

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Masalah Penelitian

1.1.1. Latar belakang masalah penelitian

Pada saat ini dapat kita lihat kehidupan sehari-hari, khususnya fenomena di kota besar yang selalu sibuk dengan urusan pekerjaan bagi karyawan maupun kegiatan sekolah bagi mereka yang mempunyai status sebagai pelajar. Setiap hari mereka bergelut dengan rutinitas yang seringkali membuat mereka bosan terhadap kehidupan yang mereka alami.

Ketika hal itu telah memuncak setiap orang pasti membutuhkan suatu sarana untuk melepaskan ketegangan akibat rutinitas yang mereka lakukan. Hal tersebut dapat berupa dengan rekreasi, jalan-jalan, menonton bioskop maupun mendengarkan musik. Jika seseorang dalam melepaskan lelahnya untuk mendengarkan musik, tentunya mereka akan memilih jenis musik yang mereka sukai.

Pada saat ini banyak bermunculan penyanyi maupun group band yang bertujuan sebagai sarana pengekspresian potensi seni yang ada dalam diri mereka maupun yang terbentuk atas dasar potensi pasar yang cukup terbuka terhadap jenis musik tertentu yang pada saat itu sedang menjadi tren.

Sejarah perkembangan group musik di Indonesia dimulai pada tahun 1969 sampai dengan awal 1980. Dekade ini diwarnai dengan munculnya group band antara lain *The Gank Of Harry Roesly*, *The Rollies* dan *Giant Step*, *God Bless*, *AKA*, *Panbers*, dan *Koes Plus*. Sedangkan pada tahun 1980 sampai tahun 1990, dunia musik di Indonesia diwarnai dengan band-band baru seperti *Slank*, *RC Formation*, dan *Los Angeles* (sebelum berganti nama menjadi *Boomerang* pada awal tahun 1990-an).

Apabila dilihat dari banyak band bermunculan dan melakukan kegiatan pemasaran, ada dua cara yang secara umum dilakukan oleh band-band tersebut.

Pertama biasa dikenal dengan *Major label*, dimana perusahaan *Major label* menaungi band-band besar yang sudah memiliki nama dan bermusik sesuai dengan tren musik saat itu. Jangkauan pemasaran dari *Major label* sangat luas dan dapat mencakup seluruh nusantara. Adapun band yang bernaung di *Major label* adalah *Noah, Geisha, Kotak, Winner, Ungu*. Adapun yang yang kedua *Indie label* yang dimana memiliki daerah pemasaran tidak begitu luas.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran pun anggota band saat ini lebih memilih jalur musik *Indie label* karena dalam bermusik mereka tidak diganggu oleh kepentingan perusahaan rekaman dan mereka lebih dapat mengeksplorasi dalam bermusik, sehingga mereka dapat berkreasi sesuai idealisme mereka masing-masing tanpa harus mengikuti tren yang sedang terjadi saat ini. Band Indonesia yang berkembang melalui jalur indie adalah *Naif, SID (Superman Is Dead), Rocket Rockers, The Upstairs, GE (Goodnight Electric), Gugun Blues Shelter, Matahari, dan Silvershining*.

Naif adalah band indie papan atas yang terbentuk pada tanggal 22 Oktober 1995. Band ini lebih memilih indie label untuk terus berkiprah dalam industri musik Indonesia. Alasan *Naif* pindah ke jalur indie dikarenakan band pengusung lagu retro ini ingin mengembangkan potensi mereka untuk terus berkreasi dan menghasilkan lagu-lagu yang berkualitas.

Rocket Rockers adalah salah satu band indie asal kota Bandung yang berdiri pada tahun 1998, walaupun pada awalnya band ini bekerjasama dengan mayor label tetapi selang beberapa tahun kemudian mereka membuat label mereka sendiri yang diberi nama *Reach & Records*. Pada tahun 2006 menjadi moment nesar untuk *Rocket Rockers* karena band ini berhasil menjadi satu-satunya band Indonesia yang masuk ke dalam sebuah film dokumenter punk se-dunia "PUNK NOT DEAD THE MOVIE: A Revolution 30 Years In Making".

Mocca adalah salah satu group band yang paling ditunggu penampilannya oleh banyak pencinta musik indie tanah air. Band asal kota Bandung yang terbentuk pada tahun 1999 ini mempunyai formasi *Riko Praytino (Gitar), Arina Ehipania (Vokal dan Flute), Achmad Pratama (Bass),*

dan Indra Massad (Drum), ini mengusung aliran indie pop folk jazz swing bossa nova.

Lagu Secret Adminer dan Me and My Boyfriend pada album My Diary mampu melambungkan nama Mocca, bahkan salah satu perusahaan rekaman Jepang, Excellnt Records memasukan nama mereka ke dalam albm kompilasi Pop Renaissance. Pada tahun 2004 akhirnya Mocca dapat menggelar penampilannya di Jepang.

Musik *Indie* tumbuh secara bebas di Indonesia. Diawali dengan mengidolakan band-band asal luar negeri, dalam negeri, kemudian timbul inspirasi semua kalangan anak muda memimpikan menjadi idola seperti mereka.

