

**STRATEGI PREGINA ART & SHOWBIZ
DALAM MENGHADAPI ERA DIGITALISASI DAN PENDEMI**

Dyoviva Rahmanda, I Wayan Suweca, Agustinus Sani Aryanto

Program Studi Musik, Fakultas Seni Pertunjukan, Institut Seni Indonesia Denpasar,

Jl. Nusa Indah, Denpasar, 80235, Indonesia

Email : dyorama10@gmail.com

ABSTRACT

This research is focused on identifying and analyzing how the business model and strategy of Pregina Art & Showbiz in designing, developing, and marketing artistic opportunities, while also conveying the artistic value to the audience and communicating it effectively in local, national or international contexts in the middle of the world. digital era and during the Covid-19 pandemic. The interview technique that will be used by the researchers in this research is a semi-structured interview technique which will be conducted to the owner of Pregina Art & Showbiz itself by using the data sampling method using the canvas business model theory and after getting the data, it will then be analyzed using a SWOT analysis technique. The purpose of this research is to explore and elaborate the strategy of Pregina Art & Showbiz to adapt to the wave of change in the digitalization era, as well as the wave of the covid-19 virus pandemic that is still sweeping the world today. The researcher's conclusion from this study is that an entrepreneurial process will indeed experience many challenges, especially in the era of digitalization as it is now and the COVID-19 virus pandemic. Of course, this also greatly affects the creative industry world where almost all lines are affected. It has become a challenge for us to continue to be able to innovate with existing creativity.

Keywords: *Pregina Art & Showbiz, Strategy, Business Model Canvas, SWOT Analysis, Digitization, COVID-19 Pandemic.*

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi dan menganalisa bagaimana model bisnis serta strategi *Pregina Art & Showbiz* dalam merancang, mengembangkan, dan memasarkan peluang-peluang artistik, sekaligus juga menyampaikan nilai artistik tersebut kepada khalayak dan mengomunikasikannya secara efektif baik dalam konteks lokal, nasional atau internasional di tengah era digital dan di masa pandemi Covid-19. Teknik wawancara yang

akan digunakan peneliti dalam penelitian kali ini ialah Teknik wawancara semi terstruktur dimana akan dilakukan kepada owner dari *Pregina Art & Showbiz* sendiri dengan menggunakan metode pengambilan sample data menggunakan teori model bisnis kanvas dan setelah mendapat datanya, selanjutnya akan dianalisis menggunakan tekni analisis SWOT. Tujuan daripada penelitian ini ialah untuk menggali serta mengelaborasi strategi dari *Pregina Art & Showbiz* untuk beradaptasi dengan gelombang perubahan di era digitalisasi, serta gelombang pandemi virus covid-19 yang masih melanda dunia hingga sekarang. Simpulan peneliti dari penelitian ini ialah sebuah proses kewirausahaan memang akan mengalami banyak tantangan terutama di era digitalisasi seperti sekarang dan adanya pandemi virus covid-19. Tentunya hal ini juga sangat berdampak kepada dunia industri kreatif dimana hampir di segala lini terimbas. Sudah menjadi suatu tantangan untuk kita untuk terus dapat berinovasi dengan kreativitas yang ada.

Kata Kunci: *Pregina Art & Showbiz, Strategi, Model Bisnis Kanvas, Analisis SWOT, Digitalisasi, Pandemi COVID-19.*

PENDAHULUAN

Pregina Art & Showbiz yang mengusung misi: “*sustainable art & showbiz development for future based on the roots of heritage, with the hi-tech supporting facilities & gears*” (pengembangan seni dan *showbiz* berkelanjutan berdasarkan akar warisan, dengan fasilitas & peralatan pendukung berteknologi tinggi). Serta, berkomitmen untuk membangun komposisi yang hebat, dalam layanan & produk apa pun, memproduksi acara, mengelola acara, menghasilkan seni, dan mengelola artis merupakan salah satu sub sektor dari 17 sub sektor ekonomi kreatif. Dalam Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, dinyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan suatu proses penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi. Terdapat tiga hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

