



Syamsudin Hadi  
 Sutarto<sup>1</sup>

## MODEL BISNIS MEDIA BUMN TRACK DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DAN DAYA SAING DI ERA DIGITAL

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis media BUMN Track dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing di era digital. Menggunakan metode studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi strategi transformasi digital, diferensiasi konten, dan diversifikasi pendapatan yang diterapkan oleh BUMN Track. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan langkah strategis untuk meningkatkan jangkauan audiens dan efisiensi operasional. Diferensiasi melalui fokus pada konten spesifik seputar BUMN menjadi keunggulan kompetitif, namun membutuhkan inovasi format agar tetap relevan. Diversifikasi pendapatan, termasuk melalui monetisasi digital, dinilai krusial untuk keberlanjutan bisnis. Kolaborasi dengan BUMN lain dalam ekosistem digital juga diidentifikasi sebagai peluang strategis untuk memperkuat posisi BUMN Track di pasar media digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan BUMN Track bergantung pada kombinasi transformasi teknologi, inovasi konten, dan kerja sama strategis. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pemahaman model bisnis media milik pemerintah dan menawarkan rekomendasi praktis untuk meningkatkan daya saing di era digital.

**Kata Kunci:** Model Bisnis, Media Digital, Transformasi Digital

### Abstract

This study aims to analyze the business model of the BUMN Track media in maintaining its existence and competitiveness in the digital era. Using a literature review method, the research explores digital transformation strategies, content differentiation, and revenue diversification implemented by BUMN Track. The findings reveal that digital transformation is a strategic step to enhance audience reach and operational efficiency. Differentiation through a specific focus on BUMN-related content provides a competitive edge but requires innovative formats to remain relevant. Revenue diversification, including digital monetization, is deemed crucial for business sustainability. Collaboration with other state-owned enterprises (SOEs) in a digital ecosystem is identified as a strategic opportunity to strengthen BUMN Track's position in the digital media market. The study concludes that BUMN Track's success relies on a combination of technological transformation, content innovation, and strategic partnerships. This research provides theoretical contributions to understanding the business models of government-owned media and practical recommendations for improving competitiveness in the digital era.

**Keywords:** Business Model, Digital Media, Digital Transformation

### PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap industri media, termasuk di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat mengakses, mengonsumsi, dan membagikan informasi (Rachman, 2019). Media tradisional, seperti surat kabar cetak, menghadapi tantangan besar dari media digital yang lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses melalui perangkat mobile (Dahlan et al., 2021). Fenomena ini memaksa perusahaan media, termasuk yang dimiliki oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN), untuk melakukan transformasi agar tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu media BUMN yang patut menjadi perhatian adalah BUMN Track, yang fokus pada peliputan berita dan informasi terkait perkembangan BUMN di Indonesia.

---

Program Studi Manajemen S2, Fakultas Pasca Sarjana Magister Manajemen, IPWIJA Jakarta  
 e-mail: totocdm@gmail.com

Sebagai entitas media, BUMN Track memiliki peran strategis dalam menyediakan informasi berkualitas terkait kinerja dan inovasi BUMN (Firmansyah, 2023). Namun, pergeseran preferensi audiens dari media cetak ke digital mengharuskan BUMN Track mengadopsi model bisnis yang inovatif. Di era digital, model bisnis media tidak hanya berfokus pada produksi konten, tetapi juga pada monetisasi platform digital, pengelolaan data pengguna, dan strategi kolaborasi dengan pihak lain (Rahmayani et al., 2023). Transformasi ini memerlukan pendekatan yang lebih adaptif untuk menjawab kebutuhan audiens sekaligus mempertahankan daya saing di tengah tekanan pasar dari media swasta dan independen.

Selain itu, persaingan di industri media tidak hanya datang dari media besar, tetapi juga dari platform media sosial dan blog independen yang memungkinkan individu menjadi produsen konten (Ir Amir Fikri et al., 2021). Tantangan ini diperparah oleh pola konsumsi informasi masyarakat yang cenderung mencari konten gratis dan cepat, sering kali mengabaikan kualitas serta akurasi berita. Kondisi ini menuntut BUMN Track untuk membangun strategi bisnis yang mampu menghasilkan nilai tambah, baik dari segi konten maupun layanan digital.

