Keywords: Competitiveness, Newspaper Industry, SWOT, Medan City, Consumer Behavior, Digital Media

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami permasalahan yang dihadapi industri koran dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dan persaingan dari media digital. Meskipun surat kabar tetap menjadi media cetak, tantangan muncul dari transisi pembaca ke platform digital. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data dari observasi lapangan dan wawancara dengan informan terkait industri koran.. Analisis SWOT mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi industri koran, dari kekuatan jaringan nasional hingga keterbatasan teknologi. Tinjauan literatur ini menggambarkan peluang dan ancaman bagi industri koran, sambil menekankan pentingnya adaptasi ke platform digital dan kolaborasi yang kuat untuk bersaing di era media modern. Hasil penelitian mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi industri koran di Medan, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Kata Kunci: Daya Saing, Industri Koran, SWOT, Kota Medan, Perilaku Konsumen, Media Digital

PENDAHULUAN

Mendapatkan informasi menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia, dan berbagai saluran seperti surat kabar menjadi salah satu dari beberapa media tradisional yang tetap relevan (Straubhaar, 2009). Dengan perkembangan teknologi, industri media mengalami persaingan yang semakin ketat. Perubahan zaman digital telah mengubah cara kita hidup, berkomunikasi, dan mengakses informasi. Media *online*, dengan kemampuannya menyajikan berita secara instan, menjadi ancaman besar bagi kelangsungan surat kabar dalam bisnisnya. Transisi pembaca dari surat kabar ke platform *online* menjadi kekhawatiran bagi industri media cetak.

Kota Medan, salah satu dari empat kota besar di Indonesia (bersama Jakarta, Surabaya, dan Makassar), merupakan ibu kota dari Sumatera Utara. Sebagai kota terbesar ketiga di Indonesia setelah Jakarta dan Surabaya, serta yang terbesar di luar Pulau Jawa, Medan memiliki posisi strategis di sepanjang Selat Malaka, menjadikannya pusat perdagangan, industri, dan bisnis yang vital bagi Indonesia. Sektor industri menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan Kota Medan, yang menjadi pusat industri perdagangan dan jasa terkemuka di Indonesia (BPS, 2022).

Kemajuan ekonomi dan teknologi, baik secara global maupun di Kota Medan, membuat media massa menjadi elemen yang sangat penting dalam suatu negara. Pandangan ini sejalan dengan pandangan Burhan Bungin (2000), yang menyatakan bahwa media bukan hanya merupakan industri yang berkembang, namun juga menciptakan lapangan kerja, barang, jasa, serta mendukung perkembangan industri terkait lainnya. Media massa tidak hanya sebagai institusi dengan peraturan dan norma yang terhubung dengan masyarakat dan lembaga lain, tapi juga terikat dengan aturan yang ditetapkan oleh masyarakat.

Pertumbuhan industri media massa di Indonesia dapat diidentifikasi dengan beberapa hal. Pertama, bisnis media massa tidak lagi hanya didukung oleh yayasan, namun beralih ke perusahaan berbentuk PT yang mengedepankan manajemen profesional dan pemanfaatan teknologi mutakhir serta orientasi pada aspek komersial. Kedua, terdapat peningkatan investasi dari pengusaha nasional atau yang sering disebut sebagai "konglomerat" di sektor media massa. Ketiga, terjadi diversifikasi bentuk media massa yang menunjukkan arah spesialisasi yang lebih jelas.

Koran tetap menjadi salah satu bentuk media cetak yang bertahan di tengah munculnya platform media baru. Berdasarkan data AC Nielsen, ada penurunan jumlah surat kabar yang tersedia, dengan 16 dari 117 surat kabar yang telah berhenti beroperasi pada 2015, dan dari 170 majalah, hanya tersisa 132 majalah pada saat itu (Nielsen, 2017). Meskipun posisinya masih di bawah televisi dan radio, koran tetap menjadi salah satu pilihan utama masyarakat dalam mengakses informasi, mempertahankan posisi utama sebagai media cetak yang paling sering diakses, diikuti oleh majalah dan tabloid.

