

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENYEWAAN *SOUND SYSTEM* PADA *PLAY SOUND* YOGYAKARTA

**FEBRA SIANIPAR**

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta

**Abstract:** *This research discusses the strategy of developing a sound system rental company by doing case study on Play Sound Yogyakarta. The strategy in question is the creation of a unique and valuable way, involving a different mindset of an activity. The research methodology used is a quantitative methodology based on SWOT analysis and IE matrix. The results of the analysis show that the variables that become the strength is the most complete equipment show, rent the small and large scale sound, the best service, cooperative relationship with many parties. The disadvantages are limited experts, non-permanent employees, expensive maintenance fees, not well-known brand image. Opportunities are many events need sound, a priority for national events, the existence of marketing through social media. The threat is the emergence of new competitors, the number of competitors make the price below standard. Factor analysis of IE shows in the position of cell IV that grow and build (growth and build). Suitable strategies are intensive (market penetration, market development and product development) or integration (backward integration, forward integration and horizontal integration).*

**Keywords:** *Play Sound, Development Strategy, SWOT*

## A. PENDAHULUAN

Kegiatan pertunjukan bukan merupakan hal yang asing lagi saat ini. Pertunjukan tidak hanya ada di kota-kota, tetapi di daerah terpencilpun kita dapat menjumpai kegiatan pertunjukan. Berbicara tentang pertunjukan tentunya ada kebutuhan yang harus dipenuhi dalam setiap pelaksanaan kegiatan. Salah satu kebutuhan yang paling dibutuhkan dalam pelaksanaan sebuah acara adalah sound system. Dalam penelitian ini peneliti membahas strategi pengembangan usaha. Menurut Indra (2015), kata strategi berasal dari bahasa Yunani yang secara etimologi berasal dari dua kata yaitu *stratos* (artinya militer) dan *ag* (artinya memimpin). Istilah strategi pada awalnya merupakan istilah yang dipergunakan dalam bidang militer yang artinya kemampuan memimpin dalam memimpin dan menggunakan sumber daya yang digunakan untuk memenangkan perang. Pada akhirnya, istilah dan konsep yang dipakai militer tersebut dipakai dan diterapkan dalam dunia bisnis sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya (baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas) sebagai usaha suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Chandler dalam Sunarto (2005: 23) menyatakan bahwa strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang dan sasaran organisasi dengan cara penerapan tindakan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki organisasi untuk mencapai sasaran organisasi. Sementara Child dalam Sunarto (2005: 24) menyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan pilihan mengenai tujuan dan cara bisnis. Strategi juga memperhatikan lingkungan dan keunggulan kompetitif dengan menggunakan perspektif jangka panjang (Faulkner dan Jhonson dalam Sunarto, 2005: 24).

Strategi tentunya sangat dibutuhkan dalam perusahaan agar usaha yang dimiliki dapat berkembang. Play Sound adalah perusahaan yang bergerak dibidang penyewaan sound system yang berada di kota yogyakarta. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012 yang didirikan oleh Hikmah Piramida. Perusahaan ini masih tergolong baru sehingga perusahaan ini membutuhkan strategi pengembangan perusahaan agar usaha Play sound dapat berkembang. Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut.

1. Strategi generik apa yang saat ini diterapkan oleh play sound?

2. Bagaimana strategi generik yang semestinya digunakan oleh play sound?
3. Bagaimana Strategi generik & variasi strategi yang akan datang (3-5 tahun ke depan)?
4. Bagaimana implementasi strategi jangka pendek dan variasi strategi yang dilakukan oleh Play Sound?

## A. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan rancangan deskriptif dan analisis SWOT dan matrik IE. Pengumpulan data dilakukan melalui pengamatan langsung (observasi), wawancara, studi kepustakaan dan analisis data. Analisis SWOT yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal, berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), serta situasi eksternal berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*).

### 1. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yaitu, pengamatan langsung terhadap usaha play sound.
- b. Wawancara yaitu pengumpulan data dan informasi dengan dengan bertanya secara langsung kepada

- pemilik usaha, *soundman*, dan *marketing* atau yang bertugas di bagian pemasaran.
- c. Kuesioner (angket), merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab. Dalam hal ini responden diminta untuk mengisi angka-angka terkait dengan pemberian bobot terhadap faktor internal dan eksternal.

## 2. METODE ANALISIS DATA

### a. Analisis SWOT

Menurut Fajar Nur'aini DF (2016) SWOT merupakan suatu instrumen pengidentifikasi berbagai faktor yang terbentuk secara sistematis yang digunakan untuk merumuskan strategi. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (dalam Rachmat. 2014) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. SWOT adalah akronim untuk *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) dari suatu organisasi. Analisis SWOT mengharuskan para manajer strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara kekuatan dan kelemahan internal

(*Internal Factor Evaluation*) serta peluang dan ancaman eksternal (*External Factor Evaluation*). Tahapan analisis SWOT adalah sebagai berikut.

