

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Introduksi**

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai tanggapan pelanggan terhadap produk K2 Gitar/Bass Custom di Yogyakarta.

### **1.2. Latar Belakang Masalah**

K2 Gitar Custom adalah nama dari usaha pengrajin gitar dan bass *custom* lokal di Yogyakarta yang sejak tahun 1998 masuk ke pasar gitar dan mampu bertahan di antara merk-merk besar yang sudah mendunia maupun diantara pengrajin-pengrajin gitar lokal di Yogyakarta. Hal ini merupakan hal yang sangat langka bisa terjadi dalam industri yang sudah mapan dan tentu saja secara kasat mata membutuhkan biaya yang besar untuk bisa masuk ke pasar ini. Penulis banyak melihat dan mendengar tentang banyaknya pabrikan gitar lokal yang gulung tikar dikarenakan persaingan yang ketat dalam pasar ini.

Yogyakarta terkenal selain sebagai kota pelajar juga sebagai kota seni. Banyak sekali kegiatan seni yang bisa ditemui di Yogyakarta hampir setiap hari, baik seni modern maupun seni tradisional. Definisi Musik tradisional adalah musik yang lahir dan berkembang di suatu daerah tertentu dan diwariskan secara turun temurun dari satu generasi ke generasi berikutnya. Musik ini menggunakan bahasa, gaya, dan tradisi khas daerah setempat. Kesenian tradisional sangat dijaga,

dilestarikan dan terus dimainkan oleh masyarakat Yogyakarta, banyak festival-festival rutin yang diselenggarakan berkaitan dengan kesenian tradisional bahkan menjadi agenda rutin setiap tahunnya, baik untuk memperkenalkan kebudayaan tradisional tersebut maupun sebagai ajang untuk menarik kunjungan pariwisata. Bahkan tidak hanya kesenian tradisional setempat yang terus dilestarikan namun kesenian–kesenian tradisional dari luar Yogyakarta pun mendapat tempat untuk ditampilkan disini. Yogyakarta adalah salah satu kota yang masih kuat dalam mempertahankan kesenian tradisionalnya. Namun, selain kesenian tradisional yang masih kental, terdapat pula kesenian modern yang berkembang dengan tidak kalah pesatnya. Terbukti dengan banyaknya Yogyakarta menghasilkan artis – artis seni modern berbakat yang tidak hanya terkenal secara lokal namun juga dikenal secara nasional. Musik modern adalah musik yang tidak lahir dari tradisi suatu masyarakat tertentu, tetapi musik ini di bangun berdasarkan suatu aturan komposisi yang jelas, seperti sistem notasi, tangga nada, tekstur, dan instrumen yang telah dikenal luas dan mudah dipelajari. Selain itu musik modern bersifat terbuka, artinya komposisi dan gaya musik ini sangat dipengaruhi oleh berbagai pengalaman musikal para musisi dari suatu masa. Berdasarkan definisi musik modern tersebut juga kemudian bisa dipahami mengapa banyak peminat musik modern.

Gitar dan bass adalah dua macam instrumen musik modern. Banyaknya peminat gitar dan bass bisa dilihat dengan banyaknya band di Yogyakarta, mulai dari yang profesional sampai sekedar hanya hobi. Kedua alat musik ini cukup banyak menarik minat anak muda untuk mempelajarinya terutama untuk mereka

yang ingin berada dalam band. Alasan mudah kenapa kedua instrument ini banyak diminati adalah karena gitar dan bass adalah instrumen yang tampil di didepan dan bisa dibawa untuk tampil atraktif di atas panggung dikarenakan adanya keleluasaan untuk memainkannya, pemain tidak terpaku hanya di satu titik saja. Berbeda dengan drum ataupun keyboard misalnya yang hanya diam di tempat.

Menyandang status sebagai kota seni dan kota pelajar Yogyakarta menjadi tujuan yang menarik bagi pelajar dari berbagai daerah datang dan menuntut ilmu di Yogyakarta, hal ini menjadikan Yogyakarta kota dengan populasi masyarakat yang banyak, terutama anak muda/mahasiswa. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keuntungan bagi penyedia barang dan jasa, terutama yang berkaitan dengan alat musik. Dengan banyaknya populasi anak muda dan dengan suasana berkesenian yang tinggi maka sudah pasti toko musik mudah ditemukan di Yogyakarta, ada beberapa tempat yang umum dikenal menjual instrumen musik di Yogyakarta : Diana Musik, Hana Musik, Kurnia Musik, Gramedia Ambarukmo, Nova Musik, dll. Tempat – tempat tersebut menjual berbagai macam instrumen musik dengan berbagai macam merk, untuk gitar dan bass sendiri merk–merk besar dari luar negeri bisa ditemukan dengan mudah, seperti : Fender, Gibson, Ibanez, PRS, Yamaha, dll. Merk–merk tersebut sudah digunakan oleh banyak gitaris dunia dengan berbagai macam genre musik dan merupakan merk–merk yang sudah lama dikenal oleh para gitaris. Merk–merk tersebut adalah merk–merk besar yang sudah mendunia dan mapan, dalam beberapa kasus konsumen bisa langsung mengaitkan merk tersebut dengan kualitas, *image* dan kebanggaan menggunakan produk tersebut karena sudah dipakai oleh banyak gitaris dunia. Tentu saja merk–

merk tersebut bisa dengan mudah menjual produknya dan banyak yang menjadi peminatnya.

