

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1.1.1 Profil Grimloc Record Store**



**Gambar 1. 1 Logo Perusahaan**

*Sumber:* Grimlocstore.com

Logo Grimloc Record Store pada gambar 1.1 merepresentasikan sebuah toko yang menyediakan merchandise dan rilisan fisik dari label rekaman independennya sendiri. Berdiri sejak tahun 2010 oleh Herry Sutresna, yang akrab dipanggil Ucok, Grimloc berlokasi di Jl. Suryalaya XII No. 2A, Cijagra, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat, 4026. Dengan mengusung semangat "*do it yourself*" (DIY), Grimloc Store tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan, tetapi juga menjadi ruang ekspresi bagi komunitas pecinta musik di Bandung yang ingin berkreasi dan mengembangkan karya mereka. Toko ini menjadi wadah bagi musisi untuk menampilkan karya-karya mereka, sekaligus memberikan kesempatan kepada penggemar musik untuk menemukan dan mendukung musik lokal berkualitas.

Selain melayani pembelian secara *Business-to-Customer* (B2C), Grimloc Record Store juga menjangkau pasar *Business-to-business* (B2B) dengan menjual produk mereka kepada *reseller* atau mitra bisnis lainnya. Strategi ini membantu mereka memperluas jangkauan pasar. Saat ini, Grimloc memiliki 16 reseller resmi yang tersebar di Indonesia dan Malaysia. Sebanyak 90% produk yang dijual adalah hasil produksi internal, baik berupa merchandise maupun rilisan fisik, sedangkan 10% sisanya merupakan titipan dari label lain.

Produk-produk utama yang ditawarkan meliputi:

1. Rilis Fisik

**Tabel 1. 1 Harga Rilis Fisik**

Jenis Item	Harga
Cassette	Rp 35.000 - 160.000
CD	Rp 45.000 - 100.000
Vinyl	Rp 200.000 - 450.000

*Sumber : Data Olahan Penulis*

2. Apparel (Merchandise)

**Tabel 1. 2 Harga Apparel**

Jenis Item	Harga
T-shirt	Rp 145.000 - 195.000
Long sleeve	Rp 165.000 - 199.000
Jacket	Rp 290.000 - 390.000
Sweater	Rp 235.000 - 385.000
Crewneck	Rp 270.000 - 380.000
Hoodie	Rp 280.000 - 385.000
Zip hood	Rp 235.000 - 360.000
Hat	Rp 100.000 - 150.000

*Sumber : Data Olahan Penulis*

3. Souvenir (Merchandise)

**Tabel 1. 3 Harga Souvenir**

Jenis Item	Harga
Books & Zine	Rp 28.000 - 235.000
Posters & Artprint	Rp 150.000 - 500.000
Slipmats	Rp 250.000

*Sumber : Data Olahan Penulis*

## **1.1.2 Visi dan Misi Grimloc Record Store**

### **1.1.2.1 Visi**

Menjadi pusat distribusi musik independen dan merchandise kreatif terkemuka di Indonesia yang mendukung ekspresi komunitas serta menjaga keberlanjutan industri musik lokal melalui semangat 'Do It Yourself'.