Kajian sebelumnya telah banyak membahas transformasi model bisnis media di era digital, namun sebagian besar penelitian berfokus pada media swasta atau startup media digital. Penelitian yang secara spesifik mengkaji model bisnis media yang dimiliki BUMN, seperti BUMN Track, masih terbatas. Di sisi lain, karakteristik BUMN Track sebagai media yang berorientasi pada segmen pasar khusus, yakni BUMN, memberikan kompleksitas dan tantangan tersendiri dalam mempertahankan eksistensi di tengah dominasi media arus utama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian (research gap) dengan mengeksplorasi model bisnis BUMN Track secara mendalam, khususnya dalam konteks daya saing di era digital. Selain itu, penelitian ini menawarkan novelty dengan menghadirkan pendekatan analisis yang mengintegrasikan aspek transformasi digital, strategi diferensiasi pasar, dan kolaborasi dengan ekosistem digital BUMN. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi media digital, tetapi juga implikasi praktis bagi media serupa dalam merancang strategi bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (literature review) untuk menganalisis model bisnis BUMN Track dalam mempertahankan eksistensi dan daya saing di era digital. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami berbagai konsep, teori, dan praktik terbaik dari studi sebelumnya serta mengevaluasi relevansi model bisnis media digital dalam konteks BUMN Track (Sugiyono, 2018). Adapun tahapan penelitian dilakukan secara sistematis sebagai berikut:

### **1. Identifikasi Topik dan Fokus Penelitian**

Pada tahap ini, peneliti menentukan ruang lingkup penelitian dengan fokus pada model bisnis media di era digital, khususnya yang relevan dengan konteks media milik BUMN. Fokus ini meliputi strategi digitalisasi, inovasi model bisnis, dan diferensiasi pasar. Peneliti juga merumuskan pertanyaan penelitian yang bertujuan untuk mengarahkan proses pengumpulan literatur, yaitu:

- a. Bagaimana model bisnis BUMN Track dalam menghadapi tantangan era digital?
- b. Strategi apa yang digunakan untuk mempertahankan daya saing?
- c. Faktor-faktor apa yang memengaruhi keberhasilan transformasi model bisnis media?

### **2. Pengumpulan Literatur**

Tahap ini melibatkan pengumpulan data sekunder berupa artikel jurnal, buku, laporan industri, dan dokumen relevan lainnya. Peneliti menggunakan kata kunci seperti media business model, digital transformation in media, BUMN media strategy, dan media competitiveness in the digital era. Sumber literatur diambil dari basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, dan ProQuest, serta laporan industri yang kredibel seperti McKinsey, Deloitte, dan laporan resmi BUMN terkait. Literatur yang dipilih mencakup:

- a. Studi empiris tentang transformasi digital dalam industri media.
- b. Konsep dan teori model bisnis media digital, seperti Business Model Canvas.
- c. Studi kasus serupa pada media milik pemerintah atau entitas publik.

### **3. Analisis dan Kategorisasi Literatur**

Setelah literatur dikumpulkan, tahap berikutnya adalah menganalisis dan mengelompokkan literatur berdasarkan tema-tema utama:

- a. Transformasi Digital: Strategi teknologi dan adaptasi terhadap platform digital.
- b. Inovasi Model Bisnis: Pendekatan dalam menciptakan nilai tambah melalui diversifikasi pendapatan.
- c. Strategi Daya Saing: Tindakan untuk mengatasi tekanan pasar dan menjaga audiens loyal.

Literatur kemudian dievaluasi untuk mengidentifikasi kesenjangan (gap) dalam penelitian sebelumnya, khususnya yang berkaitan dengan media milik pemerintah seperti BUMN Track.

#### 4. Sintesis dan Interpretasi

Peneliti menyusun sintesis dari literatur yang telah dianalisis untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai model bisnis media digital. Pendekatan ini melibatkan:

- a. Mengintegrasikan konsep dan temuan dari literatur yang relevan.
- b. Membandingkan studi kasus yang memiliki karakteristik serupa dengan BUMN Track.
- c. Menyoroti tantangan dan peluang dalam transformasi model bisnis media.

#### 5. Kesimpulan dan Rekomendasi

Hasil sintesis dijadikan dasar untuk menyimpulkan karakteristik model bisnis BUMN Track di era digital. Peneliti juga memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi BUMN Track untuk meningkatkan daya saingnya. Rekomendasi tersebut dirancang dengan mengacu pada temuan literatur dan disesuaikan dengan kebutuhan pasar media digital di Indonesia.

