

# Strategi Pengelolaan Kelompok Musik Perkusi Drumblek Gempar di Salatiga

**Ferry Susanto**

Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia Yogyakarta  
verryjazz90@gmail.com

## Abstrak

Penulisan tesis mengenai Strategi Pengelolaan bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh Drumblek Gempar, kemudian menganalisis faktor internal dan eksternal serta memformulasikan strategi pengelolaan musik perkusi Drumblek Gempar. Metode penelitian mengenai Strategi Pengelolaan Drumblek Gempar ditentukan oleh empat langkah yaitu, menentukan lingkup penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, objek penelitian, dan subjek penelitian. Langkah kedua melakukan teknik pengumpulan data yang terdiri dari dua poin yaitu pengumpulan data primer dan pengumpulan data sekunder. Ketiga, menentukan variabel yang dilakukan melalui dua faktor yaitu faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Langkah terakhir yaitu melakukan analisis data dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis SWOT. Hasil penelitian pertama berdasarkan matriks IE strategi pengelolaan pada drumblek Gempar melalui matriks IE menunjukkan pada posisi IV yaitu *Growth and Build*, strategi umum yang digunakan adalah sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek. Kedua berdasarkan kuadran analisis SWOT menunjukkan kuadran I *Expansion*, yaitu bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Hal tersebut mengarah pada variabel kekuatan poin tertinggi yaitu drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga. Lalu pada variabel peluang poin tertinggi yaitu sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek.

**Kata kunci:** strategi pengelolaan, drumblek gempar, swot, formulasi strategi

## Abstract

*Thesis writing on Management Strategy aims to identify the strategies used by drumblek Gempar, then analyze the internal and external factors and formulate a drumblek percussion management strategy Gempar. The method of research on drumblek management strategy Gempar determined by four steps, namely, determine the scope of research consisting of research sites, research objects, and research subjects. The second step performs data collection techniques consisting of two points: primary data collection and secondary data collection. Third, determine the variables made through two factors: internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats). The last step is to analyze data and the method used is qualitative with SWOT analysis. The first result based on IE matrix management strategy on drumblek Gempar through IE matrix shows in position IV that is Growth and Build, general strategy used is as appeal of Salatiga City through drumblek art.*

**Keywords:** management strategy, drumblek uproar, swot, strategy formulation

## Latar Belakang

Pada tahun 1960 musik perkusi sudah mulai dikenal bangsa barat dengan menggunakan instrumen yang seadanya. Perkusi berasal dari istilah Latin *percussio* (memukul) dan *percussus* kata benda yang berarti (pukulan). Alat musik perkusi disebut pula alat musik pukul atau tabuh, yaitu alat musik yang menghasilkan suara dengan dipukul, ditabuh, digoyang, digosok, atau tindakan lain yang membuat objek bergetar dengan suatu alat seperti tongkat, maupun dengan tangan kosong. Perkusi sendiri merupakan alat musik bantu pertama yang diciptakan manusia (Supangat, 2014).

Ada fenomena kesenian yang menarik di Salatiga yaitu kesenian Drumblek, tepatnya di Desa Pancuran, Kutowinangun, Tingkir, Kota Salatiga. Jenis musik ini memang bukan dikategorikan kedalam alat musik pada umumnya, karena berasal dari barang-barang bekas seperti *tong*, *blek*, *bambu* sebagai alat musiknya. Melalui inovasi, kreasi dan kreativitas oleh salah satu warga Pancuran, barang-barang bekas tersebut bisa dijadikan alat musik yang unik layaknya alat musik konvensional.

Berdasarkan sejarah awal permulaan terbentuknya drumblek pada tahun 1986 yang mencetuskan adalah salah satu warga Desa Pancuran yang bernama Didik Subiantoro Masuri. Ide tersebut bukan semata-mata muncul begitu saja, karena pada saat hari ulang tahun Republik Indonesia (HUT RI) yaitu pada 17 agustus, banyak diselenggarakan acara-acara kesenian di Kota Salatiga. Ide kreatif dari Didik Subiantoro karena ada keinginan membuat kelompok musik *Drum Band*, namun dengan alasan dana yang minim, sehingga terpikirlah oleh Didik untuk *me-recycle* barang-barang bekas yang masih layak pakai dan dijadikan alat musik.

Acara-acara yang dimaksud adalah seperti karnaval, pawai, dan festival budaya. Saat itu drumblek hadir untuk pertama kalinya pada acara karnaval. Hal tersebut sebagai wujud apresiasi terhadap bangsa melalui kesenian rakyat yang digagas oleh Didik Subiantoro. Kesenian rakyat merupakan kesenian yang lahir dari rakyat, dikembangkan oleh rakyat dan dikonsumsi oleh rakyat (Susilo, 1999: 7). Seperti halnya kesenian drumblek Gempar yaitu singkatan dari (Generasi Muda Pancuran) karena berasal dari Desa Pancuran Kota Salatiga.

Kesenian drumblek merupakan seni musik dalam bentuk perkusi yang alat musiknya berasal dari barang-barang bekas seperti *drum* dan *blek*. *Drum* adalah tong plastik besar, sedangkan *blek* merupakan adopsi dari kata *blikje* dalam bahasa Belanda yang berarti kaleng, tetapi orang Jawa lebih fasih mengucapkan dengan kata *blek* (Eddy Supangat, 2013: 31). Alat musik yang digunakan yaitu meliputi *tong* besar sebagai bass, *tong* sedang sebagai *floor* pada drum, *tong* kecil sebagai *conga*, bambu sebagai kentongan, *trio tom*, dan juga *ballyra* sebagai pembawa melodi, dari keseluruhan tersebut membentuk satu kesatuan musik yang harmoni. Setiap alat musik memiliki karakter yang berbeda dan setiap register yang terdapat pada alat musik pun memiliki karakter pula (Sarjina Zamzahah, 2000: 97).

