



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 5431-5437

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Analisis Strategi Pengembangan Usaha Penyewaan Sound System Pada Ind Poduction

Ayu Isnaini, Yuli Kurniawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Indonesia

[ayuisnaini999@gmail.com](mailto:ayuisnaini999@gmail.com), [yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id](mailto:yuli.kurniawati@stiemahardhika.ac.id)

### **Abstrak**

*Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis upaya IND Production (perusahaan) dalam meluncurkan bisnis penyewaan sistem suara dari berbagai aspek: kekuatan perusahaan, kelemahan, dan risiko yang mungkin dihadapi. Selain itu, untuk mengatasi semua masalah yang muncul, penelitian ini berusaha mengusulkan beberapa pendekatan. Strategi penelitian deskriptif kualitatif digunakan, dengan data dikumpulkan melalui metode seperti wawancara mendalam dengan pemilik IND Production dan pengamatan langsung di lokasi perusahaan. Informasi yang digunakan untuk analisis diperoleh dari sumber pertama, yang dikumpulkan melalui wawancara dan observasi dengan eksekutif perusahaan. Berdasarkan temuan penelitian ini, usaha baru di industri penyewaan sistem suara perlu inovatif dalam strategi pemasaran dan layanan pelanggan, efisien dalam manajemen waktu untuk menghindari konflik jadwal antara pelanggan dan peralatan yang digunakan, serta terorganisir dengan baik dalam pencatatan keuangan.*

**Kata Kunci :** Strategi, Pengembangan, Usaha

### **1. Latar Belakang**

Sound system merupakan salah satu elemen paling peting dalam keberhasilan sebuah konser atau pertunjukan. Baik itu konser musik, teater, atau acara seni lainnya, kualitas suara yang dihasilkan sangat memengaruhi pengalaman penonton. Sound system yang baik bukan hanya soal memperbesar suara, tetapi juga memastikan setiap nada, instrumen, dan suara terdengar dengan jelas dan seimbang. Usaha bisnis **IND Production** merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang penyewaan (rental) sound system dan berlokasi di Jalan Satria, Sedati. Usaha ini berusaha secara konsisten untuk menyajikan pelayanan terbaik bagi seluruh pelanggan. melalui penyediaan peralatan audio yang berkualitas serta pelayanan yang profesional. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan praktis dan profesional, terutama dalam penyelenggaraan berbagai jenis acara seperti pernikahan, seminar, konser musik, event perusahaan, hingga kegiatan sosial. Salah satu komponen penting dalam mendukung kesuksesan suatu acara adalah ketersediaan sistem tata suara atau sound system yang memadai. Dengan kualitas suara yang jernih dan sistem audio yang stabil sangat berpengaruh terhadap kenyamanan peserta dan keberhasilan jalannya acara. Hal ini membuka peluang usaha bagi para pelaku di bidang jasa, khususnya usaha rental sound system. Penelitian ini menjelaskan tentang Analisis Strategi Pengembangan Penyewaan Sound System Pada IND Poduction.

Menurut Ahmad (2020:2), strategi dapat diartikan sebagai pedoman umum atau arah kebijakan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut, Fatimah dan Tyas (2020) menyatakan bahwa strategi merupakan alat yang digunakan untuk memperoleh keunggulan bersaing dalam suatu kegiatan atau usaha.

Pengembangan usaha merupakan proses analitis yang mencakup identifikasi peluang pertumbuhan, pemberian dukungan, serta pemantauan terhadap pelaksanaan potensi pengembangan, namun tidak mencakup pengambilan keputusan strategis maupun implementasinya. Dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM), faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan usaha sangat bergantung pada kondisi aktual UKM itu sendiri. Daya saing UKM ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam menghasilkan produk yang unggul dari segi mutu, harga, dan desain, serta oleh lingkungan eksternal yang mendukung iklim usaha yang sehat. Sementara itu, bagi perusahaan berskala besar, khususnya di sektor industri teknologi, pengembangan usaha sering kali diartikan sebagai upaya membangun dan mengelola hubungan strategis serta aliansi bisnis dengan pihak lain guna memperluas jangkauan dan kapabilitas usaha.

