

warta

eKonomi

DWIMINGGUAN BISNIS & NEW ECONOMY

No. 09 / XIV / 18 Maret 2002

www.wartaekonomi.com

Di Udara Mereka

Berjaya



FOTO: SARAH YULIANDI

Kalau saja frekuensi itu bisa dikembangkan, siapa saja bakal bisa mendapatkannya dengan begitu mudah. Apalagi kalau tahu bahwa, dengan frekuensi, orang bisa mendulang pendapatan yang tidak kecil. Namun, kenyataannya, frekuensi yang tersedia sangat terbatas. Tidak semua orang yang ingin, bisa kebagian. Belakangan ini, ketika banyak orang mulai sadar bahwa bisnis dengan menggunakan frekuensi adalah bisnis yang menguntungkan, mulailah orang berebut mencarinya dan ingin mendapatkannya. Tidak sedikit yang akhirnya gigit jari, karena tidak berhasil mendapatkannya. Kalaupun akhirnya dapat, "Mereka harus mengeluarkan dana yang tidak sedikit, padahal kalau mengurus langsung ke regulator (pemerintah-Red.), jelas tidak semahal membeli lisensi pihak lain," tutur Mas Wigrantoro Roes Setiyadi, pengamat frekuensi yang kini menjadi staf ahli pada kantor Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia.

Di sini pula tampak bahwa pengaturan dan *monitoring* frekuensi teramat penting karena banyaknya kegiatan (bisnis atau nonbisnis) dan kepentingan yang menggunakan "barang langka" ini. Dua industri yang sangat bergantung pada keberadaan frekuensi, misalnya, adalah sektor telekomunikasi dan penyiaran (*broadcasting*). Bayangkan jika tidak ada frekuensi, bagaimana orang bisa berkomunikasi melalui telepon genggamnya? Atau, dalam bentuk yang sederhana, apabila monitor frekuensi tidak dijalankan dengan cermat, akan ada tumpang-tindih suara yang keluar dari telepon genggam Anda. Terganggu? Sudah pasti.

Orang juga tidak mungkin bisa berkomunikasi ataupun mendapat-

Perlombaan menguasai frekuensi terus berlangsung seiring dengan maraknya bisnis penyiaran. Selain nama tenar seperti Bimantara dan Kompas Gramedia, sejumlah kelompok usaha sudah lama menancapkan kuku di bisnis ini. Ada CPP yang punya 30-an radio di Jawa, MRA yang doyan frekuensi bekas, hingga Masima yang berekspansi sampai ke Makassar. Jawa Pos pun kini jadi "kuda hitam", berekspansi dengan memanfaatkan celah otonomi daerah.

kan informasi melalui media penyiaran tanpa frekuensi. Itu pula yang menyebabkan terkadang pengurusan izin penggunaan frekuensi menjadi persoalan yang cukup rumit. Belum lagi jika antara sesama pengguna saling memperebutkan frekuensi tertentu yang dianggap ideal untuk kepentingan bisnis mereka.

Kejadian ini memang benar-benar terjadi ketika proses tender untuk mendapatkan lisensi frekuensi televisi beberapa waktu silam. Frekuensi 49 UHF, layaknya putri jelita, diperebutkan oleh beberapa stasiun televisi sekaligus. "Memang frekuensi tersebut memiliki keistimewaan yang mempengaruhi kualitas siaran sehingga wajar jika banyak pihak yang ingin mendapatkan lisensi frekuensi tersebut," ungkap Chrys Kelana, *managing director* Lativi.

Perebutan itu terjadi antara Metro TV, TV7, dan Indosiar-stasiun terakhir ini sebetulnya telah lebih dahulu mendapatkan satu lisensi. Frekuensi 49 UHF sempat jatuh ke tangan Indosiar lebih dahulu sebelum akhirnya kembali ke tangan TV7 sebagai pihak yang seharusnya mendapatkan frekuensi itu.