Kreativitas (*Creativity*), adalah suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Bisa juga

menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Terkait *Pregina Art & Showbiz Bali*, yang mengusung *tagline* “*Jika kita kalah di sektor ekonomi dan prasarana, jangan kita kalah di hal kreativitas*”. Inovasi (*Innovation*) merupakan transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat. Contoh inovasi *Pregina Art & Showbiz* adalah sebuah sajian musik yang bertajuk “*Bali Live on Nature*” tahun 2020 yang dibuat secara online disaat terjadinya pandemi covid-19 sembari untuk mempromosikan tempat-tempat pariwisata Bali dan membawa spirit untuk selalu bersama dan saling menciptakan kedamaian disaat adanya wabah di dunia. Sedangkan Penemuan (*Invention*), merupakan hasil cipta karya yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya. Salah satu contoh invensi dari *Pregina Art & Showbiz* adalah Festival Bali Jumpfest yang berlangsung pada tahun 2007-2008, yang mana merupakan satu-satunya festival di Bali yang menampilkan seluruh macam *genre* musik dalam satu panggung yang sama. Dalam konsep ekonomi kreatif, sisi industrialisasi pun bisa dikembangkan ke arah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang menghasilkan *output* dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup. Ekonomi kreatif sering dilihat sebagai sebuah konsep yang memayungi juga konsep lain yang populer di awal abad ke-21 ini, yaitu Industri Kreatif. Industri kreatif sendiri sebenarnya merupakan sebuah konsep yang telah muncul lebih dahulu sebelum munculnya konsep ekonomi kreatif. Tercatat istilah “*industri kreatif*” sudah muncul pada tahun 1994 dalam Laporan “*Creative Nation*” yang dikeluarkan Australia. Namun istilah ini benar-benar mulai terangkat pada tahun 1997 ketika *Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom* mendirikan *Creative Industries Task Force*. Definisi industri kreatif menurut *Creative Industries Task Force*, adalah “*Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*” (Industri Kreatif sebagai industri yang berasal

dari kreativitas individu, keterampilan & bakat, dan yang memiliki potensi kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui generasi dan eksploitasi kekayaan intelektual dan konten).

Seni Pertunjukkan (*showbiz*) yang menjadi salah satu *core business Pregina Art & Showbiz* merupakan salah satu sub sektor dari 15 sub sektor industri kreatif. Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Beberapa contoh yang pernah dilaksanakan oleh *Pregina Art & Showbiz* adalah produksi ragam pertunjukan seperti Denpasar Festival, Pekan Kesenian Bali, Sanur Village Festival, dsb. Dengan ragam kreativitas, inovasi dan invensinya, *Pregina Art & Showbiz* tidak kecap dari tantangan dan perubahan besar karena era virtual-digital serta situasi pandemi covid. Pada era virtual-digital ini, para seniman dan *organizer* seperti *Pregina Art & Showbiz* harus mampu beradaptasi dengan kondisi yang sedang terjadi. Era virtual-digital, mengharuskan *Pregina Art & Showbiz* untuk beradaptasi dengan penggunaan media-media baru dan *platform* digital yang dapat menjangkau kebutuhan berbagai segmen.

Demikian pula, dalam menghadapi pandemi dimana dunia seni pertunjukan mengalami goncangan yang hebat. Di masa Covid-19, sekitar 87.8% pekerja kreatif mengalami pembatalan pekerjaan. Usaha di bidang media dan hiburan, termasuk seni pertunjukkan, terdampak paling parah. Industri film mencatat kehilangan pendapatan sekitar Rp3 triliun. Di sisi lain, terdapat peningkatan penggunaan layanan video streaming dalam negeri sebesar 15% berikut dengan standar-standart *New Normal*-nya, *Pregina Art & Showbiz* juga harus mampu merancang model seni pertunjukan yang sesuai dengan upaya pencegahan penularan-penyebaran wabah virus Covid-19. Dari fakta-fakta tersebut peneliti tertarik untuk membahas serta menganalisis mengenai cara beserta strategi *Pregina Art & Showbiz* dapat bertahan dalam era digitalisasi dan pandemi yang masih mewabah hingga sekarang.