1. mengidentifikasi faktor-faktor strategi
2. Memberikan pembobotan terhadap faktor-faktor strategis
3. Penilaian terhadap faktor-faktor strategi
4. Menentukan nilai ruang interval
5. Memposisikan nilai yang diperoleh dalam diagram matrik Internal dan Eksternal (IE).

#### **b. Matrik IE**

Seluruh variabel dalam penelitian ini dapat membantu dalam melakukan formulasi strategi. Matrik IE membantu dalam hal analisis lebih lanjut. Sebelum membuat matrik IE, terlebih dahulu dilakukan analisis SWOT yang hasilnya dirangkumkan dalam tabel EFAS dan IFAS.

1. Pada tahap pertama responden diminta untuk mengisi kuesioner dengan pemberian angka untuk penilaian bobot faktor internal dan eksternal pada usaha Play Sound.
2. Setelah bobot faktor internal dan eksternal dihasilkan angka-angka

tersebut dihitung rata-rata tiap variabelnya untuk melihat hasil tertinggi dan terendah.

3. Selanjutnya pemberian peringkat terkait dengan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
4. Setelah peringkat dihasilkan kemudian dihitung rata-ratanya untuk melihat hasil tertinggi dan terendah.
5. Hasil keseluruhan dari rata-rata bobot dan rata-rata peringkat dikalikan guna menghasilkan nilai matrik IFE dan matrik EFE
6. Nilai keseluruhan IFE dijumlahkan, begitu juga dengan nilai EFE guna untuk melihat posisi sel strategi matrik IE
7. tahapan selanjutnya adalah tahapan untuk mencari kuadran dengan cara pengurangan nilai dari faktor internal (kekuatan dikurang kelemahan) dan dari faktor eksternal (peluang dikurang dengan ancaman). Hasil tersebutlah yang menentukan letak kuadran analisis swot usaha play sound.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Analisis SWOT**

Saat ini yang menjadi kekuatan dari usaha Play Sound ditunjukkan oleh peralatan pertunjukan terlengkap,

menyewakan sound skala kecil dan besar, pelayanan terbaik, hubungan kerja sama dengan banyak pihak. Kelemahannya adalah tenaga ahli terbatas, karyawan tidak tetap, biaya perawatan yang mahal, *brand image* belum terkenal. Peluangnya adalah banyak acara membutuhkan sound, menjadi prioritas untuk event skala nasional, adanya pemasaran melalui media sosial. Ancamannya adalah munculnya kompetitor baru, banyaknya kompetitor membuat harga di bawah standart. Strategi generik dan variasi strategi yang saat ini diterapkan oleh Play Sound

- Strategi generik yang diterapkan oleh usaha Play Sound saat ini adalah strategi generik menurut Porter yaitu membuat Diferensiasi (*differentiation*). Strategi diferensiasi yang dilakukan adalah mengutamakan kualitas peralatan pertunjukan dan kepuasan konsumen saat bekerjasama. Hal ini terbukti dengan proses bisnis yang dilakukan oleh Play sound yaitu memiliki jaringan kerja sama dengan banyak pihak dan selalu memberikan pelayanan dan menyediakan peralatan dengan kualitas standar yang baik. Hal ini

sangat berbeda dengan beberapa Owner sound lain yang tidak terlalu memikirkan kualitas peralatan dan kepuasan saat bekerja sama dengan konsumen. Untuk mewujudkan hal ini Play sound selalu selektif dalam memilih peralatan dan update tentang perkembangan di bidang teknologi khususnya sound system.

### **Strategi generik & variasi strategi yang semestinya dijalankan oleh Play Sound**

Berdasarkan hasil analisa Matrik IE dan Kuadran SWOT, maka strategi generik dan variasi strategi sebagai berikut:

- Strategi generik yaitu *Ekspansion* yang mendukung strategi ofensif.

Dilihat dari hasil analisa matrik IE posisi usaha Play sound menunjukkan ***Growth and Build*** (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi IV. Variasi strategi yang cocok adalah **Intensif atau Integrasi**. Sedangkan menurut hasil kuadran SWOT posisi usahanya berada pada kuadran I yaitu Strategi generik *Ekspansion*. Oleh karena itu, dalam usaha ini strategi generik yang akan digunakan adalah *Ekspansion*. Untuk variasi strategi yang akan digunakan adalah Intensif.