Tarik-menarik antara para pelaku bisnis penyiaran ini menarik untuk diamati. Di sana ada Metro TV, yang belakangan akhirnya dimasuki juga oleh kelompok Bimantara. Sementara itu, TV7 akhirnya masuk dalam genggam raksasa media kelompok Kompas Gramedia (KKG). Indosiar, meskipun penguasaan frekuensinya tidak sebanyak dua kelompok terdahulu, stasiun televisi yang mulanya dimiliki Anthony Salim ini disebut-sebut sebagai satu-satunya yang kerap distimewakan oleh pemerintah. "Dia satu-satunya televisi swasta yang mendapatkan dua lisensi sekaligus," ujar Chrys lagi.

Persaingan memperebutkan frekuensi di atas merupakan awal dari investasi besar-besaran di industri berbasis frekuensi ini. Disebut besar-besaran, karena, untuk lima stasiun televisi baru yakni Lativi, Global TV, Trans TV, Metro TV, dan TV7, total investasi yang diguyurkan mencapai triliunan rupiah. Trans TV, misalnya, menurut pemiliknya, Chairul Tanjung, menelan investasi sebesar Rp500 miliar, yang merupakan dana pinjaman dari Bank Mandiri. Sementara itu, TV7, meski telah merogoh kocek KKG sebesar Rp200 miliar, dana tersebut masih kurang. "Kami masih membutuhkan tambahan modal lagi," tegas August Parengkuan, presiden direktur TV7. Semua stasiun televisi baru rata-rata harus merogoh koceknya dengan tingkat kedalaman yang sama.

Dengan nilai investasi sebesar itu, jelas bahwa bisnis penyiaran, khususnya televisi, bukan bisnis *cek-cek*



ANTENA PEMANCAR TV. Makin banyak izin, makin besar pajaknya

Selain itu, pemodal yang membenamkan modalnya di sini bukanlah sembarang pemodal. Nama-nama *beken* seperti Jakob Oetama dari TV7 atau Chairul Tanjung atau Surya Paloh serta Hary Tanoesoedibjo cukup menjadi garansi. Sementara itu, Dahlan Iskan dari kelompok Jawa Pos mulai meretas jalan di bisnis serupa. Bermula dari Jawa TV (JTV) dan

"Wajar saja kalau ada yang ingin memiliki lebih dari satu."

berlanjut ke Riau TV (RTV), Dahlan ingin memperluas jaringan televisi lokalnya mengikuti ekspansi media cetaknya yang gila-gilaan. Investasi per satu stasiun televisi lokal memang relatif kecil, Rp50 miliar. Namun, Jawa Pos, sebagaimana pengakuan mereka, sudah mengantongi delapan izin dan semuanya dalam waktu dekat segera direalisasikan.

Sebagaimana karakter pelaku bisnis sebesar nama-nama di atas, rata-rata mereka tidak hanya mengandalkan satu saja usaha penyiaran. Dan benar, seperti diakui oleh Chairul Tanjung, pemilik Trans TV, bisnis media dan penyiaran trennya akan menuju pada konglomerasi. Tenggok saja KKG yang jauh lebih awal telah berhasil membuat eksis Sonora-nya dan kemudian membesarkan Salvatore serta Bikema di Surabaya dan Yogyakarta. Atau juga Bimantara, yang selain memiliki 25% saham di Metro TV, juga pemilik RCTI dan Global TV, ternyata telah membangun bisnis radio melalui Trijaya Network yang juga terlihat sangat ekspansif membangun jaringannya di seluruh Indonesia. Chairul Tanjung juga tidak ketinggalan. "Saat ini kami sudah mulai mengakuisisi radio-radio di banyak daerah. Setelah itu, baru kami sinergikan dengan televisi sehingga menjadi bisnis mul-



Cahaya Sinaga

timedia," ujar Chairul Tanjung.

Untuk Jakarta saja, kabarnya, Chairul Tanjung yang adalah pemilik Grup PARA dan juga ketua umum Persatuan Bulu Tangkis Seluruh Indonesia (PBSI) ini telah mengakuisisi dua stasiun radio. Sebuah sumber *Warta Ekonomi* dari kalangan pelaku bisnis radio menyebutkan salah satunya adalah radio Agustina FM, yang dulunya adalah radio dangdut.