Kesenian drumblek hampir menyerupai kelompok musik *marching band* dan juga *drum band* yang membedakan bila drumblek memakai barang-barang bekas sebagai media alat musiknya. Kelompok musik ini lebih difokuskan sebagai musik untuk ruang terbuka, baik

tanah lapang ataupun musik yang dimainkan dengan cara berjalan seperti *marching band* dan *drum band* (Banu, 2003:181).

Kelompok musik ini pada awal berdiri diberi nama *Drum Band* Tinggal Kandas, kemudian berganti nama menjadi drumblek Gempar yaitu singkatan dari (Generasi Muda Pancuran) dan berpusat kegiatan di Desa Pancuran Kota Salatiga. Seiring berjalannya waktu ada penambahan alat musik yang digunakan oleh drumblek Gempar diantaranya, *trio tom*, *glockenspiel* dan juga *ballyra* sebagai pembawa melodinya.

Kelompok musik perkusi drumblek Gempar dalam pementasannya melibatkan seluruh warga Desa Pancuran sebagai personelnya. Personel didominasi oleh kaum pria yang berusia 16 sampai 25 tahun, kemudian jumlah keseluruhan personel itu sendiri berkisar antara 200 sampai 250 orang. Setiap pertunjukannya kelompok musik perkusi drumblek Gempar memakai kostum yang menarik, unik, dan nyentrik dengan berbagai aksesoris, juga menerapkan beberapa formasi koreografi oleh seluruh personelnya, kemudian penari yang merangkap sebagai *colour guard* atau pembawa bendera pada setiap pertunjukannya, dan tak lupa mayoret yang bertugas untuk memberikan suatu kode kepada seluruh personel musik perkusi drumblek Gempar tersebut. Setiap pertunjukannya pasti akan menarik perhatian semua orang untuk melihat kemeriahan serta kehebohan musik perkusi drumblek.

Materi musik yang disajikan yakni berbentuk aransemen musik perkusi dengan memiliki banyak variasi *beat* dan *singkopasi* yang dimainkan layaknya instrumen musik pada *drum*. Perlu diketahui, bahwa sebagai alat musik, *drum* adalah alat tabuhan yang paling tua di dunia (Hardjana, 2004: 266). Dimainkan mulai dari bertempo lambat hingga bertempo cepat. Lagu-lagu yang dimainkan sangat bervariasi mulai dari lagu kebangsaan atau nasional, lagu langgam Jawa, sampai pada lagu band yang bernuansa cinta dan masih banyak lagi.

Drumblek Gempar memiliki segudang prestasi yang pernah diraih, seperti mengisi acara HUT RI, *Kedungsepur* (Kendal, Demak, Ungaran, Semarang, Salatiga, dan Purwodadi), pawai budaya Salatiga *Lawasan* yang digelar oleh komunitas kampung Salatiga, HUT BRI, kampanye partai politik, berbagai festival drumblek yang ada di Salatiga. Pada skala nasional, drumblek antara lain pernah tampil pada saat peringatan hari HAM Internasional di Jakarta beberapa tahun lalu (Eddy Supangat, 2014). Dengan segala keterbatasan mereka memilih kostum dengan atasan putih, bawahan hitam yang dibalut dengan kain/jarit dengan aneka motif, dan *theklek* atau bakiak sebagai alas kaki. Ciri yang terakhir ini telah mengantarkan mereka meraih penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) untuk kategori pawai menggunakan *theklek* dengan peserta terbanyak (Eddy Supangat, 2014: 16).

Sejak awal terbentuknya drumblek yang bermula pada kelompok drumblek Gempar di Desa pancuran Kota Salatiga, kini sudah banyak grup-grup atau kelompok-kelompok musik drumblek yang banyak bermunculan di Kota Salatiga dan sekitarnya. Seperti hal virus yang dengan sangat cepat menyebarkan virus drumblek kepada setiap RT, kecamatan, kelurahan, atau antardesa yang ada di Salatiga dan sekitarnya.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan, dari sebuah paguyuban yaitu PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) hingga kini yang terdaftar sekitar 92 kelompok drumblek dan yang belum terdaftar dirasa masih sangat banyak. PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) adalah sebuah paguyuban khususnya untuk menaungi kelompok-kelompok musik perkusi drumblek guna untuk memberikan suatu informasi terkait agenda-agenda, *event*, dan kegiatan

yang berkaitan dengan drumblek. Berikut kelompok musik perkusi drumblek yang terdata pada PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga).

Perlu diketahui muncul atau terbentuknya PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) karena adanya problematika oleh banyak pihak pendiri drumblek yang tidak lain diketuai oleh mantan pemain drumblek Gempar yang bernama Muhammad Edi Kurniawan atau dengan nama panggilan akrab oleh anak-anak drumblek yaitu Wawan. PDS juga masih sangat erat kaitannya oleh kelompok musik drumblek Gempar.

PDS masih terbilang baru didirikan sekitar 1 tahun lebih yaitu tepatnya pada tanggal 21 Februari 2016 PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) hadir karena inisiatif dari 25 tim yang berasal dari berbagai kelompok musik drumblek yang ada di Salatiga terutama dari drumblek Pancuran yaitu Gempar. Adanya paguyuban ini dibentuk karena ingin menambah *sedulur* (saudara), berbagi ilmu, tukar pengalaman, mengadakan agenda-agenda terkait drumblek, dan menstandarisasi nilai dalam hal ini pada saat perlombaan. Oleh karena banyaknya festival atau lomba musik drumblek dengan sistem penilaian yang kurang efektif, sehingga PDS hadir sebagai penengah yang bisa sekaligus memberi masukan dan solusi kepada penyelenggara acara terkait perlombaan dan sistem penilaian yang baik (wawancara pada tanggal 30 Januari 2017, Muhammad Edi Kurniawan, ketua PDS).