Meskipun demikian banyak keterbatasan dalam menembus industri musik disana terdapat tuntutan untuk memainkan musik sesuai dengan tren yang terjadi pada saat itu cenderung beraliran pop dan melayu.

Mereka tidak dapat memainkan musik yang seperti band-band dari luar negeri atau pun dalam negeri, kemudian timbul inspirasi untuk bermain musik dan menjadi idola beraliran bukan pop dan punk seperti *rock*, *jazz*, *blues*, dan *punk*.

Dalam hal ini, tidak layak dijual bukan berarti tidak ada yang menyukai musik *indie*. Terdapat kelompok-kelompok kecil yang bosan dengan musik *mainstream* dan akhirnya memilih musik *indie*. Silvershining merupakan salah satu band yang memilih untuk berada dijalur *indie label*, band yang telah mengeluarkan beberapa *Hits* lagu pada tahun 2011 sampai sekarang dengan judul lagu *Kusadari* dan *Jangan Menangis* ini memainkan musik yang sama sekali bertentangan dengan tren musik yang berkembang di masyarakat. Pada saat ini band yang berdiri pada tanggal 19 Februari tahun 2010 di Jakarta ini pun banyak mendapat sorotan dari publik karena keberaniannya dalam menulis lirik yang romantis dengan dibalut oleh aransemen musik yang menarik dan inovatif.

Berdasarkan permasalahan di atas, maka dalam penyusunan skripsi ini penulis memilih dan menetapkan judul “Analisis hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining”.

1.1.2. Perumusan masalah pokok

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan suatu perumusan masalah (MPP) sebagai berikut “Apakah ada hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining?”

1.1.3. Spesifikasi masalah pokok

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka sebagai spesifikasi masalah pokok penelitian yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining ?
2. Bagaimana keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining ?
3. Seberapa erat hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining ?

1.2. Kerangka Teori

1.2.1. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian

Masalah penelitian mengadakan suatu penelitian, terlebih dahulu harus diperhatikan variabel – variabel yang berhubungan dengan masalah penelitian yang akan dilakukan. Sesuai dengan topik penelitian, maka terdapat 2 variabel pokok, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. ini digunakan 4 variabel dari 3 variabel bebas dan variable terikat.

1. Variabel bebas (Independent Variable)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah bauran pemasaran.

a. Variabel Produk (X_1)

Merupakan variabel yang mempengaruhi dalam suatu penjualan yang berupa baik barang atau jasa, unsur utama yang harus dimiliki sebuah perusahaan adalah produk.

b. Variabel Harga (X_2)

Merupakan variabel yang mempengaruhi unsur dalam bauran pemasaran adalah harga (*price*). Harga merupakan unsur yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan.

c. Promosi (X_3)

Merupakan variabel yang mempengaruhi untuk memberikan hasil yang maksimal, promosi memiliki sarana utama diantaranya periklanan, publisitas (*public relation*), penjualan pribadi dan promosi penjualan.

2. Variabel terikat (Y)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

1.2.2. Uraian Konseptual Tentang Variabel

Keberhasilan suatu perusahaan musik tidak hanya ditentukan oleh sumber daya alam yang tersedia dan teknologi yang maju, akan tetapi lebih ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan dalam merencanakan, melaksanakan, mengendalikan laju perusahaan musik tersebut. Untuk itu tidaklah berlebihan bila anggota band indie dikatakan sumber kekuatan bagi perusahaan musik, maka anggota band indie bisa dikatakan sebagai asset penting dalam perusahaan musik.

Menurut Kotler & Armstrong (2008 : 62) Bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan istilah marketing mix adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk dapat menghasilkan respons sesuai yang diinginkan dipasar sasaran. Dari pengertian di atas dapat diambil

kesimpulan bahwa marketing mix atau yang dikenal dengan istilah bauran pemasaran merupakan kumpulan alat pemasaran taktis yang terdiri atas 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*) yang dengan sengaja dipadukan oleh perusahaan untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diinginkan.¹

Menurut Tjiptono (2008 : 467) mendefinisikan keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen akan mengenali apa masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.²

Berdasarkan definisi diatas bahwa keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan barang yang diinginkannya, kegiatan tersebut meliputi mengenal masalahnya, pencarian informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternative tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

1.2.3. Hipotesis penelitian

Berdasarkan kerangka teori di atas, dapat diajukan hipotesis penelitian terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining.

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan penelitian

Berdasarkan spesifikasi masalah pokok, maka penelitian ini bertujuan

1. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining.
2. Untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara produk, harga, dan promosi dengan keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining?

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan peneliti terkait dengan gambaran praktis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining.

2. Bagi Pihak Band Indie Silvershining

Sebagai sumbangsih pemikiran bagi Band Indie Silvershining untuk meningkatkan keputusan pembelian album melalui peningkatan bauran pemasaran. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai tolak ukur keputusan pembelian album pada Band Indie Silvershining.

3. Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sumbangsih penelitian bagi masyarakat saluran distribusi dan khususnya dalam manajemen pemasaran.

4. Pengembangan Disiplin Ilmu Manajemen

Sebagai sumbangsih penting dan memperluas kajian ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran.