

**Strategi Pemasaran Musik *Krumpyung* sebagai
Identitas Folk Musik Bambu Pentatonis Hargowilis
Kokap Kulon Progo**

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Menyelesaikan Jenjang Pendidikan S-2
Program Magister Tata Kelola Seni



Diajukan Oleh

**Nooraida Heriyanti
1620123420**

**Kepada
Program Studi Magister Tata Kelola Seni
Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
2017/2018**

**TESIS
MAGISTER TATA KELOLA SENI**

**STRATEGI PEMASARAN MUSIK KRUMPYUNG SEBAGAI
IDENTITAS FOLK MUSIK BAMBU PENTATONIS
HARGOWILIS KOKAP KULON PROGO**

Diajukan Oleh
Nooraida Heriyanti
1620123420

Tesis ini telah dipertahankan pada tanggal 25 Oktober 2018
di depan Dewan Penguji yang terdiri dari

Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si
Pembimbing

T. Handono Eko Prabowo, Ph. D
Penguji Ahli

Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si
Ketua Tim Penilai

Telah diperbaiki dan disetujui untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Seni

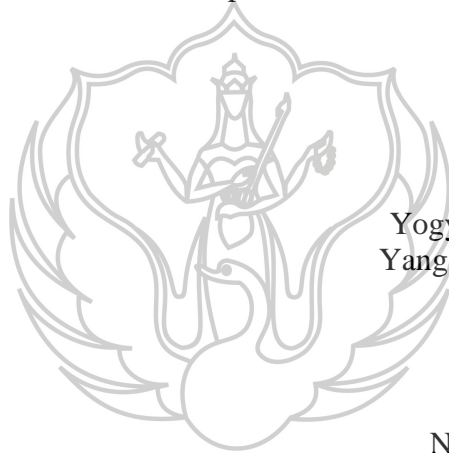
Yogyakarta, 31 Oktober 2018

Direktur Program Pascasarjana
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Prof. Dr. Djohan, M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



Yogyakarta, 28 Mei 2018
Yang Membuat Pernyataan

Nooraida Heriyanti
NIM. 1620123420

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karuniaNya sehingga tesis yang berjudul Strategi Pemasaran Musik Krumpyung Sebagai Identitas Folk Musik Bambu Pentatonis Hargowilis Kokap Kulon Progo dapat terselesaikan. Penulisan tesis yang merupakan salah satu syarat memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dapat diselesaikan atas bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Djohan, M.Si selaku direktur Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Shellyana Junaedi, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak kontribusi terbesar dalam hal pengetahuan, ide, motivasi, dan juga arahan bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak T Handono Eko Prabowo, Ph.D sebagai dosen penguji ahli yang telah memberikan masukan untuk menjadikan hasil penelitian ini lebih baik lagi.
4. Ibu Dr. Fortunata Tyasrinestu, M.Si selaku ketua tim penilai yang telah mengatur jalannya ujian sampai dengan selesai.
5. Dr. Dewanto Sukistono, M. Sn, Kepala Program Studi S2 Manajemen Tatakelola Seni Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
6. Bapak Witra Yohani, Ibu Laras Mintarsih selaku Pemilik dan Pengelola Sanggar Sekar Serambu yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi narasumber dalam penyusunan tesis ini.
7. Bapak Eko Prastowo dan Bapak Suharyadi sebagai Pemain Musik atau Anggota sanggar Sekar Serambu dan penikmat musik krumpyung yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penyusunan tesis ini.
8. Bapak Joko Mursito sebagai Sekertaris Dinas Kebudayaan Kabupaten Kulon Progo yang telah memberikan kemudahan bagi penulis dalam memperoleh informasi serta data-data yang diperlukan dalam menyelesaikan tesis ini.