Selain menjadi kelompok drumblek yang paling senior dan dituakan, drumblek Gempar merupakan yang menjadi pelopor kelompok musik perkusi ini dihadirkan. Sebagai wujud hormat kepada drumblek Gempar, patut mendapatkan apresiasi yang baik sebagai pendiri awal terbentuknya musik perkusi drumblek.

## **Teori Strategi**

Menurut Rangkuti (2014) Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep mengenai strategi terus berkembang.

## **Teori Pengelolaan**

Pengelolaan sendiri artinya upaya untuk mengatur aktivitas berdasarkan konsep dan prinsip yang lebih efektif, efisien dan produktif dengan diawali penentuan strategi dan perencanaan (Rohani, 2010: 156).

## **Konsep Penelitian**

Menurut (David, 2010: 213) proses manajemen strategi terdiri atas 3 tahapan yaitu sebagai berikut:

### **1. Perumusan Strategi**

Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternative, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

### **2. Penerapan Strategi**

Penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi-strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan.

### 3. Penilaian Strategi

Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategi. Manajer harus tahu kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik; penilaian atau evaluasi strategi merupakan cara utama untuk memperoleh informasi semacam ini. Semua strategi terbuka untuk dimodifikasi di masa yang akan datang karena berbagai faktor eksternal dan internal terus menerus berubah. Empat aktivitas paling mendasar dari penilaian strategi adalah sebagai berikut:

1. Peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini.
2. Pengukuran kinerja.
3. Pengambilan langkah korektif.
4. Penilaian strategi diperlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak selalu berhasil nanti. Keberhasilan senantiasa menciptakan persoalan baru dan berbeda; organisasi yang mudah berpuas diri akan mengalami kegagalan.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT atau analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi. Analisis ini mengharuskan para manajer strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, di samping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. SWOT adalah akronim untuk *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* dari organisasi yang semuanya merupakan faktor-faktor strategis. Analisis SWOT harus mengidentifikasi kompetensi langka perusahaan, yaitu keahlian tertentu dan sumber-sumber yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dan cara unggul yang mereka gunakan. Penggunaan kompetensi langka perusahaan secara tepat akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Hunger, dkk, 2003: 193).

### Metode Penelitian

#### a. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan Analisis SWOT. Sebelum melakukan analisis SWOT yaitu dilakukannya cara-cara sebagai berikut yaitu pengamatan langsung (observasi) untuk memperoleh fakta yang sah dan dapat dipertanggungjawabkan, angket atau kuesioner dari variabel SWOT yang diisi oleh responden, wawancara terhadap sumber primer, serta studi kepustakaan.

#### b. Lingkup Penelitian

Lokasi Penelitian di Salatiga, yaitu tepatnya di Desa Pancuran, Kutowinangun, Tingkir, Kota Salatiga. Objek dalam penelitian ini yaitu kelompok musik perkusi Drumblek Gempar. Subjek penelitian ada 8 responden.

#### c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dari berbagai hal yang diamati peneliti selama berada di lokasi. Peneliti mengumpulkan catatan lapangan pertama dengan

mengamati sebagai *outsider* dan kemudian masuk ke dalam lingkungan penelitian dan mengamati sebagai *insider*. Angket (kuesioner), yakni dengan melalui daftar pertanyaan berdasarkan variabel penelitian SWOT yang diisi oleh responden. Wawancara ditujukan kepada subjek/informan yang diyakini sebagai individu yang memahami dan mengerti tentang kesenian drumblek Gempar. Sehingga apa yang dinyatakan oleh subjek/informan adalah sebuah kebenaran dan dapat dipercaya. Wawancara menggunakan panduan wawancara yang sifatnya semi terstruktur dalam artian pertanyaan yang telah disusun dapat di modifikasi urutan serta kalimatnya sesuai dengan alur pembahasan dalam wawancara. Dokumentasi merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan data sekunder dengan cara mempelajari dan mencatat arsip-arsip dari berbagai publikasi, laporan, buku, literatur, majalah, jurnal, dan makalah yang mendukung penelitian ini.

## Hasil dan Pembahasan

### Kondisi Drumblek Saat Ini

Bila dilihat dari tahun ketahun drumblek semakin hari semakin banyak bermunculan dan berkembang dimana-mana. Berawal dari Desa Pancuran, Kutowinangun, Tingkir, Kota Salatiga yang kini sudah merambah disekitaran Kota Salatiga yang masuk kedalam wilayah Kabupaten Semarang. Perlahan tapi pasti, drumblek yang diprakarsai oleh Didik Subiantoro ini belakangan semakin memikat warga yang ada di Salatiga dan sekitarnya. Awalnya hanya di tingkat kelurahan saja, namun dalam sepuluh tahun terakhir ini hampir seluruh kampung memiliki kelompok drumblek. Bahkan dalam satu RT memiliki lebih dari satu kelompok Drumblek.