### **1.1.2.2 Misi**

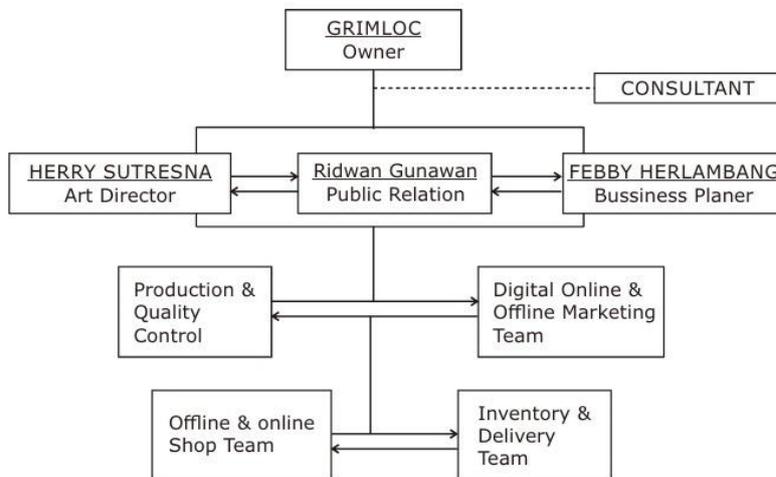
- Menerapkan Strategi Bisnis Inovatif seperti diversifikasi produk, digital marketing, dan kolaborasi dengan mitra bisnis untuk menjawab dinamika pasar.
- Memperluas Jangkauan Pasar melalui sistem distribusi B2B dan B2C yang menjangkau reseller nasional dan regional.
- Mendukung Musisi Lokal dengan menyediakan ruang distribusi rilisan fisik dan merchandise berkualitas dari berbagai genre musik independen.
- Meningkatkan Eksistensi Komunitas Musik melalui penyelenggaraan acara, kolaborasi kreatif, dan platform ekspresi berbasis komunitas.
- Menjaga Nilai Orisinalitas dan Kemandirian dalam setiap proses produksi dan kurasi produk.

## **1.1.3 Struktur Organisasi Grimloc Record Store**

Grimlco Record Store memiliki struktur organisasi yang menggambarkan pembagian tugas dan tanggung jawab setiap divisi, seperti yang tertera pada gambar

### **1.2 Struktur Organisasi**

## STRUKTUR ORGANISASI

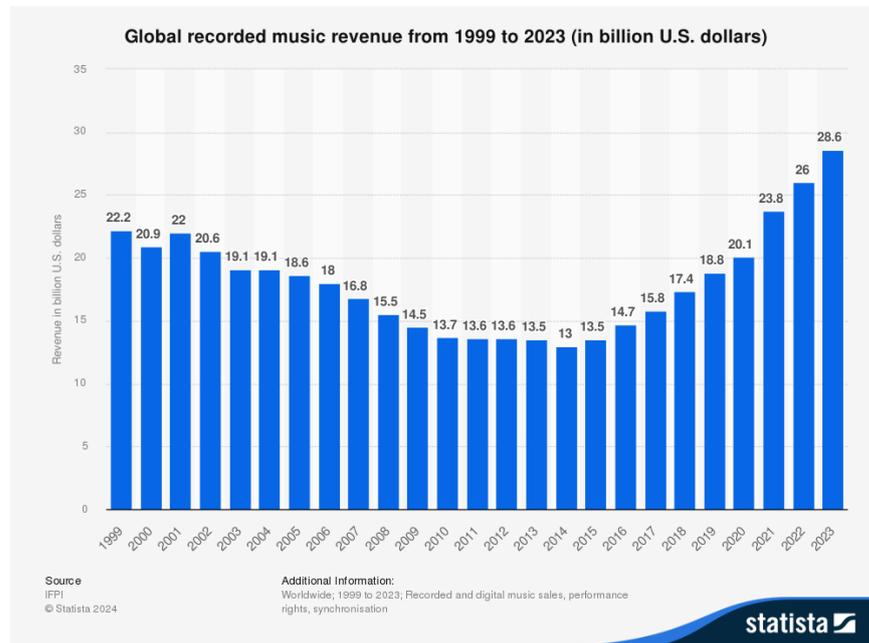


**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Grimloc**

*Sumber:* Internal Perusahaan

### 1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri musik global terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan tren konsumsi musik yang semakin dinamis. Record label, sebagai entitas yang berperan penting dalam produksi, distribusi, dan promosi musik, menghadapi tantangan dan peluang baru di tengah persaingan ketat dan pergeseran pola konsumsi digital.