Di Kota Medan, industri surat kabar menghadapi tantangan besar saat ini. Banyak dari surat kabar yang telah berhenti beroperasi seperti Sindo Medan, Medan Bisnis, Global, Batak Pos, Bintang Sumatera, Harian Sumatera, Waspada, Analisa, Sinar Indonesia Baru, Medan Pos, Mimbar Umum, Sumut Pos, dan Tribun, Harian Orbit. Salah satu faktor utama kesulitan yang dihadapi industri surat kabar di sini adalah perubahan dalam cara iklan disampaikan, yang merupakan sumber utama pendapatan bagi media cetak, akibat munculnya media digital.

Industri ini masih mempertahankan format cetaknya, namun konsumen beralih ke platform digital. Kehadiran internet telah mengubah kebiasaan konsumsi media, mempengaruhi cara pesan disampaikan dari media cetak ke media siaran dan internet. Teknologi digital menuntut pengelola media untuk beradaptasi. Persaingan tidak hanya terjadi antar surat kabar, tetapi juga dengan tabloid, majalah, radio, dan terutama televisi dalam memperebutkan iklan dan perhatian pembaca. Kompetisi semakin ketat dengan berkembangnya industri media berbasis *online*.

Dikutip dari wikipedia.media di Kota Medan dan sekitarnya (Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Serdang Bedagai, Kota Binjai, Kabupaten Langkat, dan Kota Tebing Tinggi) juga memiliki beberapa terdiri dari 14-surat kabar seperti:

Tabel 1. Daftar Surat Kabar Nasional di Kota Medan Tahun 2023

Nama	Jenis	Perusahaan	Bahasa
Koran Sindo	Nasional	Media Nusantara Citra	Indonesia
Republika		Mahaka Media	
Kompas		KG Media	
Bisnis Indonesia		Bisnis Indonesia Group	
Media Indonesia		Media Group	
Kontan		KG Media	
Koran Jakarta		Berita Nusantara	
The Jakarta Post		Bina Media Tenggara	Inggris
Indonesia Shang Bao		Bisnis Indonesia Group	Mandarin
Harian Indonesia		Mahaka Media	
Guo Ji Ri Bao		Mayapada Group	

Daftar Surat Kabar Lokal di Kota Medan Tahun 2023, sebagai berikut:

1. Koran Mimbar Umum terletak di Medan Denai (Terbit Sejak 6 November 1945)
2. Harian Analisa, terletak di Kesawan, Medan Barat, Medan (sejak 23 Maret 1972; 51 tahun lalu).

3. Harian Umum Medan Pos, terletak di Kesawan, Medan Barat, Medan (sejak 9 Mei 1966; 57 tahun lalu).
4. Harian Sinar Indonesia Baru, terletak di Aur, Medan Maimun, Medan (sejak 9 Mei 1970; 53 tahun lalu).
5. Harian Umum Nasional Waspada, terletak di Aur, Medan Maimun, Medan (sejak 11 Januari 1947; 76 tahun lalu).

Kehadiran ragam media massa baru memberikan keuntungan bagi konsumen dengan menyediakan beragam sumber informasi. Namun, ini juga menjadi ancaman serius bagi industri media yang telah lama eksis. Oleh karena itu, pengelola industri media massa, terutama dalam hal surat kabar, harus berinovasi, menyesuaikan produk, dan merancang strategi yang tepat agar perusahaan mereka dapat bertahan (Rakhmat Hadi Sucipto, 2013). Banyak pengelola koran, seperti Kompas, Sindo, Media Indonesia, Koran Mimbar Umum, dan Republika, telah mengubah strategi bisnis mereka. Mereka tidak hanya menerbitkan koran cetak, tetapi juga agresif dalam berinovasi dengan meluncurkan *e-paper* (surat kabar cetak *online* atau *electronic paper*) serta platform media *online*.

Tingkat persaingan saat ini sangat tinggi, memaksa perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka hingga mencapai tingkat keunggulan kompetitif superior di antara pesaingnya (Husbeis & Mukhamad, 2014). Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi bisnis mereka, termasuk persaingan dari pesaing baru dan strategi untuk meningkatkan volume penjualan. Hal ini penting agar perusahaan tetap relevan di mata konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjalankan kegiatan mereka secara efektif dan efisien dengan menerapkan strategi bersaing. Salah satu bentuk strategi ini adalah melalui analisis SWOT yang dapat membantu perusahaan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi (Yulihar Diyanti, 2018).

