

KORAN TEMPO

korantempo on the web

Search

find

Advance search

| Arsip

| Registration

| About us

Jum'at, 01 Februari 2008

Suplemen

Membidik Pasar Sempit

Berkibarnya portal-portal raksasa, seperti Detik.com, Kompas.com, Tempointeraktif.com, tak membuat gentar sejumlah pendatang baru di dunia portal. Virtual Consulting adalah salah satu contohnya. Konsultan di bidang pemasaran dan pengembangan strategi Internet ini membidik segmen khusus dengan meluncurkan portal Niriah.com dan portalHR.com. Niriah.com adalah portal seputar perbankan dan keuangan syariah--niriah merupakan singkatan bebas dari niaga syariah. Adapun portalHR.com mengurus soal sumber daya manusia. Mereka juga menggandeng majalah *Selular* untuk membikin portal www.selular.co.id, yang mengulas soal telepon seluler.

Situs Niriah.com diluncurkan pada Agustus 2007. Direktur Eksekutif Niriah Imam S. Machmud mengatakan portal bukanlah tren, melainkan ladang bisnis yang sedang menggeliat. Karena itu, potensinya besar sebagai sumber pendapatan.

Selain menampilkan berita keuangan, bisnis, pemasaran, dan sumber daya manusia, situs ini melayani konsultasi wirausaha, manajemen, finansial, dan teknologi informasi.

Pembaca Niriah juga disuguhi simulasi pembiayaan dan bagi hasil, direktori untuk produk-produk keuangan dan perbankan, serta kamus syariah.

Sumur duit dari portal ini barulah layanan iklan *banner* yang membuatnya bisa meraih pendapatan Rp 30-40 juta per bulan. Imam mengatakan target mereka adalah meraih Rp 10 miliar per tahun.

Menurut dia, mereka sudah merancang model pendapatan lain, semisal berlangganan *content*. "Banyak konsumen yang rela membayar untuk berlangganan *content*," kata bekas wartawan harian *Republika* ini.

Niriah juga akan membuat *database* tenaga kerja. Calon pelamar kerja akan membayar untuk menampilkan profilnya di Niriah.com. Profil ini akan

Halaman Utama

Nasional

Ekonomi dan Bisnis

Nusa

Metro

Internasional

Ilmu dan Teknologi

Budaya

Opini

Gaya Hidup

Olah Raga

Teknologi Informasi

Suplemen

Editorial

Tempointeraktif

Majalah TEMPO online

Pusat Data dan Analisa TEMPO

Berita lainnya

- ORI Seri 004 Lebih Prospektif - 31 Jan 2008 | 20:28 WIB
- Ekspor Mebel Indonesia Diperkirakan Naik - 31 Jan 2008 | 20:27 WIB
- Pemerintah Akan Bersihkan Pasar Unggas Tiap 10 Hari - 31 Jan 2008 | 20:04 WIB
- Bank NISP Terbitkan Obligasi Subordinasi - 31 Jan 2008 | 20:02 WIB
- 185 Kios Pasar Sunan Giri Disegel - 31 Jan 2008 | 19:36 WIB
- Perkampungan Haji Tangerang Dibangun Tahun Ini - 31 Jan 2008 | 19:33 WIB
- Mahkamah Agung Israel Dukung Blokade Gaza - 31 Jan 2008 | 18:54 WIB
- Hang Nadim Bandara Terbaik - 31 Jan 2008 | 18:07 WIB
- Tokoh Nasional Hadiri Perayaan Puncak HUT PDI Perjuangan - 31 Jan 2008 | 18:00 WIB
- PDIP Targetkan 34 persen Suara di Pemilu Legislatif - 31 Jan 2008 | 17:57 WIB

> **index berita**

dihubungkan dengan lembaga atau perusahaan yang mencari tenaga kerja.

Niriah juga melayani pembuatan aplikasi *software*. Selain itu, Niriah menggandeng pengusaha-pengusaha kecil, memberikan pelatihan dan fasilitas, serta menghubungkan mereka dengan pemberi modal pinjaman.

Sebuah portal, kata Imam, mesti mengembangkan sumber pendapatan yang beragam. Sebab, iklan dan *banner* tak selalu bisa menutupi biaya operasi, apalagi ruang untuk menempatkannya pun terbatas.

