BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian pengembangan usaha kursus musik berbasis teknologi di Semarang (studi kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang), maka dapat diketahui karakteristik yang dimiliki oleh SMI Semarang, pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian konsumen, dan pengembangan usaha yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. **Karakteristik Usaha SMI Semarang**

   a. Struktur Modal

      SMI Semarang menggunakan modal sendiri 100%. Ini dikarenakan *owner* memiliki sumber dana yang kuat untuk mendirikan SMI tanpa menggunakan modal pinjaman sama sekali.

   b. Lingkungan Usaha

      SMI menganggap kursus musik lain bukan sebagai pesaing tetapi melalui kursus musik lain, SMI dapat terstimulus untuk lebih kreatif ke depan. SMI juga belum mendapat dukungan pemerintah, tetapi ke depan SMI akan terus meningkatkan kualitasnya agar ketika pemerintah menerapkan standarisasi tertentu, SMI sudah siap.

   c. Strategi Bisnis

      Keunggulan produk yang dimiliki SMI yaitu *musicianship, performance composition, production composition, dan focus area study*. SMI juga menjadi satu-satunya kursus musik yang

mempunyai kelas Multimedia Technology Laboratorium (MTL) yang belum ada di tempat lain. Dalam hal pelayanan, SMI memiliki beberapa CSO yang memiliki *jobdesc* berbeda-beda yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi. SMI juga memberikan pelayanan dalam bentuk mewawancara orang tua murid sehingga ada kesamaan konsep antara guru yang mengajar dan apa yang diharapkan orang tua murid. SMI juga mencoba memberikan edukasi / pemahaman kepada konsumen yang menyampaikan keluhan-keluhannya. Dari sisi promosi, SMI mengikuti *event-event* di sekolah (branding), bazaar, lewat media cetak *online* maupun *offline*. SMI juga mempunyai *website* dan media sosial. Lalu ada promo-promo lainnya seperti *member get member* dan *free trial class*. SMI juga sering mengadakan berbagai macam *event* (konser). Lalu untuk SDM, dalam perekrutan guru, SMI lebih banyak menggunakan rekomendasi para guru yang mengajar, tetapi tetapi harus melalui proses seleksi yang menekankan pada kemampuan / keahlian dan faktor psikologis guru. Guru-guru di SMI juga terus ditingkatkan kemampuannya baik secara *hardskill* maupun *softskill*.

2. Pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian konsumen

Semua variabel bebas yaitu keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, divisibilitas, dan komunikabilitas **berpengaruh positif** terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Dan variabel kompleksitas memiliki pengaruh paling besar (22,4%) dibandingkan

dengan variabel lain, sedangkan variabel komunikabilitas memiliki pengaruh paling kecil (12,2%) di antara lainnya. Sedangkan terdapat faktor-faktor lain di luar variabel-variabel tersebut sebesar 8,2% yang mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pengembangan Kursus Musik

Upaya-upaya nyata pengembangan usaha kursus musik yang dapat dilakukan oleh SMI Semarang adalah :

a. Keunggulan relatif – Struktur modal

SMI bisa memperluas pangsa pasarnya dengan cara membuka cabang baru di Semarang. Membuka cabang baru pastinya memiliki biaya yang besar, tapi karena SMI memiliki permodalan yang kuat, hal tersebut bisa diwujudkan.

b. Kompatibilitas – Struktur modal

SMI mengadakan lomba antar murid kelas MTL dimana pemenangnya akan mendapatkan uang pembinaan (les gratis selama beberapa bulan). SMI memiliki permodalan yang kuat jadi memberikan uang pembinaan bukanlah sesuatu yang sulit.

c. Kompleksitas – Struktur Modal

Mengadakan *free trial class* tidak hanya 1x pertemuan (15 menit), tetapi selama 2-3x pertemuan dan durasinya 30 menit untuk orang-orang yang ingin mencoba kelas MTL. Karena jika hanya diadakan 1x dengan durasi 15 menit, maka sisi kemudahan penggunaan fasilitas dan pembelajaran MTL tidak dapat dirasakan. Memang

berarti SMI harus mengeluarkan biaya lebih banyak untuk *free trial classnya*, tapi hal tersebut bukanlah sesuatu yang sulit diwujudkan mengingat SMI memiliki permodalan yang kuat.

d. Divisibilitas – Struktur Modal

SMI bisa terus meningkatkan kualitas dari kelas MTL dengan cara mengadakan *workshop-workshop* dengan mengundang pembicara-pembicara terkenal yang ahli di bidang teknologi dan multimedia musik. Sehingga murid-murid kelas MTL tidak hanya belajar di kelas tetapi mereka juga mendapatkan pengetahuan yang baru. *Workshop-workshop* tersebut pastinya memerlukan dana yang tidak sedikit, tapi karena SMI memiliki permodalan yang kuat maka dari itu hal tersebut dapat diwujudkan.

e. Komunikabilitas – Struktur Modal

SMI bisa melakukan *sponsorship* di berbagai macam *event*. Karena SMI memiliki permodalan yang kuat, mereka bisa mensponsori *event-event* yang ada di Semarang. Semisal mempromosikan kelas MTL di majalah, katalog, media-media lainnya dalam bentuk sponsor. Sehingga kelas MTL bisa dikenal lebih banyak orang lagi.

f. Keunggulan relatif – Lingkungan usaha

SMI bisa mengadakan kerjasama dengan pihak pemerintah. Semisal mengadakan konser musik dengan tema bangsa Indonesia yang melibatkan pemkot Semarang. Di dalam konser tersebut, SMI menampilkan keunggulan yang mereka miliki yaitu menampilkan

hasil karya dari kelas MTL yang bisa berupa video maupun *live performance*s. Sehingga pemerintah menjadi tahu keunggulan produk yang dimiliki SMI.