#### 6. Validasi dan Refleksi

Tahap terakhir melibatkan validasi temuan dengan membandingkan hasil sintesis terhadap kondisi nyata BUMN Track melalui dokumen resmi atau laporan publikasi terkait. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa temuan dan rekomendasi memiliki relevansi praktis yang kuat.

Dengan tahapan tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang model bisnis BUMN Track sekaligus berkontribusi pada pengembangan literatur terkait transformasi media di era digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini mengidentifikasi bahwa model bisnis BUMN Track sebagai media berbasis BUMN menghadapi tantangan signifikan di era digital. Berdasarkan literatur yang dianalisis, terdapat beberapa temuan utama:

#### 1. Transformasi Digital Sebagai Strategi Inti

BUMN Track telah memulai proses digitalisasi melalui adopsi platform digital seperti situs web dan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Rofiq et al., 2023). Namun, upaya ini masih menghadapi hambatan dalam hal pengelolaan konten yang inovatif dan monetisasi.

#### 2. Diferensiasi Melalui Konten Khusus

Keunikan BUMN Track terletak pada fokusnya yang spesifik pada berita dan informasi seputar BUMN (Wangke, 2021). Ini menjadi nilai tambah dibandingkan media lain, namun juga membatasi daya tariknya untuk segmen audiens yang lebih umum.

#### 3. Monetisasi Melalui Diversifikasi Pendapatan

Studi literatur menunjukkan bahwa BUMN Track berpotensi mengembangkan sumber pendapatan baru, seperti iklan digital, keanggotaan eksklusif, atau pelatihan berbasis informasi terkait BUMN (Yunus, 2019). Namun, model ini belum sepenuhnya dioptimalkan.

#### 4. Peluang dan Tantangan Ekosistem Digital BUMN

Kolaborasi dengan BUMN lain melalui ekosistem digital dapat menjadi peluang besar bagi BUMN Track (Firdausy, 2021). Namun, integrasi ini membutuhkan strategi yang kuat untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing di pasar yang semakin dinamis.

### Pembahasan

#### Transformasi Digital Sebagai Kunci Eksistensi

Transformasi digital merupakan langkah fundamental bagi media seperti BUMN Track untuk mempertahankan eksistensinya. Digitalisasi memberikan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui kanal-kanal online, mengurangi ketergantungan pada format cetak yang semakin tergerus oleh perubahan perilaku konsumen (Manurung, 2022). Berdasarkan literatur, keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada adopsi teknologi, tetapi juga pada kemampuan untuk memahami kebutuhan audiens digital yang cenderung lebih kritis terhadap kualitas konten (Rengganis & SH, 2021). Dalam hal ini, BUMN Track perlu mengembangkan strategi pengelolaan data untuk mempersonalisasi pengalaman pengguna dan meningkatkan interaksi dengan audiens.

#### **Diferensiasi Melalui Fokus pada Konten BUMN**

Keunikan BUMN Track sebagai media yang berfokus pada informasi terkait BUMN menjadi kekuatan tersendiri. Dalam literatur, media dengan segmentasi pasar yang spesifik memiliki peluang lebih besar untuk membangun loyalitas audiens (Indonesia, 2020). Namun, diferensiasi ini harus diimbangi dengan inovasi konten agar tetap relevan dan menarik (Saragih, 2024). Sebagai contoh, literatur mencatat bahwa penggunaan format interaktif, seperti podcast atau video pendek, dapat meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus memperkuat posisi media dalam persaingan.

#### **Diversifikasi Pendapatan untuk Menjaga Keberlanjutan**

Monetisasi merupakan tantangan utama bagi media di era digital. Studi menunjukkan bahwa model bisnis tradisional yang hanya mengandalkan iklan sudah tidak relevan. BUMN Track dapat mengeksplorasi sumber pendapatan baru, seperti penyediaan konten premium, kerja sama strategis dengan BUMN lain, atau layanan berbasis data. Selain itu, pengembangan platform berbasis keanggotaan yang menawarkan manfaat eksklusif kepada pembaca, seperti akses ke laporan khusus atau pelatihan berbasis informasi, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendapatan.

#### **Kolaborasi dalam Ekosistem Digital BUMN**

Literatur menggarisbawahi pentingnya kolaborasi dalam menghadapi tantangan era digital. Sebagai media yang berorientasi pada informasi BUMN, BUMN Track memiliki peluang untuk membangun ekosistem digital bersama BUMN lain (Harman, 2020). Misalnya, kolaborasi dalam bentuk integrasi platform digital atau pengembangan aplikasi berbasis informasi BUMN (Kusuma, 2022). Namun, keberhasilan strategi ini membutuhkan koordinasi yang baik dan komitmen untuk membangun ekosistem yang saling mendukung.

