



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa**

Skripsi

Oleh

Nurfitriana

2014320017

Bandung

2018



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa**

Skripsi

Oleh

Nurfitriana

2014320017

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Bandung

2018

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Nurfitriana  
Nomor Pokok : 2014320017  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jumat, 13 Juli 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M

  
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**  
Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

  
\_\_\_\_\_

**Anggota**  
Yoke Pribadi Komarius, S.AB., M.Si.

  
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurfitriana

NPM : 2014320017

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 11 Juni 2018



Penulis,

Nurfitriana

## ABSTRAK

Nama : Nurfitriana  
NPM : 2014320017  
Judul : Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa

---

Pertumbuhan dunia pers dewasa ini semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kebutuhan informasi dalam masyarakat. Selain itu, perkembangan teknologi yang begitu meningkat juga memiliki pengaruh yang besar bagi industri pers, khususnya media cetak surat kabar. Tantangan utama pada industri media cetak surat kabar dari tahun ke tahun mencakup inovasi, upaya mengikuti perkembangan digital dan teknologi baru, ketidakstabilan pasar, serta merekrut dan mempertahankan SDM yang baik. Oleh karena itu, strategi inovasi yang tepat adalah salah satu kunci untuk dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat ini. Banyak perusahaan media cetak yang bangkrut, namun PT. Galamedia Bandung Perkasa masih bertahan. Salah satu cara bagaimana PT. Galamedia Bandung Perkasa dapat bertahan adalah melalui inovasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi inovasi apa yang telah dilakukan oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa dan mengetahui value chain yang ada di dalamnya sehingga peneliti dapat merekomendasikan strategi inovasi yang selanjutnya perlu dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan serta studi lapangan, yang terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder untuk menunjang validitas dan reliabilitas sebuah penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa PT. Galamedia Bandung Perkasa memiliki strategi diferensiasi dan biaya rendah. Selain itu, perusahaan melakukan inovasi terbarunya yaitu membuat rubrik khusus yang menyasar komunitas tertentu. Berdasarkan hasil analisis Rantai Nilai menggunakan SWOT Matriks, alternatif strategi terbaik yang dapat diterapkan yaitu Strategi SO dan Strategi WO. Penelitian ini menggunakan Analisis PEST dan Model Lima Kekuatan Porter untuk analisis eksternal perusahaan, serta Analisis Rantai Nilai untuk analisis internal perusahaan. Selanjutnya, peneliti menggunakan Analisis SWOT Matriks untuk menggambarkan strategi bersaing yang tepat bagi perusahaan.

Kata Kunci – Strategi Inovasi, Rantai Nilai, SWOT Matriks, Analisis PEST, Model Lima Kekuatan Porter.

## **ABSTRACT**

*Name* : Nurfitriana

*NPM* : 2014320017

*Title* : *Analysis Innovation Strategy of PT. Galamedia Bandung Perkasa*

---

*The growth of the press world today is increasing along with the increasing need for information in society. Moreover, the increasing development of technology also has a huge impact on the press industry, especially newspaper print media. The major challenges in the newspaper print industry over the years include innovation, digital follow-up and new technology, market instability, and recruiting and retaining good human resources. Therefore, an accurate innovation strategy is one of the keys to survive in this increasingly fierce competition. Many print media companies are bankrupt, but PT. Galamedia Bandung Perkasa still survives. One of the ways how PT. Galamedia Bandung Perkasa can survive is through innovation. This research was conducted to find out what innovation strategy has been done by PT. Galamedia Bandung Perkasa and to know the value chain in it, so that the researcher can recommend an innovation strategy, which then needs to be done.*

*This research used an analytical descriptive method with a qualitative approach. The data collection techniques that are used in this research include library research and field research, which consists of interview, observation, and documentation. This research also used primary and secondary data to support data validity and reliability.*