### Identifikasi Stakeholder

Peneliti telah mengidentifikasi bahwa *stakeholder* kesenian drumblek yang ada di Salatiga dan sekitarnya adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Salatiga.
2. Ketua kelompok drumblek Gempar
3. Penanggung jawab kelompok drumblek Gempar
4. Ketua kelompok drumblek Gareng
5. Ketua kelompok drumblek Noah
6. Ketua PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga)
7. Penikmat dan pemain drumblek

### Variabel SWOT

#### Kekuatan

- Drumblek Gempar adalah kelompok yang pertama kali mencetuskan adanya kesenian musik perkusi drumblek di Salatiga
- Menjadi ikon atau kiblat bagi kelompok-kelompok drumblek lainnya
- Mendapat penghargaan dari MURI (museum rekor Indonesia)
- Memiliki anggota paling banyak yaitu 250 orang

- Drumblek Gempar merupakan drumblek tertua di Salatiga

#### **Kelemahan**

- Latihan yang hanya dipersiapkan bila ada event
- Mayoritas personel bukan berlatar belakang akademisi music
- Sulit membagi waktu oleh anggota yang bekerja dan sekolah
- Belum memiliki hak paten di Salatiga sehingga mengindikasikan dapat digunakan oleh daerah lain
- Alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas

#### **Peluang**

- Sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek
- Menjadi kampung wisata kesenian drumblek
- Semakin banyak penggemar
- Semakin banyak *mentoring* kelompok drumblek lain
- Semakin banyak dukungan dari Pemerintah

#### **Ancaman**

- Belum adanya lembaga resmi yang menaungi Drumblek
- Kelompok drumblek lain

#### **Tahap Masukan**

Melalui penyebaran kuesioner yang diberikan kepada beberapa responden, kemudian diperoleh data yang disajikan melalui beberapa tabel. Analisis internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh drumblek Gempar. Analisis ini disajikan dalam matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan analisis eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh drumblek Gempar. Secara ringkas disajikan dalam matriks External Factor Evaluation (EFE).

#### **Penilaian bobot faktor internal kekuatan dan kelemahan**

Faktor Internal	Jarwadi	Suwarno	Slamet	Wawan	Ryan	Iwan	Adi	Fauzy	Rata-Rata
A	0,139	0,105	0,105	0,138	0,138	0,138	0,134	0,067	0,117
B	0,139	0,105	0,105	0,138	0,138	0,189	0,134	0,067	0,111
C	0,061	0,105	0,105	0,094	0,094	0,189	0,134	0,067	0,096
D	0,094	0,105	0,105	0,094	0,094	0,138	0,106	0,094	0,106
E	0,139	0,105	0,105	0,038	0,038	0,138	0,134	0,145	0,127
F	0,050	0,105	0,105	0,05	0,05	0,089	0,061	0,116	0,086
G	0,089	0,105	0,105	0,094	0,094	0,089	0,055	0,116	0,096
H	0,094	0,105	0,105	0,094	0,094	0,089	0,055	0,116	0,069
I	0,094	0,105	0,105	0,094	0,094	0,089	0,100	0,145	0,099
J	0,094	0,105	0,105	0,061	0,061	0,05	0,083	0,067	0,079
<b>TOTAL</b>									<b>1,000</b>

Tabel di atas menunjukkan, bahwa faktor internal pengelolaan musik drumblek Gempar di Salatiga yang memiliki bobot tertinggi adalah drumblek tertua yang ada di Salatiga.

### Penilaian bobot faktor eksternal peluang dan ancaman

Faktor Eksternal	Jarwadi	Suwarno	Slamet	Wawan	Ryan	Iwan	Adi	Fauzy	Rata-Rata
A	0,214	0,154	0,142	0,142	0,167	0,167	0,182	0,190	0,172
B	0,107	0,154	0,142	0,142	0,167	0,167	0,182	0,190	0,148
C	0,167	0,154	0,142	0,142	0,167	0,167	0,182	0,119	0,157
D	0,167	0,154	0,142	0,142	0,167	0,167	0,121	0,71	0,144
E	0,167	0,154	0,142	0,142	0,095	0,095	0,182	0,119	0,138
F	0,071	0,071	0,142	0,142	0,071	0,071	0,073	0,190	0,108
G	0,107	0,054	0,142	0,142	0,167	0,167	0,073	0,119	0,126
TOTAL									1,000

Tabel di atas menunjukkan, bahwa faktor eksternal pengelolaan musik perkusi drumblek Gempar di Salatiga yang memiliki bobot tertinggi adalah sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek.

### Hasil analisis Matriks IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Drumblek Gempar adalah kelompok yang pertama kali mencetuskan adanya kesenian musik perkusi drumblek di Salatiga	0,117	3,5	0,409
B	Menjadi ikon atau kiblat bagi kelompok-kelompok drumblek lainnya	0,111	3,3	0,366
C	Mendapat penghargaan dari MURI (museum rekor Indonesia)	0,096	3,0	0,288
D	Memiliki anggota personil paling banyak yaitu mencapai 250 orang	0,106	3,1	0,328
E	Drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga	0,127	3,8	0,482
F	Latihan yang hanya dipersiapkan bila ada event	0,086	2,5	0,288
G	Mayoritas personil bukan berlatar belakang akademisi musik	0,096	3,0	0,186
H	Sulit membagi waktu oleh anggota yang bekerja dan sekolah	0,069	2,7	0,306
I	Belum memiliki hak paten di Salatiga sehingga mengindikasikan dapat digunakan oleh daerah lain	0,099	3,1	0,158
J	Alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas	0,079	2,0	0,215
TOTAL		1,000	30	3,026

Pada tabel IFE di atas memberikan hasil analisis matriks IFE yaitu bobot skor tertinggi adalah drumblek tertua yang ada di Salatiga sebesar 0.482. Sedangkan yang terendah adalah alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas sebesar 0.158.