Akuisisi? Mengapa tidak mengambil lisensi baru saja? "Lho, kan alokasi frekuensi FM di Jakarta kabarnya sudah habis," ungkap Alex Susanto, *general manager* Pas FM. Sama halnya dengan Alex, Chrys Kelana juga mengutarakan hal serupa. "Lisensi untuk radio FM di Jakarta sudah habis."

Bahkan menurut mantan wartawan *Kompas* yang hijrah ke RCTI lalu ke Lativi ini, pihaknya sendiri tengah berupaya mendapatkan lisensi radio. Artinya, sama dengan pelaku lain di atas, Lativi butuh stasiun radio untuk melakukan sinergi bisnis penyiarannya.

Untuk mengakuisisi atau membeli sebuah lisensi radio FM, gosip di kalangan industri ini menyebutkan harus tersedia dana miliaran rupiah. **Ada yang menyebut Rp3 miliar. "Tetapi setahu saya, di Jakarta sekarang kalau mau membeli lisensi frekuensi radio FM maka harga minimalnya Rp5 miliar,"** kata Chrys.

Informasi tersebut dijamin oleh Cahaya Sinaga, direktur utama MS TRI FM, meskipun dia menimpali

bahwa seharusnya tidak sebesar itu. Menurut dia, frekuensi adalah barang yang langka sehingga apa pun yang langka, pasti menjadi mahal. "Ketika semua orang mengatakan bahwa frekuensi sudah habis, berarti barang itu jadi langka."

Apakah bisnis radio ini demikian menggiurkan sehingga harga lisensi frekuensinya melangit? Dari hasil wawancara di lapangan, rata-rata radio dengan pasar yang besar di Jakarta, **sebuah radio bisa menanggung sekitar Rp1 miliar dari pendapatan iklan.** Nah, jika satu lisensi dibeli dengan harga Rp5 miliar maka butuh waktu lima tahun untuk balik modal, untuk lisensi frekuensi saja. Belum lagi jika ditambah dengan biaya operasionalnya. Apakah model bisnis begini menarik? Jawabannya memang ada pada para *entrepreneur* siaran itu.

Menyimak demikian ketatnya perebutan frekuensi ini, Santoso, direktur Kantor Berita Radio 68H, mengatakan bahwa sebaiknya pemerintah mengambil kebijakan *modern licensing*. Ia mencontohkan *modern licensing* yang dikembangkan di Inggris. "Di Inggris, jika ada radio yang tidak becus diurus maka pemerintah langsung menarik kembali izinnya," ungkap Santoso.

Model pengambilalihan frekuensi sebenarnya bukan hal asing di Indonesia. Bedanya, hal itu tidak dilakukan oleh pemerintah tetapi oleh pengusaha yang berminat. Pelaku bisnis radio yang sukses dan ingin berekspansi getol mencari radio-radio yang tidak dioperasikan untuk diambil alih. Salah satu yang cukup terkenal adalah Grup Mugi Rekso Abadi (MRA) (*lihat Profil*). Bahkan *saking* seringnya mereka mengakuisisi radio, para pelaku bisnis di lahan ini sudah tahu kepada siapa mereka harus datang.

Terlepas dari kenyataan bahwa praktek akuisisi ini sudah banyak terjadi, Mas Wigrantoro agaknya meragukan jika ada yang mengatakan bahwa frekuensi radio sudah habis.

Menurut dia, di Jakarta ada alokasi *bandwidth* sebesar 21 Mhz. "Satu radio itu spektrumnya 300 Khz, sehingga kalau mau dibagikan maka seharusnya di Jakarta ada sekitar 70 radio. Padahal sekarang baru 36," kata dia.

Meskipun demikian, gelombang akuisisi ini seakan tak berhenti. Tak kalah dengan pemain-pemain lainnya, kendati MRA tidak memiliki stasiun televisi, tekad mereka untuk menjadikan grup ini sebagai grup penyiaran besar terlihat sungguh serius. Dalam rentang waktu setahun saja, mereka akan mengembangkan lagi lima stasiun radio di beberapa kota besar. "Saya ingin membawa MRA menjadi perusahaan publik," ucap Meuthia Kasim, sambil menegaskan bahwa pernyataan ini bisa membuat orang menilainya ambisius.

