

## BAB 5

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini telah menghasilkan faktor-faktor strategik bagi Supernova Sinema Pictures dengan analisis SWOT, *business model canvas* dan *7s McKinsey Framework*. Berdasarkan faktor-faktor tersebut telah diperoleh hasil analisis IFE matriks dengan nilai 2,98 dan EFE Matriks dengan nilai 2,16. Diketahui bahwa Supernova Sinema Pictures berada di antara sumbu *strength* dan *opportunity*, yaitu Kuadran I. Ini merupakan situasi yang menguntungkan karena perusahaan bisa memanfaatkan peluang dengan kekuatan internal yang dimiliki. Strategi yang dapat dilakukan pada kondisi ini adalah strategi SO didukung dengan strategi-strategi alternatif lainnya. Supernova Sinema Pictures fokus dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dengan menerapkan strategi utama yaitu *market development strategy*.

Pada industri kreatif ini, salah satu cara yang tepat untuk keluar dari persaingan harga yang ketat dan munculnya banyak kompetitor baru yaitu mencari segmen pasar baru yang terabaikan oleh kompetitor. Pada perbaikan *business model canvas*, segmentasi yang dituju yaitu *niche market*. *Niche market* merupakan pilihan yang tepat dalam merespon ekosistem yang semakin memburuk. Kompetitor di Kota Padang umumnya menawarkan kuantitas dibanding kualitas dengan mengabaikan *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* pada industri ini yaitu mendapatkan kualitas karya *visual* serta pelayanan dan komunikasi yang baik selama

proses produksi. Dengan fokus pada kualitas seperti memperkuat *brand identity*, melahirkan ide yang *out of the box* setiap produksi, regenerasi dan evaluasi untuk meningkatkan keterampilan karyawan serta memiliki peralatan produksi dengan teknologi terkini diharapkan dapat meningkatkan daya saing keberlanjutan.

Untuk itu Supernova Sinema Pictures harus menerapkan *value propositions* seperti *offer quality over quantity*, *one day one client* dan *good skills, good services, good communication*. Untuk mendukung *value propositions* tersebut, dibutuhkan pengembangan *channels* baik secara *online* seperti membuat konten yang konsisten di berbagai *platform* sosial media dan secara *offline* seperti pembuatan *office*. Disamping itu, Supernova Sinema Pictures juga perlu menambah *key partnership* seperti *freelance sales representative* dengan sistem komisi untuk memperluas pasar penjualannya.

Untuk mendukung strategi tersebut, pada analisis *7s McKinsey Framework* diperlukan penambahan struktur organisasi seperti divisi *marketing* dan *finance*. Dengan memformulasikan strategi bisnis pada industri kreatif ini diharapkan perusahaan yang berada pada fase *mature* bisa memperkuat dan meningkatkan performa guna menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih besar. Industri kreatif subsektor film, animasi, video dan periklanan ini memiliki peluang yang menjanjikan di masa depan mengingat tren *audio visual* yang terus berkembang dan masuknya era *digital marketing*.

## 5. 2 IMPLIKASI PENELITIAN

### 1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini telah membuktikan bagaimana analisis SWOT matriks bisa memformulasikan strategi bisnis Supernova Sinema Pictures sesuai dengan posisi strategis perusahaan. Dengan memanfaatkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki, perusahaan bisa menentukan model bisnis menggunakan *business model canvas*. Model bisnis yang diterapkan bisa menganalisa keselarasan tujuh elemen internal yang mendukung tujuan organisasi dalam melaksanakan strategi menggunakan *7s McKinsey Framework*.

### 2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi Supernova Sinema Pictures maupun pelaku usaha industri kreatif sejenis dalam memformulasikan strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan daya saing terhadap persaingan harga yang ketat dan munculnya banyak kompetitor baru.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan Supernova Sinema Pictures untuk:

- a) Mengembangkan program pelatihan berkala untuk meningkatkan keterampilan karyawan.
- b) Menggunakan *head project* dengan tujuan untuk menerapkan sistem manajemen mutu yang memastikan kualitas produk dan layanan yang dihasilkan sesuai *value proposition* Supernova Sinema Pictures.

- c) Membuat atau mencari referensi teknik *cinematography* dan *editing* anti *mainstream* di Kota Padang untuk memperkuat *brand identity*.
- d) Melahirkan konsep dan ide-ide segar yang *out of the box* dan berbeda di setiap produksi.
- e) Mengembangkan sosial media dengan memproduksi konten yang konsisten untuk meningkatkan *brand awareness*.
- f) Mencari investor untuk *upgrade* alat produksi dan pembuatan *office*.
- g) Membuat struktur organisasi baru dengan menambah beberapa tim yaitu *social media specialist*, *content creator*, *graphic designer*, *finance manager* dan merekrut *freelance sales representative*.
- h) Membuat badan usaha CV.

### 5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian terkait formulasi strategi bisnis industri kreatif di Kota Padang ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu:

1. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode studi kasus dan menggunakan data primer yang diperoleh diantaranya melalui FGD (*focus group discussion*) dan *in-depth interview*, sehingga persepsi, pendapat atau kepercayaan narasumber yang diteliti tidak dapat diukur secara pasti menggunakan angka. Adapun penggunaan angka pada penelitian ini lebih kepada perkiraan semata.

2. Pengumpulan data primer pada penelitian ini yaitu menggunakan FGD (*focus group discussion*) dan *in-depth interview* sehingga tidak menutup kemungkinan akan menghasilkan makna yang bias terhadap hasil wawancara dan observasi secara langsung.

#### 5. 4 SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Adapun saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Melakukan penelitian yang berkelanjutan dengan tujuan agar dapat menilai dan melihat setiap perubahan terkait masalah penelitian ini sesuai dengan perkembangan zaman dan tren pada industri kreatif sektor ini.
2. Melakukan penelitian dengan populasi geografi diluar Kota Padang dan UMKM videografi atau sinematografi lainnya untuk mendapatkan formulasi strategi bisnis di industri kreatif yang beragam dan berbeda-beda di setiap daerah.
3. Melakukan penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda seperti model STP (*Segmentation, Targeting dan Positioning*), *7P marketing mix* (*product, price, place, promotion, people, process dan physical evidence*), perubahan lewin dan *mckinsey 3 horizons*.