*This research concludes that PT. Galamedia Bandung Perkasa has a differentiation and low cost strategy. In addition, the company made its new innovation, which is making a special rubric which targets certain communities. Based on the results of Value Chain analysis using SWOT Matrix, the best alternative strategies that can be applied are SO Strategy and WO Strategy. This research used PEST Analysis and Five Porter's Analysis for external analysis, and Value Chain Analysis for internal analysis. Furthermore, the researcher used SWOT Analysis Matrix to describe the accurate competitive strategy for the company.*

*Keywords - Innovation Strategy, Value Chain, SWOT Matrix, PEST Analysis, Five Porter's Analysis..*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya yang selalu tercurah memberikan kesehatan dan hikmah kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi yang berjudul Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa ini dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan program Strata 1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan juga saran kepada penulis baik selama kuliah maupun pada saat penyusunan skripsi ini berlangsung sehingga dapat terselesaikan dengan baik, terutama kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang, rahmat dan karunia-Nya kepada penulis.
2. Orang tua tercinta Bapak dan Mamah yang selalu memberikan doa, nasihat, motivasi dan dukungan tiada henti.
3. Kakak Randy Hadianata Putra dan adik Muhammad Raffi Asyura yang selalu ada memberikan motivasi, doa, dukungan dan kasih sayang yang sangat besar.
4. Ibu Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil. selaku dosen pembimbing seminar dan skripsi yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi ini.

5. Pihak PT. Galamedia Bandung Perkasayaitu Bapak Hilman Djajadiredja sebagai Direktur Utama PT. Galamedia Bandung Perkasadan Ibu Ika Santika selaku Manajer Pemasaran PT. Galamedia Bandung Perkasayang sudah membantu penulis dalam memperoleh data selama penelitian ini.
6. Bapak Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.selaku dosen wali penulis selama perkuliahan.
7. Ibu M. Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku ketua jurusan Ilmu Administrasti Bisnis Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
8. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh Staf Akademik, Staf Kemahasiswaan yang telah memberikan bantuan dan jasanya kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
9. Terimakasih kepada Muslim Naufal Sugiyanto dan Ayu Asri Lestari untuk motivasi, semangat, dan doa yang telah diberikan.
10. Teman-teman terbaik selama di UNPAR : Diana Cintia Dewi, Hanifah Hasna, Kania Noviany, Luthfia Purnamasari, Putri Atan, Reitwi Manggala, Sari Ramadhani, Silvia Lolyta, Tsaniya Faza terimakasih sudah ada untuk penulis selama menjalani perkuliahan di UNPAR dan juga dukungan pada saat penelitian ini.
11. Kepada Ciwi-ciwi : Akhira Novia Nesya, Dhea Febria Fitriana, dan Vieta Pertiwi yang menjadi teman terdekat penulis dari awal SMA terimakasih selalu memberikan motivasi dan kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman M3T1 :Alyaa Gustiana, R. M. Alfysa Dwikatama dan Reiny Laukitasari terimakasih selalu memberikan motivasi dan kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

13. Terimakasih kepada Rifana Faridhina, Ajeng Amanda dan Irfan Mirza sebagai teman seperjuangan penulis selama bimbingan.
14. Teman-teman LISTRA terimakasih atas waktunya untuk menambah teman dan pengalaman selama penulis berkuliah di UNPAR.
15. Seluruh teman-teman kuliah dan Bisnis 2014 terimakasih atas kerjasama dan segala pengalaman berharga dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
16. Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna karena keterbatasan dalam pengalaman, sarana, dana kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat serta dapat menjadi salah satu bahan informasi bagi pembaca.