- Variasi Strategi yang digunakan adalah Intensif yaitu sebagai berikut:

1. penetrasi pasar: Memasarkan dengan gencar produk berkualitas berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.
2. Pengembangan Pasar: Menambah dan memperluas jaringan kerjasama untuk membuka pangsa pasar baru.
3. Pengembangan Produk: Menambah produk berkualitas.

**a. Strategi generik & variasi strategi yang akan datang (3-5 tahun).**

1) Strategi generic

Untuk 3 sampai 5 tahun mendatang strategi generik sebenarnya sangat susah ditentukan tanpa studi kelayakan bisnis. Sangat penting untuk melihat perkembangan usaha sejauh mana dalam 2 tahun kedepan ini. Jika strategi yang dihasil berdasarkan analisis SWOT diterapkan dan berjalan dengan baik maka selanjutnya strategi generik yang bisa digunakan adalah Fokus konsumen dan pengembangan usaha.

2) Variasi Strategi

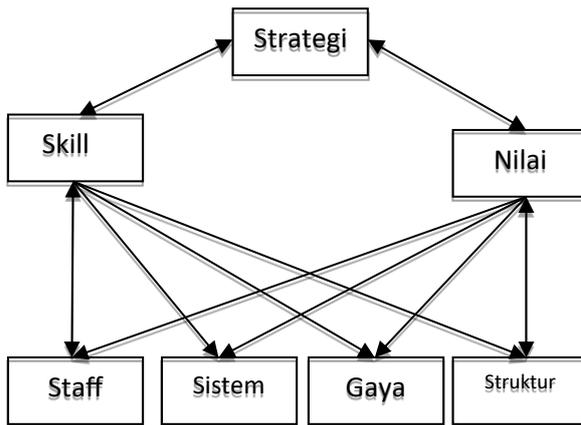
Variasi Strategi yang dapat diterapkan untuk 3 sampai 5 tahun

mendatang adalah sebagai berikut (dilihat dari strategi Generik Fokus konsumen dan pengembangan usaha).

- a) Integrasi ke depan yaitu mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas penyalur atau mitra bisnis
- b) Integrasi ke belakang yaitu mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas fendor/pemasok (*supplier*)
- c) Integrasi horizontal yaitu mendapatkan kepemilikan atau meningkatkan kontrol atas pesaing (*Competitor*)
- d) Pengembangan pasar yaitu peningkatan promosi dari segala segmen untuk menambah pangsa pasar
- e) Pengembangan produk yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara memperbaiki atau mengembangkan sistem kerja tim dalam penyelenggaraan event.

## C. IMPLEMENTASI STRATEGI

### 1. Tahapan Implementasi Strategi 7-S framework-MC. Kinsey.



**gambar 1 the 7-s framework Mc. Kinsey**

Keterangan :

- Strategi adalah sebuah rencana yang diformulasikan oleh organisasi untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang berkesinambungan di masa depan.
- Keterampilan (Skill) berhubungan dengan apa yang dilakukan terbaik oleh organisasi (*what the company does best?*), kapabilitas dan kompetensi khusus yang ada di dalam organisasi.
- Nilai Bersama (*Shared Values*) adalah konsep-konsep dan prinsip-prinsip pedoman dari organisasi

seperti: nilai-nilai dan aspirasi yang melampaui pernyataan tujuan organisasi yang konvensional, ide-ide fundamental di sekitar bisnis yang dibangun, hal-hal yang mempengaruhi kelompok bekerja sama untuk tujuan bersama.

- Staff adalah sumber daya manusia organisasi, mengacu pada bagaimana orang dikembangkan, dilatih, disosialisasikan, diintegrasikan, dimotivasi, dan bagaimana karir mereka dikelola.
- Sistem adalah prosedur formal dan informal meliputi sistem inovasi, sistem kompensasi, sistem informasi manajemen, dan sistem alokasi modal yang mengatur kegiatan setiap hari.
- Gaya (*Style*) merupakan pendekatan kepemimpinan dan pendekatan operasional keseluruhan organisasi. Cara di mana orang-orang dalam organisasi menghadirkan diri mereka ke dunia luar termasuk pemasok dan pelanggan.
- Struktur merupakan kerangka kegiatan anggota-anggota organisasi dikoordinasikan.

Ke 7 elemen di atas saling mempengaruhi kemampuan organisasi dalam beradaptasi terhadap perubahan. Perubahan pada satu elemen tidak akan

efektif, bila tidak diikuti dengan perubahan pada elemen S lainnya.