Usaha rental sound system memanfaatkan kebutuhan tersebut dengan menyediakan berbagai peralatan audio profesional, seperti speaker aktif, mixer, mikrofon, dan amplifier. Dengan menawarkan layanan penyewaan, instalasi, hingga pendampingan teknis selama acara, usaha ini dapat memperoleh penghasilan dari setiap proyek atau event yang dilayani. Semakin sering alat digunakan dan semakin besar skala acaranya, maka potensi pendapatan juga semakin tinggi. Namun dalam menjalankan usaha ini, Tentunya usaha penyewaan ini mengalami berbagai kendala yang dihadapi, salah satunya yaitu pendapatan yang diperoleh cenderung terkendala dalam mengalami peningkatan yang signifikan bahkan terkadang mengalami penurunan yang disebabkan karena munculnya beberapa pesaing baru yang menjalankan usaha serupa. Kondisi ini menuntut pemilik usaha berupaya menemukan solusi atas kondisi persaingan yang semakin meningkat dan menjadi ancaman bagi kelangsungan usaha sekaligus sebagai upaya Strategi pengembangan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apa saja aspek yang menjadi keunggulan, kekurangan, dan risiko ancaman yang dihadapi oleh IND Production dalam mengembangkan usaha penyewaan sound system? dan Strategi alternatif apa yang dapat diterapkan oleh IND Production untuk mengatasi permasalahan yang ada dan mendukung pengembangan usahanya?

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh usaha IND Production, penelitian ini bertujuan untuk:

Menganalisis unsur-unsur yang menjadi keunggulan, keterbatasan, serta risiko dalam pengembangan usaha penyewaan sound system oleh IND Production. dan Menyusun berbagai opsi strategi yang bisa diimplementasikan untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi sekaligus mendorong pengembangan usaha secara berkelanjutan.

## 1. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, para peneliti menggunakan pendekatan kualitatif untuk mempelajari cara terbaik dalam membangun perusahaan yang dapat mencapai target penjualan dan keuntungan. Tahap pertama dari penelitian kami adalah mengunjungi secara langsung lokasi perusahaan penyewaan sistem suara dan mengamati operasional mereka. Selain melakukan observasi mendalam, analisis literatur juga dilakukan untuk mengumpulkan sumber-sumber dan hipotesis yang relevan untuk penelitian. Temuan dari wawancara mendalam dengan pemilik perusahaan merupakan sebagian besar data primer dalam studi ini. Untuk membantu memilih strategi dalam mengatasi kesulitan yang ada, peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi dan mendefinisikan masalah tersebut. Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan dari analisis data yang telah dilakukan. Penetapan tujuan dan batasan penelitian sebelumnya menjadi dasar dalam formulasi hasil ini.

### 2.1. Tabel

Tabel 1. harga dan spek yang kami tawarkan

HARGA	SPEK	KWH
1.3jt	2 tripod,1 monitor	1.000kwh
1.5jt	2 tripod,2 monitor,mixer, 2 mic warless dan 2 mic cable	2.000kwh
2 jt	2 tripod, 2 sub, 4 unit monitor, 2 warless, mic kabel menyesuaikan dan mixer	3.000kwh
3jt	2 speaker SR 2x15 single tweter,2 sub, 4 monitor 2 warless dan mic kabel menyesuaikan	5.000kwh
4jt	mixer4 Sub Single,4 Speaker SR 2x15,4 monitor,2 wireless dan Mic kabel menyesuaikan	8.000kwh

Extra Sewa	
700rb	Drum elektrik Yamaha Dtx
1,3jt	Drum akustik Yamaha EBONY
950rb	Drum akustik Tama Silver Star BOP kit

### 3. Hasil dan Diskusi

Berdasarkan observasi dan wawancara, diperoleh indikator yang mencerminkan faktor internal dan eksternal, yang menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam perumusan strategi pengembangan bisnis.

#### 3.1.1. *Identifikasi Faktor Internal*

##### 3.1 Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia yang dimiliki usaha sound system IND Production telah sesuai dengan keahlian dan kapasitas yang dibutuhkan. Tenaga kerja yang kompeten dan berpengalaman ini berperan penting dalam menunjang operasional usaha serta memastikan layanan yang optimal bagi pelanggan. Tenaga kerja yang ada pada usaha ini terbagi dari, owner, asisten owner, crew, dan bagian yang mengantarkan sound system. Pada penilaian Sumber Daya Manusia terdapat satu indikator yang berpengaruh pada sound system pada IND Production sebagai berikut :