METODE

Metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut, peneliti mewawancarai peserta

penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Informasi kemudian dikumpulkan yang berupa kata maupun teks. Kumpulan informasi tersebut kemudian dianalisis. Dari hasil analisis peneliti kemudian menjabarkan dengan penelitian-penelitian ilmuwan lain yang dibuat sebelumnya. Hasil akhir penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis (Creswell, 2008). Berdasarkan paparan tersebut penelitian ini terdiri dari 3 elemen yaitu: tempat, pelaku, dan aktivitas yang saling berinteraksi secara selaras.

Pada penelitian ini masalah bertumpu kepada suatu fokus yang dibutuhkan untuk membatasi masalah itu sendiri agar tidak menjadi terlalu lebar dan luas. Rumusan masalah juga ditemukan di lapangan selama proses penelitian berlangsung dan sangat memungkinkan data berubah-ubah sesuai data yang ada di lapangan. Dengan pendekatan penelitian ini peneliti berharap dapat mendapat data yang benar-benar *actual* secara detail dan rinci. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Pregina Art & Showbiz* dalam menghadapi era digitalisasi dan pandemi. peneliti menggunakan teknik pengumpulan data penelitian seperti: **observasi** (proses mengumpulkan data yang langsung berasal dari lapangan tempat penelitian berlangsung untuk memperoleh gambaran umum mengenai sasaran penelitian) yang peneliti lakukan bersamaan dengan tim *Pregina Art & Showbiz* terutama pada kegiatan kegiatan Denpasar Festival tahun 2021, **wawancara** (kegiatan tanya jawab yang terjadi secara langsung yang melibatkan dua orang atau lebih untuk memperoleh suatu informasi yang sedang diteliti) dimana peneliti akan mewawancarai Bapak I Gusti Agung Bagus Mantra selaku owner dari *Pregina Art & Showbiz* menggunakan 9 komponen penting dalam teori bisnis model kanvas. Setelah peneliti mendapatkan data penelitian nantinya data tersebut akan dianalisa lebih lanjut menggunakan teknik Analisa SWOT guna mencari strategi dari *Pregina Art & Showbiz* dalam menghadapi era digitalisasi dan pandemi berdasarkan 4 faktor penting dari Analisa SWOT yakni kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknes*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model bisnis kanvas merupakan sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visualisasi data yang dapat membantu sebuah perusahaan untuk terus dapat mengembangkan usaha-usahanya lewat data yang akan diambil berdasarkan 9 elemen penting. Pada penelitian dalam program MBKM ini peneliti akan melakukan penelitian mengenai Strategi *Pregina Art & Showbiz* dalam menghadapi era digitalisasi dan pandemi. Berikut hasil perolehan data yang penulis ambil menggunakan pertanyaan yang berdasarkan indikasi 9 elemen penting dalam model bisnis kanvas yang menghasilkan data sebagai berikut :

1) **Segmen Pelanggan:** Siapa pelanggan *Pregina Showbiz & Art's*? bagaimana kesan dan penilaian mereka setelah bekerja sama dan/atau membeli produk layanan dari *Pregina Showbiz & Art's*?

a) Pemerintah

Melalui event atau program pemerintah yang sudah dibiayai oleh pemerintah namun dengan konsep serta penyelenggaraan pihak *Pregina*. Respon pemerintah sangat mengapresiasi karna *Pregina* memberikan solusi lewat industri kreatif yang berbasis sajian seni pertunjukan lewat online. Sehingga muncul rasa ketertarikan dari pihak pemerintah untuk terus bekerjasama terutama pada era pandemi ini.

