Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Analisis strategi PT. Sony Music Entertainment Indonesia (SMEI) pada industri rekaman dalam menghadapi perubahan lingkungan melalui keunggulan bersaing

Febri Nila Chrisanty, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438542&lokasi=lokal

---

Abstrak

ABSTRAK

Musik merupakan salah satu produk yang selalu diciptakan dan dibutuhkan oleh semua orang di dunia, Perusahaan rekaman telah membuat musik dapat dipasarkan ke konsumen selama ini dengan mencari artis yang berkualitas, merekam musik dan akhirnya memasarkannya ke konsumen disertal kegiatan promosi. Kegiatan operasional yang telah dilakukan oleh berbagai perusahaan rekaman telah berjalan selama bertahun-tahun secara konvensional. Industri rekaman sendiri telah memasuki tahapan dewasa (mature) dimana produknya telah terstandarisasi, memiliki jangkauan pasar yang luas dan memiliki jumlah distribusi yang besar.

Namun lingkungan bisnis pada industri rekaman yang telah terbentuk tersebut terus mengalami perubahan yang diakibatkan adanya faktor-faktor yang membawa dampak positif maupun negatif bagi para perusahaan rekaman. Faktor utama yang telah mengubah tahapan sikius hidup industri rekaman tersebut adalah banyaknya produk bajakan yang melalui proses Counterfeit, Pirate dan Boot Legging yang berada di pasaran. Hal ini membuat produk serupa menjadi over-capacity sehingga dapat menimbulkan terjadinya perang harga. Keadaan ini diperburuk dengan adanya jenis faktor lain berupa teknologi telah menciptakan adanya internet yaitu salah satu media yang memiliki jaringan elektronik dengan menggunakan komputer. Internet tersebut selain membawa keuntungan bagi pemakainya berupa mempemudah dalam memperoleh akses untuk mendapatkan informasi maupun melakukan transaksi juga telah mempermudah terjadinya proses pembajakan karena belum adanya hukum (Cyberlaw) yang mengatur berbagal kegiatan yang dilakukan melalui internet.

PT. Sony Music Entertainment Indonesia (SMEI) sebagai salah satu perusahaan rekaman besar di indonesia juga menghadapi perubahan lingungan bisnis yang ada. Strategi yang sebagian besar merupakan strategi yang diterapkan oleh pibak Sony Music pusat yang berada di New York telah membuat perusahaan dapat menjalankan kegiatan operasionalnya secara baik selama ini. Namun dengan adanya perubahan lingkungan bisnis yang terjadi, PT. SMEI harus dapat mereformulasikan kembali strategìnya.

Berbagai masalah yang timbul bagi perusahaan SMEI alcibat perubahan lingkungan tersebut antara lain adalah: over-capacity product yang dapat menyebabkan terjadinya perang harga, kegiatan pembajakan (konvensional maupun melalui Internet) yang terus mengambil market share dan profit yang dimiliki perusahaan serta semakin banyaknya pesaing baru yang menggunakan media internet dalam melakukan kegiatan operasionalnya.

Karya akhir ¡ni berusaha melihat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan

berdasarkan resources based dan market based. Hal tersebut dilakukan dengan dasar keinginan untuk terus melakukan inovasi tanpa lepas dari kenyataan yang terjadi di pasarnya. Sehingga berbagai alat yang digunakan masih terkait dengan pasar dengan harapan pengembangan yang dilakukan pada kemampuan sumber daya perusahaan sejalan dan sesuai dengan keadan lingkungan pasar.

Beberapa tindakan yang dapat dilakukan perusahaan SMEI adalah melakukan Non Price Competition Strategy yang meliputi tindakan perluasan produk, pengembangan produk, perluasan pasar serta pengembangan pasar. Semua tindakan tersebut dilakukan untuk menghindari terjadinya peperangan harga antar pesaing. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah perluasan pasar dengan tetap melakukan kegiatan promosi secara konsisten pada berbagai media termasuk media internet secara maksimal, pengembangan produk dengan cara memasarkan produknya kedalam bentuk (features) baru yaitu MP3 (piringan yang mampu memuat puluhan file musik), mengembangkan pasar dengan cara memenuhi semua segmen konsumen yang ada serta memiliki semua artis yang mewakili setiap jenis rnusik yang ada dan yang terakhir adalah memperluas produk dengan cara menawarkan suatu bentuk produk MP3 kepada konsurnen lainnya yang relevan seperti konsumen elektronik dan komputer.

Sedangkan untuk memerangi kegiatan pembajakan dalam bentuk kaset atan CD, pihak SWEET dapat terus serta dalam kegiatan penerapan Undang-Undang HAKI dengan pihak pemerintah serta melakukan berbagai kampanye tentang kesadaran menerapkan UU HAKI kepada masyarakat, Cyberlaw, yang sedang melalui proses penyusunan, juga akan menjadi pelindung perusahaan dalam melakukan kegiatannya melalui media internet.

Dalam mempertahankan keunggulan bersaingnya, pihak SWEET dapat terus menerapkan sistem manajemen yang baik dan fair kepada para artis maupun organisasinya sehingga artis yang merupakan assets perusahaan rekaman akan terus terjaga kualitas maupun keloyalannya. Brand produk juga tetap dijaga dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta menjalin hubungan yang balk dengan konsumen.

Sedangkan untuk mengatasi keadaan persaingan dengan para pemain baru yang menggunakan media internet untuk melakukan kegiatan operasionalnya, pihak SMEI dapat melakukan tindakan bekerjasama dengan berbagai perusahaan Dot.Com yang ada contohnya MP3.Com untuk melakukan pendistribusian file musiknya melalui proses Down-Loading dengan pembayaran yang sesuai saat Cyberlaw telah diterapkan secara pasti oleh pihak yang berwenang. Proses pendistribusian melalui internet ¡ni merupakan salah satu jenis jalur distribusi baru yang dapat digunakan perusahaan. Namun hal ini juga harus didukung dengan adanya Complementasy Assets berupa assets physical yang menunjang (hardware & infrastruktur), kemampuan organisasi perusahaan (SDM) serta kemampuan mengelola dengan sistem kinerja yang baru.