Strategi khusus itulah yang juga ditempuh portal keluarga dan wanita *www.halohalo.co.id*. Menurut Direktur Utama PT Halohalo Info Media Sunan Hasan, timnya membuat portal keluarga yang diintegrasikan dengan majalah. "Meski sudah banyak portal berita, kami yakin bisa menyajikan sesuatu yang berbeda untuk pasar keluarga dan wanita," ujar peraih gelar *master business of administration* dari Philippine Christian University itu.

Strategi itu lumayan jitu. Buktinya, kata Sunan, ia sudah bisa menggandeng perusahaan multinasional untuk beriklan di portalnya. Sunan sadar persaingan portal kini kian tajam. Selain portal umum, seperti Detik.com, ada portal khusus yang membidik segmen keluarga dan wanita. Namun, direktur

berusia 35 tahun yang pernah membesarkan dua majalah keluarga itu optimistis terhadap masa depan portalnya meskipun persaingan sangat ketat.

"Kami yakin bisa mencapai titik impas atau *break event point* kurang dari setahun," katanya. **DEDDY SINAGA | KARTIKA CANDRA | BURHAN**

Detik.com

Untuk sementara, inilah raja diraja portal berita lokal di Indonesia. Pendapatannya pada 2007 mencapai Rp 76 miliar.

Siapa yang mengira, dengan modal awal Rp 40 juta saja, pada 9 Juli 1998, PT Agranet Multicitra Siberkom (Agrakom) bisa mendirikan *Detik.com*. Perusahaan ini awalnya hanya melayani jasa pembuatan *website*.

Budiono Darsono, sang pendiri perusahaan itu, harus turun tangan sebagai *developer* sekaligus pemimpin redaksi dan reporter. Modalnya hanya satu *tape recorder*. "Saya kangen juga pada profesi wartawan," kata reporter majalah *Tempo* yang keluar pada 1990 ini.

Kini pundi-pundi *Detik* paling utama dipenuhi dari iklan dengan tarif Rp 20-200 juta. Setidaknya ada 40-60 perusahaan yang beriklan di situs itu.

Pendapatan berikutnya datang dari layanan SMS berita dan kuis SMS dengan akses 3845 dari Indosat. *Detik* Sindikasi juga memberikan pemasukan sekitar Rp 462 juta dari 37 perusahaan media dan 10 perusahaan nonmedia dengan tarif Rp 6 juta per perusahaan.

Detik juga menanggung untung dari biaya *membership* *Detik* Portal dan *master ringbacktone*, yang bekerja sama dengan Indosat, serta pendapatan dari pembuatan situs *web*.

Sebanyak 210 karyawannya kecipratan bonus saban empat bulan. "Supaya mereka selalu bisa mengevaluasi kinerjanya," kata sosok yang menerapkan sistem penilaian karyawan seperti di *Tempo* itu.

Detik juga kini merambah layanan *TV on demand*. Budiono mengatakan mereka sudah menjalin kerja sama dengan XL, Indosat, dan Telkomsel. Pelanggan dapat menyaksikan siaran televisi melalui jaringan Internet berkecepatan tinggi, 3,5G untuk GSM dan EVDO untuk CDMA, dengan biaya berlangganan Rp 5.000 per bulan.

Detik pun berkembang menjadi situs berita *online* yang paling banyak dikunjungi orang. Dari 3.000 orang per hari pada 1998, pengunjungnya menjadi 11,6 juta per hari menurut data Alexa.com pada Senin pekan ini. Berdasarkan *traffic*, situs itu menempatkan *Detik.com* ke urutan 1.085 di dunia dan urutan ke-11 di Indonesia.

Setelah pindah dari kawasan perkantoran di Pondok Indah, Jakarta Selatan, pada 2006, *Detik* kini menempati kantor yang cukup luas di kawasan Warung Buncit. Kawasan ini dekat dengan jalur serat optik, sehingga *Detik* bisa menarik empat kabel optik Indovision 100 MB.