b) Masyarakat umum

Masyarakat sebagai penikmat dari sajian-sajian festival yang diselenggarakan oleh *Pregina*. Respon dari masyarakat pula sangat baik dilihat dari event *Denfest* saat online maupun offline (jumlah penonton dan macam reaksinya), masyarakat sangat menyambut baik juga apa yang *Pregina* lakukan.

c) Pengisi Acara (Artis yang diajak bekerjasama)

Kami menganggap seorang artis bukanlah hanya sebuah produk namun justru klien yang akan kami perlakukan lebih karna nantinya merekalah orang terdepan yang akan menyuarakan apa yang menjadi nilai-nilai yang kami buat dan angkat. Ketika mereka merasa puas pasti akan menyuarakan dengan lebih baik.

2) **Proposisi Nilai:** Bagaimanakah nilai-nilai yang diusung *Pregina Showbiz & Art's* dalam menjalankan bisnis kepada pihak lain? Menurut mereka, nilai-nilai apa yang paling menarik? Mengapa pelanggan atau mitra bersedia membeli dan menggunakan produk atau jasa *Pregina Showbiz & Art's*?

- ✓ Nilai yang ditawarkan Pregina adalah originalitas/genuine yang otentik. “Disaat orang lain belum bikin, kita harus bikin”. Jarang mengadopsi ide yang sudah ada melainkan selalu menjadi yang pertama baik dalam pemilihan tempat, konsep acara, maupun sajian penampilan.
- ✓ Kalau untuk masyarakat Bali serta sarana promosi internasional bagaimana setiap acara yang dibuat selalu menjaga & mengedepankan heritage/warisan luhur budaya dengan sajian yang di gabungkan dengan perkembangan kesenian modern yang menarik.
- ✓ Membuat masyarakat mengenal karakter Pregina sendiri dengan tampilan yang selalu berbau tradisi namun juga tidak hanya sebatas tradisi sehingga tetap uptodate sehingga kesenian tradisinya menjadi mahal.

3) **Saluran:** Bagaimana nilai-nilai *Pregina Showbiz & Art's* dipromosikan, dijual, dan disampaikan kepada pihak lain? Media apa yang digunakan untuk menyebarluaskan nilai-nilai tersebut?

- ✓ Yang utama melalui media social milik Pregina Showbiz, media social ini terdiri dari akun channel youtube Pregina Art & Showbiz Bali yang memiliki subscribers sebanyak 20.2 ribu subscriber, dan akun Instagram @mcast_pregina_showbiz dengan followers 80.8 ribu follower. Dari kedua media social ini lah pregina selalu mempublikasikan semua program dan acara yang dibuat pregina.
- ✓ Media partner conventional seperti televisi seperti Bali TV, Telkomsel, dll.

4) **Hubungan Pelanggan:** Bagaimana *Pregina Showbiz & Art's* berinteraksi dengan pelanggan? Lantas pendekatan apa yang digunakan?

- ✓ Selalu membagikan/share produk-produk tayangan lewat media social kepada semua penonton dan pengikut yang selalu mendukung *Pregina*. Menampilkan secara live setiap event yang diselenggarakan sehingga terjadi pula interaksi lewat comment dari penonton
- ✓ Kerap melakukan diskusi terbuka non formal dengan dengan pelanggan (terutama di pandemi menjadi jauh lebih sering) membahas pula ide atau masukan untuk event-event yang akan mendatang (bahkan mendengarkan masukan pelanggan mengenai line-up apa yang akan ditampilkan di sebuah pertunjukan).
- ✓ Dalam setiap event harus memuaskan pelanggan lewat sebuah festival, dan kami dari *Pregina* selalu memberikan bonus lebih yang memang diluar dari biaya itu sebagai bentuk dedikasi kami serta terimakasih kami kepada klien dan kepada festival itu sendiri. Contohnya adalah setiap event yang dibuat klien kami selalu membuat *themes song* yang kami garap maksimal dan itu diluar anggaran yang sudah ada. Hal ini diharapkan untuk mengikat secara rasa kepada pelanggan agar terjadi loyalitas.