Bandung,

Penulis

Nurfitriana

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Visi dan Misi .....	9
2.1.1 Pengertian Visi.....	9
2.1.2 Pengertian Misi .....	9
2.2 Pengertian Strategi .....	11
2.2.1 Strategi Generik ( <i>Competitive Strategy</i> ).....	11
2.2.2 Pengertian Manajemen Strategis.....	17
2.2.3 Manfaat Manajemen Strategis .....	18
2.3 Analisis Lingkungan Eksternal .....	20
2.3.1 Lingkungan Jauh.....	20
2.3.2 Lingkungan Industri.....	22
2.3.3 Matriks Profil Kompetitif .....	30

2.4	Analisis Lingkungan Internal .....	34
2.5	<i>Innovation</i> .....	36
2.5.1	Konsep Inovasi.....	36
2.5.2	Manajemen Inovasi.....	37
2.5.3	Teori Pengembangan <i>New Product</i> /Inovasi.....	41
2.5.4	Model Tahapan Keputusan Inovasi .....	43
2.6	Analisis Rantai Nilai .....	48
BAB 3 METODE PENELITIAN .....		52
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Metode Penelitian.....	53
3.3	Sumber Data.....	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5	Teknik Analisis Data.....	57
3.5.1	Analisis Strategi .....	58
3.5.2	Analisis Model Proses Keputusan Inovasi.....	59
3.5.3	Analisis Rantai Nilai .....	59
3.5.4	Analisis SWOT .....	59
3.5.5	Matriks SWOT .....	60
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....		62
4.1	Sejarah Pendirian Harian Umum Galamedia .....	62
4.1.1	<i>Corporate Objective</i> Tahun 2010-2011 .....	66
4.1.2	<i>Corporate Strategy</i> .....	66
4.2	Profil Perusahaan.....	67
4.2.1	Motto Harian Umum Galamedia .....	69
4.2.2	Visi.....	69

4.2.3	Misi .....	69
4.2.4	Logo Harian Umum Galamedia.....	70
4.3	Produk PT. Galamedia Bandung Perkasa .....	70
4.3.1	Rubrik Harian Umum Galamedia.....	70
4.3.2	Situs galamedianews.com.....	72
4.4	Struktur Organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa.....	74
4.4.1	Job Description .....	75
4.5	Sarana dan Prasarana.....	85
4.6	Reputasi dan Prestasi Harian Umum Galamedia .....	87
4.7	Eksistensi Harian Umum Galamedia .....	87
BAB 5 ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		94
5.1	Strategi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa .....	94
5.2	Analisis Lingkungan Eksternal .....	96
5.2.1	Analisis PEST .....	97
5.2.2	Porter’s Five Forces .....	100
5.3	Analisis Lingkungan Internal.....	106
5.3.1	Pemasaran .....	106
5.3.2	Sumber Daya Manusia.....	114
5.3.3	Produksi dan Operasi .....	115
5.4	Manajemen Inovasi .....	116
5.5	Model Proses Keputusan Inovasi .....	117
5.6	Analisis Rantai Nilai .....	119
5.6.1	Kegiatan Utama ( <i>Primary Activities</i> ).....	120
5.6.2	Kegiatan Sekunder ( <i>Support Activities</i> ).....	129
5.7	Sumber Keunggulan Perusahaan.....	132

5.8	Analisis SWOT .....	133
5.8.1	<i>Strengths</i> (Kekuatan) .....	134
5.8.2	<i>Weakness</i> (Kelemahan).....	135
5.8.3	<i>Opportunity</i> (Peluang) .....	135
5.8.4	<i>Threat</i> (Ancaman).....	136
5.9	Tabel SWOT .....	137
5.10	SWOT Matriks .....	138
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....		140
6.1	Kesimpulan.....	140
6.2	Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA .....		147
LAMPIRAN.....		150