##### Pelayanan dengan konsumen (Kekuatan)

Pelanggan yang menyewa sound system pada IND Production di layani oleh asisten owner yang ramah dan juga bisa menjelaskan produk dengan baik kepada customer. Asisten owner yang akan melayani dan juga membantu customer untuk memilih spek apa yang cocok untuk digunakan saat acara berlangsung dan sesuai dengan keinginan pelanggan. Proses pembayaran kini tersedia melalui sistem elektronik dan tunai, memudahkan pelanggan dan memberikan kenyamanan dalam transaksi. Dalam strategi pengembangan usaha sound system IND Production tim kerja termasuk asisten owner sudah kompeten dan ahli dalam melayani pelanggan, tim kami akan memberikan layanan konsultasi kebutuhan acara kami akan memberikan rekomendasi paket berdasarkan ukuran venue, jumlah audiens, jenis acara dan garansi teknis saat acara dengan menyediakan kru teknis yang standby memastikan kelancaran acara, dengan pelayanan yang baik dan profesional pelanggan akan lebih cenderung menjadi pelanggan tetap meskipun harga bukan yang termurah.

##### 3.2. Produk (Product)

Usaha sound system IND Production merupakan salah satu contoh pengembangan bisnis yang menghasilkan produk berkualitas melalui penerapan strategi pemasaran yang efektif dan terencana. Dengan strategi pemasaran yang efektif, produk yang ditawarkan akan lebih mudah dikenal oleh khalayak ramai. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa indikator penting dalam penentuan strategi pemasaran sebagai berikut:

##### Kualitas dan inovasi produk (Kekuatan)

Produk yang dihasilkan oleh sound system IND Production memiliki kualitas produk yang bagus, dengan menghasilkan suara yang jernih dan memiliki beragam jenis merk sound yang berbeda sehingga membuat usaha ini memiliki kualitas yang berbeda dengan usaha sound system yang lainnya. Pada awal usaha sound system IND Production dibentuk, Owner melakukan riset dan mengikuti perkembangan sound system agar tidak kalah saing dengan usaha sound system yang lainnya.

##### Tidak adanya produk turunan (Kelemahan)

Produk turunan adalah wujud inovasi strategis yang bertujuan untuk meningkatkan nilai dari produk utama sekaligus memperlebar jangkauan pasar. Saat ini, IND Production hanya menawarkan produk sound system berkualitas tinggi tanpa adanya variasi produk alternatif. Berdasarkan kecenderungan pasar, banyak konsumen yang mencari layanan sound system dengan harga terjangkau. Oleh karena itu, tidak tersedianya produk turunan dengan spesifikasi dan harga menengah menjadi salah satu kelemahan yang perlu segera ditanggapi. IND Production sebaiknya mengembangkan varian produk baru dengan harga yang lebih kompetitif namun tetap mempertahankan kualitas, agar dapat menjangkau lapisan pasar yang lebih besar dan meningkatkan jumlah penyewaan.

### 3.3 Harga (Price)

Harga menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian. Produk berkualitas dengan harga bersaing dapat menarik minat pembeli dan menciptakan pelanggan setia. Berikut adalah indikator harga yang dinilai:

#### Harga yang terjangkau (Kekuatan)

Setiap produk usaha sound system IND Production mempunyai harga yang terjangkau di kalangan manapun dan dapat bersaing dengan produk yang sudah beredar dipasaran. Harga produk usaha sound system Ind production yang ditawarkan bervariasi sesuai dengan spek yang tersedia. Penetapan harga produk sound system didasarkan pada harga sewa yang ada, untuk menggambarkan kualitas dan menciptakan harga yang kompetitif. Kondisi saat ini harga sudah cukup terjangkau tetapi kami belum memiliki inovasi produk turunan dan belum mengkau dalam pasar kebawah, strategi penghematan biaya dengan cara mengatur jadwal pengantaran sound system ke beberapa lokasi yang berdekatan dengan menggunakan 1 kendaraan agar efisien terhadap waktu dan akan memberikan potongan harga untuk pelanggan yang menyewa lebih dari 3x dalam waktu 6 bulan dalam usaha sound system IND Production. Harga yang ditawarkan berkisar antara Rp1.300.000 hingga Rp4.000.000. Penentuan harga produk juga didasarkan pada spesifikasi yang dibutuhkan, sehingga konsumen dapat memilih harga yang sesuai dengan preferensi mereka. Tentu saja, produk dengan spesifikasi lebih tinggi akan memiliki harga yang lebih mahal.

### 3.4 Tempat (Place)

Tempat adalah lokasi usaha yang digunakan untuk usaha sound system. Berikut adalah indikator tempat yang dinilai oleh peneliti.