9. Segenap dosen Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
10. Seluruh staff dan karyawan Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta yang telah membantu kelancaran selama dalam proses perkuliahan.
11. Kedua orang tua tercinta Mama, Papa, dan saudara kandungku Arya Bima dan juga Eyang, dukungan yang tidak pernah lelah, selalu berdoa tiada henti dan selalu memberikan semangat serta dukungan baik berupa moril, materiil, serta doa kalian membuatku semakin terpacu untuk menyelesaikan tesis ini.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan MTS 2016 terkhusus untuk Mbak Deska Bayu, Mbak Rininta, yang selalu kompak, saling *support*, melewati suka duka perkuliahan bersama-sama dan yang selalu meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan berbagi ilmu.
13. Untuk teman-teman seperjuangan dalam penelitian, Kak Irma, Andin dan Arief yang juga saling *support* satu sama lain, bersama-sama bertukar pikiran dalam proses penyusunan Tesis dan bimbingan,
14. Sahabat-sahabatku yang lain Agustin Widyaningrum, Evaristo Guido, Stefanus Defri, Octavianus, Agnes Tika, Sisilia Arini, Tio yang juga turut menyemangatiku,
15. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis ucapkan banyak terimakasih. Semoga Tuhan memberikan limpahan rahmat-Nya kepada kita semua. Amin.

Penulis menyadari bahwa tesis ini bukanlah sebuah karya yang sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik agar dapat meningkatkan kualitas penulisan dan memperbaiki kekurangan yang terdapat di dalam tesis ini di masa yang akan datang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 28 Mei 2018

Nooraida Heriyanti

DAFTAR ISI

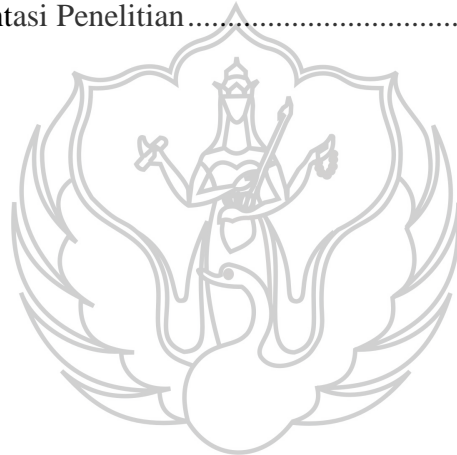
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat praktis	6
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2. Kerangka Teori	10
2.2.1. Strategi	10
2.2.2. Strategi Pemasaran.....	11
2.2.3. Teori Identitas	11
2.2.4. Teori Musik Pentatonis	12

2.2.5. Pemasaran	14
2.2.6 Analisis Lingkungan Internal.....	15
2.2.7 Analisis Lingkungan Eksternal	16
2.2.8 Analisis SWOT	17
2.3 Tahapan Riset.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian	19
3.1.1 Pendekatan Penelitian	19
3.1.2 Lingkup Penelitian	20
3.1.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.1.4 Studi Kualitatif.....	23
3.1.5 Instrumen dan Variabel Penelitian.....	26
3.2 Metode Analisis Data.....	29
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PROFIL SANGGAR SEKAR SERAMBU	39
4.1 Kondisi Geografis dan Sosial Lingkungan Sanggar Sekar Serambu	39
4.2 Visi dan Misi Sanggar Sekar Serambu.....	41
4.2.1 Visi Sanggar Sekar Serambu	41
4.2.2 Misi Sanggar Sekar Serambu.....	41
4.3 Tujuan Sanggar Sekar Serambu	42
4.4 Sejarah Musik Krumpyung dan Sanggar Sekar Serambu	42
4.5 Karakter, Pembuatan Alat Musik dan Kesenian Krumpyung	46
BAB V HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Pengelolaan Kesenian Musik Krumpyung Sanggar Sekar Serambu.....	47
5.2 Data Pementasan dan Produksi Alat Musik Krumpyung Sanggar Sekar Serambu....	51
5.3 Analisis SWOT	55
5.3.1 Tahap Pemberian Bobot.....	55
5.3.2 Tahap Pemberian Peringkat	60
5.3.3 Hasil Matrik <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	64
5.3.4 Hasil Matrik <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	66