Geliat MRA di bisnis radio yang merambah kota-kota besar di Jawa dan Bali ini agaknya berbeda dengan Grup Citra Prima Persada (CPP) yang bermarkas di Magelang, Jawa Tengah. Grup milik Rumnio Kuseni ini, dalam daftar yang dimiliki *Warta Ekonomi*, mencatat anggotanya sebanyak 33 stasiun radio. Rata-rata radio-radio itu berada di kota-kota kecil di Jawa. "Saat ini total radio dalam grup

"Menguasai tiga teve dengan frekuensi terbanyak."

kami ada 50-an radio. Beberapa memang berada di kota-kota besar, antara lain Pas FM yang ada di Jakarta, Surabaya, dan Semarang, yang mengkhususkan dirinya sebagai radio bisnis," ungkap Alex.

Karena berada di kota-kota kecil, tentu saja omzet iklannya tidak sebesar di kota besar. Namun, lanjut Alex, belum ada satu pun radio anggota CPP yang gulung tikar. "Itu karena jaringan kita cukup kuat," tandasnya. Dengan anggota yang demikian banyak, menurut Alex, akan terjadi kolaborasi harmonis untuk

mengembangkan semua radio yang ada di dalam grup tersebut. "Kalau ada radio yang mengalami kesulitan dalam hal apa pun, kita dari radio yang lain akan segera membantu. Itu keuntungan dari keberadaan kita sebagai bagian dari sebuah grup besar," ungkap Alex tanpa mau menyebutkan total angka yang dipanen setiap bulan.

Konglomerasi Belum Tentu Monopoli

Mengenai tuduhan yang dilontarkan banyak pihak bahwa adalah monopoli jika banyak frekuensi menumpuk pada satu pelaku bisnis saja, Mas Wigrantoro kurang sepekat. Ia mengatakan, **"Kalau seseorang mempunyai 60 stasiun radio di 30 daerah, ya tidak apa-apa."**



Hary Tanoesoedibjo

Dalam pandangan lulusan magister kebijakan publik dari National University of Singapore ini, seseorang dikatakan telah melakukan monopoli hanya apabila ia memiliki 10 lisensi di dalam satu kota. Jika mengacu pada pendapat Mas Wig, memang belum ada yang bisa dikategorikan monopoli kepemilikan frekuensi.

"Wajar *sih* kalau satu orang sudah punya satu radio terus ingin memiliki lebih dari itu. Namun, saya ingatkan saja, karena itu ranah publik maka gunakan itu untuk kepentingan publik juga, jangan hanya sekedar menjadi mesin ekonomi untuk kepentingan sendiri," nasihat Cahaya Sinaga.

Kepemilikan frekuensi yang ba-

Sebelas Kelompok Bisnis di Bisnis *Broadcasting*

No.	Nama pemilik	Jml. Frekuensi	Jenis usaha	Keterangan		
1.	PT Bimantara Tbk.	82	Televisi	RCTI		
			Televisi	Metro TV		
			Televisi	Global TV		
			Radio	Trijaya FM		
			Radio	Prapanca FM		
			Radio	SCFM		
			Radio	ARJIFM		
2.	CPP	33	Radio	Sasana Adiswara-Sukoharjo		
				Jaya Pemuda Indo-Solo		
				Bumi Candi Sewu-Klaten		
				Pas FM Jakarta		
				Pas FM Semarang		
				Pas FM Surabaya		
				Permata-Bojolali		
				KIS-Wonogiri		
				Ramashirsa-Pekalongan		
				Chandra Adiswara-Pkngn.		
				Gita Alfina-Pemalang		
				Amita-Tegal		
				Serenada Slawi		
				Widyabhakti-Magelang		
				Polaris-Magelang		
				Mandala-Magelang		
				Swara Mendut-Magelang		
				Parakan Kencana-Magelang		
				Buana Asri-Wonosobo		
				S. Karangbolong-Kebumen		
				Gaharu Bimasakti-Kebumen		
				SCB-Banjarnegara		
				Suara Bralingsakti-Bjngn.		
				Wijaya-Cilacap		
				Bayusakti-Cilacap		
				Candra Taruna-Semarang		
				Radika-Semarang		
Polapariwara-Semarang						
Zenith-Semarang						
Leonard-Salatiga						
Bintoro-Demak						
Konservatori-Solo						
3.	Masima Corp.	13	Radio	Bahana Metro-Jakarta		
				Female-Jakarta		
				M97-Jakarta		
				Prambors-Jakarta		
				Rase-Bandung		
				SPFM-Jakarta		
				SOLFM-Manado		
				Delta-Jakarta		
				Delta-Makassar		
				Delta-Surabaya		
4.	Kompas Gramedia	5	Televisi	TV7		
				3	Radio	Sonora-Jakarta
						Salvatore-Surabaya
5.	MRA	8	Radio	Bikema-Yogyakarta		
				Hard Rock-Jakarta		
				Hard Rock-Bandung		
				Hard Rock-Surabaya		