Kompas

Sejak 2007, *Kompas* versi *online* mulai berganti wajah, termasuk perombakan di sektor tenaga sumber daya manusia. Sementara saat didirikan sembilan tahun lalu situs *online* itu mengusung nama *Kompas Cyber Media*, kini namanya cukup *Kompas.com*.

Namun, portal *Kompas* ini masih bersifat beta. "Kami belum bisa menjelaskan lebih lanjut, masih ada perbaikan di sana-sini," kata Taufik Hidayat Mihardja, Pemimpin Redaksi *Kompas.com*, melalui surat elektroniknya kepada *Tempo* pada Rabu lalu.

Taufik menjanjikan portal *Kompas* lebih maju ketimbang situs *Kompas.com* yang lama.

Situs ini menyediakan kanal *Kompas* edisi cetak, edisi *mobile*, foto, *Kompas TV*, *Seleb TV*, *Gramedia online*, komunitas, dan *entertainment*. Sektor berita tetap dipertahankan dengan rubrik nasional, regional, internasional, megapolitan, bisnis, olahraga, sains, otomotif, dan teknologi.

Kanal *Kompas TV* menampilkan klip-klip video berita berdasarkan rubrikasi berita yang sama dengan *Kompas.com*, ditambah *feature*, hiburan, olahraga, dan investigasi. Adapun *Seleb TV* berkisah tentang tingkah polah para penggiat dunia hiburan Indonesia.

Pengamat situs *online*, Nukman Luthfie, mengatakan *Kompas* berpotensi besar menyalip *Detik.com* lantaran sumber daya yang melimpah. "Apalagi tampilan *Kompas* sekarang lebih enak dibaca," katanya.

Bahkan, kata Nukman, *Kompas* mulai berani meninggalkan *brand* media cetak dengan menuliskan berita-berita yang tak ada pada versi cetaknya. Berita-berita tersebut pun sudah mengikuti kultur *online*, yakni pendek-pendek dengan bahasa yang ringan.

Kompas pun mengikuti tren jurnalisme sipil melalui rubrik *Civil Journalism* di pojok bawah situs tersebut. Lewat rubrik ini, pembaca *Kompas* bisa mengirimkan tulisan atau beritanya sendiri.

Dua tahun lalu, portal ini diperkirakan menanggung pendapatan Rp 10 miliar per tahun. *Alexa.com* pada Rabu lalu menempatkan situs ini di urutan ke-30 berdasarkan peringkat *traffic* di Indonesia. Secara global, ia menempati urutan ke-3.558.

Okezone

Inilah anak bungsu di Grup Media Nusantara Citra (MNC), yang sebelumnya sudah mengakuisisi *RCTI*, *Global TV*, *TPI*, *Koran Sindo*, majalah *Trust*, tabloid *Genie*, *Mom & Kiddie*, *Realita*, dan *Trijaya Network*. Portal ini mulai *online* pada akhir Januari 2007.

"Kami hanya ingin melengkapi kegiatan MNC menjadi media yang terintegrasi," kata Hary Tanoesoedibjo, bos Grup MNC, pada saat peluncuran situs tersebut pada akhir 2006.

Hary sendiri emoh mengungkapkan berapa duit yang diceburkan pada bisnis tersebut. Saat itu sempat ada kabar bahwa Hary menggelontorkan Rp 100 miliar.

Okezone menampilkan kanal-kanal politik, berita, ekonomi, internasional, olahraga, otomotif, hiburan,

sepak bola, gaya hidup, foto, dan teknologi. Selain itu, ada SMS forum, SMS iklan, konsultasi kebugaran, dan jurnalisme sipil bertajuk "Berita dari Anda".

Pengamat situs *online*, Nukman Luthfie, mengatakan *Okezone* juga berpeluang menyalip *Detik.com* apabila sukses dalam *branding*. "Saya kira lebih cepat bila dia memakai *brand RCTI*," kata Nukman.

Soal *branding* ini, *Okezone* tampaknya tak mengalami kesulitan. Iklan situs ini tampak sering *nongol* di anak-anak perusahaan MNC yang lain. Salah satu jargon iklannya adalah "Jakarta terapung, Jakarta punya monorel, Oke."

Menurut *Alexa.com*, *Okezone* bercokol di urutan ke-10.749 dunia berdasarkan *traffic* pada data per Rabu lalu. Di Indonesia, situs ini menempati urutan ke-55.