**Hasil analisis Matriks EFE**

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui Kesenian drumblek	0,172	2,2	0,378
B	Menjadi kampung wisata kesenian drumblek	0,148	2,5	0,37
C	Semakin banyak penggemar	0,157	2,2	0,345
D	Semakin banyak <i>mentoring</i> kelompok drumblek lain	0,144	2,5	0,36
E	Semakin banyak dukungan dari Pemerintah	0,138	2,2	0,303
F	Belum adanya lembaga resmi yang menangani drumblek	0,08	2,5	0,27
G	Kelompok drumblek lain	0,126	2,2	0,277
TOTAL		1,000	16,3	2,303

Hasil analisis matriks EFE pada tabel 17, bobot skor tertinggi dimiliki oleh indikator sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek yaitu dengan skor 0.378. Sedangkan bobot skor terendah adalah belum adanya lembaga resmi yang menaungi drumblek dengan skor 0.27.

**Tahap Pencocokan**

Hasil perhitungan di atas, diperoleh hasil IFE sebesar 3.026 dan EFE sebesar 2.303. Angka tersebut selanjutnya dapat menggambarkan posisi drumblek Gempar dalam strategi pengelolaan melalui matriks IE di kuadran IV.

**Matriks IE Pengelolaan Drumblek Gempar**

		Skor Total IFE			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4,03,0	2,0	1,0	
Skor Total RPR	Tinggi	3,0	I	II	III
	Menengah	2,0	IV	V	VI
	Rendah	1,0	VII	VIII	IX

Posisi drumblek Gempar dalam strategi pengelolaan melalui matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi IV. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal). Strategi umum

pada variabel peluang poin 1 yaitu sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek.

Tahap selanjutnya juga dilakukan pencocokan melalui KUADRAN ANALISIS SWOT untuk itu diperlukan bobot skor Faktor Internal dan bobot skor Faktor Eksternal. Bobot skor Faktor Internal diperoleh dari bobot skor Kekuatan dikurangi Kelemahan, sedangkan bobot skor Faktor Eksternal diperoleh dari peluang dikurangi Ancaman.

### Bobot skor kekuatan

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Drumblek Gempar adalah kelompok yang pertama kali mencetuskan adanya kesenian musik perkusi drumblek di Salatiga	0,117	3,5	0,409
B	Menjadi ikon atau kiblat bagi kelompok-kelompok drumblek lainnya	0,111	3,3	0,366
C	Mendapat penghargaan dari MURI (museum rekor Indonesia)	0,096	3,0	0,288
D	Memiliki anggota personal paling banyak yaitu mencapai 250 orang	0,106	3,1	0,328
E	Drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga	0,127	3,8	0,482
<b>TOTAL</b>				<b>1,873</b>

### Bobot skor kelemahan

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Latihan yang hanya dipersiapkan bila ada event	0,086	2,5	0,215
B	Mayoritas personil bukan berlatar belakang adademisi musik	0,096	3,0	0,288
C	Sulit membagi waktu oleh anggota yang bekerja dan sekolah	0,069	2,7	0,186
D	Belum memiliki hak paten di Salatiga sehingga mengindikasikan dapat digunakan oleh daerah lain	0,099	3,1	0,306
E	Alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas	0,079	2,0	0,158
<b>TOTAL</b>				<b>1,153</b>

Bobot skor Faktor Internal

Kekuatan – Kelemahan

$$1.873 - 1.153 = 0.72$$

No	Peluang	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek	0,172	2,2	0,378
B	Menjadi kampung wisata kesenian drumblek	0,148	2,5	0,37
C	Semakin banyak penggemar	0,157	2,2	0,345
D	Semakin banyak entoring kelompok drumblek lain	0,144	3,5	0,36
E	Semakin banyak dukungan dari Pemerintah	0,138	2,2	0,303
TOTAL				1,756

**Tabel 22. Bobot Skor Peluang**

No	Ancaman	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	Belum adanya lembaga resmi yang menaungi drumblek	0,108	2,5	0,27
B	Kelompok drumblek lain	0,126	2,2	0,277
				0,547

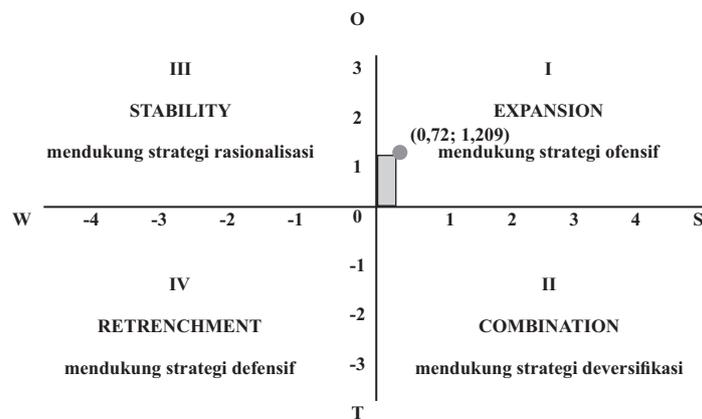
Bobot skor Faktor Eksternal

Peluang – Ancaman

$$1.756 - 0.547$$

$$= 1.209$$

Melalui perhitungan tersebut, maka diperoleh koordinat untuk kuadran analisis SWOT yaitu (0.72 – 1.209). Selanjutnya koordinat tersebut dapat digambarkan melalui kuadran analisis SWOT strategi pengelolaan drumblek Gempar.



