

Bab V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian berdasarkan Matriks IE (Internal – Eksternal) menunjukkan pada posisi sel I yang berarti *Grow and Build* (tumbuh dan bina). Strategi yang dapat digunakan adalah intensif (1) Penetrasi Pasar; (a) Mempromosikan produknya dengan cara membuat paket belajar *private* dengan bonus tambahan pertemuan yang lebih kepada peserta didik. (b) Membuat promosi dengan cara membuat paket belajar dua jenis tarian tradisional mendapatkan bonus *free* satu tarian kreasi. (c) Mempromosikan tiap pendaftar mendapatkan *free* kostum tari. (2) Pengembangan Pasar; Pengembangan pasar dilakukan dengan cara memperluas pasar Paguyuban Sripanglaras. Jika pasar dari Paguyuban Sripanglaras hanya berfokus pada masyarakat Kabupaten Kulon Progo, maka sebaiknya pengelola membuat pemasaran yang lebih luas dengan cara membuat kerja sama dengan pemerintah Provinsi. Kerja sama dapat berupa membuat program belajar atau edukasi seni dan budaya tradisi khususnya seni tari angguk bagi bagi sekolah-sekolah dan universitas-universitas di luar daerah Kabupaten Kulon Progo. (3) Pengembangan Produk; Pengembangan produk dapat dilakukan dengan membuat ragam jenis kegiatan seni yang baru. Di samping itu juga dapat memodifikasi gerakan tari tradisional dengan mengadopsi berbagai

gerakan tarian dan iringan musik modern untuk lebih menarik minat dari peserta didik maupun calon peserta didik.

Matriks SWOT menunjukkan pengembangan Paguyuban Sripanglaras dapat dilakukan dengan menggunakan strategi campuran SO dan strategi WO yaitu; (a) Untuk menjadi Paguyuban yang paling diminati dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk dan jasa sebagai daya tarik minat belajar masyarakat. (b) Bekerja sama dengan masyarakat dan pemerintah daerah untuk membuat sarana edukasi tentang kesenian asli Kabupaten Kulon Progo, terutama dengan dinas pariwisata dan budaya agar mengarahkan wisatawan lokal dan wisatawan manca negara untuk berkunjung ke Paguyuban. (c) Memperkenalkan dan mengajarkan berbagai kesenian tradisonal untuk menumbuhkan rasa cinta terhadap tradisi melalui instansi-instansi Pemerintah, Sekolah, dan Universitas. (d) Memperbaiki struktur organisasi dengan menempatkan orang tepat agar memiliki kualitas sehingga memiliki pengelolaan yang baik untuk dapat membuat sumber pemasukan tetap. (e) Meningkatkan promosi terkait kegiatan seni tradisi yang ada pada Paguyuban dengan menggunakan media cetak dan memanfaatkan media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram dan media sosial lainnya agar lebih banyak yang mengetahui. (f) Membuat perencanaan kegiatan tujuan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut;

1. Pengelola sebaiknya membuat rancangan perencanaan kegiatan jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang agar dapat mencapai tujuan-tujuan tertentu pada masa yang akan datang
2. Pengelola Paguyuban Sripanglaras sebaiknya memperbaiki struktur organisasi agar pengelolaan organisasi dapat berjalan dengan baik.
3. Untuk menghindari adanya peran multi fungsi sebaiknya pengelola menambahkan jumlah SDM yang mumpuni agar pekerjaan dapat dilakukan dengan efektif. Di samping itu, mengingat kondisi jumlah peserta didik yang mencapai 165 orang dengan jadwal latihan yang dilakukan hanya sekali dalam seminggu sangatlah dibutuhkan pelatih tambahan.
4. Pengelola Paguyuban Sripanglaras sebaiknya mencari donatur dan membuat usaha tambahan agar memiliki penghasilan tetap untuk membantu mencukupi biaya operasional yang dibutuhkan setiap bulannya.
5. Pengelola juga sebaiknya meng-*upload* setiap kegiatan yang dilaksanakan di Media sosial untuk menunjukkan eksistensi agar dapat menarik lebih banyak lagi peminat belajar.

Daftar Pustaka

- Ardiyasa, I. P. (2017). Strategi Pengelolaan Sanggar Seni Anacaraka Dalam Mewadahi Bakat Anak-Anak Di Pegunungan Kintamani Bali. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 1(2).
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design* (L. Habib (ed.); Third). California: Sage Publications.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategis* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. R. & F. R. D. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olah Raga Kabupaten Kulon Progo, 2015, *Kesenian Unggulan Kulon Progo*. Yogyakarta
- Dirgantoro, C. (2001). *Manajemen Stratejik: Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- Handoko, T. H. (2015). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Haryanto, D. & N. G. E. (2011). *Pengantar Sosiologi Dasar*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Ilmu Ekonomi ID. (2018). *Pengertian dan Tahapan Formulasi*. Retrieved September 24, 2020, from <https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2018/09/pengertian-dan-tahapan-formulasi-strategi.html>
- Indrawijaya, A. I. (2014). *Teori Perilaku, dan Budaya Organisasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Mappasiara, M. (2018). Manajemen Strategik Dan Manajemen Operasional Serta Implementasinya Pada Lembaga Pendidikan. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 2(1), 74–85.
- Naway, F. A. (2016). *Strategi pengelolaan pembelajaran*. Gorontalo: Ideas Publishing.

- Pearce, J. A. & R. B. R. (2016). *Manajemen Strategis; Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Pujiwiayana. (2010). *Pembinaan Paguyuban Seni Tradisional*. Yogyakarta: Elmatara.
- Rahadi, D. R., Cakranegara, P., & Claudia, G. (2018). Case Study of Recruitment and Selection of Employees in the Family Businesses of Tasikmalaya. *International Journal of Family Business Practices*, 1(2).
- Rahardjo, M. (2010). *Triangulasi Dalam Penelitian Kualitatif*. Retrieved November 17, 2020 from <https://www.uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. PT Gramedia.
- Republika.co.id. (2014). *Jumlah Organisasi Seni Budaya di Indonesia Terus Menurun*. Retrieved Januari 30, 2021 from <https://www.republika.co.id/berita/n0x8ln/jumlah-organisasi-seni-budaya-di-indonesia-terus-menurun>.
- Rifa'i, H. M. & M. F. (2013). *Manajemen Organisasi*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis.
- Rivai, A. & D. P. (2015). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Siagian, S. P. (2018). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sukarna. (2011). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Torang, S. (2013). *Organisasi dan Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya dan Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Umam, K. (2015). *Manajemen Organisasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Vellas, F. & L. B. (2008). *Pemasaran Pariwisata Internasional*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Wheelen, T. L. & J. D. H. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. USA: Prentice Hall.