5.3.5 Tahap Pencocokan	68
5.3.6 Kuadran Analisis SWOT	70
5.3.7 Matriks SWOT	71
5.3.8 Tahap Keputusan	74
5.4 Pembahasan.....	77
5.4.1 Strategi generik dan variasi strategi yang saat ini diterapkan oleh sanggar Sekar Serambu.	77
5.4.2 Analisis Internal dan Eksternal pengembangan pemasaran sanggar Sekar Serambu.	78
5.4.3 Arahan Strategi Pengembangan pemasaran sanggar Sekar Serambu berdasarkan matriks IE.....	79
5.4.4 Arahan berdasarkan Kuadran Analisis SWOT.	80
BAB VI PENUTUP	82
6.1 Temuan.....	82
6.2 Implikasi Manajerial	84
6.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	85
6.3.1 Keterbatasan Penelitian.....	85
6.3.2.Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Pertanyaan Wawancara.....	91
Lampiran 2 Pengodean Hasil Wawancara	94
Lampiran 3 Daftar Wawancara	100
Lampiran 4 Lembar Ketersediaan Responden	101
Lampiran 5 Kuesioner.....	104
Lampiran 6 Transkripsi Hasil Wawancara.....	134
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian.....	207



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	21
Tabel 3.2 Jadwal Wawancara.....	25
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Lingkungan Internal dan Eksternal.....	27
Tabel 3.4 Format Tabel Dalam Pemberian Bobot	32
Tabel 3.5 Matriks EFAS	33
Tabel 3.6 Matriks IFAS	33
Tabel 3.7 Matriks IE SWOT	35
Tabel 3.8 Alternatif Strategi Dalam Matriks SWOT	35
Tabel 5.1 Pemberian Bobot Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan).....	56
Tabel 5.2 Pemberian Bobot Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman).....	58
Tabel 5.3 Pemberian Peringkat Faktor Kekuatan Sanggar Sekar Serambu	60
Tabel 5.4 Pemberian Peringkat Faktor Kelemahan Sanggar Sekar Serambu	61
Tabel 5.5 Pemberian Peringkat Faktor Peluang Sanggar Sekar Serambu	62
Tabel 5.6 Pemberian Peringkat Faktor Ancaman Sanggar Sekar Serambu	63
Tabel 5.7 Hasil Matriks IFE Sanggar Sekar Serambu	64
Tabel 5.8 Hasil Matriks EFE Sanggar Sekar Serambu	66
Tabel 5.9 Matriks IE SWOT	69
Tabel 5.10 Matriks IE Sanggar Sekar Serambu	69
Tabel 5.11 Alternatif Strategi dalam Matriks SWOT	71
Tabel 5.12 Alternatif Strategi Sanggar Sekar Serambu dalam Matriks SWOT.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pementasan Bersama Bapak Sapto Rahardjo dan Musisi Perancis.....	4
Gambar 2.1 Tahapan Riset.....	18
Gambar 3.1 Denah Lokasi Sanggar Sekar Serambu	20
Gambar 4.1 Denah Lokasi Sanggar Sekar Serambu	39
Gambar 4.2 Lokasi Sanggar Sekar Serambu.....	40
Gambar 4.3 Kondisi Jalan Di Desa Tegiri	40
Gambar 4.4 Salah Satu Kebun Bambu Di Desa Tegiri.....	41
Gambar 4.5 Seperangkat Alat Krumpyung.....	43
Gambar 4.6 Bapak Sumitro bersama Gong Sebul dan Krumpyungnya	43
Gambar 4.7 Pertunjukan Musik Krumpyung.....	45
Gambar 5.1 Kuadran Analisis SWOT Sanggar Sekar Serambu	70