**Gambar Kuadran Analisis Swot Drumblek Gempar**

Kuadran analisis SWOT drumblek Gempar menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih

peluang yang menguntungkan. Hal tersebut mengarah pada variabel kekuatan poin tertinggi yaitu Drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga. Lalu pada variabel peluang poin tertinggi yaitu sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek. Sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa strategi pengembangan pasar (*market development*) yaitu meningkatkan pangsa pasar, pengembangan produk (*product development*) yaitu mengembangkan produk yang sudah ada, dan penetrasi pasar (*market penetration*) meningkatkan pangsa pasar dalam hal ini usaha-usaha agar drumblek Gempar lebih dikenal secara luas, bukan hanya di Salatiga saja namun di luar Kota Salatiga bahkan luar pulau Jawa.

Selanjutnya adalah perumusan strategi-strategi melalui matriks SWOT yang diperoleh dengan memasangkan faktor-faktor eksternal dengan faktor-faktor internal. Dalam matriks SWOT diperlihatkan kesesuaian antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, matriks SWOT tersebut disajikan seperti pada tabel berikut.

**Tabel 22. Matriks SWOT Pengelolaan Drumblek Gempar di Salatiga**

<p><b>FAKTOR INTERNAL</b></p> <p><b>FAKTOR EKSTERNAL</b></p>	<p><b>Strong (S) Kekuatan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Drumblek Gempar adalah kelompok yang pertama kali mencetuskan adanya kesenian musik perkusi drumblek di Salatiga</li> <li>2. Menjadi ikon atau kiblat bagi kelompok-kelompok drumblek lainnya</li> <li>3. Mendapat penghargaan dari MURI (museum rekor Indonesia)</li> <li>4. Memiliki anggota personil paling banyak yaitu mencapai 250 orang</li> <li>5. Drumblek Gempar merupakan Drumblek tertua yang ada di Salatiga</li> </ol>	<p><b>Weakness (W) Kelemahan</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Latihan yang hanya dipersiapkan bila ada event</li> <li>2. Mayoritas personil bukan berlatar belakang akademisi musik</li> <li>3. Sulit membagi waktu oleh anggota yang bekerja dan sekolah</li> <li>4. Belum memiliki hak paten di Salatiga sehingga mengindikasikan dapat digunakan oleh daerah lain</li> <li>5. Alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas</li> </ol>
<p><b>Oportunity (O) Peluang</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian Drumblek</li> <li>2. Menjadi kampung wisata kesenian Drumblek</li> <li>3. Semakin banyak penggemar</li> <li>4. Semakin banyak <i>mentoring</i> drumblek lain</li> <li>5. Semakin banyak dukungan dari pemerintah</li> </ol>	<p><b>SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari Drumblek itu sendiri, kemudian di <i>publish</i> diseluruh Indonesia. (S1, S2, O1, O5)</li> <li>2. Melegalitaskan kesenian Drumblek agar bisa memiliki hak paten secara utuh dan sah bahwa Drumblek merupakan kesenian yang dimiliki oleh Kota Salatiga. (S1, S2, S5, O1, O2, O3)</li> <li>3. Memperluas area geografisnya sehingga tidak hanya pentas di Salatiga saja, namun bisa ke luar kota bahkan pulau. Sehingga sekalian mengenalkan bahwa Drumblek berasal dari Kota Salatiga dan dapat menjadi daya tarik wisatawan. (S1, S2, O1, O2, O5)</li> <li>4. Menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang</li> </ol>	<p><b>WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan trobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari Drumblek lainnya. (W5, O3)</li> <li>2. Menciptakan tim manajerial untuk mengelola Drumblek agar lebih terkontrol dengan baik. (W1, W3, W4)</li> <li>3. Perlunya SDM yang berkompeten dibidang seni musik untuk memberikan wawasan dan teori musik. (W2)</li> </ol>

	disesuaikan, kemudian pentas di cafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya diberbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya. (O5)	
<b>Threat (T) Ancaman</b>  1. Belum adanya lembaga resmi yang menaungi drumblek 2. Kelompok drumblek lain	<b>ST</b>  1. Perlunya peranan dari Pemerintah agar segera mengurus HAKI bahwa Drumblek adalah milik daerah Salatiga. (S1, T2) 2. PDS (paguyuban Drumblek Salaiga) harus segera mengurus format dan persyaratan paguyuban tersebut agar bisa menjadi lembaga yang resmi dari Pemerintah, sehingga Pemerintah dapat mengontrol secara langsung dan gamblang terkait Drumblek di Salatiga. (T1, S1)	<b>WT</b>  1. Selalu melibatkan Dinas atau Pemerintah setempat agar setiap gerak-gerik yang meraka lakukan dapat diarahkan dengan baik oleh Pemerintah atau Dinas tersebut. (W1,W2, T1)

### Tahap Keputusan

Hasil dari analisis matriks SWOT memberikan beberapa alternatif strategi yaitu:

SO 1) Menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari drumblek itu sendiri, kemudian di *publish* diseluruh Indonesia; 2) Melegalitaskan kesenian drumblek agar bisa memiliki HAKI secara utuh dan sah bahwa drumblek merupakan kesenian yang hanya dimiliki oleh Kota Salatiga; 3) Memperluas area geografinya sehingga tidak hanya pentas di Salatiga saja, namun bisa keluar kota bahkan pulau. Sehingga sekalian mengenalkan bahwa drumblek berasal dari Kota Salatiga dan dapat menjadi daya tarik wisatawan; 4) Menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang disesuaikan, kemudian pentas di kafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya di berbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya.

WO 1) Menciptakan terobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik, dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari drumblek lainnya; 2) Menciptakan tim manajerial untuk mengelola drumblek agar lebih terkontrol dengan baik; 3) Perlunya SDM yang berkompeten di bidang seni musik untuk memberikan wawasan dan teori musik.

