

BAB II

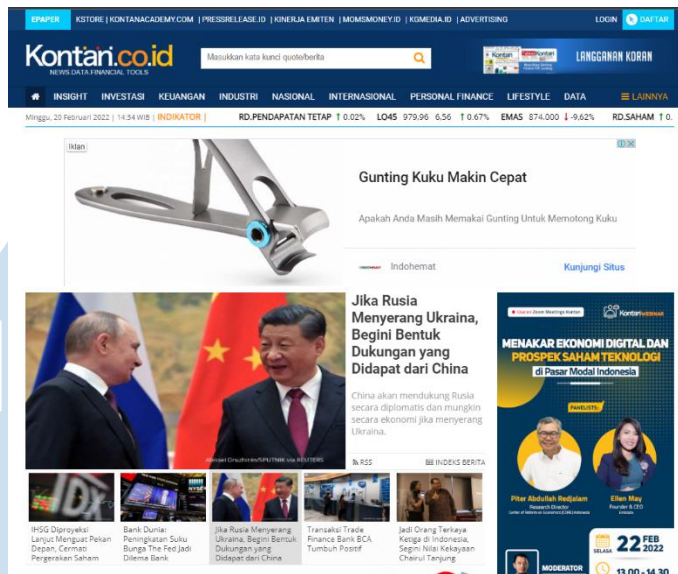
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Kontan

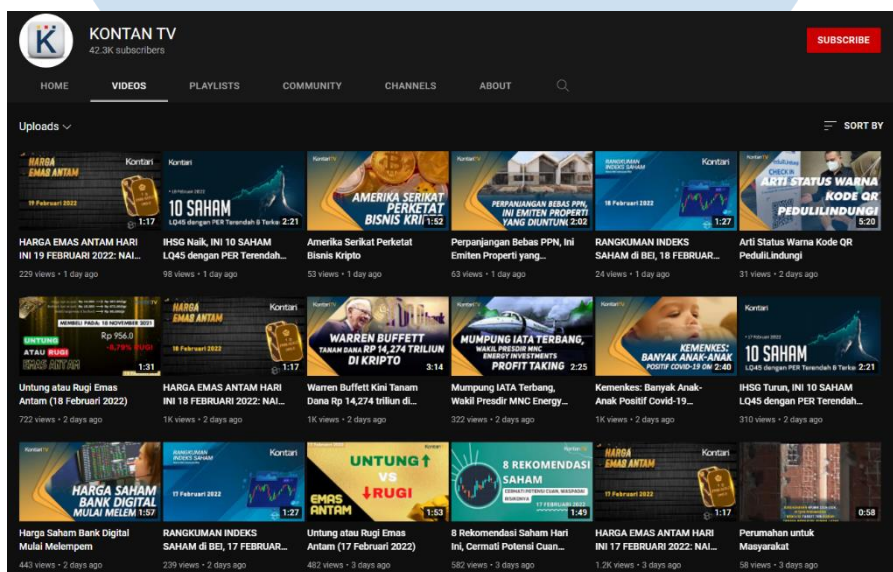
Perusahaan Kontan yang berlokasi di Jakarta Selatan ini merupakan salah satu perusahaan media dari kelompok Kompas Gramedia. Kontan yang berdiri pada bulan September 1996 di bawah naungan PT. Grahanusa Mediatama ini berfokus dalam menyediakan berita mengenai bisnis dan investasi (LinkedIn Kontan, 2022).

Pada bulan September 1996 yang dimana bersamaan dengan berdirinya Kontan, pertama kali menerbitkan sebuah tabloid. Tabloid tersebut diterbitkan setiap satu minggu sekali dan menyajikan informasi seputar bisnis dan investasi (Dwi Octaviano P., 2019, hlm. 7). Kemudian, pada Desember 2004, Kontan menerbitkan tabloid edisi khusus karena semakin bertambahnya minat pembaca pada tabloid sebelumnya. Tabloid edisi khusus ini memiliki waktu penerbitan yang berbeda, yaitu setiap satu bulan sekali. Karena mendapatkan respon *positif* dan semakin banyaknya peminat, Kontan pun mengeluarkan koran Harian Kontan pada tanggal 26 Februari 2007 yang masih bertahan sampai sekarang.

Seiring berkembangnya teknologi, pada tahun 2008, Kontan mulai bertransformasi dengan membuat situs *online* berita, seperti *website* (www.kontan.co.id) dan aplikasi. Dengan dibuatnya situs *online* berita (lihat gambar 2.1), semua produk cetaknya (Harian Kontan, tabloid, dan tabloid edisi khusus) diubah formatnya menjadi *e-paper*. Kontan juga mulai merambah ke media sosial, salah satunya yaitu Youtube dengan nama *channelnya* yaitu Kontan TV (lihat gambar 2.2). *Channel* ini sudah memiliki *subscriber* kurang lebih 44.700 dan kontennya berisi mengenai rekomendasi saham, untung atau rugi pembelian Emas Antam, berita (lebih berfokus kepada bisnis & investasi), Podcash, dan juga Youtube *short*.