No.	Nama pemilik	Jml. Frekuensi	Jenis usaha	Keterangan
				Hard Rock Bali
				MTV On Sky Jakarta
				i Radio Jakarta
				Cosmopolitan Jakarta
6.	Jawa Pos	11	Televisi	Musik Indonesia
				JTV
				RTV
				6 stasiun tv lokal lain
7.	Smart	8	Radio	SmartFM Jakarta
				SmartFM Manado
				SmartFM Ujungpandang
				SmartFM Semarang
				SmartFM Balikpapan
				SmartFM Banjarmasin
				SmartFM Padang
				SmartFM Palembang
8.	Susana	8	Radio	Susana Surabaya
				Merdeka Surabaya
				EBS Surabaya
				Cakrawala Surabaya
				Bahtera Yudha Sby.
				MCA Surabaya
				Stratosfir Surabaya
				Giriwara Surabaya
9.	Indosiar	11	Televisi	Indosiar
				1
10.	Ramako	3	Radio	Elshinta Jakarta
				Ramako Jakarta
				Mustang Jakarta
				KISS Jakarta
11.	Rasika	4	Radio	Rasika Semarang
				Borobudur Semarang
				Amarta Pekalongan
				Kendal Citra Kendal
				Ayukarya Tegal

Data: PRSSNI dan wawancara Warta Ekonomi

nyak bisa dikatakan sebagai tambang emas yang mendatangkan pemasukan tak kunjung henti. Bayangkan, jika semua radio yang berada di dalam

Grup Mugi Rekso Abadi memanen pendapatan seperti Hard Rock FM yang sebesar Rp300-400 juta per bulan, berapa yang dikumpulkan dari delapan stasiun yang di milikinya? Besar memang.

Akan tetapi, tunggu dulu! Pengguna frekuensi pun dikenai pajak penggunaan frekuensi atau yang sering disebut biaya hak pemakaian (BHP). **Cahaya Sinaga menuturkan bahwa pihaknya membayar sebesar Rp2,5 juta per bulan kepada pemerintah atas frekuensi yang mereka gunakan.** "Kalau radio, jangan Anda bandingkan dengan televisi:

dong. Radio nilainya kecil sekali." Menurut Chrys, di masa lalu, untuk **satu lisensi frekuensi besarnya Rp50 juta.** Bayangkan jika sebuah stasiun televisi seperti RCTI menggarap seluruh wilayah Indonesia dengan 48 lisensi frekuensinya. "RCTI memang paling besar menyettor ke pemerintah," ungkap Chrys.

Kalau benar demikian, baguslah jika setiap stasiun segera mengepakkan sayapnya ke seluruh Indonesia. Paling tidak, dengan begitu, ada pemasukan negara yang bertambah. "Cuma birokrasinya memang sulit. Kita saja masih menunggu beberapa izin yang kita ajukan untuk mendapatkan frekuensi di daerah," imbuh Chrys. ■

FERDINAND LAMAK DAN
BENYAMIN FRANSISKUS SIDABUTAR



RUANG SIARAN RADIO: Satu lisensi radio harganya Rp5 miliar.