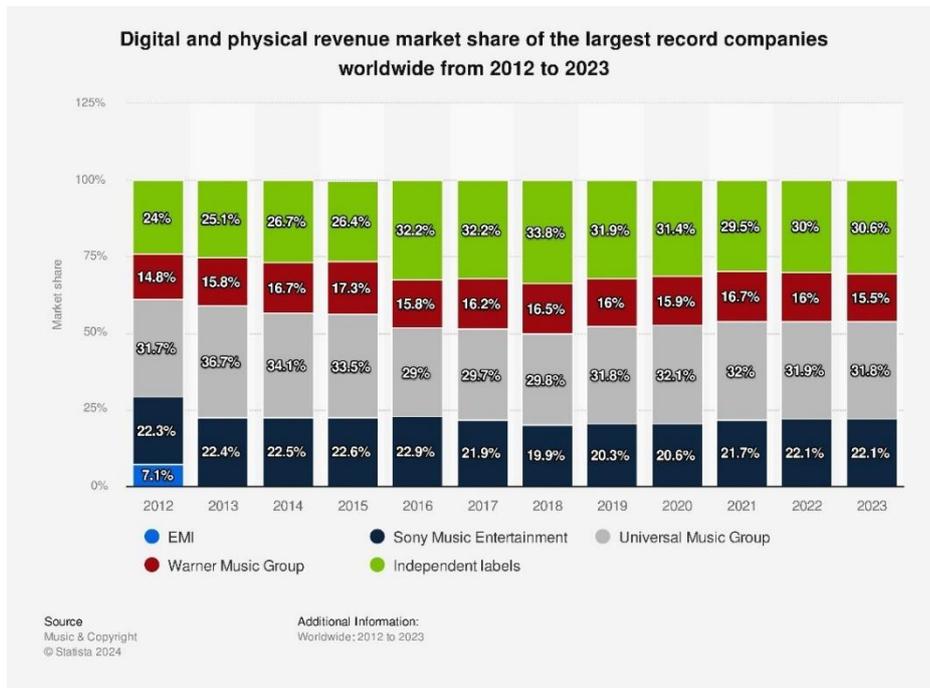


**Gambar 1.3 Pendapatan Record label global**

*Sumber : Statista.com*

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan Industri musik rekaman global telah mengalami fluktuasi signifikan dalam pendapatan selama dua dekade terakhir. Pada tahun 1999, pendapatan global industri ini mencapai puncaknya sebesar 22,2 miliar dolar AS. Namun, tren ini mulai menurun secara konsisten pada awal tahun 2000-an hingga mencapai titik terendah sebesar 13 miliar dolar AS pada tahun 2014. Penurunan ini mencerminkan tantangan besar yang dihadapi industri musik rekaman dalam mempertahankan relevansi format tradisional.

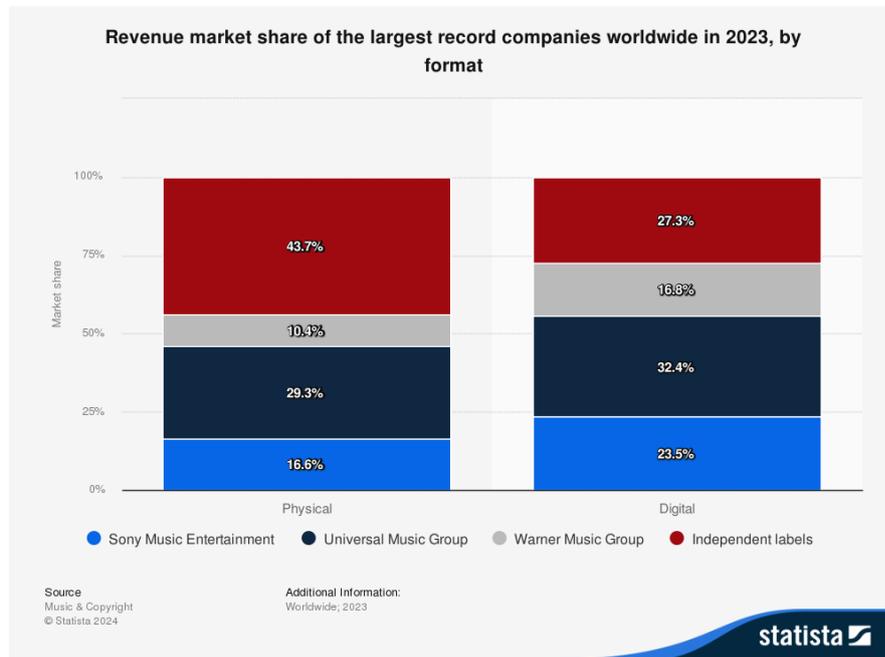
Mulai tahun 2015, industri ini menunjukkan pemulihan dengan pertumbuhan yang stabil dari tahun ke tahun, hingga mencapai pendapatan sebesar 28,6 miliar dolar AS pada tahun 2023. Hal ini menandakan bahwa industri musik rekaman tetap menjadi sektor yang vital dan memiliki potensi untuk terus berkembang.