### **SIMPULAN**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa model bisnis BUMN Track di era digital bergantung pada transformasi digital yang efektif, diferensiasi konten, dan diversifikasi pendapatan. Kolaborasi dalam ekosistem digital BUMN juga merupakan peluang strategis yang perlu dioptimalkan untuk mempertahankan eksistensi dan daya saing. Dengan mengadopsi strategi inovatif dan relevan, BUMN Track dapat berkembang dalam lanskap media yang semakin kompetitif.

### **SARA**

BUMN Track disarankan untuk memperkuat adopsi teknologi digital, mengembangkan konten yang lebih kreatif dan interaktif, serta mengeksplorasi sumber pendapatan baru melalui kolaborasi dengan BUMN lain. Selain itu, pengelolaan data yang baik dan pemahaman terhadap kebutuhan audiens digital perlu menjadi prioritas untuk mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

### **UCAPAN TERIMA KASI**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung penelitian ini, terutama keluarga, kolega, dan para akademisi yang memberikan masukan serta referensi yang berharga. Dukungan dan kontribusi mereka sangat membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Dahlan, D., Wibowo, H., Arsyad, M. F., Abdurachman, A. A., & Puspita, S. M. R. (2021). Transformasi Digital Perkeretaapian Di Eropa Dan Indonesia. *Jurnal Sistem Transportasi &*

- Logistik, 1(1).
- Firdausy, C. M. (2021). Memajukan logistik Indonesia yang berdaya saing. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Firmansyah, T. (2023). IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING PADA PT IZZA ELEKTRIKA INSPEKSI SOLUSINDO SEBAGAI SOLUSI TERHADAP BRAND AWARENESS. UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG.
- Harman, H. (2020). Get The Essence!: Menciptakan Bintang Kehidupan (Vol. 1). PT. Rayyana Komunikasindo.
- Indonesia, I. B. (2020). Eksistensi Bankir Dalam Dinamika Perbankan Indonesia. Gramedia Pustaka Utama.
- Ir Amir Fikri, M. M., Tamara, I. D., Afandi, F. A., TP, S., Ir Musdhalifah Machmud, M. T., Tarigan, I. N. P., Comm, P. H. M., & Wahyuningsih Santosa, M. E. (2021). Keberlanjutan dalam Perspektif Bisnis dan Inklusifitas. Scopindo Media Pustaka.
- Kusuma, F. I. M. (2022). STRATEGI CYBER PUBLIC RELATIONS PT PERKEBUNAN NUSANTARA XI DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN. UIN Surakarta.
- Manurung, E. H. (2022). Penggunaan Media Sosial dan Teknologi yang Efektif di Desa. Penerbit Widina.
- Rachman, N. M. (2019). Analisis Strategi Pusat Pendidikan dan Pelatihan Perdagangan Menuju Corporate University. Cendekia Niaga, 3(2), 12–28.
- Rahmayani, D., Sulistiyowati, M. I., Rasendriyo, B., Ibrahim, B. F., Sabita, R. W., Putri, F. A., Sarwestri, Q. L. N., Utami, S. D., Dibangsa, A. P., & Mustofa, A. A. (2023). Ekonomi Kelembagaan dan Digitalisasi Sektor Pertanian. Penerbit NEM.
- Rengganis, D. R. D. P., & SH, M. H. (2021). Hukum persaingan usaha: perangkat telekomunikasi dan pemberlakuan persetujuan ACFTA. Penerbit Alumni.
- Rofiq, A., Suryadi, N., Anggraeni, R., Makhmut, K. D. I., & Aryati, A. S. (2023). Meningkatkan Daya Saing UKM: Perspektif Strategis. Universitas Brawijaya Press.
- Saragih, D. R. U. (2024). Manajemen Strategik dan Keberlanjutan Bisnis. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Wangke, H. (2021). Diplomasi digital dan kebijakan luar negeri Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Yunus, A. (2019). Memperkuat Akar Filosofis Bumn Dalam Arus Industrialisasi: Kritik Terhadap Basis Pemikiran Era Revolusi Industri. Jurnal Jurisprudence, 9(1), 17–38.