

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bahwa terdapat perbedaan model bisnis, opsi keuangan untuk pengambilan keputusan, dan pengaruh ekonomi terhadap perusahaan yang bergerak dalam sub-industri yang sama. Sampel penelitian ini adalah 4 perusahaan terbuka yang bergerak dalam sub-industri Media yaitu Elang Mahkota Teknologi (EMTK), Global Mediacom (BMTR), Viva Media Asia (VIVA), Tempo Inti Media (TMPO). Jumlah sampel dalam sub-industri di Indonesia untuk beberapa kategori memiliki jumlah yang tidak terlalu banyak. Sehingga kebanyakan penelitian di Indonesia sulit melakukan analisis di level sub-industri. Penelitian ini berusaha mengisi kekurangan analisis di dalam sub-industri dengan melihat sub-industri periklanan, percetakan, dan media (Kode JASICA 95). Dalam penelitian ini menggunakan teori *competitor profiling analysis* dari penelitian Cassiman et al (2009), dimana penelitian ini menganalisis *business model*, *financial option for decision making*, dan *macroeconomic effect*. Hasil penelitian ini menemukan adanya perbedaan pada *business model*, *financial option for decision making*, dan *macroeconomic effect* pada perusahaan sampel. Hasil ini memperlihatkan kemungkinan terjadinya bias atau tidak akuratnya analisis pada penelitian kuantitatif empiris pada sampel penelitian kecil akibat adanya perbedaan tersebut.

Kata kunci : Sub industri, Periklanan, Percetakan, Media, Bisnis Model, Opsi Keuangan untuk Pengambilan Keputusan, Efek Makroekonomi

ABSTRACT

The research was purposed to analyze whether there was any difference in the business model, financial option for decision making, and macroeconomic effects between companies, within the same industry. The sample of this research are four public companies in the Media Industry such as Elang Mahkota Teknologi (EMTK), Global Mediacom (BMTR), Viva Media Asia (VIVA), Tempo Inti Media (TMPO). The amount of Indonesian sub-industry sample for some categories are inadequate. So that there is inability or difficulty in Indonesian sub-industrial level research. This research tries to filled the limitation of sub-industry by seeing through advertising, printing, and media (JASICA 95 Code) sub-industry. This research is using framework of competitor profiling analysis by Cassiman et al (2009), this research analyzed business model, financial option for decision making, and macroeconomic effect. The result is that there are divergence among business model, financial option for decision making, and macroeconomic effect in sample companies. This result reveals there is probability of bias or inaccurate in quantitative empirical research with little amount of sample caused by those differences.

Key Words: Industry Analysis, Advertising, Printing, Media Business Model, Financial Option For Decision Making, Macroeconomic Effect