

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab terakhir ini dibagi dua bagian utama, yaitu kesimpulan dari hasil analisis yang telah dijabarkan pada bab IV, serta bagian kedua yaitu saran yang berkenaan dengan strategi bersaing dari Revenue band.

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap data yang diberikan oleh Revenue band, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari analisis SWOT menunjukkan bahwa grup band Revenue berada pada kuadran I yang menunjukkan sel agresif, perusahaan harus menghadapi ancaman-ancaman dari luar untuk dapat berkembang dan mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Implikasi strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunities*) menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Posisi ini harus dipertahankan dan ditingkatkan agar Revenue band dapat selamat dalam dunia persaingan pada industri musik sebab situasi persaingan tidak hanya didominasi oleh pelaku lama, akan tetapi semakin banyak bermunculan grup band baru yang ikut meramaikan situasi persaingan dunia musik di Jogjakarta.
- b. Dari hasil observasi yang dilakukan serta hasil interview dengan pihak manajemen Revenue band, dapat menghasilkan variabel internal dan

eksternal. Variabel internal dapat dibedakan menjadi kekuatan dan kelemahan, sedangkan variabel eksternal adalah peluang dan ancaman. Variabel internal yang menjadi kekuatan dan harus senantiasa dipertahankan adalah : performa band, potensi band (kapital dan personel), kualitas produk/materi musik, efektifitas promosi, sedangkan kelemahannya yang perlu ditingkatkan serta diperhatikan secara khusus yaitu : penetapan harga/tarif, kualitas karyawan (skill musik personel band), serta konektivitas (struktural dan personal). Variabel eksternal, peluang yang dimiliki Revenue band adalah : pertumbuhan pasar (industri musik), perubahan trend musik, record label (major label), dan hubungan pemasaran (komunikasi terhadap klien dan fans) sedangkan ancamannya, yaitu : struktur persaingan (band lama dan pendatang baru), daya beli konsumen, dan lingkungan sosial budaya.

- c. Dari analisis SWOT yang dilakukan, implikasi strategis pada strategi pemasaran yang dibutuhkan oleh grup band Revenue untuk jangka panjang adalah :
1. Strategi pemilihan segmen, yaitu memilih segmen yang dianggap sebagai target utama yang dibidik haruslah mempertimbangkan juga potensial atau tidaknya segmen yang dibidik berdasarkan karakter serta tingkat konsumsinya. Untuk itu diperlukan strategi spesialisasi atau customized produk agar dapat melayani beberapa konsumen sekaligus.
  2. Strategi spesialisasi, yaitu strategi yang berusaha memfokuskan produk kedalam genre tertentu. Konsisten dan eksistensi adalah

kuncinya sehingga dapat menjadi spesialisasi untuk genre tertentu. Kaitannya dengan hasil penelitian ini yaitu Revenue band diharapkan tetap konsisten serta eksis didalam membawa genre progressive rock serta memfokuskan diri pada perkembangan genre musik rock sehingga variasi yang dihasilkan tetap didalam kerangka genre progressive rock. Bahkan lebih jauh diharapkan dapat menembus genre musik lainnya untuk industri musik nasional.

3. Strategi pemilihan bauran pemasaran, yaitu memilih marketing mix yang dapat digunakan serta diharapkan menjadi efektif dan efisien dalam melakukan penetrasi pasar industri musik. Menggunakan elemen dari marketing mix diperhitungkan sebagai biaya investasi yang dikeluarkan untuk dapat mendongkrak penjualan produk. Maka dari itu harus berhati-hati dalam hal menginvestasikan biaya kedalam bauran pemasaran. Hanya beberapa elemen seperti stiker dan sample cd yang dapat dipilih, dan juga diharapkan menjadi penunjang dari promosi. Investasi lainnya yang dapat dipilih yaitu membeli instrument musik yang baru dan lebih baik guna menjaga kualitas materi musik, menjaga kualitas performance event dari grup band Revenue.