**Gambar 1. 4 Pangsa pasar pendapatan record label di dunia**

*Sumber : Statista*

Berdasarkan gambar 1.3 dijelaskan bahwa industri musik global terus mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Sejak 2012 hingga 2023, pangsa pasar pendapatan dari label rekaman di seluruh dunia menunjukkan dinamika menarik antara format digital dan fisik. Label rekaman independen konsisten mempertahankan pangsa pasar yang stabil, yaitu sekitar 22%, meskipun harus bersaing dengan label-label besar seperti Universal Music Group, Sony Music Entertainment, dan Warner Music Group. Dominasi label besar masih terlihat, namun keberadaan label independen memberikan warna tersendiri dengan menonjolkan orisinalitas dan kreativitas dalam karya mereka.



**Gambar 1.5 Pangsa pasar record label berdasarkan format**

*Sumber : Statista.com*

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa pada tahun 2023, distribusi pangsa pasar berdasarkan format memperlihatkan dominasi label besar dalam pasar fisik. Warner Music Group menguasai 43,7% pendapatan dari rilisan fisik, diikuti oleh Universal Music Group dan Sony Music Entertainment. Sementara itu, format digital memperlihatkan persaingan yang lebih merata, di mana label independen berhasil mempertahankan pangsa sebesar 23,5%. Meskipun tren konsumsi musik terus bergeser ke digital, pasar fisik masih memiliki audiens loyal, terutama untuk produk dengan nilai eksklusivitas tinggi seperti vinyl.

Perubahan ini tidak terlepas dari preferensi konsumen yang semakin condong pada platform digital. (Lee et al., 2020) menjelaskan bahwa peralihan dari rilisan fisik ke digital disebabkan oleh perubahan perilaku konsumsi musik, di mana konsumen lebih memilih untuk mengunduh lagu secara digital daripada membeli album fisik yang terbungel. Faktor utama yang mendorong tren ini adalah kemudahan dan aksesibilitas saluran digital, yang memungkinkan konsumen mendapatkan lagu langsung tanpa harus membeli seluruh album. Selain itu,

keberadaan saluran musik digital, baik yang legal maupun ilegal, telah berkontribusi pada penurunan penjualan album fisik secara signifikan.

Meskipun demikian, label rekaman independen tetap berupaya bertahan di tengah dinamika ini dengan fokus pada produk fisik yang eksklusif. Produk seperti vinyl dan merchandise unik menjadi andalan untuk mempertahankan pangsa pasar, sekaligus menarik segmen konsumen yang mengapresiasi nilai koleksi dan kualitas fisik produk musik. Fenomena ini memberikan tantangan sekaligus peluang bagi label rekaman independen untuk terus beradaptasi dan berinovasi di tengah persaingan yang semakin ketat.



**Gambar 1. 6 Perkembangan pasar musik indonesia**

*Sumber* : Website Asosiasi Industri Rekaman Indonesia (asiri.co.id)

Pada gambar 1.5 dijelaskan Global Music Report IFPI 2022, Indonesia menempati peringkat ke-33 dalam pasar musik global, naik satu peringkat dari posisi ke-34 pada tahun 2021. Pada tahun 2022, ukuran pasar musik di Indonesia mencapai USD 66,3 juta, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 16,4% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan tahun 2021, di mana ukuran pasar tercatat sebesar USD 53,8 juta dengan tingkat pertumbuhan hanya 0,6%.

Perbaikan peringkat dan pertumbuhan pasar musik di Indonesia mencerminkan perkembangan positif dalam industri musik lokal. Hal ini didorong oleh meningkatnya konsumsi musik melalui platform digital, seperti layanan

streaming, serta upaya industri untuk mendukung musisi lokal melalui berbagai inisiatif dan program. Data ini juga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk terus berkembang di industri musik global, baik dalam format digital maupun fisik.

