

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan laporan tahunan Federasi Industri Rekaman Dunia IFPI (*International Federation of the Phonographic Industry*) Indonesia berada dalam daftar 10 (sepuluh) besar negara pembajak musik di seluruh dunia bersama Brazil, Kanada, Yunani, Korea Selatan, Cina, Italia, Meksiko, Rusia dan Spanyol. Salah satu penyebabnya,¹ adalah rendahnya tingkat keseriusan pemerintah dalam memberantas pembajakan, kenyataan ini telah membuat toko musik menjadi tutup atau tidak beroperasi seperti DiscTarra, Aquarius Mahakam yang merupakan tempat penjualan album bersejarah di Jakarta. Laporan IFPI tahun 2004 menyebutkan tingkat pembajakan rekaman CD (*Compact Disc*), Kaset, VCD (*Video Compact Disc*) dan DVD (*Digital Video Disc*) telah mencapai level akut, 88%, yang berarti hanya 12 % saja produk rekaman legal yang beredar di seluruh Indonesia. Orang tidak lagi merasa bersalah ketika melakukan pengunduhan ilegal dan menganggap pengunduhan lagu secara gratis tersebut adalah hal yang wajar.

Dalam sisi penegakkan hukum, masalah pembajakan musik masih sangat dilawan di Indonesia, namun hasil akhirnya selalu tidak maksimal. Selalu ada kepentingan lain yang bermain, sehingga tindak lanjut terhadap pembajakan tidak maksimal. Hal ini disebabkan oleh sistem kultural,

¹ Rolling Stone Music Biz , "*Indonesia Sarang Pembajak*", 2007, h.115

politik, dan ekonomi yang tidak sejalan sehingga akhirnya membuat jalan buntu dalam memberantas pembajakan di Indonesia. Aparat kepolisian dinilai sering tidak berkoordinasi dengan pihak perusahaan rekaman saat melakukan razia bajakan, sementara pemerintah juga dianggap lamban dalam menanggulangi pelanggaran hak cipta.

Sekitar tahun 2007 revolusi industri musik di Indonesia terjadi, perubahan kebiasaan cara mendengarkan musik semula dalam format audio menjadi format digital hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Sepuluh tahun yang lalu mendengarkan musik dari kaset atau CD, sekarang mendengarkan musik melalui komputer, mp3 *player* ataupun *handphone*. Pada prinsipnya masyarakat menginginkan kemudahan dari akses, harga atau penggunaan dari sebuah media. Bentuk kemudahan yang dicari tersebut direspon oleh beberapa penemu teknologi seperti yang dilakukan oleh Leonardo Chiariglione dan Steve Jobs. Leonardo Chiariglione dari *Moving Picture Entertainment Group* menciptakan salah satu format digital paling populer yaitu MP3 untuk musik dan MPEG untuk video. Steve Jobs dari Apple menciptakan iPod sebagai MP3 *player* pertama yang kemudian ditiru oleh banyak produsen *hardware* lainnya dengan harga jual murah .

Karena media digital memiliki sifat akses yang mudah, harga bersaing dan pengoperasian yang sederhana membuat akselerasi perubahan semakin cepat. Asosiasi Industri Musik Rekaman Indonesia (ASIRI) dan perusahaan musik rekaman besar (*major label*) melakukan berbagai strategi salah satunya yaitu dengan berjualan *ring back tone*

(RBT) atau nada dering tunggu, namun hal tersebut tidak berjalan mulus karena pada tanggal 18 Oktober 2011 muncul surat edaran Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) bernomor 177/BRTI/X/2011 mengenai pembekuan operasional/deaktivasi atau menghapus ulang sistem layanan langganan *Content Provider* (CP) dengan tujuan untuk mendapatkan pelaku tindak pencurian pulsa dinilai tidak cermat. Kondisi ini semakin tidak baik karena lepas tanggungannya pemerintah dalam upaya penyelamatan industri musik. Tahun 2009 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mencanangkan sebagai tahun industri kreatif, seperti dikutip dari Pikiran Rakyat, berkata bahwa industri musik merupakan industri ekonomi kreatif yang mencatat angka pertumbuhan tercepat di antara jenis industri ekonomi kreatif lainnya sekitar 18%-22%.² Sedangkan menurut catatan dari ASIRI (Asosiasi Industri Rekaman Indonesia), pada tahun 2008 hanya terjual 10 juta keping album, sementara tahun 2007 tercatat 19,4 juta dan 2006 sebesar 23,7 juta. Sementara tahun 2009-2010 terjadi penurunan sampai 15 persen.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa sektor ekonomi kreatif yang terdiri atas 15 (lima belas) sub sektor di mana salah satunya adalah sub sektor musik, mengalami kenaikan di tahun 2013 sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.851,4 miliar rupiah. Berikut ini merupakan detail kontribusi pencapaian pendapatan domestik bruto (PDB) negara Indonesia pada rentang tahun 2010 sampai dengan 2013 beserta uraian 10 (sepuluh) sektor ekonomi .