5) **Aliran Pendapatan:** Bagaimana *Pregina Showbiz & Art's* memperoleh pendapatan?

- ✓ **Dari Produk *Pregina***
 - Karya lagu (*Pregina* sebagai publisher dan producer) sebagai pendukung festival.
 - Sebagai content maker (diluar festival) contoh talkshow
 - Sebagai festival creator (mengkonsep dan menjalankan sebuah festival) contoh *Bali Blues Festival, Sanur Village Festival, Denpasar Festival*, dsb. Sebagai goal dari *Pregina*.
- ✓ Jika dibandingkan dengan masa pandemi memang sangat berbeda karna otomatis festival banyak yang tidak berlangsung, namun pernah mendapat pendapatan dari sistem donasi dari pertunjukan online ataupun talkshow-talkshow yang melibatkan seniman. Kami juga termasuk yang pertama dalam melakukan cara tersebut di era pandemi.

- 6) **Sumber Daya Utama:** Aset strategis unik apa yang dimiliki *Pregina Showbiz & Art's* untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor?
- ✓ Membuat sajian dan karya-karya yang berbeda karna memang pemerintah cenderung akan memilih sesuatu yang tidak biasa jadi memang harus membuat karya yang memiliki hal yang berbeda dari perusahaan-perusahaan serupa.
 - ✓ Portofolio yang baik dimana kita bisa melakukan hal yang orang lain belum bisa. Karna ketika membuat event sekarang dan berhasil itu akan menjadi portofolio/profil untuk tahun-tahun berikutnya.
- 7) **Aktivitas Utama:** Hal-hal strategis apa sajakah yang dipilih- dan dilakukan oleh *Pregina Showbiz & Art's* untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan atau pihak lain?
- ✓ Mengedepankan *genuine creativity* (kreativitas otentik) yang berdasarkan akar budaya, dimana seluruh aspek pertunjukan mulai dari pra production hingga post production mengandung hal tersebut.
- 8) **Kemitraan Utama:** Siapakah mitra utama yang dapat mendukung keberlanjutan bisnis *Pregina Showbiz & Art's*
- ✓ Pemerintah, sistemnya bukan kontrak melainkan *by project* (kontraknya adalah kepercayaan) namun biasanya project yang dibuat sudah merupakan agenda tahunan.
 - ✓ Saat ini di konsen kami di 2 pemerintahan yaitu pemerintah kota Denpasar dan Singaraja.
 - ✓ Sistem project dari pemerintah adalah pemerintah sebagai penyedia modal namun yang menjalankan semuanya *pregina* sehingga dari awal pembiayaan kita yang mengajukan.
- 9) **Struktur Biaya:** Apa penggerak utama untuk mendukung pembiayaan bisnis *Pregina Showbiz & Art's*? Biaya-biaya apa saja yang menjadi prioritas dalam pembiayaan usaha?
- ✓ Tidak ada penggerak utama karna akhirnya memang dana harus kita cari sendiri kepada sponsorship.

