



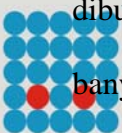
I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam keadaan perekonomian yang semakin sulit ini banyak terjadi persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal oleh yang lainnya.

Agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan.

Perusahaan dalam memasarkan barang dan jasa selalu dihadapkan pada pertanyaan, “mengapa konsumen membeli barang atau jasa tertentu?” jawabannya tidak dapat diterangkan secara langsung dari pengamatannya saja, tetapi dibutuhkan analisis kepuasan konsumen yang lebih mendalam. Hal ini akan banyak membantu bagi manajer pemasaran untuk memahami “mengapa” dan “bagaimana” perilaku konsumen tersebut, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barangnya secara baik.



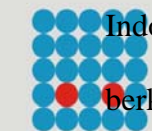


Sebagai kota budaya dan pariwisata, Kota Bogor mengalami perkembangan ekonomi yang cukup pesat. Dari tahun ketahun penduduk di kota ini semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok, kebutuhan sekunder, maupun kebutuhan tersier. Situasi seperti ini menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen.

Dilihat dari segi pertumbuhan dan perkembangannya, seni musik boleh dibilang sudah beberapa tahap lebih maju ke arah garis kemapanan yang memunculkan usaha di bidang musik seperti studio rekaman. Seni musik agaknya sudah cukup kokoh dalam memancarkan eksistensinya di tengah-tengah masyarakat, mampu mengartikulasikan dirinya, hingga seni musik pun pada akhirnya bisa menggelembung bersama dunia industri untuk menjadi sebuah institusi profit, energi kapital yang sangat menjanjikan.

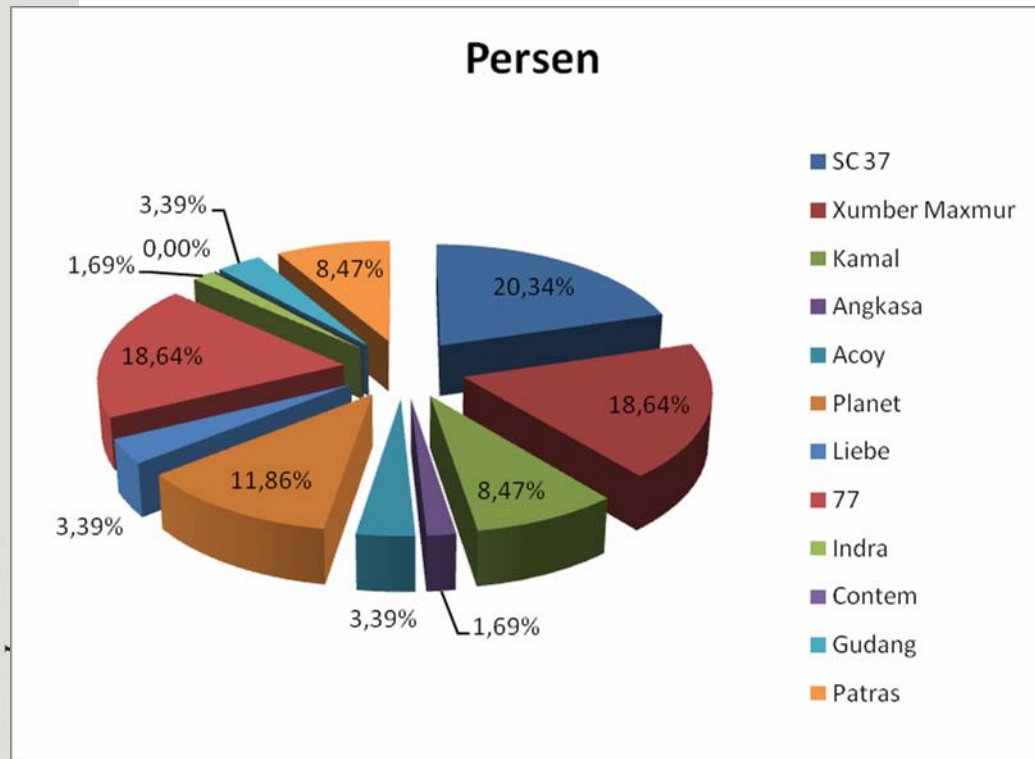
Kondisi demikian tampaknya sangat jauh berbeda dengan fenomena yang tersimpan di seputar genre-genre seni lainnya yang juga hidup di Indonesia. Jika dibandingkan dengan seni sastra atau teater yang keberadaan dan nasib hidupnya masih kerap tidak mendapat perhatian, nilai ekonomis yang nyaris selalu mengalami defisit. Maka dapat dimengerti bahwa kedua genre tersebut masih dikategorikan sebagai “keluarga seni pra-sejahtera”.