Menurut (Einhorn, 2007), label rekaman independen memiliki pendekatan model bisnis yang lebih fleksibel dan beragam. Mereka tidak hanya bergantung pada penjualan rekaman, tetapi juga memanfaatkan penjualan merchandise sebagai sumber pendapatan utama. Strategi ini memungkinkan mereka untuk menciptakan hubungan yang lebih personal dengan penggemar melalui produk-produk eksklusif yang merepresentasikan identitas musik mereka. Selain memberikan tambahan pendapatan, pendekatan ini juga berfungsi sebagai alat pemasaran efektif yang meningkatkan kesadaran merek, memperkuat loyalitas penggemar, dan mendukung pertumbuhan pendapatan secara berkelanjutan.

Menurut berita harian Detik finance (Eduardo Simorangkir, 2024) mengungkapkan bahwa Industri rilisan fisik di Indonesia menunjukkan kebangkitan nyata dengan dibukanya PHR Pressing, pabrik produksi rekaman piringan hitam pertama dalam lima dekade terakhir yang berlokasi di Kawasan Industri Cengkareng. Johan Mantiri, Founder dan CEO PHR Pressing, memperkirakan potensi pasar yang besar, dengan perputaran uang bulanan hingga Rp 1,4 triliun. Proyeksi ini didasarkan pada asumsi bahwa 1% populasi Indonesia kembali menggemari rilisan fisik, dengan pengeluaran rata-rata sebesar Rp 500 ribu per orang untuk piringan hitam setiap bulan.

Peluang bisnis di industri record label store semakin terlihat jelas, terutama dengan berkembangnya jumlah pelaku bisnis serupa di Indonesia. Berdasarkan data Grimloc Record Store hingga tahun 2024, terdapat sekitar 15 record label store yang memiliki branding kuat dan telah berdiri cukup lama. Hal ini menunjukkan bahwa kompetisi di industri ini semakin ketat, dengan berbagai toko yang menawarkan produk dan layanan serupa. Berikut adalah daftar kompetitor Grimloc Record Store yang teridentifikasi pada Tabel 1.4, mencerminkan dinamika pasar dan tantangan yang harus dihadapi Grimloc untuk tetap kompetitif di industri musik independen.

**Tabel 1. 4 kompetitor Grimloc Records**

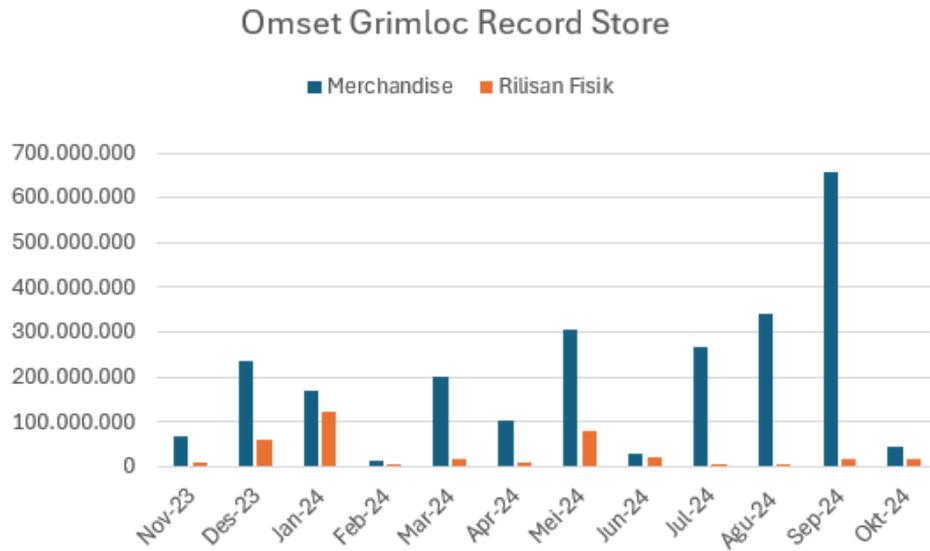
No	NAMA
1	Disaster Records
2	Lawless Records
3	Grieve Records
4	Samstrong Records
5	Blackandje Records
6	Madafaka Records
7	FFWD Records
8	Tarung Records
9	Skullism Records
10	Blackdust Records
11	Guerrilla Records
12	Oblivion Records
13	Gone Blind Records
14	Playloud Records
15	Heartcorner Records

*Sumber* : Data internal Perusahaan

Dengan potensi kebangkitan pasar rilisan fisik ada banyak

Di sisi lain, menurut (Alfanur & Kadono, 2019) motivasi hedonis, kenyamanan, dan alasan ekonomi terbukti secara signifikan memengaruhi niat pembelian konsumen, sehingga strategi bisnis yang tepat untuk menarik segmen ini menjadi sangat penting.