INTISARI

Kesenian musik *Krumpyung* ini lahir pada masa penjajahan Belanda tahun 1919 di desa Mengasari, Hargowilis, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Di Tahun 1973 atas prakarsa seorang warga Desa Tegiri bernama Sumitro, kesenian musik ini muncul kembali. Musik "*Krumpyung*" sebenarnya menyimpan daya tarik yang sangat bagus. Akan tetapi, sayangnya saat ini penggemarnya hanya kalangan tertentu saja. Selain dari regenerasi dari para pelaku kesenian atau pemain di musik krumpyung satu hal yang perlu diperhatikan adalah SDM (Sumber Daya Manusia) dalam hal pembuatan atau sistem produksi alat musik krumpyung itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi identitas, mengeksplorasi, menganalisis serta memformulasikan strategi pemasaran yang tepat bagi keberlangsungan sanggar Sekar Serambu. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi serta didukung dengan analisis SWOT. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang mencakup analisis hasil wawancara dan analisis SWOT yang di dalamnya terdapat tiga tahap formulasi strategi yang terdiri dari tahap masukan yaitu analisis lingkungan eksternal dan internal (EFE dan IFE), tahap pencocokan yaitu analisis IE dan analisis SWOT, serta tahap keputusan dengan menggunakan hasil analisis SWOT. Hasil penelitian berdasarkan analisis matriks IFE dan EFE, diperoleh interval faktor internal untuk kuadran analisis SWOT sebesar 1,190 dan interval faktor eksternal yaitu 0,673. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan Sanggar Sekar Serambu berada pada posisi kuadran I yaitu dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan. Strategi yang sebaiknya diterapkan adalah *Growth and Build* (tumbuh dan bina) menggunakan strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi penetrasi pasar yang dimaksudkan adalah dengan memperbaiki sistem pengelolaan dari semua sisi, khususnya dalam pemasaran pertunjukan kesenian musik krumpyung. Adanya penambahan media promosi baik secara langsung maupun melalui media *online* terkait dengan keunikan yang dimiliki kesenian musik krumpyung akan mampu mempertahankan, memelihara serta meningkatkan citra sanggar Sekar Serambu di benak masyarakat dan penikmat musik. Selain itu, juga dilakukan strategi pengembangan produk dengan menambah pertunjukan, pengembangan metode pembuatan dalam proses produksi alat musik krumpyung, meningkatkan kemampuan pengelola dan kelompok-kelompok yang tergabung di dalam pengelolaan sanggar Sekar Serambu melalui pelatihan atau pendampingan yang bekerjasama dengan institusi/akademisi terkait.

Kata Kunci : Identitas, Musik Krumpyung, Strategi Pemasaran, Sanggar Sekar Serambu

ABSTRACT

Krumpyung music art was born during the Dutch colonial era in 1919 in the village of Mengasari, Hargowilis, Kokap district, Kulon Progo Regency. In 1973 on the initiative of a resident of Tegiri Village named Sumitro, this musical art came back. Krumpyung Music Art was born during the Dutch colonial era in 1919 in the village of Mengasari, Hargowilis, Kokap District, Kulon Progo Regency. In 1973 on the initiative of a resident of Tegiri Village named Sumitro, this musical art came back. "Krumpyung" music actually holds a very good appeal. However, unfortunately, currently the fans are only certain people. Aside from the regeneration of art performers or players in krumpyung music, one thing that needs to be considered is HR (Human Resources) in terms of making or producing Krumpyung musical instruments themselves. This study aims to identify the identity, explore, analyze and formulate a marketing strategy that is right for the sustainability of the Sekar Serambu studio. This research was conducted using qualitative research methods with in-depth interview and observation techniques and supported by SWOT analysis. The analysis carried out in this study is descriptive analysis which includes analysis of interview results and SWOT analysis in which there are three stages of strategy formulation which consist of input stages namely external and internal environmental analysis (EFE and IFE), matching stage ie IE analysis and SWOT analysis and the decision stage using the results of the SWOT analysis. The results of the study based on the analysis of the IFE and EFE matrices obtained internal factor intervals for the SWOT analysis quadrant of 1,190 and the external factor interval of 0,673. This condition indicates that the development of the Sekar Serambu Studio is in the quadrant I position, that is, it can make excellence on opportunities as a reference to focus activities by avoiding weaknesses. The strategy that should be implemented is Growth and Build (growing and developing) using market penetration and product development strategies. The market penetration strategy that is intended is to improve the management system from all sides, especially in the marketing of krumpyung music performances. The addition of promotional media both directly and through online media related to the uniqueness of Krumpyung's musical arts will be able to maintain, maintain and enhance the image of the Sekar Serambu studio in the minds of the public and music lovers. In addition, a product development strategy is also carried out by adding performances, the development of manufacturing methods in the production process of krumpyung musical instruments, improving the ability of managers and groups incorporated in the management of the Sekar Serambu studio through training or mentoring in collaboration with related institutions / academics.