Analisis SWOT, singkatan dari Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats), merupakan alat penting untuk menyelidiki keadaan suatu perusahaan jika digunakan secara tepat (Sondang P. Siagian, 2005). Perusahaan perlu memahami faktor kunci yang memengaruhi kesuksesannya baik dari segi internal maupun eksternal di lingkungannya untuk meningkatkan daya saingnya (Reca Elyarni & Hermanto, 2016). Perusahaan yang berhasil senantiasa berusaha memahami pesaing sebaik mungkin, sama halnya dengan pendekatan terhadap konsumen. Dengan menganalisis dan mengevaluasi kompetisi, manajemen dapat merencanakan di mana dan bagaimana bersaing serta menentukan posisi di setiap pasar target.

Pendekatan ini sesuai dengan penelitian Rohmanudin pada tahun 2017 tentang "*Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing (Studi pada Industri Mebel di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung)*." Matriks IE yang dihasilkan untuk Industri Mebel di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung menunjukkan kuadran V, yang mengindikasikan penggunaan strategi Pertumbuhan

(*Growth Strategy*) dan Stabilitas (*Stability Strategy*) oleh perusahaan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Naila Iman, Ani Murwani, & Ade Indah pada tahun 2022 dengan judul "*Analisis Daya Saing Industri Coffee Shop di Kota Medan*" menemukan bahwa 10 Coffee Shop menerapkan strategi yang berbeda-beda, mulai dari promosi di media sosial, membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kualitas, hingga memberikan keistimewaan kepada pelanggan.

Manajemen setiap produsen berusaha menciptakan produk atau layanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan konsumen dan dengan biaya yang terjangkau. Perusahaan yang mampu bertahan dan tumbuh lebih baik adalah yang bisa mengubah kebutuhan setiap pelanggan menjadi bagian dari perkembangan sistem internal perusahaan (Rangkuti, 2016). Salah satu faktor utama dalam proses ini adalah upaya terus-menerus untuk memperbaiki proses produksi. Perbaikan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas, mengurangi waktu dan biaya produksi yang tidak efisien, serta menghilangkan aktivitas yang tidak memberi nilai tambah (Holatova & Monika, 2013).

Namun, tidak semua strategi bersaing dapat diterapkan oleh pengelola atau pemilik industri karena ada batasan yang ditentukan oleh faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dihadapi dalam menghadapi persaingan (Danu Triwinarko & Hapsari Setyowardhani, 2019). Oleh karena itu, penting untuk membangun sistem yang komprehensif melalui tiga tahap pengambilan keputusan: tahap *input*, tahap koordinasi, dan tahap pilihan. Tahap *input* digunakan untuk mengidentifikasi sumber daya potensial dan mengevaluasi posisi perusahaan, membantu dalam merumuskan strategi jangka panjang saat bersaing. Pada tahap koordinasi, alat analisis seperti Analisis SWOT digunakan untuk menentukan strategi (Erwin Suryatama & Adi Pamungkas, 2014). Berdasarkan kerangka yang diuraikan, penulis akan melakukan penelitian tentang "*Analisis Daya Saing Industri Koran di Kota Medan.*"

TINJAUAN LITERATUR

Daya Saing

Daya saing bisnis merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk secara efektif berkompetisi satu sama lain dengan tujuan mencapai posisi yang menguntungkan dalam kinerja perusahaan. Menurut Kanter (Bismala Lila et. al, 2018), elemen kunci dalam pasar global adalah kelompok masyarakat yang memiliki aset tak berwujud seperti ide, keahlian, dan jaringan.

Daya saing merujuk pada perbandingan kemampuan dan performa perusahaan, sub-sektor, atau bahkan negara dalam penjualan dan penyediaan barang atau layanan di pasar. Untuk sebuah negara, daya saing dapat tercapai melalui akumulasi daya saing strategis di setiap perusahaan (Mudrajad Kuncoro, 2007).

Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan untuk mencapai hasil yang lebih baik, lebih cepat, atau lebih signifikan. Kemampuan tersebut mencakup: memperkuat pangsa pasar, berinteraksi dengan lingkungan, meningkatkan kinerja secara terus-menerus, dan menegakkan posisi yang menguntungkan (Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007).

Indikator Daya Saing

Menurut Cuevas-Vargas dan rekan-rekannya (Mediany Kriseka Putri, 2017), indikator daya saing meliputi hal-hal berikut:

- a. Harga yang kompetitif merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya agar sebanding dengan harga di pasaran.
- b. Kualitas produk menunjukkan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, termasuk tingkat daya tahan yang dimiliki.
- c. Uniknya produk mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan nilai tambah pada produknya dibandingkan dengan pesaingnya, yang pada gilirannya memberikan manfaat bagi pelanggan.
- d. Kinerja keuangan.

Dimensi Daya Saing

Muhardi (2007) menyatakan bahwa dimensi daya saing perusahaan terdiri dari: biaya, kualitas, waktu penyampaian, dan fleksibilitas. Biaya mencakup produksi, tenaga kerja, dan persediaan. Kualitas melibatkan tampilan, keandalan, dan kesesuaian produk. Waktu penyampaian berfokus pada kecepatan produksi dan pengiriman. Fleksibilitas mencakup adaptasi produk dan respons terhadap perubahan lingkungan.

Analisis SWOT

Rangkuti (2013) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah metode strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam proyek atau bisnis, mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Robinson dan Pearce (1997) menggambarkan analisis ini sebagai cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang paling cocok, dengan asumsi bahwa strategi efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Fahmi (2014) menambahkan bahwa penerapan SWOT dalam perusahaan bertujuan untuk memberikan panduan agar fokus, memungkinkan perbandingan dari berbagai sudut pandang, baik kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan ancaman. Analisis SWOT juga membantu dalam memahami pasang surut produk atau daur hidup produk yang ditawarkan.

Menurut Siagian (1995), analisis SWOT meliputi:

- a. Kekuatan (*Strengths*): Sumber daya, keterampilan, atau keunggulan relatif terhadap pesaing yang memberikan keunggulan komparatif di pasar.
- b. Kelemahan (*Weaknesses*): Keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang menghambat kinerja perusahaan.
- c. Peluang (*Opportunity*): Situasi menguntungkan dalam lingkungan perusahaan seperti perubahan pasar, teknologi, atau hubungan dengan pemasok atau pembeli.
- d. Ancaman (*Threats*): Situasi tidak menguntungkan seperti persaingan baru, perubahan teknologi, atau peraturan yang dapat mengganggu posisi perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penelitian ini mengadopsi jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, difokuskan pada kota Medan. Metode pengumpulan data melibatkan studi lapangan yang mencakup observasi terhadap daya saing industri koran di kota tersebut. Observasi ini bertujuan untuk memahami secara langsung dinamika industri koran di Medan. Wawancara dengan seorang informan dari media cetak (koran) di kota Medan juga dilakukan untuk mendapatkan pandangan internal terkait industri koran. Sumber informasi tambahan diperoleh melalui studi pustaka, menggabungkan buku-buku dan literatur lain yang relevan dengan fokus penelitian.