Gambar 2.1 Website Kontan
<https://www.kontan.co.id/>



Gambar 2.2 Channel Youtube Kontan TV
<https://www.youtube.com/c/kontantv>

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

2.2 Business Model Kontan

Berdasarkan hasil analisis dan wawancara dengan HRD Kontan, berikut adalah penjelasan dari gambar 2.3, yaitu *business model* perusahaan Kontan:



Gambar 2.3 *Business Model* Kontan

1. Customer Segments

Kontan yang pada dasarnya merupakan platform berita yang berfokus dalam menyediakan berita mengenai bisnis dan investasi. Oleh karena itu, targetnya yaitu orang Indonesia, terutama anak muda milenial yang ingin belajar bisnis dan juga pebisnis.

a. Geografi & Demografi

Kontan mengincar anak-anak muda milenial berumur 17-25 tahun (sekolah dan kuliah) dan pebisnis berumur 25 tahun ke atas baik laki-laki maupun perempuan yang tinggal di seluruh perkotaan Indonesia dan terjangkau dengan internet. Kontan juga mengincar pelanggan yang status sosialnya menengah ke atas dan juga sedang atau akan menjalankan bisnis.

b. Psikografi

Kontan mengincar pelanggan yang tertarik dengan dunia bisnis, baik yang baru belajar bisnis, maupun yang sudah mulai berbisnis untuk mencari uang. Oleh karena itu, pelanggan yang tertarik dengan dunia bisnis memiliki ciri-ciri seorang pebisnis, seperti pintar menganalisis, hitungannya jitu, berani ambil resiko, dan lain-lain. Selain itu, Kontan juga mengincar pelanggan yang selalu ingin tahu informasi-informasi terbaru seputar dunia bisnis.

c. Behavioral

Kontan mengincar anak-anak muda milenial (sekolah dan kuliah) dan pebisnis yang sosial statusnya menengah ke atas. Mereka semua juga tertarik dengan kehidupan atau dunia bisnis, baik yang belajar bisnis, maupun yang sudah mulai berbisnis untuk mencari uang, dan juga mereka ingin mengetahui informasi terbaru seputar dunia bisnis. Dalam belajar atau menjalankan bisnis, mereka juga suka berinvestasi dalam bentuk saham ataupun emas, sehingga mereka bisa mencari informasi-informasi terbaru seputar saham dan emas. Dikarenakan, pelanggannya yang masih sekolah atau kuliah dan juga menjalankan bisnis, mereka tidak akan sering menggunakan Kontan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa target marketing dari Kontan yaitu *Niche Marketing* karena bisnis Kontan lebih mengincar kepada orang-orang yang tertarik dengan dunia bisnis, baik anak muda maupun sudah dewasa.

2. Value Propositions

Kontan menyediakan berita yang lengkap mengenai bisnis dan investasi. Hal ini dikarenakan Kontan memang berfokus dalam menyediakan berita bisnis dan investasi. Semua beritanya dalam bentuk media cetak, *e-paper*, dan digital. Selain itu, Kontan juga menyediakan berita lainnya, seperti *fashion*, *sport*, kesehatan, otomotif, dan lain-lain dalam bentuk artikel *online*. Semua berita yang disediakan oleh Kontan dapat dipercaya karena

Kontan merupakan salah satu bagian dari Kompas Gramedia. Selain dalam menyediakan berita, Kontan juga memiliki konten interaktif, seperti *webinar* dan juga *event*.

3. Channels

Semua orang yang mau melihat berita di Kontan dapat melalui situs webnya, yaitu www.kontan.co.id. Selain itu, dapat juga melalui media sosialnya, seperti Instagram, Youtube, Facebook, Twitter.

4. Customer Relationships

Agar para pelanggannya tetap terhubung, Kontan melakukan beberapa cara, yaitu

- **Membuat sistem berlangganan**

Dengan sistem ini, para pelanggan dapat menikmati semua konten tanpa adanya batasan, salah satunya yaitu konten *business insight*. Selain itu, para pelanggan juga dapat berlangganan *e-paper* dan media cetaknya.

- **Mengadakan event**

Kontan suka mengadakan *event*, seperti lomba fotografi, lomba futsal, lomba *trading*.

- **Mengadakan webinar**

Webinar ini merupakan edukasi bagi semua orang, baik mahasiswa maupun orang dewasa yang ingin belajar mengenai bisnis dan investasi. *Webinar* ini dapat diakses di Kontan Academy.