Keywords: Identity, Krumpyung Music, Marketing Strategy, Sanggar Sekar Studio

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan bangsa yang dikenal memiliki aneka ragam kebudayaan. Soemarjan dan Soemardi (dalam Simanjuntak, 2003: 136) mengatakan bahwa kebudayaan adalah sarana hasil karya, rasa, dan cipta masyarakat. Kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu *buddhayah* yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal. Dengan demikian, budaya merupakan hasil budi dan daya dari manusia. Edward B. Taylor juga mengemukakan bahwa kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, moral, hukum, adat istiadat dan juga kesenian yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Aneka ragam kesenian dalam masyarakat Indonesia tercipta karena adanya peradaban manusianya yang telah mengalami perkembangan sejak jaman dahulu hingga sekarang. Ragam kesenian yang ada di Indonesia salah satunya adalah seni musik. Musik yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan komuniti dinamakan “*Folk Music*” atau musik masyarakat. Musik jenis ini biasanya dinyanyikan dalam berbagai kegiatan yang berbeda-beda, secara individu, dalam rumah secara bersama-sama, dengan orang lain dalam suasana kebersamaan yang ada dalam kegiatan-kegiatan masyarakat atau dalam pertunjukan-pertunjukan yang dilakukan. Salah satu “*folk music*” yang ada di Indonesia adalah musik “*Krumpyung*” yang ada di Kabupaten Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kabupaten Kulon Progo sendiri terbagi dalam 12 (Dua Belas) Kecamatan yang memiliki berbagai macam potensi kesenian unggulan. Sesuai dengan Lampiran Keputusan Bupati Kulon Progo Nomor 310 Tahun 2014 Tentang Kesenian Unggulan Kabupaten Kulon Progo Kesenian musik “*Krumpyung*” tercatat sebagai salah satu kesenian unggulan dari Kecamatan Kokap. Dalam surat itu dituliskan bahwa dalam upaya mendukung program *Bela-Beli* Kulon Progo, maka diharapkan agar di

beberapa desa yang tercantum tersebut dapat menjadi desa binaan dalam rangka inovasi dalam pengembangan dan pemasyarakatan warna baru musik *Krumpyung*, yang salah satu diantaranya berada di Kecamatan Kokap.

Melalui potensi sejarah dan potensi karakteristik dari alat musik ini pun dapat menjadi andalan dan menjadikannya berbeda dengan alat musik dan kesenian lainnya. Apabila potensi ini dapat dikelola dan dikembangkan dengan baik dan didukung oleh seluruh lapisan masyarakat, dan pemerintah dapat menjadi kesenian unggulan yang dapat terus menjadi identitas musik di Kabupaten Kulon Progo. Seperti contohnya adalah Kesenian Angklung Mang Udjo di Bandung, kesenian ini juga merupakan kesenian dimana alat musiknya menggunakan angklung yang juga terbuat dari bambu ini menjadi kesenian yang populer dan menjadi identitas musik Jawa Barat dan tentunya dengan pengelolaan dan pengembangan yang baik.

Musik *Krumpyung* ini lahir pada masa penjajahan Belanda tahun 1919 di desa Mengasari, Hargowilis, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo. Pada masa itu musik *Krumpyung* merupakan kesenian rakyat yang dipertunjukkan dalam acara-acara hajatan ataupun upacara adat, dan juga sebagai pengiring tarian tradisional. Namun, ketika Jepang memasuki wilayah Indonesia musik "*Krumpyung*" sempat menghilang dan akhirnya di Tahun 1973 atas prakarsa seorang warga Desa Tegiri bernama Sumitro, kesenian musik ini muncul kembali. Sumitro memutar akal untuk mewujudkan keinginan anaknya itu, dia lantas mencari bahan baku untuk membuat gamelan, dan tercetuslah bambu sebagai bahan bakunya. Dari pengalamannya tersebut, maka Sumitro memutuskan untuk terus memproduksi alat musik *krumpyung* ini, dan akhirnya berdirilah sanggar "Sekar Serambu". Di Kulon Progo sendiri selain Sanggar Sekar Serambu terdapat beberapa kelompok musik *krumpyung* lain yaitu Sanggar "Srawung *Krumpyung*" yang berada di Sermo Kokap, Sanggar "Singlon" di Pengasih, Kelompok musik *krumpyung* di Banjararum di Kalibawang dan di Cerme, Pengasih. Berdasarkan pengamatan, dari antara beberapa sanggar dan kelompok kesenian tersebut, Sanggar Sekar Serambu memiliki potensi yang besar untuk dijadikan pusat dan sebagai salah satu tujuan wisata pembelajaran kesenian musik