Maraknya industri rekaman dan melimpahnya produksi album lagu di Indonesia dalam satu dekade belakangan (terutama ketika era digital makin berkembang), dapat diindikasikan eksistensi dan artikulatifnya industri musik saat ini. Jumlah penduduk yang lebih dari 220 juta Indonesia adalah market yang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

sangat potensial untuk industri studio rekaman. Gambar 1 menggambarkan *market share* untuk studio rekaman di Bogor.



Gambar 1. *Market share* studio rekaman di Kota Bogor
Sumber : Asosiasi studio rekaman Bogor tahun 2009

Di Kota Bogor, yang memiliki *market share* terbesar yaitu studio SC 37, studio Xumber Maxmur, studio 77, studio Planet, studio Patra's. Dengan orientasi market yang sangat beragam dan cukup menggiurkan, maka tidaklah mengherankan jika ada begitu banyak produser dan perusahaan rekaman yang malang melintang untuk menyemararkannya, tanpa terlalu dihantui oleh rasa cemas dengan soal bagaimana kalkulasi ekonomisnya di kemudian hari. Kondisi tersebut memunculkan beragam jenis musik di Indonesia dengan kualitas yang beragam pula. Peranan perusahaan rekaman semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan rekaman di Indonesia khususnya di Bogor, maka persaingan sesama perusahaan rekaman semakin tajam. Perkembangan studio rekaman di Bogor dapat dilihat pada Gambar 2.

IPB, tahun 2010



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 2. Perkembangan studio rekaman di kota Bogor

Sumber : Asosiasi studio rekaman Kota Bogor tahun 2009

Peningkatan penduduk Indonesia khususnya Kota Bogor yang diikuti dengan meningkatnya kebutuhan akan musik memberikan lapangan pekerjaan atau bisnis baru. Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli. Konsumen dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Secara umum perusahaan menerapkan strategi bisnis kombinasi antara strategi ofensif dan defensif. Dimana strategi ofensif perlu ditujukan untuk meraih atau memperoleh konsumen baru dan meningkatkan pangsa pasar, sedangkan strategi defensif berusaha untuk mengurangi kemungkinan beralihnya konsumen dari perusahaan.

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan melakukan biaya yang tinggi dalam usaha merebut konsumen suatu perusahaan. Dampak kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dan pembelian ulang berbeda-beda setiap perusahaan. Konsumen yang puas akan cenderung menjadi konsumen yang loyal. Kepuasan konsumen dipengaruhi dua



variabel utama, yaitu *expectations* dan *perceived performance*, bila *Perceived Performance* melebihi *Expectations*, maka konsumen mendapatkan kepuasan, akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen (Tjiptono, 1997).

Lahirnya usaha atau bisnis baru ini juga menimbulkan pro dan kontra. baik dari sisi pengusaha studio rekaman maupun dari sisi konsumen dalam hal kepuasan dan nilai jualnya. Usaha studio rekaman walaupun dilihat kurang menjanjikan, akan tetapi bisnis ini mempunyai pangsa pasar yang tersendiri.

1.2 Rumusan Masalah

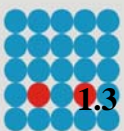
Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen Studio Xumber Maxmur?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen Studio Xumber Maxmur?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen Studio Xumber Maxmur?
4. Apakah tingkat kepuasan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas konsumen Studio Xumber Maxmur?
5. Bagaimana implikasi manajerial bagi Studio Xumber Maxmur dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi karakteristik umum konsumen Studio Xumber Maxmur.





Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

2. Mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen Studio Xumber Maxmur.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap pelayanan jasa di Studio Xumber Maxmur.
4. Menganalisis pengaruh tingkat kepuasan terhadap tingkat loyalitas konsumen Studio Xumber Maxmur.
5. Merumuskan implikasi manajerial yang terkait dengan peningkatan kualitas pelayanan Studio Xumber Maxmur.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.