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.3.3.1 Matriks Profil Kompetitif .....	34
Tabel 3.5.5.1 Matriks SWOT.....	61
Tabel 4.1.2.1 Corporate Strategy .....	66
Tabel 4.1.2.1 Struktur Organisasi Manajemen .....	67
Tabel 4.1.2.2 Struktur Organisasi Redaksi Online .....	68
Tabel 4.3.1.1 Rubrik Terbit Harian Senin s/d Sabtu.....	71
Tabel 4.3.1.2 Rubrik Terbit Mingguan .....	71
Tabel 4.4.1.1 Sarana dan Prasarana Bagian Redaksi Harian Umum Galamedia.....	85
Tabel 4.4.1.1 Progress Repositioning Produk.....	88
Tabel 4.4.1.2 Segmen Pembaca .....	89
Tabel 4.4.1.3 Daerah dan Jumlah Tiras Edaran HU Galamedia.....	90
Tabel 4.4.1.4 Data Oplah HU Galamedia Tahun 2017.....	91
Tabel 4.4.1.5 Statistik Pembaca Situs Galamedia.....	92
Tabel 4.4.1.6 Data Nielsen.....	93
Tabel 5.2.2.1 <i>Competitive Profile Matrix</i> .....	105
Tabel 5.3.3.1 Analisis Rantai Nilai.....	119
Tabel 5.8.4.1 Analisis SWOT PT. Galamedia Bandung Perkasa .....	137
Tabel 5.8.4.1 SWOT Matriks.....	138

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2.1.1 Model Strategi Generik Michael Porter .....	12
Gambar 2.3.2.1 Model Lima Kekuatan Porter.....	23
Gambar 2.5.4.1 Analisis Rantai Nilai .....	49
Gambar 4.2.4.1 Logo Perusahaan .....	70
Gambar 4.3.2.1 Struktur Organisasi PT. Galamedia Bandung Perkasa.....	74
Gambar 4.4.1.1 Strategi Generik Michael Porter pada PT. Galamedia Bandung Perkasa .....	95
Gambar 5.3.1.1 Data Pemasang Iklan.....	107
Gambar 5.3.1.2 Data Statistik Kelas Ekonomi Pembaca.....	111
Gambar 5.3.1.3 Data Statistik Pembaca HU Galamedia .....	112
Gambar 5.3.1.4 Data Statistik Pembaca Media Online galamedianews.com .....	112
Gambar 5.3.3.1 Alur Berita Cetak .....	115
Gambar 5.3.3.2 Alur Berita Online.....	116
Gambar 5.6.1.1 Alur Proses Produksi Koran.....	124
Gambar 5.6.1.2 Harga Tarif Iklan Online.....	126
Gambar 5.6.1.3 Harga Tarif Iklan Koran.....	127

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era globalisasi ini setiap perusahaan berupaya untuk menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh perusahaannya agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan tidak lepas dari kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan dituntut untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kinerja perusahaan secara optimal sehingga diharapkan dapat mencapai tujuan dari perusahaan.

Dewasa ini pers Indonesia telah berkembang sangat baik karena semakin banyaknya media yang bermunculan, sehingga masyarakat memiliki banyak pilihan media massa mana yang akan dikonsumsi. Namun, maraknya media massa yang bermunculan saat ini, tidak berarti semuanya menyampaikan kebutuhan masyarakat akan informasi dengan benar, akurat, dan mendidik. Banyak juga pers yang buruk, seperti pers yang dalam menjalankan tugasnya tidak memperhatikan etika jurnalisisme. Pers yang buruk adalah cerminan kondisi sosial ekonomi masyarakat. Seiring perbaikan sosial-ekonomi masyarakat, pers buruk juga akan berkurang.

Berdasarkan ketentuan pasal 3 UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, fungsi pers ialah sebagai media informasi, pendidikan, hiburan dan kontrol sosial. Bertolak dari fungsi pers tersebut, jelas bahwa pers memiliki peran dan andil yang besar dalam mendidik dan mencerdaskan masyarakat. Untuk menciptakan pers yang profesional dan memberikan standar kualitas pers di Indonesia, seperti pemberitaan, sumber daya manusia serta perusahaan menjadi lebih baik, maka dibuat aturan dan strategi yang dilakukan perusahaan demi tercapainya tujuan yang diinginkan.

Setiap perusahaan media, baik itu media cetak maupun media elektronik harus memiliki strategi untuk mencapai tujuan perusahaannya. Begitu juga dengan Harian Umum Galamedia. Bagian redaksi harus dapat menyusun strategi agar tujuan dari perusahaan tercapai dan dapat meningkatkan citra pemberitaan yang baik dimata pembacanya. Tetapi selain strategi, bagaimana cara bagian redaksi mengatur divisi redaksi juga berpengaruh dalam pencapaian tujuan dari perusahaan. Karena sesungguhnya citra pembaca ditentukan oleh bagaimana cara kerja redaksi tersebut di dalam hal menyajikan pemberitaan kepada masyarakat.