ST 1) Perlunya peranan dari pemerintah agar segera mengurus HAKI bahwa drumblek adalah milik daerah Salatiga; 2) PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) harus segera mengurus format dan persyaratan paguyuban tersebut agar bisa menjadi lembaga yang resmi dari pemerintah, sehingga pemerintah dapat mengontrol secara langsung dan gamblang terkait drumblek di Salatiga.

WT 1) Selalu melibatkan dinas atau pemerintah setempat agar setiap gerak-gerik yang meraka lakukan dapat diarahkan dengan baik oleh pemerintah atau dinas tersebut.

Posisi drumblek Gempar dalam strategi pengelolaan melalui matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi IV. Strategi umum yang

dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal). Posisi tersebut mengarah pada strategi yaitu 1) Penetrasi Pasar: menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari drumblek itu sendiri, kemudian di-*publish* di seluruh Indonesia; 2) Pengembangan Produk: menciptakan terobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari drumblek lainnya; 3) Pengembangan Pasar: menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang disesuaikan, kemudian pentas di kafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya di berbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya.

## **Pembahasan**

Pada penelitian ini terlihat tahap pertama bahwa musik perkusi drumblek bukan lagi menjadi sebuah musik yang terdengar asing di telinga masyarakat, namun musik perkusi drumblek sudah seperti menjadi kebutuhan bagi seluruh masyarakat khususnya Kota Salatiga dan perbatasan Kota Salatiga yang masuk ke dalam wilayah Kabupaten Semarang. Terbukti dari banyaknya acara yang selalu melibatkan drumblek. Dalam hal ini, drumblek sudah menjadi bagian dari masyarakat. Walaupun terbilang musik yang terdengar gemuruh atau berisik di telinga, namun hal tersebut bukan lagi menjadi suatu masalah. Karena bila dilihat dari setiap pertunjukannya yang selalu membuat orang ingin melihat kehebohan, kelucuan, keunikan, kemeriahan dari pertunjukan musik drumblek selalu ditunggu-tunggu oleh semua kalangan dari anak-anak hingga dewasa bahkan lanjut usia. Dengan memiliki personel yang sangat banyak, tentunya tidaklah mudah dalam pengelolaannya dan terbukti sudah bertahan sejak tahun 1986 hingga kini tetap eksis di tengah hiruk-pikuk masyarakat Kota Salatiga dan sekitarnya.

Identifikasi tersebut kemudian dianalisis lingkungan internal maupun lingkungan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh organisasi dalam menjalankan misinya. Hasil analisis yang berupa kekuatan yaitu drumblek Gempar adalah kelompok yang pertama kali mencetuskan adanya kesenian musik perkusi drumblek di Salatiga; menjadi ikon atau kiblat bagi kelompok-kelompok drumblek lainnya; mendapat penghargaan dari MURI (Museum Rekor Indonesia); memiliki anggota personel paling banyak yaitu mencapai 250 orang; drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga. Kemudian analisis yang berupa kelemahan adalah latihan yang hanya dipersiapkan bila ada event; mayoritas personel bukan berlatar belakang akademisi musik; sulit membagi waktu oleh anggota yang bekerja dan sekolah; faktor cuaca mempengaruhi latihan; alat musik yang mudah rusak setiap latihan maupun pentas.

Analisis lingkungan eksternal yang memberikan gambaran peluang dan ancaman. Peluang yang ada adalah sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek; menjadi kampung wisata kesenian drumblek; menginspirasi kelompok lain; melatih beberapa kelompok drumblek lain; banyak mendapat tawaran pentas oleh dinas setempat, perusahaan,

kampus, ulah pribadi/grup drumblek, dan lain-lain. Sedangkan pada ancaman adalah belum adanya lembaga resmi yang menaungi drumblek; belum memiliki hak paten di Salatiga sehingga mengindikasikan dapat digunakan oleh daerah lain.

## Strategi Menurut Matriks IE

Keadaan musik perkusi drumblek Gempar di Salatiga dalam strategi pengelolaan melalui matriks IE menunjukkan *Growth and Build* (tumbuh dan bina) karena berada pada posisi IV. Strategi umum yang dipakai adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk atau integrasi (integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal).

Penetrasi Pasar: menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari drumblek itu sendiri, kemudian di *publish* di seluruh Indonesia. Agar semua orang tahu lalu bisa menarik konsumen yang menginginkan drumblek.

Pengembangan Produk: menciptakan terobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari drumblek lainnya.

Pengembangan Pasar: menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang disesuaikan, kemudian pentas di kafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya di berbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya.

## Strategi pada Kuadran Analisis SWOT

Kuadran analisis SWOT drumblek Gempar menunjukkan posisinya berada pada kuadran I yaitu bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Hal tersebut mengarah pada variabel kekuatan poin tertinggi yaitu drumblek Gempar merupakan drumblek tertua yang ada di Salatiga. Lalu pada variabel peluang poin tertinggi yaitu sebagai daya tarik Kota Salatiga melalui kesenian drumblek.

Sehingga diperlukan pemilihan strategi yang berupa strategi pengembangan pasar (*market development*) yaitu meningkatkan pangsa pasar, pengembangan produk (*product development*) yaitu mengembangkan produk yang sudah ada, dan penetrasi pasar (*market penetration*) meningkatkan pangsa pasar dalam hal ini usaha-usaha agar drumblek Gempar lebih dikenal secara luas, bukan hanya di Salatiga saja namun di luar Kota Salatiga bahkan luar pulau Jawa. Menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari drumblek itu sendiri, kemudian di-*publish* di seluruh Indonesia (SO). Memperluas area geografisnya sehingga tidak hanya pentas di Salatiga saja, namun bisa ke luar kota bahkan pulau. Sehingga sekaligus mengenalkan bahwa drumblek berasal dari Kota Salatiga dan dapat menjadi daya tarik wisatawan (SO). Menciptakan terobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari drumblek lainnya (WO).