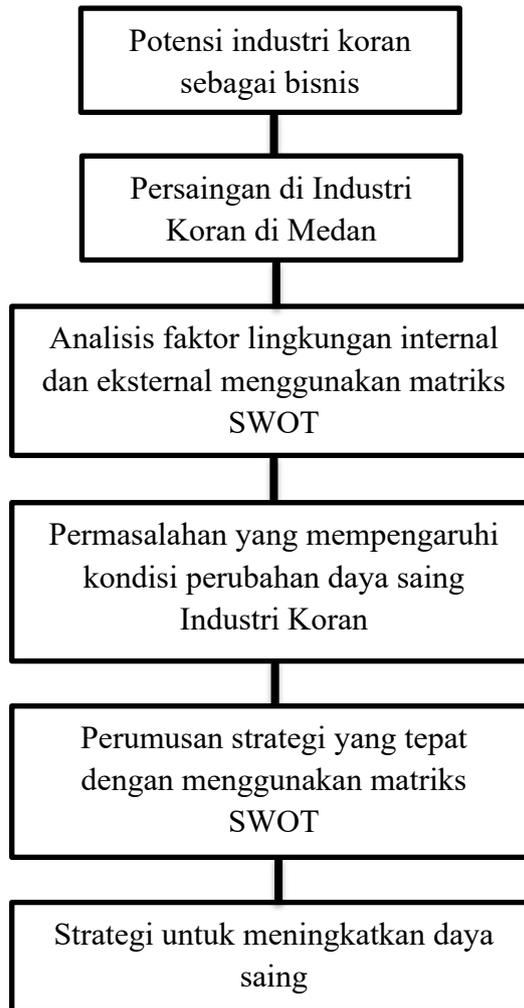
Model Analisis SWOT (Matriks SWOT)

Tabel 1. Model Analisis SWOT (Matriks SWOT)

IFAS EFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
	Menentukan faktor dalam Industri Koran yaitu Kekuatan	Menentukan faktor dalam Industri Koran yaitu kelemahan
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
Penentuan peluang Yang merupakan faktor dari Industri Koran	Membuat suatu rencana berdasarkan kekuatan dalam menggunakan peluang.	Menghasilkan suatu rencana dalam meminimalisir kelemahan dalam pemanfaatan peluang
THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
Penentuan ancaman yang merupakan faktor	Menghasilkan suatu strategi	Menghasilkan suatu strategi dalam meminimalisir kelemahan

dariluar Industri Koran.	berdasarkan kekuatan dalam menanggulangi ancaman.	untuk menyingkirkan ancaman.
--------------------------	---	------------------------------

Berdasarkan penguraian dari tinjauan literatur di atas, dapat dipahami bahwa penelitian ini memberikan wawasan terhadap Analisis Daya Saing Industri Koran di Kota Medan. Pada Gambar 1, terlihat kerangka pemikiran penelitian ini, yang juga berperan sebagai langkah-langkah acuan untuk menjalankan penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Analisis Daya Saing Industri Koran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Daya Saing Industri Koran di Kota Medan:

Analisis SWOT untuk industri koran di Kota Medan dan sekitarnya (Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Serdang Bedagai, Kota Binjai, Kabupaten Langkat, dan Kota Tebing Tinggi) dapat dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT Industri Koran di Kota Medan

Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya koran nasional dengan cakupan luas • Ketersediaan Bahasa • Warisan Lokal yang Kuat • Reputasi dan Usia 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan dalam Negeri • Keterbatasan Bahasa • Keterbatasan Inovasi Teknologi
Peluang (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Kolaborasi dan Jaringan • Digitalisasi dan Transformasi Media 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan Kolaborasi dengan Koran Nasional • Inovasi Digital dan Konten Online 	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan Adopsi Teknologi Digital • Kolaborasi dengan Koran Nasional untuk Bahasa
Ancaman (T)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan Konsumen • Persaingan dari Media Digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversifikasi Isi dan Inovasi Konten • Kolaborasi dan Kemitraan untuk Pendanaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Transformasi Cetak ke Online • Pengembangan Model Bisnis Alternatif

Analisis SWOT Daya Saing Industri Koran di Kota Medan:

Industri koran di Kota Medan dan sekitarnya memiliki sejumlah kelebihan yang menjadi fondasi kuat serta faktor-faktor internal yang mempengaruhi jalannya bisnis. Kelebihan itu antara lain adalah adanya jaringan nasional dari koran-koran ternama seperti Koran Sindo, Republika, dan Kompas yang memiliki cakupan luas dan reputasi baik di wilayah tersebut. Selain itu, keberagaman bahasa seperti Bahasa Indonesia, Inggris, dan Mandarin (Indonesia Shang Bao) memungkinkan penjangkauan yang lebih luas kepada segmen pembaca dengan preferensi bahasa berbeda. Selain itu, warisan lokal yang kuat dari koran-koran seperti Harian Analisa,

Harian Umum Medan Pos, dan Harian Sinar Indonesia Baru memberikan keunggulan dalam pemberitaan lokal dengan sejarah panjang dan reputasi yang telah dibangun di komunitas setempat.