Berdasarkan karakteristiknya pasar gitar dan bass yang telah ada di Indonesia khususnya di Yogyakarta adalah pasar Oligopoli, dimana terdapat beberapa produsen yang menguasai permintaan. Merk-merk tersebut memproduksi baik itu *mass product* maupun *custom product*, bahkan beberapa ada yang memproduksi kelengkapan alat musik seperti amplifier, senar dan lain sebagainya. Karakteristik pasar yang oligopoli tersebut menyebabkan persaingan yang terjadi di pasar merk-merk gitar adalah persaingan dengan menggunakan *strategy red ocean*, dimana merk-merk besar saling bersaing sengit memperebutkan pasar. Karakteristik pasar yang oligopoly menyebabkan sulit untuk pemain baru masuk ke dalam pasar ini, hal nyata yang paling menjadi hambatan adalah biaya, diperlukan biaya yang besar untuk masuk ke dalam pasar ini dan menantang dominasi merk-merk besar. Sebagai contoh, Fender sendiri adalah merk besar yang berasal dari Amerika Serikat yang telah berproduksi mulai dari tahun 1940-an. Berasal dari perusahaan yang kecil kemudian berkembang menjadi perusahaan besar dan akhirnya merupakan merk yang sangat melegenda dikalangan gitaris dan memiliki merk ini merupakan sebuah *prestige* tersendiri bagi para gitaris ataupun bassis. Merk Fender sudah menjadi bagian dalam perjalanan musik modern dunia, puluhan bahkan ratusan gitaris dan bassis dunia menggunakan Fender, yang mana secara langsung ataupun tidak langsung menjadi "*salesman*" dari produk bermerk Fender. Dahulu gitar/bass dengan merk Fender adalah gitar/bass yang mahal, namun seiring berjalannya waktu

dikarenakan persaingan yang semakin sengit maka Fender mengeluarkan versi murah dari produknya sehingga bisa terjangkau konsumen. Squier adalah pabrikan dawai yang diakuisisi oleh Fender. Merk Squier kemudian telah digunakan oleh Fender sejak 1982 untuk variasi murah dari gitar Fender, menyusul peningkatan popularitas Stratocaster. Gitar Squier telah diproduksi di Jepang, Korea, Meksiko, India, Indonesia dan China. Squier memproduksi gitar berdasarkan desain Fender tetapi menggunakan perangkat dan komponen elektronik yang lebih murah ([https://id.wikipedia.org/wiki/Fender\\_Musical\\_Instruments\\_Corporation](https://id.wikipedia.org/wiki/Fender_Musical_Instruments_Corporation)) Hal serupa juga terjadi pada pabrikan gitar Gibson yang mengeluarkan juga versi murahnya dengan merk Gibson Epiphone.

Ditengah gempuran merk-merk terkenal dengan reputasi yang sudah mendunia dan mapan ternyata masih ada pengrajin gitar lokal yang masuk kedalam pasar ini dan mendirikan *brand* lokal sendiri. Tidak semua merk-merk lokal yang masuk mampu bertahan dan mendapatkan konsumen yang loyal, namun K2 Guitar Custom adalah salah satu merk yang cukup lama bisa bertahan sampai sekarang. Menarik untuk mengamati fenomena ini, bagaimana K2 Guitar/Bass Custom bisa tetap ada sampai sekarang di pasar ini.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah disampaikan maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimanakah pelanggan menanggapi strategi pemasaran produk lokal gitar dan bass K2?

#### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan masalah dimaksudkan agar yang dibahas dalam penelitian ini tetap terfokus pada atau tidak menyimpang dari masalah yang diteliti. Penelitian ini difokuskan pada tanggapan pelanggan terhadap strategi pemasaran pengrajin gitar dan bass lokal K2 di Yogyakarta sehingga pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelanggan dari produk gitar/bass lokal K2.

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan maka tujuan penelitian ini adalah mengungkapkan kesesuaian dan ketidaksesuaian antara tanggapan pelanggan terhadap strategi pemasaran produk K2 yang telah diterapkan sehingga dengan demikian dapat diambil kebijakan-kebijakan pemasaran yang diperlukan demi kelangsungan K2 di masa yang akan datang

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Secara spesifik mencari jawaban atas permasalahan penelitian yang bagi penulis sendiri merupakan wahana untuk memperdalam pengetahuan, menambah pengalaman dan mengetahui langkah-langkah dalam penelitian, khususnya penelitian kualitatif secara benar. Dengan terungkapnya kesesuaian dan ketidaksesuaian antara strategi pemasaran K2 dengan tanggapan pelanggan K2 maka dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menerapkan kebijakan strategi pemasaran di K2 sendiri maupun pada model bisnis serupa lainnya.
2. Bagi peneliti kuantitatif, menguji efektifitas bekerjanya berbagai variable yang teridentifikasi dari penelitian ini.
3. Bagi pemerhati bidang pemasaran khususnya pengrajin lokal, hasil penelitian ini dapat memperkaya khasanah pengetahuan yang dimiliki.
4. Bagi peneliti kualitatif, dapat melakukan penelitian sejenis pada alat musik lain. Misalnya produk lokal drum custom.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

|         |   |
|---------|---|
| Bab I   | Pendahuluan   |
|         | Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian. |
| Bab II  | Tinjauan Pustaka  |
|         | Bab ini berisi teori-teori yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian, manfaat penelitian, dan hasil penelitian sebelumnya.    |
| Bab III | Gambaran Umum Strategi Pemasaran K2   |
|         | Bab ini berisi penjelasan secara rinci tentang produk K2 dan strategi pemasaran K2  |
| Bab IV  | Pembahasan data penelitian  |

Pada bab ini membahas tentang hasil penelitian berupa data kualitatif berdasarkan jawaban responden dari wawancara pengamatan secara langsung (observasi)

## Bab V

### Penutup

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil dan saran yang diajukan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak yang berkepentingan.