- ✓ Prioritas pembiayaan dalam pembiayaan usaha bisnis
 - 1) Sumber daya manusia
 - 2) Partnership penyedia alat pertunjukan (dengan vendor tim produksi audio visual)
 - 3) Dana untuk pemeliharaan alat produksi yang kami merupakan milik kami sendiri (diluar partnership)

Apabila digambarkan model kanvas bisnis yang dapat diaplikasikan oleh Pregina Art & Showbiz adalah sebagai berikut :

Business Model Canvas		Designed for:	Designed by:	Date:	Version:
		PREGINA ART & SHOWBIZ	DYOVIVA RAHMANDA	4 JAN 2022	1
KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIPS	SEGMENT PELANGGAN	
1. Pemerintah Kota Denpasar dan Singaraja; 2. Vendor penyedia alat pertunjukan dan produksi audio visual; 3. Komunitas dan para pekerja seni.	1. <i>Genuine creativity</i> (keaktivitas otentik) yang berbasis akar kultural KEY RESOURCES 1. SDM yang mampu merancang, mengorganisir dan menyajikan karya-karya yang kreatif, unik, otentik dan inovatif 2. Portofolio dan profil karya yang <i>genuine</i> dan bermuansa cultural heritage	1. Originalitas, <i>genuine</i> dan otentisitas; 2. Menjaga & mengedepankan heritage/warisan luhur budaya dengan sajian yang inovatif & kekinian	1. <i>Media engagement</i> melalui platform social media (Youtube dan Instagram) 2. <i>Themes song</i> di setiap event 3. Diskusi interaktif dengan mitra dan pelanggan untuk mendapat masukan CHANNELS 1. Media Sosial 2. Media Konvensional (Bali TV, Telkomsel dll)	1. Pemerintah 2. Masyarakat umum 3. Para <i>performer</i>	
COST STRUCTURE		REVENUE STREAMS			
1. Sumber daya manusia 2. Pengadaan alat pertunjukan dan produksi audio visual 3. Dana untuk pemeliharaan alat produksi		1. Karya-karya lagu 2. <i>Content maker</i> (diluar festival) contoh talkshow (peluang) 3. Festival creator 4. Donasi dari pertunjukan online dan talkshow-talkshow (Peluang) 5. <i>Sponsorship</i>			

Penerapan Analisis SWOT pada Pregina Art & Showbiz

Berdasarkan model bisnis kanvas yang dilakukan, penerapan analisis SWOT pada Pregina Art & Showbiz dapat dijabarkan sebagai berikut :

A. Strength (kekuatan) *Pregina Art & Showbiz*

1. SDM yang mampu merancang, mengorganisir dan menyajikan karya-karya yang kreatif, unik, otentik dan inovatif
2. *Genuine creativity* (kreativitas otentik) berbasis akar kultural
3. Jaringan dengan komunitas dan pekerja seni.
4. Portofolio dan profil karya yang *genuine* dan bernuansa *cultural heritage*
5. Karya-karya lagu
6. Festival creator
7. Media *engagement* melalui *platform* social media (Youtube dan Instagram)
8. *Themes song* di setiap event yang merupakan bonus dedikasi dari *Pregina Art & Showbiz* dalam menimbulkan hubungan baik kepada pelanggan.

B. Weaknes (kelemahan) *Pregina Art & Showbiz*

1. *Quality control* dalam *content* media sosial
2. Interpretasi dan internalisasi nilai-nilai yang disung *pregina* oleh performer
3. Alokasi dana untuk pemeliharaan alat produksi. (maintenance)

C. Opportunity (Peluang) *Pregina Art & Showbiz*

1. Kerjasama dengan pemerintah Kota Denpasar dan Singaraja;
2. Ragam Sponsorship multipihak;
3. Donasi dari pertunjukan online dan *talkshow-talkshow*
4. Pengembangan ragam *Content maker*
5. Jaringan dengan para vendor penyedia alat pertunjukan dan produksi audio

D. Threat (Ancaman) *Pregina Art & Showbiz*

1. Quality Control terhadap vendor untuk pengadaan alat pertunjukan dan produksi audio visua;
2. Ragam selera masyarakat terhadap sajian seni pertunjukan;
3. Keberlanjutan skema pembiayaan sumber daya manusia pada masa pandemic –New Normal.