Namun, di tengah peluang tersebut, tantangan juga muncul, terutama bagi toko rekaman independen seperti Grimloc Record Store. Fluktuasi ekstreme selama setahun terakhir dan penurunan omset selama lima tahun terakhir



**Gambar 1. 7 Grafik Pendapatan Perusahaan setahun terakhir**

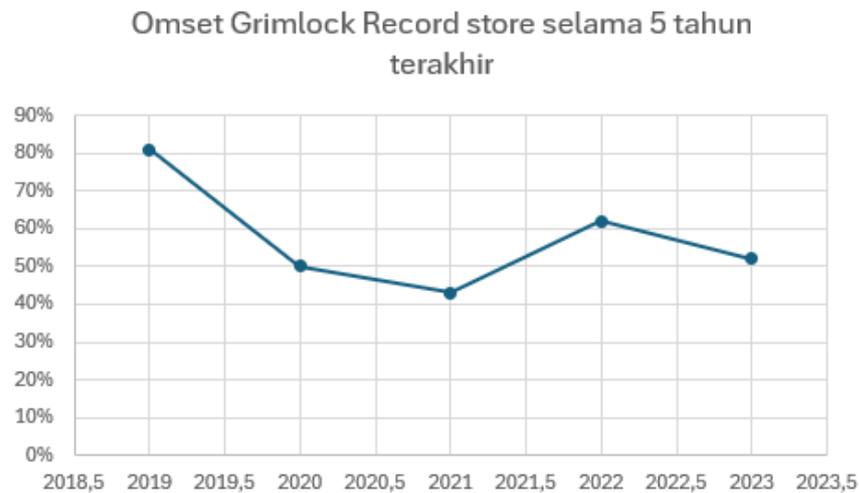
*Sumber:* Data Internal Perusahaan

Data omset Grimloc Record Store dari November 2023 hingga Oktober 2024 menunjukkan fluktuasi yang mencolok. Selama periode ini, omset mengalami beberapa puncak dan penurunan yang signifikan, dengan lonjakan tertinggi tercatat pada September 2024, mencapai angka sekitar Rp675 juta. Ini menjadi momen puncak pendapatan toko, yang jauh melampaui bulan-bulan lainnya. Namun, setelah mencapai puncaknya, omset langsung menurun tajam pada bulan berikutnya, mencerminkan ketidakstabilan yang cukup tinggi.

Fluktuasi ini mengindikasikan adanya pengaruh faktor eksternal atau musiman, seperti promosi besar-besaran, peluncuran produk baru, atau acara khusus, yang secara temporer meningkatkan omset dalam waktu singkat. Di sisi lain, penurunan drastis yang terjadi setelah lonjakan tersebut menunjukkan tantangan dalam mempertahankan performa yang konsisten dari bulan ke bulan.

Tren ini menegaskan pentingnya evaluasi terhadap strategi bisnis yang ada. Untuk menciptakan pendapatan yang lebih stabil, Grimloc Record Store perlu mengidentifikasi pola fluktuasi ini secara mendalam dan mengembangkan pendekatan yang lebih terencana. Diversifikasi sumber pendapatan, peningkatan aktivitas pemasaran di luar momen puncak, serta optimalisasi operasional dapat

menjadi langkah penting untuk mengurangi ketergantungan pada momentum tertentu dan memastikan pertumbuhan jangka panjang yang lebih berkelanjutan.



