

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja, dan bagaimana strategi yang telah serta sedang dilakukan oleh pihak manajemen Revenue band Jogjakarta. Dengan mencermati perubahan trend musik, paradok musik yang terjadi, juga dengan begitu banyaknya pemunculan grup band baru dikota Jogjakarta yang mengakibatkan situasi persaingan dunia showbiz semakin ramai. Sejauh mana strategi tersebut memberikan kontribusi terhadap grup band Revenue.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Judgement Sampling*. Sampel yang dipilih berdasarkan kapabilitas serta pertimbangan subyektif mengenai responden yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menunjuk sebagai respondennya adalah manajer, road manager, asisten road manager, sound engineer, serta beberapa stage crew dari Revenue band. Adapun analisis data yang digunakan adalah analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). SWOT memiliki dua sumbu: vertikal dan horisontal. Sumbu vertikal digunakan untuk menggambarkan peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) bisnis yang berasal dari berbagai indikator yang ada dalam lingkungan bisnis. Sedangkan sumbu horisontal menggambarkan tentang kekuatan perusahaan (*business strengths*), dan kelemahan perusahaan (*weakness*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa posisi grup band Revenue berada pada posisi yang terletak di kuadran I, dan implikasi strategis yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen grup band Revenue adalah dengan menggunakan strategi S-O yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan (*strengths*) untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah mempertahankan dan meningkatkan performa band, potensi band, kualitas/materi musik, dan efektifitas promosi yang merupakan kekuatan dari grup band Revenue. Dan yang menjadi peluang Revenue yaitu pertumbuhan pasar industri musik, perubahan trend musik, record/major label, serta hubungan pemasaran.

Saran dari penulis yaitu dalam hal investasi yang akan dilakukan haruslah mendukung strategi pemasarannya serta lebih efektif dan efisien (tepat sasaran). Strategi pertumbuhan unit usaha ini adalah berdasarkan segmen yang diambil, maka hendaknya fokus terhadap segmentasi yang diambil serta mewaspadai kondisi jenuh pasar sehingga dapat melakukan perluasan pasar. Memanfaatkan hubungan pemasaran sehingga menjadikan suatu *advantage* tersendiri bagi Revenue band. Serta memunculkan suatu spesialisasi tertentu yang dapat menjadi keunikan dari Revenue band (strategi differensiasi).