² <http://referensibisnis.com,2010/2008>, *Era baru Musik Digital*. On Pikiran Rakyat

Tabel 1.1
Nilai PDB INDONESIA 2010-2012,
Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah)

INDIKATOR		SATUAN	2010	2011	2012	2013	RATA-RATA	
1 Berbasis Produk Domestik Bruto								
1	1	Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHB)	Miliar Rupiah	472.999	526.999	578.761	641.815	555.144
1	2	Kontribusi Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Terhadap Total PDB (ADHB)	Persen	7,34	7,10	7,02	7,05	7,13
1	3	Pertumbuhan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif (ADHK)	Persen	-	5,02	4,47	5,76	5,09
2 Berbasis Ketenagakerjaan								
2	1	Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Orang	11.493.875	11.661.900	11.799.568	11.872.428	11.706.942
2	2	Tingkat Partisipasi Tenaga Kerja terhadap Ketenagakerjaan Nasional	Persen	10,62	10,63	10,65	10,72	10,65
2	3	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Persen	-	1,46	1,18	0,62	1,09
2	4	Produktivitas Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif	Ribu Rupiah/ Pekerja Pertahun	939.480	964.030	985.515	1.038.795	981.955
3 Berbasis Aktivitas Perusahaan								
3	1	Jumlah Perusahaan Ekonomi Kreatif	Perusahaan	5.263.458	5.331.713	5.398.162	5.420.165	5.353.374
3	2	Kontribusi Jumlah Perusahaan terhadap Total Usaha	Persen	9,65	9,70	9,72	9,68	9,69
3	3	Pertumbuhan Jumlah Perusahaan	Persen	-	1,30	1,25	0,41	0,98
3	4	Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif	Juta Rupiah	96.703.035	105.190.164	110.144.803	118.968.032	107.751.508
3	5	Kontribusi Ekspor Terhadap Total Ekspor	Persen	6,10	6,95	5,51	5,72	6,07
3	6	Pertumbuhan Ekspor Ekonomi Kreatif	Persen	-	8,78	4,71	8,01	7,17
4 Berbasis Konsumsi Rumah Tangga								
4	1	Nilai Konsumsi Rumah Tangga Ekonomi Kreatif	Juta Rupiah	642.327.558	707.499.440	781.871.935	866.542.117	749.560.263
4	2	Kontribusi Konsumsi Rumah Tangga Ekonomi Kreatif terhadap Total Konsumsi Rumah Tangga	Persen	17,63	17,45	17,39	17,17	17,41
4	3	Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga	Persen	-	10,15	10,51	10,83	10,50

Sumber : **Badan Pusat Statistik, 2013**

Masalah yang terjadi dalam perusahaan musik rekaman pada saat ini yaitu, menurunnya rata-rata penjualan album. Hal ini mempengaruhi proses bisnis pada perusahaan label rekaman menjadi tidak stabil, yaitu toko kaset dan CD yang sepi pengunjung, royalti artis otomatis berkurang, artis tidak dapat melakukan promo tour, dan keuntungan perusahaan berkurang.³ Persaingan kreativitas bisnis di perusahaan musik rekaman sangat kuat, penguasaan berlebihan dari major label sebagai seniman/musisi bernaung⁴. Perubahan yang terjadi pada strategi bisnis

³ Naldo, *Musik INDIE sebagai perlawanan terhadap industri musik mainstream Indonesia, Thesis UI 2012*

⁴<http://majalahpublika.com/musik-industri-indonesia-antara-egosentris-dan-realistis,2014>

musik rekaman membawa dampak pada perubahan budaya organisasi perusahaan musik rekaman, di mana karyawan didorong untuk bersikap inovatif dan berani mengambil resiko, karyawan diharapkan menjalankan presesi, analisis dan perhatian hal-hal detail, orientasi tim, dan tim manajemen yang mempertimbangkan efek dari hasil keputusan. Budaya organisasi perusahaan musik rekaman mewakili sebuah persepsi yang sama dari para anggota organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan.⁵ Sehingga budaya organisasi perusahaan musik rekaman harus tanggap dalam memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan mengikuti perkembangan zaman. Budaya organisasi perusahaan musik rekaman yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni perusahaan musik rekaman yang telah menjadi anggota ASIRI sebagai berikut:

Tabel 1.2
Perusahaan Musik Rekaman Yang Telah Menjadi Anggota ASIRI

No	Nama Perusahaan
1	PT. Trinity Optima Production
2	PT. Musica Studio
3	PT. Naga Sawarasakti
4	PT. Aquarius Musikindo
5	PT. Sony Music Entertainment Indonesia
6	PT. Warner Music Indonesia
7	PT. Indo Semar Sakti
8	PT. Universal Musik Indonesia
9	PT. Dian Pramudita Kusuma

⁵ Yukl,G,*Leadership In Organization, Saddle River*. Prentice Hall,2002, hal 141-147

Tabel 1.2 (lanjutan)
Perusahaan Musik Rekaman Yang Telah Menjadi Anggota ASIRI

10	PT. Virgo Ramayana Record
11	PT. Arka Musik Indonesia
12	PT. Abadi Bahana Media
13	PT. IMC Duta Record
14	PT. Logiss Kreasi Murni
15	PT. Duta Cahaya Utama
16	PT. E-motion Entertainment
17	PT. Musica Factory Indonesia
18	PT. Purnama Suara Persada
19	PT. Sani Sentosa Abadi
20	Mahkota Record

Sumber : ASIRI

Dipilihnya perusahaan musik rekaman sebagai objek penelitian, dikarenakan:

- Menurut versi IRNews menuliskan bahwa perusahaan rekaman yang menaungi artis, musisi, dan *band* di Indonesia dapat melihat prospek yang luar biasa untuk meraup keuntungan, dari para artis, musisi, dan *band* di Indonesia
- Adanya perubahan strategi bersaing perusahaan musik rekaman sehingga mempengaruhi kepemimpinan, intensitas dikarenakan tingginya tingkat persaingan karena jumlah pemain yang cukup.
- Adanya perubahan gaya kepemimpinan perusahaan musik rekaman untuk mengantisipasi perubahan gaya hidup konsumen di era digital dalam membeli dan menikmati musik
- Adanya perubahan budaya organisasi yang harus tanggap dalam memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan

mengikuti perkembangan zaman yang dapat mempengaruhi strategi bisnis dan kinerja perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka judul penelitian yang akan dilakukan adalah **“Pengaruh Kepemimpinan, Intensitas Persaingan, Dan Budaya Organisasi Terhadap Strategi Bisnis Dan Kinerja Perusahaan Musik Rekaman”**

B. Identifikasi Masalah

Di tengah fenomena penurunan penjualan album, perubahan budaya yang semakin digital, persaingan kreativitas bisnis yang mempengaruhi ketidakstabilan proses bisnis perusahaan musik rekaman, maka ada beberapa kemungkinan penyebab, yaitu:

1. Pemimpin perusahaan rekaman kurang mengantisipasi perubahan gaya hidup konsumen di era digital dalam membeli dan menikmati musik
2. Intensitas persaingan semakin ketat di mana perusahaan musik rekaman yang ada di Indonesia banyak
3. Budaya organisasi perusahaan musik rekaman kurang tanggap dalam memberikan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan mengikuti perkembangan zaman

C. Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, hanya membahas pengaruh kepemimpinan, intensitas persaingan, budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan

D. Rumusan Masalah

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang di atas bahwa perkembangan perusahaan musik rekaman di Indonesia tergolong cukup pesat meskipun masih terdapat beberapa kendala yang harus diwaspadai, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh dimensi kepemimpinan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman ?
2. Apakah terdapat pengaruh intensitas persaingan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman ?
3. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman ?
4. Apakah terdapat pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan musik rekaman ?
5. Apakah terdapat pengaruh kepemimpinan terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh strategi bisnis ?
6. Apakah terdapat pengaruh intensitas persaingan terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh strategi bisnis ?
7. Apakah terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja perusahaan yang dimediasi oleh strategi bisnis ?

E. Tujuan Penelitian

1. Menguji pengaruh kepemimpinan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.

2. Menguji pengaruh intensitas persaingan terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.
3. Menguji pengaruh budaya organisasi terhadap strategi bisnis dan kinerja perusahaan musik rekaman.
4. Menguji pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan musik rekaman.
5. Menguji pengaruh mediasi strategi bisnis dalam hubungan kepemimpinan dan kinerja perusahaan.
6. Menguji pengaruh mediasi strategi bisnis dalam hubungan intensitas persaingan dan kinerja perusahaan.
7. Menguji pengaruh mediasi strategi bisnis dalam hubungan budaya organisasi dan kinerja perusahaan.

F. Kegunaan Hasil Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut di atas, maka yang akan dicapai dari kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Masukan bagi pengembangan ilmu manajemen strategis khususnya yang berkaitan dengan masalah strategi bisnis
2. Masukan bagi perusahaan musik rekaman dalam menciptakan alternatif strategi bisnis perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan
3. Masukan bagi penelitian lebih lanjut terhadap analisis strategi bisnis perusahaan musik rekaman.