Bagian redaksi merupakan salah satu bagian dari manajemen organisasi surat kabar. Dimana bagian redaksi berperan dan bertanggung jawab atas isi dari suatu surat kabar. Surat kabar akan dinilai baik atau buruk berdasarkan isi dari surat kabar tersebut. Oleh sebab itu, redaksi harus bisa dan mampu memperhatikan nilai-nilai berita yang akan di muat dalam surat kabar.

Suatu surat kabar yang tidak memperhatikan nilai-nilai di dalam berita yang dimuat maka citranya akan turun. Karena pembaca juga tidak akan mempercayai surat kabar tersebut. Oleh sebab itu, bagian redaksi harus selalu memiliki strategi dan harus selalu memperhatikan nilai di dalam berita yang dimuat di dalam surat kabar agar terus dapat meningkatkan citra pemberitaan di kalangan pembacanya. Banyak hal yang dilakukan tiap media untuk mendapatkan citra positif di mata pembaca. Dimulai dari berita yang *up to date* (terkini), akurat, dan dapat dipercaya menjadi pilihan masyarakat.

Selain itu, yang menjadi tantangan bagi industri media cetak saat ini yaitu melesatnya peran teknologi informasi, khususnya internet sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat. Saat ini tingkat pembaca media cetak terus menurun. Anak muda sudah tidak lagi membaca koran dikarenakan makin banyak situs berita yang independen berdiri sendiri dan tidak terkait dengan media cetak. Hal ini menyebabkan tingkat pembaca berita di media cetak mengalami penurunan karena mereka lebih memilih media *online* sebagai media untuk mendapatkan berbagai macam informasi demi kebutuhan sehari-hari. Akibat penurunan pembaca berita, banyak media cetak yang bangkrut antara lain adalah Sindo. Kebangkrutan tersebut disebabkan oleh ketidakmampuan perusahaan dalam mengamati kondisi eksternal dan tidak dilakukannya inovasi di dalam perusahaan yang mampu mempertahankan eksistensi perusahaan.

PT. Galamedia Bandung Perkasa memiliki satu unit usaha dalam bentuk penerbitan yaitu Harian Umum Galamedia. Harian Umum Galamedia mengkhususkan penerbitan pemberitaan lokal di Bandung Raya, sedangkan berita-berita Nasional dan berita lainnya hanya untuk melengkapi. Penekanan jenis beritanya yaitu kriminalitas dan berita kasus dengan tampilan berita yang disajikan secara etis, tajam, dan akurat.

Menanggapi tantangan dari industri media cetak yang ada perusahaan harus memiliki inovasi terhadap strategi perusahaan yang akan dilakukan selanjutnya. Pada tahun 2003 PT. Galamedia Bandung Perkasa; perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan koran, yakni penerbit Harian Umum Galamedia melakukan inovasinya dengan mulai memasuki tren dunia maya (internet). Tepatnya pada tanggal 30 April 2003, diluncurkan [www.klik-galamedia.com](http://www.klik-galamedia.com) disamping media konvensional yaitu koran cetak. Pada awalnya *website* [klik-galamedia.com](http://klik-galamedia.com) ini hanya berisikan berita yang diambil dari media cetak Harian Umum Galamedia. Sekitar tahun 2011, barulah [klik-galamedia.com](http://klik-galamedia.com) menambahkan pemberitaannya dengan berita-berita aktual, *e-paper* dan menu-menu tambahan lain untuk mengimbangi kebutuhan informasi karena kian meningkatnya pengguna internet di Indonesia. *E-Paper* adalah surat kabar dalam format elektronik yang dapat diakses dengan komputer atau ponsel cerdas. Karena perkembangan teknologi informasi, koran yang hanya berbentuk cetak, kini tersedia versi digital atau elektronik. Koran versi cetak secara digitalisasi dibuat persis atau menyerupai sumbernya yang biasanya menggunakan metode