Berdasarkan dari data yang didapatkan peneliti maka data tersebut dapat dijadikan tolak ukur dalam menemukan strategi bagi *Pregina Art & Showbiz* yang bisa dijadikan acuan untuk mempertahankan keberlanjutan usaha dari pihak *Pregina Art & Showbiz*. Strategi yang didapatkan nantinya akan menemukan letak kekuatan yang harus dilanjutkan serta kekurangan yang bisa diperbaiki ke depannya. Hasil dari data tersebut dapat penulis paparkan sebagai berikut :

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">KEKUATAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SDM yang mampu merancang, mengorganisir dan menyajikan karya-karya yang kreatif, unik, otentik dan inovatif 2. <i>Genuine creativity</i> (kreativitas otentik) berbasis akar kultural 3. Jaringan dengan komunitas dan pekerja seni. 4. Portofolio dan profil karya yang <i>genuine</i> dan bernuansa <i>cultural heritage</i> 5. Kaya-kaya lagu 6. Festival creator 7. Media engagement melalui platform social media (Youtube dan Instagram) 8. <i>Themes song</i> di setiap event 	<p style="text-align: center;">KELEMAHAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Quality control</i> dalam <i>content</i> media sosial 2. Interpretasi dan internalisasi nilai-nilai yang disung <i>pregina</i> oleh performer 3. Alokasi dana untuk pemeliharaan alat produksi
<p style="text-align: center;">PELUANG</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama dengan pemerintah Kota Denpasar dan Singaraja; 2. Ragam Sponsorship multipihak; 3. Donasi dari pertunjukan online dan <i>talkshow-talkshow</i> 4. Pengembangan ragam <i>Content maker</i> 5. Jaringan dengan para vendor penyedia alat pertunjukan dan produksi audio 	<p style="text-align: center;">STRATEGI SO</p> <p style="text-align: center;">Pengembangan inovasi baru, ragam produk dan perluasan kerjasama dengan multipihak secara <i>online</i> dan <i>offline</i>.</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI WO</p> <p style="text-align: center;">Peningkatan <i>quality control</i> dalam <i>content</i> media sosial dan kualifikasi <i>performer</i> untuk pengembangan <i>content maker</i>, ragam layanan, dan perluasan jaringan sponsorship.</p>
<p style="text-align: center;">ANCAMAN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quality Control terhadap vendor untuk pengadaan alat pertunjukan dan produksi audio visua; 2. Ragam selera masyarakat terhadap sajian seni pertunjukan; 3. Keberlanjutan skema pembiayaan sumber daya manusia pada masa pandemic –New Normal 	<p style="text-align: center;">STRATEGI ST</p> <p style="text-align: center;">Peningkatan ragam produksi <i>content online</i> dengan vendor dan performer yang berkualitas sesuai selera masyarakat di masa pandemic dan new normal</p>	<p style="text-align: center;">STRATEGI WT</p> <p style="text-align: center;">Mempertahankan produk sajian yang sudah berjalan dengan pihak mitra, vendor dan performer untuk mengarusutamakan karya-karya yang bernuansa <i>cultural heritage</i> yang inline dengan kebijakan new normal.</p>

KESIMPULAN

Simpulan peneliti dari penelitian ini ialah sebuah proses kewirausahaan memang akan mengalami banyak tantangan terutama di era digitalisasi seperti sekarang dan adanya pandemi virus covid-19. Tentunya hal ini juga sangat berdampak kepada dunia industri kreatif dimana hampir di segala lini terimbas. Sudah menjadi suatu tantangan untuk kita untuk terus dapat berinovasi dengan kreativitas yang ada. Apresiasi peneliti kepada pihak *Pregina Art & Showbiz* dimana pada era seperti ini mereka tetap dapat bertahan dengan justru menghasilkan inovasi-inovasi baru di dunia industri kreatif yang sangat menarik disaat banyak perusaha serupa yang tidak dapat bertahan dengan kondisi yang ada.