#### Pemilihan Lokasi Usaha Strategis (Kelemahan)

Pemilihan lokasi usaha kurang ideal untuk usaha sound system karena terletak di daerah Sidoarjo, sementara sebagian besar tim berada di Surabaya. Hal ini menyebabkan lokasi produksi kurang strategis dari segi jarak dan waktu tempuh.

### 3.5 Promosi (Promotion)

Promosi merupakan aktivitas untuk mengenalkan dan menawarkan sebuah produk kepada masyarakat luas untuk dapat memengaruhi masyarakat yang bertujuan untuk menyewa dan juga menjadi pelanggan tetap. Semakin efektif suatu bisnis dalam melaksanakan kegiatan promosi, semakin besar pula potensi untuk meningkatkan jumlah penyewaan jasa dan keuntungan yang diperoleh. Indikator yang berpengaruh dalam penilaian promosi adalah:

#### Kegiatan promosi belum optimal (Kelemahan)

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh usaha sound system Ind production dinilai belum maksimal karena hanya dilakukan melalui media sosial dan penawaran langsung ke pelanggan. Usaha sound system Ind production masih belum optimal untuk mengikuti event/bazar yang biasanya dilaksanakan pada hari Sabtu atau Minggu dikarenakan masih kurangnya persediaan peralatan bazar yang menunjang kegiatan bazar itu.

### 3.6 Keuangan

Keuangan merupakan aspek krusial dalam bisnis. Tanpa pengelolaan yang baik, bisnis berisiko tidak terkelola dengan baik dan mengalami kerugian. Berikut beberapa indikator penilaian keuangan:

#### Modal yang cukup (Kelebihan)

Modal adalah faktor utama dalam produksi. Modal yang cukup dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas produk. Ketersediaan modal yang memadai memungkinkan usaha Sound System Ind Production untuk berkembang, seperti dengan pengadaan peralatan yang mendukung produksi.

#### Pencatatan Keuangan Belum Baik (Kelemahan)

Masalah yang dialami pada usaha sound system Ind production adalah manajemen pencatatan keuangan yang dilakukan belum sepenuhnya baik, karena usaha sound system Ind production belum melakukan perhitungan keuangan nilai jasa sewa, perlengkapan, dan juga peralatan yang dipakai untuk kegiatan berlangsung secara terperinci, tetapi hanya perhitungan keuangan dan nilai penjualan sewa secara sederhana seperti perhitungan hasil pendapatan dan pengeluaran untuk memperbarui spek sound system secara berkala.

### 3.7 Produksi dan Operasi

Usaha sound system Ind production menjual produk jasa sewa sound system dalam berbagai macam varian merk dan spek. Tahap penyewaan yaitu dengan cara pelanggan memilih spek yang dibutuhkan saat acara, kemudian

assisten owner akan menjelaskan untuk detail sound, jika pelanggan sudah mendapatkan yang seseuai dengan keinginan pelanggan maka untuk selanjutnya asisten owner akan membuat mou dan tahap terakhir asisten owner akan melihat lokasi untuk penempatan sound Bersama crew sebelum acara berlangsung. Berikut indikator produksi dan operasi yang dinilai sebagai berikut :

Bahan Baku tercukupi (Kekuatan)

Usaha sound system Ind production memiliki pemasok bahan baku yang menawarkan harga bersaing dan kualitas yang baik. Ketersediaan bahan baku yang mudah juga sangat penting untuk menjaga kelangsungan produksi. Menurut wawancara dengan pemilik, hingga saat ini tidak ada masalah dalam penyediaan bahan baku.

Teknologi produksi dan juga peralatan yang terbatas (Kelemahan)

Teknologi produksi yang ada pada produksi Usaha sound system Ind production saat ini menggunakan teknologi yang sederhana. Peralatan yang dimiliki yaitu mikrofon, mixer, speaker, kabel, equalizer, crossover dan amplifier. Keterbatasan untuk mixer yang digunakan membuat produksi Usaha sound system Ind production kurang mampu memenuhi permintaan pasar yang tinggi secara maksimal.

### 3.1.2. Identifikasi Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil analisis terhadap lingkungan eksternal, dapat diidentifikasi sejumlah unsur yang memberikan pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha sound system IND Production. Faktor-faktor tersebut terdiri atas peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong pertumbuhan usaha, serta ancaman yang perlu diantisipasi agar tidak menghambat keberlangsungan operasional.