pemindaian. Selain itu, proses penyebaran informasi juga dilakukan di akun media sosial *InstagramGalamedianews*. Ini dilakukan untuk menasar kaum anak muda yang dewasa ini senang bermain di media sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan kepada manajemen organisasi bagian redaksi Harian Umum Galamedia. Bagaimana bagian redaksi harus mempunyai strategi agar terus meningkatkan citra pemberitaan dari surat kabar karena yang akan menentukan baik atau buruknya citra pemberitaan di kalangan pembacanya adalah redaksi itu sendiri.

Strategi dan manajemen yang dilakukan oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa membuat penulis ingin mengetahui strategi dan manajemen apa saja yang sudah dilakukan oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa untuk memajukan perusahaannya. PT. Galamedia Bandung Perkasa bergerak di industri media cetak yaitu bidang penerbitan koran, yaitu Harian Umum Galamedia yang selalu mengedepankan inovasi agar tidak kalah bersaing dengan koran lainnya. Dalam melakukan inovasi, tentu saja PT. Galamedia Bandung Perkasa melakukan banyak cara dan upaya untuk mengetahui sejauh mana inovasi dapat dilakukan dan bagaimana cara menerapkannya. Maka dari itu, dengan adanya fenomena yang dihadapi oleh perusahaan dan ketertarikan penulis untuk memberikan saran-saran dan inovasi maka penulis melakukan penelitian dengan judul “***Analisis Strategi Inovasi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa.***”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, berikut adalah rumusan masalah yang akan dibahas, diselidiki, dan dijawab yaitu:

1. Strategi inovasi apa saja yang telah dilakukan selama ini oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa?
2. Bagaimana analisis *value chain* yang ada di PT. Galamedia Bandung Perkasa saat ini?
3. Strategi inovasi apa yang dapat direkomendasikan kepada PT. Galamedia Bandung Perkasa berdasarkan analisis *value chain*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah ditulis latar belakang masalah yang ingin dibahas, diselidiki, dan dijawab, berikut tujuan untuk melakukan penelitian ini adalah untuk memperoleh pemecahan masalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi inovasi yang telah dilakukan oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis *value chain* yang ada di PT. Galamedia Bandung Perkasa.

3. Untuk mengetahui strategi inovasi yang dapat direkomendasikan kepada PT. Galamedia Bandung Perkasa berdasarkan hasil analisis *value chain*.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi dua aspek, yaitu aspek teoritis dan aspek praktis.

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu strategi dan manajemen khususnya pada bagian inovasi dan dapat dijadikan acuan pada bidang penelitian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Sebagai ilmu pembelajaran agar dapat memahami dan memperluas ilmu pengetahuan di bidang strategi dan inovasi manajemen dan belajar menganalisis suatu masalah untuk mendapatkan solusi dan pemecahannya dari hambatan yang dihadapi oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa.

- b. Bagi PT. Galamedia Bandung Perkasa.

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu PT. Galamedia Bandung Perkasa untuk mengetahui tantangan dan peluang dari lingkungan eksternal dan mengetahui kekuatan dan kelemahan dari lingkungan

internal dan untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan inovasi yang sudah ada sebelumnya dan memperbaiki kesalahan dan dapat menjadi masukan bagi PT. Galamedia Bandung Perkasa untuk mengevaluasi keberhasilan dan mengelola perusahaan di tengah menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga dapat meningkatkan kualitas pemberitaan.

c. Bagi Pihak Lain

Mendapatkan berbagai macam informasi mengenai peluang dan hambatan yang terjadi pada PT. Galamedia Bandung Perkasa dan mengetahui strategi inovasi yang dilakukan. Selain itu, penulisan ini diharapkan menjadi tambahan referensi bagi penelitian yang sejenis.