**Gambar 1. 8 Grafik Omset Perusahaan dalam 5 terakhir**

*Sumber: Data Internal Perusahaan*

Data menunjukkan bahwa omset keseluruhan Grimloc Record Store selama lima tahun terakhir (2019–2023) mengalami tren penurunan yang signifikan. Pada tahun 2019, omset mencapai puncaknya dengan nilai tertinggi sekitar 81% dari total kapasitas potensi yang dapat dicapai, namun mulai menurun drastis hingga menyentuh angka sekitar 50% pada tahun 2020. Penurunan ini kemungkinan dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19 yang mengganggu aktivitas bisnis secara global, termasuk sektor musik dan retail.

Meskipun terdapat sedikit perbaikan pada tahun 2021 dan 2022, dengan omset meningkat kembali ke angka sekitar 62%, momentum tersebut tidak bertahan lama. Pada tahun 2023, omset kembali menurun menjadi sekitar 52%, mencerminkan ketidakstabilan yang dialami Grimloc Record Store dalam mempertahankan kinerja keuangan.

Tren penurunan ini menunjukkan adanya tantangan serius dalam pengelolaan bisnis, baik dari segi penyesuaian terhadap perubahan perilaku konsumen maupun persaingan yang semakin ketat di pasar musik independen. Untuk menghadapi kondisi ini, Grimloc Record Store perlu merumuskan strategi

bisnis yang lebih adaptif dan berorientasi pada keberlanjutan, dengan mempertimbangkan diversifikasi produk dan optimalisasi strategi pemasaran.

Setelah menganalisis fenomena yang terjadi dan berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, Grimloc Record Store menghadapi berbagai tantangan, seperti ketergantungan pada pendapatan merchandise dan penurunan omset selama 5 tahun terakhir, Kondisi ini menunjukkan bahwa diperlukan langkah strategis yang tepat untuk menghadapi persaingan di industri musik independen dan mempertahankan keberlanjutan bisnis

Untuk memberikan strategi alternatif pengembangan bisnis yang relevan di tengah dinamika pasar saat ini, diperlukan analisis mendalam menggunakan metode matriks SWOT dan QSPM. Oleh karena itu, peneliti menentukan judul penelitian “ANALISIS FORMULASI STRATEGI BISNIS PADA GRIMLOC RECORD STORE DENGAN ANALISIS SWOT DAN MATRIKS QSPM”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Grimloc Store, sebagai penyedia merchandise dan rilisan fisik dari label rekaman independennya sendiri, menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola rantai pasokan, memenuhi permintaan konsumen yang terus berkembang, serta mempertahankan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri musik independen.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah omset penjualan yang terus menurun selama lima tahun terakhir berpotensi mengancam stabilitas operasional dan keberlanjutan bisnis. Kondisi ini semakin memperumit tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menjaga daya saing di pasar.

Untuk menghadapi tantangan ini, Grimloc Store perlu merumuskan strategi baru atau mengevaluasi strategi yang telah ada agar dapat beradaptasi dengan kondisi pasar yang dinamis. Untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan dinamika pasar saat ini, diperlukan analisis mendalam yang mengacu pada metode matriks SWOT dan QSPM. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul “Formulasi Strategi Bisnis Grimloc Record Store melalui Pendekatan SWOT

dan QSPM.”, sehingga perusahaan dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

#### **1.4 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari Grimloc Store?
2. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Grimloc Store?
3. Bagaimana formulasi strategi bisnis yang dibutuhkan oleh Grimloc Record Store jika dilihat dari sudut pandang lingkungan eksternal dan internal dengan menggunakan analisis matriks SWOT dan QSPM?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari Grimloc Store.
2. Untuk mengetahui kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi Grimloc Store.
3. Menganalisis strategi bisnis yang diperlukan oleh Grimloc Record Store melalui pendekatan matriks SWOT, dan QSPM.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan keuntungan atau kontribusi bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan keahlian tentang pengelolaan strategi bisnis, khususnya dalam konteks industri kreatif seperti toko rekaman independen. Selain itu, penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya terkait formulasi strategi bisnis menggunakan analisis SWOT dan Matriks QSPM.

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai rekomendasi dan landasan informasi bagi Grimloc Record Store dalam mengembangkan bisnisnya. Diharapkan hasil penelitian ini mampu membantu Grimloc Record Store bersaing dengan kompetitor, meningkatkan daya saing, dan mengoptimalkan pendapatan perusahaan.