Namun, industri koran di wilayah ini juga menghadapi beberapa kekurangan yang bisa mempengaruhi daya saingnya. Persaingan dalam negeri antara koran nasional dan lokal bisa mengurangi pangsa pasar bagi koran-koran lokal, sementara keterbatasan bahasa dalam beberapa koran membatasi jangkauan mereka terhadap segmen pembaca yang berbahasa spesifik. Kemudian, keterlambatan dalam mengadopsi teknologi digital juga dapat mengurangi daya tarik bagi pembaca yang lebih muda atau cenderung menggunakan platform digital.

Ada sejumlah peluang yang dapat dimanfaatkan oleh industri koran di wilayah ini untuk meningkatkan daya saingnya. Misalnya, peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan koran nasional atau mengembangkan kemitraan strategis guna meningkatkan distribusi dan cakupan. Selain itu, adopsi teknologi digital untuk menciptakan platform *online* yang menarik bagi pembaca modern, dan fokus pada pemberitaan lokal yang mendalam dapat menjadi daya tarik besar bagi pembaca setempat.

Namun, terdapat ancaman yang harus dihadapi oleh industri koran di Kota Medan dan sekitarnya. Perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih informasi secara digital dapat mengancam keberlangsungan koran konvensional. Persaingan dengan platform media digital seperti portal berita *online* atau media sosial juga dapat menjadi ancaman serius, terutama karena cakupan yang lebih cepat dan luas yang dimiliki oleh platform tersebut. Keterbatasan pendanaan serta perubahan preferensi iklan dari cetak ke digital juga menjadi tantangan serius bagi industri koran.

Strategi Daya Saing Industri Koran di Kota Medan:

Strategi SO (Kekuatan-Peluang) menekankan penggunaan kekuatan internal untuk mengejar peluang eksternal. Industri koran dapat meningkatkan kerja sama dengan koran nasional guna memperluas distribusi dan cakupan berita. Selain itu, memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan platform *online* yang menarik dengan basis pada warisan lokal, menarik pembaca modern.

Strategi WO (Kelemahan-Peluang) bertujuan mengatasi kelemahan internal melalui peluang eksternal. Memberikan pelatihan staf dalam teknologi digital dan berkolaborasi dengan koran nasional untuk memperluas bahasa guna menjangkau lebih banyak pembaca.

Strategi ST (Kekuatan-Ancaman) menggunakan kekuatan internal untuk menghadapi ancaman eksternal. Penguatan konten yang lebih bermutu untuk mempertahankan reputasi dan daya saing lokal di era media digital. Kolaborasi dan kemitraan strategis juga diusulkan untuk mengatasi keterbatasan pendanaan.

Strategi WT (Kelemahan-Ancaman) bertujuan mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Transformasi dari media cetak ke platform *online* menjadi fokus utama untuk mengatasi keterbatasan teknologi dan persaingan dengan media digital. Pengembangan model bisnis baru yang mempertimbangkan pendapatan dari platform *online* juga menjadi bagian strategi ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan atau bagian penutup dari jurnal ini merangkum analisis SWOT terhadap industri koran di Kota Medan dan sekitarnya. Industri ini memiliki potensi dan tantangan yang signifikan yang memengaruhi daya saingnya di era media modern.

Dalam analisis SWOT, kekuatan industri koran termasuk adanya koran nasional dengan reputasi baik, keberagaman bahasa, dan warisan lokal yang kuat. Namun, kelemahan seperti persaingan dengan koran nasional, keterbatasan bahasa, dan kurangnya inovasi teknologi menjadi tantangan serius. Terdapat pula peluang untuk meningkatkan kolaborasi dan adopsi teknologi digital, sementara ancaman datang dari perubahan perilaku konsumen dan persaingan dengan media digital.