### Strategi-Strategi Lainnya

Strategi-strategi berdasarkan MATRIKS SWOT yang dapat diterapkan lainnya sebagai berikut:

- a. Menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang disesuaikan, kemudian pentas di kafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya diberbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya.
- b. Menciptakan tim manajerial untuk mengelola drumblek agar lebih terkontrol dengan baik.
- c. Perlunya SDM yang berkompeten di bidang seni musik untuk memberikan wawasan dan teori musik.
- d. Melegalitaskan kesenian drumblek agar bisa memiliki hak paten secara utuh dan sah bahwa drumblek merupakan kesenian yang hanya dimiliki oleh Kota Salatiga.
- e. Perlunya peranan dari Pemerintah agar segera mengurus HAKI bahwa drumblek adalah milik daerah Salatiga.
- f. PDS (Paguyuban Drumblek Salatiga) harus segera mengurus format dan persyaratan paguyuban tersebut agar bisa menjadi lembaga yang resmi dari pemerintah, sehingga pemerintah dapat mengontrol secara langsung dan gamblang terkait drumblek di Salatiga.
- g. Selalu melibatkan dinas atau pemerintah setempat agar setiap gerak-gerik yang mereka lakukan dapat diarahkan dengan baik oleh pemerintah atau dinas tersebut.

### Kesimpulan

Kelompok musik perkusi drumblek Gempar dalam pengelolaan menggunakan Strategi Stabilitas yaitu menekankan tidak bertambahnya produk, pasar, dan fungsi-fungsi usaha/bisnis/perusahaan. Kemudian dalam sistem organisasinya mereka hanya menerapkan Organisasi Sederhana yaitu tidak memiliki bermacam-macam kegiatan, hanya terdiri dari atasan/manajer/karyawan atau anggota organisasi.

Tujuan utama penelitian adalah untuk mengembangkan strategi pengelolaan pada kelompok musik perkusi drumblek Gempar di Salatiga. Peneliti mengindikasikan bahwa berdasarkan matriks IE (*internal eksternal*) menunjukkan bahwa drumblek Gempar berada pada posisi *Growth and Build* (tumbuh dan bina), selanjutnya berdasarkan Kuadran Analisis SWOT ada pada posisi *Expansion*.

Berdasarkan posisi tersebut di atas, maka strategi drumblek Gempar yang menjadi prioritas untuk segera dilakukan adalah:

- Penetrasi Pasar: menciptakan pangsa pasar dengan melakukan upaya pemasaran seperti membuat poster, spanduk, baliho, sampai pada iklan yang unik dan kreatif yang menonjolkan identitas dari drumblek kemudian di *publish* di seluruh Indonesia.
- Pengembangan Produk: menciptakan terobosan baru berupa pembaruan alat musik yang lebih awet, tidak cepat rusak, unik dan kreatif lagi, seperti memodifikasi alat yang sudah ada maupun yang baru, agar lebih unggul dan jauh berbeda dari drumblek lainnya.

- Pengembangan Pasar: menambah segmentasi pasarnya, misalnya dengan format yang disesuaikan, kemudian pentas di kafe secara reguler, acara perpisahan di sekolah, pentas seni dan budaya di berbagai daerah, acara pernikahan, ulang tahun, kampus, perusahaan dan seterusnya.

## Kepustakaan

- Banu Pono. 2003. *Kamus Musik*. Yogyakarta: Kanisius.
- Dalem, Anak Agung Gde Raka. 2015. *Pengelolaan Lingkungan Berbasis Kearifan Lokal: Studi Kasus di Bali*. Universitas Udayana Bali.
- David, Fred. 2005. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hunger, J. David., & Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Hardjana, Suka. 2004. *Esai dan Kritik Musik*. Yogyakarta: Galang Press.
- Kampoeng Salatiga. 2013. *Drumblek dari Salatiga untuk Dunia*. Salatiga: Kampoeng Salatiga.
- Kartawijaya, Tasrif, Ardani, Eddy Hamka, Didin Komarudin, Arinto Kuncoro Jati, Imanuel M.Thenu, Suri Purnama Febri, Iwan Dirwana, Soraya Gigentika, Stylija Johannes, Kaharuddin Sholeh, Buletin PSP, 2011. *Jurnal Ilmiah Analisis Tingkat Keramahan Lingkungan Alat Tangkap Trammel Net di Teluk Pelabuhan Ratu*.
- Kinncar T. C., & Taylor J. R. 1991. *Marketing Research an Applied Approach*. Amerika: Mc Graw Hill.
- Murgiyanto, Sal. 1985. *Manajemen Pertunjukan*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum.
- Sutiyono. 2010. *Manajemen Seni Pertunjukan Kraton Yogyakarta sebagai Penanggulangan Krisis Pariwisata Budaya*. Jurnal Bahasa dan Sastra Vol.38 No 2, Fakultas Bahasa dan Seni UNY, Yogyakarta.
- Suhartini. 2009. *Kajian Kearifan Lokal Masyarakat dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. Jurnal Ilmiah, Jurusan Pendidikan Biologi FMIPA Universitas Negeri Yogyakarta.
- Supangat, Eddy. 2014. *Drumblek Seni Budaya Asli Salatiga*. Salatiga: Kantor Perpustakaan Arsip Daerah Kota Salatiga.