Lembaga Kantor Berita Antara

Sebagai media yang terbilang tua di negeri ini, kiprah kantor berita *Antara* di kancah permediaan sudah tak terbantahkan lagi. Setelah puas di sektor berita berlangganan, kantor berita ini pun meluncurkan situs berita online *Antara.co.id*.

Sebetulnya situs yang satu ini belum bisa disebut portal karena hanya menyajikan berita sebagai layanan tunggal dan tak ada kanal-kanal. Namun, bisnis portal tampaknya telah menarik perhatian *Antara* setelah menjadi perusahaan umum sejak 18 Juli tahun lalu.

Direktur Utama Lembaga Kantor Berita *Antara* Akhmad Mukhlis Yusuf mengatakan mereka sudah mempersiapkan dana investasi Rp 25-50 miliar. Sumber dana akan diambil dari anggaran yang diajukan ke Dewan Perwakilan Rakyat sebesar Rp 400 miliar.

"Target kami, dalam tiga sampai empat tahun ke depan, proyek itu sudah tuntas," katanya kepada *Tempo* pada awal pekan ini.

Selain akan dikemas dalam situs yang berbeda dengan *Antara.co.id*, portal itu tidak akan bersaing *head-to-head* dengan *Detik.com*. Mukhlis mengatakan selama ini *Detik* unggul pada kecepatan dan *breaking news*. "*Antara* akan memiliki kekuatan pada kredibilitas dan *liability*," katanya.

Portal itu juga akan diisi dengan *content* baru, seperti kolom, analisis, dan *feature*. Berita juga akan bersifat konvergensi atau mencakup berita teks, foto, dan video.

Agar pelanggan tak lari, isi berita portal tidak akan sama dengan berita untuk pembaca yang berlangganan. "*Antara* tidak ingin menghilangkan pelanggan yang sudah ada," ujar Mukhlis.

Menurut data Alexa.com pada Rabu lalu, *traffic* situs *Antara.co.id* menempati peringkat ke-24.949 secara global. Di Indonesia, situs ini menempati urutan ke-182.

Tempo Interaktif

Situs *online* Kelompok Tempo Media sampai kini masih bisa diakses di *www.tempointeraktif.com*. Namun, pada Maret mendatang, *Tempo* akan meluncurkan portal baru.

Portal ini diharapkan menjadi ladang duit baru bagi perusahaan. Selama ini masih situs *online* belum menjadi sektor nonprofit.

"Portal akan dikelola secara terpisah dan, harapannya, iklan bisa menyumbang sampai 70 persen," kata Redaktur Eksekutif *Tempo Interaktif* Daru Priambodo.

Daru mengatakan keberadaan portal tak terhindarkan apabila sebuah media ingin bertahan hidup. "*Tempo* juga tidak ingin ketinggalan," katanya pada Rabu lalu.

Portal *Tempo* akan hadir dengan sajian *content* dan konsep yang berbeda dengan majalah *Tempo* ataupun *Koran Tempo*. Namun, ciri khas "enak dibaca dan perlu", yang menjadi jargon Kelompok Tempo Media, tidak akan ditinggalkan.

Daru mengatakan *Tempo* tak perlu mengejar *Detik.com* yang bombastis atau situs lain yang serius. *Tempo*, kata dia, akan menampilkan berita yang akurat dan bisa dipercaya serta disajikan dengan cara yang menarik.

Seperti kebanyakan portal berita, *Tempo* akan menghadirkan *breaking news* sebagai sajian utama ditambah layanan gambar dan cuplikan video.

Portal *Tempo* juga akan menyajikan jurnalisme sipil, sebagaimana yang sudah dilakukan *Kompas* dan *Okezone*. "*Tempo* juga memiliki visi meningkatkan partisipasi publik," ujar Daru.

Alexa.com, pada Rabu lalu mencatat, *Tempo Interaktif* menempati urutan ke-24.608 berdasarkan *traffic* secara global. Di Indonesia, situs ini bercokol di peringkat ke-193. **DEDDY SINAGA | KARTIKA CANDRA | BADRIAH**

koran

Search



@ korantempo