5. Revenue Streams

Kontan mendapatkan pemasukkan dari perusahaan yang ingin memasang iklan, sistem berlangganan, *event*, dan *webinar*. Dari semua pemasukkan tersebut, yang paling menguntungkan yaitu *webinar* (sejak zaman pandemi) dan *event*.

6. Key Resources

Untuk membuat produknya, Kontan memerlukan pekerja, seperti Managing Editor Digital, Reporter, Editor, *Videographer*, TimLo (tim penulis), dan *Video Editor*.

7. Key Activities

Disebutkan bahwa Kontan memproduksi berita dan konten, dan juga suka mengadakan *webinar* dan *event*. Dalam membuat berita dan konten, diperlukan beberapa tahap, yaitu

- *Managing Editor Digital* bertugas untuk mencari dan memikirkan konten atau berita apa saja yang akan dibuat.
- *Reporter, Editor, Videographer* bertugas untuk membuat beritanya.
- *TimLo* (tim penulis) bertugas untuk membuat konten atau berita lainnya.
- *Video Editor* bertugas untuk membuat video di Youtube Kontan TV (berita & infografis).

Sedangkan, untuk mengadakan *webinar* dan *event*, Kontan perlu mencari *sponsor*, narasumber/pembicara, dan juga tempat dilaksanakannya. Setelah semua itu dilakukan, tahap selanjutnya yaitu Kontan melakukan promosi agar semua orang tahu mengenai *webinar* dan *event* tersebut.

8. Key Partners

Kontan bekerja sama dengan banyak perusahaan (Pertamina, Eka Hospital, Bank Mandiri, Indomobil, dan lain-lain) dan juga pemerintah (KPK, Kemenpora, dan lain-lain). Kerja sama ini dalam bentuk pemasangan artikel mengenai informasi terbaru perusahaan atau pemerintah tersebut. Selain dalam bentuk pemasangan artikel, Kontan juga bekerja sama dalam hal sponsor atau narasumber untuk melaksanakan *event* dan *webinar*.

9. Cost Structure

Kontan paling sering mengeluarkan duitnya untuk mengadakan *event* dan *webinar* (tempat, narasumber, dan makanan), membayar langganan situs web berita (Bloomberg dan Reuters), gaji seluruh pegawainya, dan biaya operasional untuk kegiatan sehari-hari (listrik, alat tulis, air, komputer, internet, dan lain-lain). Selain itu, Kontan juga perlu membayar jasa ekspedisinya yang digunakan untuk mengantar media cetaknya.

2.3 Analisis SWOT Kontan

Berdasarkan dari hasil analisis dan *interview* dengan HRD Kontan, berikut adalah analisis SWOT perusahaan Kontan:

A. *Strength*:

- Selama menjalankan bisnisnya, Kontan memiliki pesaing yaitu Bisnis Indonesia (sebuah platform berita mengenai bisnis dan ekonomi). Oleh karena itu, untuk menyaingi Bisnis Indonesia, Kontan berusaha untuk menyediakan berita-berita yang berfokus mengenai bisnis, ekonomi, dan investasi.
- Kontan menjadi salah satu platform bisnis dan ekonomi terbesar di Indonesia. Dilihat dari Alexa dengan kategori 50 *website* terbaik di Indonesia, Kontan masih menang atas Bisnis Indonesia, yaitu di posisi 30, sedangkan Bisnis.com berada di posisi 50 kebawah (Alexa, 2022).

B. *Weakness*:

- Terlalu fokus membahas mengenai bisnis dan ekonomi, sehingga Kontan kurang menyediakan berita lainnya, seperti *fashion*, *sport*, kesehatan, otomotif, dan lain-lain.
- Desain untuk media sosialnya, seperti Instagram yang selalu berulang antara satu konten dengan konten lainnya.

C. *Opportunities*:

- Di salah satu konten Youtubenanya, terdapat podcast yang diberi nama Podcash. Podcast ini dapat dimanfaatkan oleh Kontan sebagai konten baru yang dikarenakan ada juga orang yang suka mendengarkan podcast. Podcast ini dapat disebar di aplikasi khusus podcast, seperti Noice.
- Dari wawancara dengan HRD Kontan dikatakan bahwa Kompas akan mengadakan program *metaverse* dan Kontan akan ikut terlibat. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh Kontan dengan membuat berita dan acara-acaranya di *metaverse* karena ke depannya *metaverse* akan semakin berkembang dan juga ada kemungkinan banyak orang akan memakainya.

D. Threat:

- Pesaingnya akan selalu berkembang dan membuat Kontan harus terus mengembangkan topik berita dan kontennya.
- *Engagement* untuk media sosialnya tidak akan meningkat pesat yang diakibatkan oleh desainnya yang berulang dan juga kontennya yang terlalu berfokus mengenai bisnis dan investasi. Oleh karena itu, Kontan harus membuat desain yang baru dan juga membuat konten selain bisnis dan investasi untuk media sosialnya.

Table 1.3 Tabel Analisis SWOT Kontan

SWOT Analisis Kontan	
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none">• Menyediakan berita-berita yang berfokus mengenai bisnis, ekonomi, dan investasi.• Kontan menjadi salah satu platform bisnis dan ekonomi terbesar di Indonesia
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kurang menyediakan berita-berita lainnya, seperti <i>fashion, sport</i>, kesehatan, otomotif, dan lain-lain.• Desain untuk media sosialnya, seperti Instagram yang selalu berulang antara satu konten dengan konten lainnya.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none">• Podcash (salah satu konten podcast di Youtube) dapat dimanfaatkan oleh Kontan sebagai konten baru.• Kontan terlibat di <i>metaverse</i>.
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none">• Pesaingnya akan selalu berkembang.• <i>Engagement</i> untuk media sosialnya tidak akan meningkat pesat.

2.4 Visi & Misi Kontan

1. Visi Kontan:

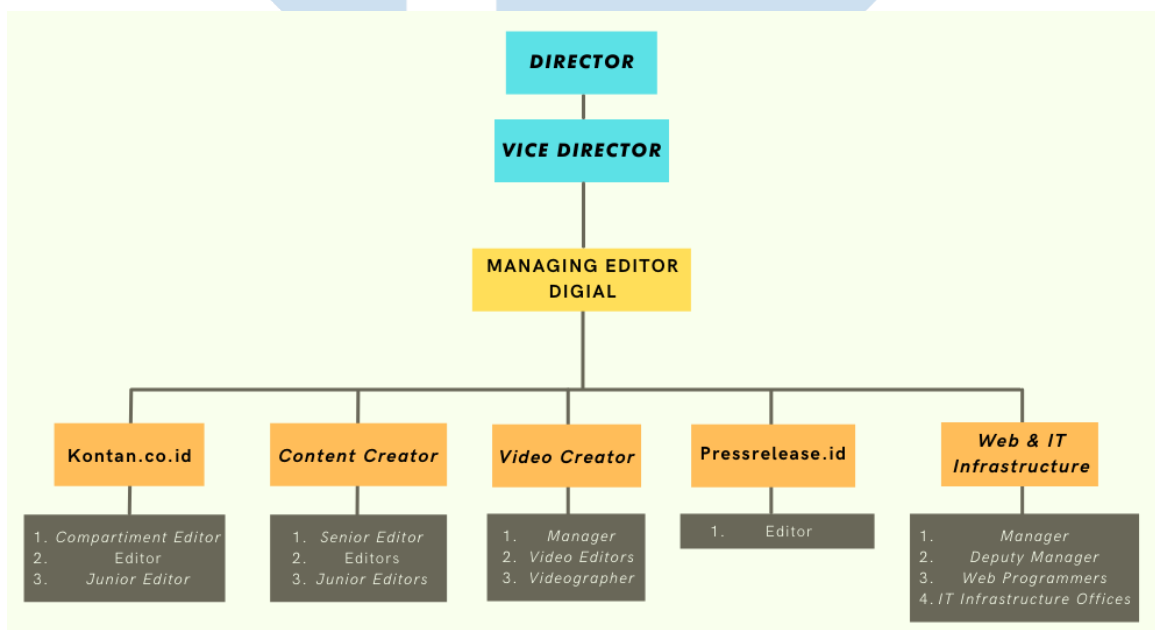
- Turut menciptakan perekonomian Indonesia yang mandiri, *modern*, berdaya saing tinggi, dan berkeadilan sosial melalui produk dan jasa terbaik berbasis media bisnis & investasi serta perusahaan yang sehat.

2. Misi Kontan:

- Mendorong pemerintahan yang profesional dan bersih
- Menciptakan praktik ekonomi *modern*, bersih, dan bermartabat
- Turut meningkatkan tingkat merek (literasi) ekonomi, *financial*, dan investasi masyarakat
- Menyebarkan dan memupuk jiwa wirausaha
- Meningkatkan kualitas SDM Indonesia
- Mengembangkan bisnis media dan *non-media* untuk meraih keuntungan yang optimal bagi *shareholder* dan karyawan

2.3 Struktur Organisasi Kontan

Yang penulis dapatkan dari Kontan (2022), berikut adalah susunan struktur organisasi perusahaan Kontan (lihat gambar 2.4) untuk periode saat ini:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Kontan
Kontan (2022)