Krumpyung. Potensi-potensi yang dimiliki kesenian musik Krumpyung memberikan daya tarik tersendiri untuk penikmat musik, khususnya musik tradisional.

Perkembangan setiap sanggar tentunya berbeda-beda, tergantung bagaimana manajemen dari sanggar masing-masing. Sanggar yang berkembang dengan baik tidak hanya mengembangkan kesenian musik krumpyungnya saja, melainkan pengembangan produksi alat musiknya juga menjadi bagian pengembangan sanggar. Fasilitas yang dimiliki sanggar juga berpengaruh terhadap perkembangan sanggar tersebut. Sanggar yang memiliki fasilitas yang memadai akan berpengaruh terhadap proses kemajuan dan perkembangan sanggar itu sendiri. Kerjasama yang baik juga dapat membuat sanggar lebih maju misalnya, kerjasama dengan dinas kebudayaan, dinas pariwisata, dan kerjasama dengan sanggar yang lain. Hidup dan matinya sanggar tergantung bagaimana pengelola memanager sanggar tersebut.

Manajemen sanggar yang baik dan tepat akan meningkatkan mutu dan kemajuan bagi sebuah sanggar, oleh sebab itu pengetahuan pengelola sanggar tentang manajemen akan banyak membantu kemajuan sanggar tersebut. Manajemen sanggar sangat penting agar segala sesuatunya dapat terencana, terorganisasi, terarah dan terkontrol. Selain itu, manajemen merupakan kekuatan yang memiliki fungsi sebagai alat pemersatu dan penggerak kegiatan sanggar. Menurut Kusudihardja (1992:92), dalam memanager organisasi kesenian atau seni pertunjukan, selain memanager organisasinya, diperlukan pula memanager sosial administrasi, keuangan, mekanisme kegiatan, tetapi ternyata juga perlu memanager pengurus (sumber daya manusia).

Kegiatan-kegiatan yang ada di sanggar Sekar Serambu antara lain adalah pertunjukan kesenian musik krumpyung dan produksi alat musik krumpyung. Pertunjukan kesenian musik krumpyung yang sudah dilakukan oleh sanggar Sekar Serambu antara lain pementasan di dalam maupun diluar kota, mengikuti festival-festival, baik festival gamelan ataupun festival musik tradisional. Pada tahun 1992 sanggar Sekar Serambu juga pernah bekerjasama dengan grup musik Kua Etnika dengan Bapak Sapto Rahardjo dibawa ke Perancis bermain musik bersama disekeliling kota Perancis, sebelumnya juga pernah berkolaborasi dengan musisi

Perancis *tour* keliling Jawa dari ujung barat Jawa sampai ujung timur Jawa, dan di Bali. Kegiatan produksi juga menjadi kegiatan yang paling sering dilakukan oleh sanggar Sekar Serambu. Bahkan kini kegiatan produksi alat musik *krumpyung* ini menjadi kegiatan yang paling aktif dilakukan di sanggar.



Gambar 1.1 Pementasan bersama Bapak Sapto Rahardjo dan musisi Perancis
Sumber : (Dokumentasi Sanggar Sekar Serambu)