4. Strategi pemanfaatan hubungan pemasaran, yaitu memanfaatkan jaringan kerja yang telah dibangun selama ini sehingga dapat menghasilkan suatu keuntungan bagi grup band Revenue. Memanfaatkan jaringan kerja juga dapat dijadikan suatu advantage tersendiri bagi Revenue untuk dapat melakukan penetrasi pasar

industri musik di Jogjakarta. Dan lebih jauh diharapkan dapat ditingkatkan *scopenya* menjadi ke skala nasional.

## 5.2. Saran

Menurut hasil evaluasi yang telah dilakukan, memberikan saran strategi yang tepat bagi Revenue band yaitu :

- a. Meningkatkan hubungan pemasaran dengan klien dan fans. Sehingga dapat lebih konsisten dan eksis pada saat *performance*, yang menunjang peningkatan kualitas materi musik bahkan dapat meningkatkan fee untuk event panggung.
- b. Sebaiknya manajemen dari grup band Revenue senantiasa melakukan kontrol kualitas secara rutin agar kualitas materi musik serta kualitas *performance* para personel band tetap terjaga, melakukan modifikasi agar tidak berada pada posisi jenuh dan menentukan kebijakan harga yang baru berdasarkan biaya-biaya operasional sehingga dapat terus bersaing didalam industri musik.
- c. Untuk dapat terus tumbuh serta bersaing dalam showbiz maka strategi pemasaran serta promosi lebih difokuskan kepada segmen yang telah ditentukan. Seperti stiker-stiker atau cd sample audio yang dibagikan, tidak hanya diberikan pada saat event panggung tetapi juga dapat dibagikan oleh road manager sebagai ujung tombak pada saat negosiasi event dengan pihak organisasi sekolah menengah pertama dan umum (OSIS SMP dan SMU). Karena segmen anak sekolah adalah yang diambil sebagai target potensial.

- d. Menambah segmen yang dipilih untuk dilayani. dan menggunakan strategi customized produk untuk dapat melayani beberapa segmen sekaligus. Karena segmen siswa sekolah usia 13 sampai dengan 17 tahun cenderung memiliki tingkat konsumsi yang rendah terhadap produk-produk musik. maka diperlukan retargeting yaitu hingga dapat juga melayani segmen hingga usia 27 tahun.
- e. Perusahaan harus memperhatikan kelemahannya dan dapat diatasi dengan cara menjalin kerjasama dengan sesama grup band indie. Yaitu dengan menggabungkan dua grup band menjadi satu paket dengan fee tertentu sehingga klien, baik dari sponsorship ataupun event organizer, atau komunitas lainnya menjadi tertarik oleh karena satu band tertentu bahkan mungkin keduanya. Untuk jangka panjang akan dapat menunjang peningkatan kualitas materi musik kedua grup yang bersatu tersebut.
- f. Strategi spesialisasinya yaitu mengfokuskan kepada genre musik yang diambil yaitu progressive rock, dengan variasi unsur musik lainnya yang dapat menjadikan genre progressive rock lebih menarik. Juga meningkatkan intensitas latihan (band) musik dan intensitas berkumpul sesama personel band untuk dapat menyatukan visi bermusiknya sehingga dapat meningkatkan kualitas performance panggung, dimana pada saat event panggung terlihat kompak, teratur, rapi, dan menarik untuk dilihat.
- g. Investasi selektif digunakan untuk dapat menunjang dalam strategi tumbuh berdasarkan segmen serta strategi promosi, yaitu memperbanyak cd sample audio, stiker, yang digunakan sebagai media promosi. Guna menyesuaikan dengan segmen yang diambil, investasi dapat juga dilakukan dengan mengambil seorang atau beberapa orang perwakilan

didaerah lainnya diluar kota Jogjakarta sehingga dapat memperluas pasar hingga ketingkat nasional.

- h. Revenue band hendaknya mencermati beberapa variabel yang menjadi kelemahan sekaligus kekuatan dan beberapa variabel yang menjadi peluang sekaligus ancaman. Pihak manajemen Revenue harus dapat mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada sehingga para personel dari grup band Revenue dapat terus berkreasi dan berkarya dan selalu memanfaatkan peluang-peluang yang ada. karena jika kreatifitas terhenti maka karir dari suatu grup band dapat dikatakan menuju kehancuran. Karena sisi penting dari industri musik adalah terus berkarya dan berkreasi.