## 2. Implementasi Strategi.

Tujuan dari implementasi strategi adalah untuk mencapai apa yang ingin dicapai oleh organisasi untuk masa tertentu. Tujuan-tujuan tersebut tentu ada rentang waktunya yaitu jangka panjang, menengah, dan pendek. Setelah didapatkan tujuan yang ingin dicapai maka selanjutnya merumuskan alternatif strategi-strategi untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk usaha Play sound tujuan jangka pendek dan alternatif strategi sebagai berikut:

### a. Tujuan Jangka Pendek

- 1) Dalam 1 bulan mendapat orderan event wedding dan syukuran 12 kali.
- 2) Dalam 1 bulan mendapat event besar 2 kali.
- 3) Membangun relasi, dan memperkenalkan perusahaan ke seluruh kalangan.

### b. Alternatif Strategi

- 1) Penetrasi Pasar : Memasarkan dengan gencar produk berkualitas berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.

2. Pengembangan Pasar : Menambah dan memperluas jaringan kerjasama untuk membuka pangsa pasar baru.
3. Pengembangan Produk : Menambah produk sayur berkualitas.

Setelah didapatkan alternatif-alternatif strategi tersebut maka dapat dirumuskan kedalam tahapan implementasi strategi sebagai berikut.

Strategi	Seperti yang sudah diuraikan pada bagian b di atas.
Tujuan jangka pendek yang dicapai	Seperti yang sudah diuraikan pada bagian a di atas.
Skill	Untuk menerapkan strategi tersebut maka diperlukan kompetensi mengoperasikan peralatan dan kemampuan untuk merawat peralatan.
Nilai Bersama	Nilai bersama yang dijunjung adalah membawa usaha Play sound untuk menjadi perusahaan yang terbaik di Jogjakarta.
Staff	Untuk menjalankan strategi tersebut maka dibutuhkan SDM yang memahami dengan baik tentang peralatan sound system maka SDM tersebut perlu dilatih dan dikembangkan.
Gaya	Gaya manajemen yang harus dilakukan adalah gaya manajemen <i>The analytical</i> yaitu orientasi pada hasil dan rencana/tujuan bisa tercapai dengan melakukan pendekatan analisa yang masuk akal.
Sistem	Untuk sistem sendiri sebenarnya yang selama ini dilakukan oleh usaha Play sound sudah sangat baik sudah mampu untuk menjalankan strategi ini. Dalam produksi sudah memiliki SOP yang harus dipatuhi, begitu juga untuk administrasi keluar masuknya uang perusahaannya sudah tercatat dengan baik.
Struktur	Dalam usaha Play sound terdapat 3 struktur utama yaitu produksi, administrasi, dan marketing. Untuk mencapai strategi ini sebaiknya untuk struktur organisasi Play sound menambahkan divisi pemasaran dan <i>research &amp; development</i> .

## D. Kesimpulan Dan Saran

### 1. Kesimpulan

Tujuan utama pada penyusunan jurnal ini adalah bertujuan untuk mengembangkan strategi usaha Play sound. Berdasarkan analisa Matrik IE

(*Internal Eksternal*) posisi matrik berada pada sel 4. Dengan demikian matrik IE berada pada tahap *Growth and Build* (tumbuh dan bina). Strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal).

- a. penetrasi pasar: Memasarkan dengan gencar produk berkualitas berkelanjutan dengan menggunakan media sosial.
- b. Pengembangan Pasar: Menambah dan memperluas jaringan kerjasama untuk membuka pangsa pasar baru.
- c. Pengembangan Produk: Menambah produk berkualitas.

Kuadran Analisis SWOT Usaha Play Sound menunjukkan posisinya berada pada kuadran I sehingga strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

## Daftar Pustaka

- Faisal, M. (2015). Antropologi Seni. *FKIP: Unismuh Makassar*.
- Nur'aini Df, Fajar. 2016. *Teknik Analisis SWOT*. Perum Tegalsari Blok 2 Yogyakarta: Quadrant.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Cetakan ke-1 Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Rukmana, Indra. 2015. *Strategi Pengelolaan Museum Benteng Vrederburg Sebagai Daya Tarik Wisata Warisan Budaya Di Yogyakarta*. Program Magister Tata Kelola Seni Pascasarjan Institut Seni Indonesia Yogyakarta
- Sunarto. 2005. *MSDM Strtegik*. AMUS. Yogyakarta.
- Horkheimer, Max., Theodor W. Adorno. (2002). *The Dialectic of Enlightenment*, Stanford University Press, California.
- Liliweri, Alo. (1992). *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, Penerbit PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Merriam, A. P. (1980). *The Anthropology of Music*. Northwestern University Press, Evanston.
- Noviani, Ratna. (2002). *Jalan Tengah Memahami Iklan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.