Namun dewasa ini musik “*Krumpyung*” kurang mendapatkan apresiasi dan respon yang baik, sehingga masih banyak dari masyarakat yang belum mengetahui dan mengenal musik “*Krumpyung*” ini. Kurangnya informasi dan literatur mengenai kesenian ini yang membuat keberadaannya hampir terlupakan. Di dunia modern ini musik–musik tradisional khususnya musik “*Krumpyung*” mendapat tantangan yang besar untuk pelestariannya. Dengan hadirnya musik–musik mancanegara yang dengan mudah dapat diakses membuat berbagai kesenian tradisional semakin tergeser dari perhatian masyarakat. Akibatnya musik “*Krumpyung*” saat ini sudah sangat jarang ditampilkan dalam kegiatan–kegiatan kemasyarakatan, baik itu di pernikahan, iringan tari dan acara lainnya. Musik “*Krumpyung*” saat ini hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja. Musik “*Krumpyung*” sebenarnya menyimpan daya tarik yang sangat bagus. Akan tetapi, sayangnya saat ini penggemarnya hanya kalangan tertentu saja. Kalangan anak–anak muda kurang menyukai dan tertarik untuk mempelajarinya. Tentu generasi–generasi penerus yang akan turut serta melestarikan kesenian musik “*Krumpyung*” ini terus berkurang bahkan dapat dibilang miskin penerus. Selain dari regenerasi dari para pelaku kesenian atau pemain di musik *krumpyung* satu hal yang

perlu diperhatikan adalah SDM (Sumber Daya Manusia) dalam hal pembuatan atau sistem produksi alat musik krumpyung itu sendiri.

Proses produksi yang masih tradisional dan hanya dikerjakan oleh keluarga dari bapak Sumitro saja, sedangkan permintaan alat musik krumpyung yang banyak membuatnya tidak seimbang dan tidak mampu untuk memenuhi semua permintaan pemesanan. Hal ini tentunya juga berdampak di Sanggar Sekar Serambu, dimana permintaan pementasan kelompok musik di sanggar ini berkurang peminatnya, dan kurangnya SDM atau tenaga kerja untuk menghadapi permintaan pembuatan alat musik krumpyung. Sehingga dalam penelitian ini akan dicari bagaimana agar permintaan pementasan kelompok musik krumpyung ini semakin diminati agar dapat berkembang sejalan dengan berjalannya proses produksi yang baik pula.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, lingkup pembahasan materi adalah berupa strategi pemasaran kesenian musik *Krumpyung* di Sanggar Sekar Serambu Kabupaten Kulon Progo. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis merumuskan masalah, yaitu bagaimana strategi pemasaran musik “*Krumpyung*” yang tepat di Sanggar Sekar Serambu guna meningkatkan popularitas dan eksistensinya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pengembangan Kesenian Musik *Krumpyung* di Sanggar Sekar Serambu harus dilakukan analisis mengenai potensi-potensi yang masih bisa digali, sehingga berdasarkan latar belakang di atas pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran musik *krumpyung* di Sanggar Sekar Serambu Kabupaten Kulon Progo ?
2. Bagaimana pengelolaan kesenian musik *krumpyung* di Sanggar Sekar Serambu ?
3. Strategi arahan pemasaran apa yang tepat untuk kesenian musik *krumpyung* di Sanggar Sekar Serambu Kabupaten Kulon Progo ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

- 1). Mengidentifikasi potensi yang ada pada Kesenian Musik “*Krumpyung*”.
- 2). Mengidentifikasi pengelolaan kesenian musik “*Krumpyung*” di Sanggar Sekar Serambu.
- 3). Merumuskan strategi yang efektif yang digunakan Kesenian Musik “*Krumpyung*”

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih berupa masukan pengelolaan sanggar musik yang baik dan dapat diterapkan oleh kelompok musik yang lainnya.
2. Bagi Pemerintah, terkhusus Kabupaten Kulon Progo, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informan dan masukan untuk mengembangkan musik “*Krumpyung*” sebagai identitas kesenian Kabupaten Kulon Progo.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Memberikan wawasan tentang pemasaran sanggar seni khususnya sanggar seni musik, agar dapat dipahami bahwa kegiatan kebudayaan berupa pertunjukan kesenian musik dapat memberikan kesempatan kepada masyarakat luas untuk lebih melestarikan, mengenal dan memahami betapa pentingnya kekayaan budaya yang berada di daerahnya sendiri. Selain itu diharapkan pula penelitian ini dapat memberikan masukan dan pengetahuan sehingga nantinya dapat dijadikan bahan acuan kajian mengenai strategi pemasaran sebuah kesenian daerah.