Dengan adanya program MBKM ini juga peneliti menemukan bahwa kegiatan wirausaha di bidang kreatif memiliki masa depan yang cerah melihat trend perkembangan industri di Indonesia memang menitik beratkan pada sektor industri kreatif ini. Yang terpenting seperti kata I Gusti Bagus Mantra bahwa “jika kita sudah kalah di hal sarana dan prasarana, jangan lah kita kalah juga di bidang kreativitas!” tentu hal ini juga harus ditanamkan kedalam mental kita sendiri juga. Dengan kreativitas dan strategi yang baik peneliti yakin apapun itu bentuk usaha yang dijalani akan membuahkan hasil yang baik. Lewat skripsi ini juga peneliti berharap dapat menjadi masukan bagi pihak *Pregina Art & Showbiz*, bagi kampus ISI Denpasar, maupun bagi pembaca yang juga tertarik untuk masuk ke dalam dunia industri kreatif. Berdasar pengolahan data serta analisis mendalam peneliti menemukan bahwa strategi-strategi *Pregina Art & Showbiz* dalam menghadapi era digitalisasi dan pandemic ialah sebagai berikut

1. **STRATEGI SO (strength-opportunity)**, mengembangkan inovasi baru, ragam produk dan perluasan kerjasama dengan multipihak secara *online* dan *offline*.
2. **STRATEGI WO (weakness-opportunity)**, Peningkatan *quality control* dalam *content* media sosial dan kualifikasi *performer* untuk pengembangan *content maker*, ragam layanan, dan perluasan jaringan sponsorship.
3. **STRATEGI ST (strength-threat)**, Peningkatan ragam produksi *content online* dengan vendor dan performer yang berkualitas sesuai selera masyarakat di masa pandemic dan new normal.
4. **STRATEGI WT (weakness-threat)**, Mempertahankan produk sajian yang sudah berjalan dengan pihak mitra, vendor dan performer untuk mengarusutamakan karya-karya yang bernuansa cultural heritage yang inline dengan kebijakan new normal.

Berdasarkan dengan temuan strategi-strategi tersebut menurut saya di era sekarang ada baiknya pihak *Pregina Art & Showbiz* untuk terus menerapkan strategi

SO dan WT melihat kondisi yang sedang kita jalani yakni di era pandemi dan *new normal*. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat berguna dalam menambah kasanah-kasanah keilmuan mengenai dunia industri kreatif serta menjadi pembelajaran mengenai strategi dalam menghadapi era digitalisasi dan pandemi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardini, N. W. (2018). Balinese Pop Music: An Industrialization Era. *Journal of Music Science, Technology, and Industry*, 130.
- Ambhita Sukma, Yan Andriariza (Ed) (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia Strategi dan Sektor Potensial*, Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Buana, I. S. (2020). Implementasi Aplikasi Speech to Text untuk Memudahkan Wartawan Mencatat Wawancara dengan Python. *JURNAL SISTEM DAN INFORMATIKA*, 135.
- Chen, F. F. ((2018)). *The Influence of Entrepreneurship and Social Networks on Economic Growth-From a Sustainable* .
- Ekonomi Kreatif (2014): Rencana Pengembangan Seni Pertunjukan Nasional 2015-2019, Tim Studi dan Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, PT. Republik Solusi.
- Firdausy, Carunia Mulya (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Jakarta.
- Moeleong, Lexy (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda- karya, Bandung.
- Naskah Akademik (2015). Ruu Tentang Ekonomi Kreatif, Komite Iii - Dpd-Ri, Jakarta.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Pengembangan Ekonomi Kreatif 2020-2024 (2019). Badan Ekonomi Kreatif-Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi
- Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 72 Tahun 2015, Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif
- Rangkuti, Freddy (2008). *Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soedarsono M. R. (1998). *Seni pertunjukan Indonesia di era globalisasi*
- Uno, Sandiaga Salahudin (2021). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Strategi Pemulihan Ekonomi Melalui Pemberdayaan Pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*.