Untuk meningkatkan daya saingnya, industri koran dapat memanfaatkan strategi yang disarankan dalam matriks SWOT. Strategi SO dan WO menekankan penggunaan kekuatan internal untuk mengejar peluang eksternal, baik melalui kolaborasi dengan koran nasional atau adopsi teknologi digital. Strategi ST fokus pada mempertahankan keunggulan industri dengan penguatan konten dan kolaborasi untuk mengatasi ancaman, sementara strategi WT menekankan transformasi ke platform *online* dan pengembangan model bisnis baru untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

Dalam rangka bersaing di era media digital yang terus berkembang, adaptasi dan inovasi menjadi kunci bagi industri koran di Kota Medan dan sekitarnya untuk mempertahankan eksistensinya dan memenuhi kebutuhan pembaca modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, Lila dan Susi Handayani. 2018 Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menenga. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli
- Bungin, Burhan. 2000. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.
- Diyanti, Yulihar. (2018). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. *Skripsi*, UIN Sumatera Utara.

- Elyarni, Reza & Hermanto. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Jurnal Metris*, 17(2), 81 - 88. <https://mx2.atmajaya.ac.id/index.php/metris/article/download/2937/1338>
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Holatova, D., & Monika, B. (2013). Basic Characteristics of Small and Medium-Sized Enterprises in Terms of Their Goals. *International Journal of Business and Social Science*, 4(15), 98 - 103. https://ijbssnet.com/journals/Vol_4_No_15_Special_Issue_November_2013/13.pdf
- https://id.wikipedia.org/wiki/Media_di_Kota_Medan
- <https://medankota.bps.go.id/publication/2023/09/11/d35d5b8eb35936297bf2578f/direktori-industri-besar-dan-sedang-kota-medan-2022.html>
- <https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia/>
- Husbeis, Musa & Mukhamad Najib. (2014). *Manajemen Strategik Dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Gramedia.
- Iman, N., Ani, MM., & Ade, I. (2022). Analisis Daya Saing Industri Coffee Shop di Kota Medan. *JAMEK: Jurnal Akuntansi, Manajemen Ekonomi, dan Kewirausahaan*, 2(3), 54 - 64. <https://journal.fkpt.org/index.php/JAMEK/article/view/206>
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Erlangga. Jakarta
- Mediany, Kriseka Putri, Astri Ghina, & Febi Sandita. 2017. "Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Daya Saing UMKM Pada Sentra Industri Kaos Suci Bandung". *E-proceeding*, vOL.4 No 2 . ISSN : 2355-9357,10
- Muhardi., Suharyono, AS & Susilawati., 2007, Aktivitas Antibakteri Ekstrak Daun Salam (*Syzygium Polyantha*) dan Daun Pandan (*Pandanus Amaryllifolius*), *Jurnal Tek Ind Pang.*, XVIII (1) h 17-24.
- Novia, C., Saiful & Deny, U. (2021). Analisis SWOT Peningkatan Daya Saing Pada UKM Keripik Nangkadi Kabupaten Malang. *Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61 - 69. <https://www.jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/Teknologi-Pangan/article/view/2460>
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007

- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rahmawati, Silvia & Sutantri. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil*, 1(2), 90 - 117. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1061>
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara, Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rasyid, Abdul. 2019. Surat Kabar Kota Medan Era 4.0. *Komunikasi Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 6(2), 127 - 137. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/view/7520>
- Rohmanudin. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing (Study Pada Industri Mebel Kayu Jati di Kecamatan Wayhalim Kota Bandar Lampung). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univ. Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/28712/>
- Siagian, Sondang P. 1995. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sucipto, Rakhmat Hadi. 2013. Analisis Strategi Bersaing Pada Industri Media Massa Studi Pada Harian Republika. Tesis. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Univ. Gajah Mada. <https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/318639/Tesis-Rakhmat-Hadi-Sucipto.pdf>
- Suryatama, Erwin & Adi Pamungkas. (2014). *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya: Ditjen Peternakan.
- Widodo, DT., & H., Setyowardhani. (2019). Analysis of Factors Affecting Brand Loyalty: A Case Study of Janji Jiwa Coffee. *AFEBI: Management Business Riview*, 4(2), 72 - 78. <https://journal.afebi.org/index.php/ambr/article/view/302/168>