g. Kompatibilitas – Lingkungan usaha

SMI membuat *video project* bersama dengan pemerintah yaitu membuat video klip yang melibatkan murid-murid kelas MTL. Di dalam video tersebut memilih tempat *syutting* yaitu di tempat *icon-icon* kota Semarang yaitu Lawang Sewu, Kampung Pelangi, Waduk Jatibarang, Tugu Muda, dll. Jadi SMI tidak hanya menampilkan musik di dalam video tersebut tetapi juga keindahan kota Semarang sehingga bisa memperkenalkan keindahan kota Semarang kepada turis lokal / mancanegara.

h. Kompleksitas – Lingkungan usaha

SMI menampilkan murid-murid usia SD dari kelas MTL saat konser bersama dengan pemerintah. Jadi ketika konser, SMI menampilkan hasil karya kelas MTL dari murid-murid usia SD baik berupa video project maupun live *performances*. Dengan demikian pihak pemerintah menjadi tahu bahwa inovasi teknologi yang dilakukan SMI bisa dipelajari dengan mudah karena dari usia SD pun sudah bisa mempelajarinya. Ini bisa membuat pemerintah menjadi semakin percaya dengan brand dan kualitas yang dimiliki SMI.

i. Divisibilitas – Lingkungan usaha

SMI bisa terus memperbarui fasilitas dan pelaksanaan kelas MTL sehingga ada peningkatan kualitas bahkan bisa standar internasional. Semisal dengan mengutus ahli musik SMI untuk ke luar negeri (Eropa/Amerika) untuk mempelajari kursus musik berbasis teknologi yang ada di sana. Dengan demikian SMI bisa mendapatkan wawasan baru tentang perkembangan teknologi musik di sana dan setelah itu bisa diterapkan di SMI.

j. Komunikabilitas – Lingkungan usaha

SMI menampilkan video promosi tentang kelas MTL saat konser yang diadakan dengan pemerintah. Supaya pihak pemerintah yang hadir mengetahui bahwa kelas MTL belum pernah ada di kursus musik lain sehingga pemerintah menjadi mengerti konsep tentang kelas MTL dan pemerintah bisa mendukung adanya kelas MTL tersebut. Dan melalui video tentang MTL tersebut, *Brand* SMI sebagai *pioneer* kursus musik berbasis teknologi dan multimedia semakin kuat karena mendapat dukungan dari pemerintah.

k. Keunggulan relatif – Strategi bisnis

SMI bisa lebih sering lagi mengadakan pameran / kegiatan di sekolah-sekolah. Dimana keunggulan produk SMI yaitu kelas MTL lebih ditonjolkan ketika promosi. Jadi ada *free trial* (dengan komputer dan perangkatnya) ketika pameran sehingga anak bisa merasakan langsung jasanya. Dan SMI juga bisa memberikan

potongan harga bagi orang-orang yang langsung mendaftar saat pameran di lokasi tersebut.

l. Kompatibilitas – Strategi bisnis

Murid-murid MTL didorong untuk meng-*upload* / mem-*publish* hasil karyanya di *channel* youtubenya sendiri maupun media sosial lainnya (Instagram) milik sendiri, karena selama ini hanya dipublish di *channel* youtube milik SMI Semarang. Dengan demikian para murid juga didorong menjadi *youtubers* karena di dalam kelas MTL juga diajari cara mengedit video dan cover lagu.

m. Kompleksitas – Strategi bisnis

SMI menekankan kemudahan pengoperasian fitur dan proses belajar di kelas MTL pada saat mempromosikan kelas MTL dengan cara memilih anak SD sebagai *talent* untuk promosi MTL yang menunjukkan bahwa dari usia SD pun bisa mengikuti kelas MTL.

n. Divisibilitas – Strategi bisnis

SMI bisa terus *update* mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Semisal, terus mengupdate software-software terbaru dan hardware-hardware yang menunjang untuk proses pembelajaran. Dari sisi SDM, SMI bisa mengadakan pelatihan untuk para guru MTL supaya mereka juga bisa terus *update* dengan perkembangan teknologi yang salah satunya dengan mendatangkan ahli IT dan multimedia profesional dari luar negeri Dan hal tersebut juga mempersiapkan

SMI tidak hanya membuka cabang di Indonesia tetapi juga bisa membuka cabang sampai luar negeri (untuk jangka panjangnya).

o. Komunikabilitas – Strategi bisnis

SMI mempresentasikan hasil karya kelas MTL melalui *event-event*, baik *event* yang dilakukan di dalam maupun di luar SMI, karena selama ini hasil karya tersebut hanya sebatas ditampilkan di youtube / media sosial. Misalnya hasil aransemen lagu dari kelas MTL ditampilkan saat konser internal, di *mall*, maupun *grand concert*. Jadi orang lain yang melihat bisa menikmati langsung hasil karya dari MTL dan menjadi salah satu sarana promosi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian pengembangan usaha kursus musik berbasis teknologi di Semarang (studi kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang), maka saran yang dapat diberikan untuk dijadikan topik penelitian selanjutnya adalah :

1. Pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap perkembangan kelas MTL
2. Pengaruh kursus *private class* (instrument) di SMI terhadap minat murid mengikuti kelas MTL
3. Pengaruh program pelatihan terhadap kinerja para guru di SMI Semarang
4. Entreprenurial Leadership Pengelola SMI Semarang