#### 3.1. Pasar

Tingginya Permintaan Konsumen (Peluang)

Masyarakat menunjukkan kecenderungan konsumtif terhadap layanan yang ditawarkan oleh IND Production. Segmentasi pasar usaha ini terutama mencakup konsumen berusia 25–40 tahun dari kalangan ekonomi menengah hingga atas. Kondisi ini menciptakan peluang besar bagi IND Production untuk terus meningkatkan penjualan jasa. Selain itu, dengan potensi pasar yang luas, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya terbatas di dalam kota, tetapi juga hingga ke luar kota atau bahkan luar pulau. Strategi ekspansi ini dapat memperkuat branding usaha dan mendorong peningkatan pendapatan secara signifikan.

Pemintaan meningkat pada waktu tertentu (Peluang)

Kondisi pasar dalam usaha sound system Ind production mengalami peningkatan permintaan pendapatan pada saat adanya moment tahun baru, pernikahan, konser, pertemuan keluarga dan acara halal bihalal setelah lebaran. Pada momen tersebut usaha sound system Ind production berpeluang untuk meningkatkan pendapatan. Hal ini menciptakan peluang besar bagi bisnis *sound system* untuk memasarkan produk mereka.

Adanya kolaborasi usaha / mitra kerja baru (Peluang)

Salah satu peluang usaha usaha sound system Ind production adalah kolaborasi usaha dengan mitra kerja, yang mempermudah untuk pemasaran dan pengenalan produk kepada masyarakat.

### 3.2 Sosial Budaya

Perubahan gaya hidup masyarakat (Peluang)

Perubahan dalam pola hidup masyarakat memberikan peluang positif bagi pemasaran jasa sound system IND Production. Salah satu tren yang berkembang adalah meningkatnya budaya memberikan kejutan atau hadiah dalam bentuk perayaan, seperti pesta ulang tahun, kepada orang terdekat. Dalam kegiatan tersebut, penggunaan jasa sound system menjadi bagian penting untuk menciptakan suasana yang meriah. Kondisi ini dapat dimanfaatkan oleh IND Production sebagai peluang untuk meningkatkan permintaan layanan, sekaligus menjadi sarana promosi tidak langsung melalui pengaruh produk saat acara berlangsung.

Loyalitas konsumen terhadap produk pesaing sejenis (Ancaman)

Pelanggan yang loyal kepada kompetitor dapat menjadi ancaman bagi Sound System Ind Production. Produk dengan branding terkenal, baik lokal maupun impor, membuat pelanggan cenderung kembali memilih merek yang sudah dikenal.

#### Penurunan Minat Konsumen (Ancaman)

Perubahan minat konsumen yang cepat dan sulit diprediksi menjadi salah satu tantangan utama dalam industri sound system. Ketertarikan konsumen yang cenderung menurun dapat mengakibatkan pelanggan berpindah ke kompetitor yang menawarkan produk atau layanan yang lebih menarik. Sebab itu, IND Production perlu terus melakukan inovasi serta memperbarui variasi produk sound system agar tetap relevan dan diminati oleh pasar.

#### Ketidastabilan Ekonomi Masyarakat (Ancaman)

Dalam kondisi ekonomi yang belum stabil, masyarakat cenderung mengutamakan kebutuhan pokok, sehingga layanan sewa sound system dianggap sebagai kebutuhan sekunder. Hal ini berpotensi menurunkan permintaan. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu dilakukan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya penggunaan jasa sound system dalam menunjang keberhasilan acara. Selain itu, strategi penetapan harga yang fleksibel juga dapat membantu menyesuaikan dengan daya beli masyarakat.

### 3.3 Persaingan

#### Ancaman Produk substitusi (Ancaman)

Meskipun IND Production menawarkan sound system dengan variasi merek dan karakteristik khas, ancaman dari produk substitusi dan kompetitor baru tetap tidak dapat dihindari. Untuk menghadapi hal tersebut, perusahaan harus terus berinovasi guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menjalin kolaborasi dengan penyedia jasa lain seperti Event Organizer (EO), vendor dekorasi, dan penyedia panggung. Kolaborasi ini dapat diwujudkan dalam bentuk *bundling event*, seperti paket lengkap yang mencakup sound system, lighting, MC, dan dekorasi. Dengan strategi ini, IND Production dapat menawarkan layanan yang lebih komprehensif dan menarik bagi pelanggan.

### 3.4 Teknologi

#### Perkembangan Teknologi Informasi dan Operasi (Peluang)

Kemajuan teknologi informasi membuka peluang besar bagi IND Production untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui media digital dan platform online. Selain itu, perkembangan teknologi di bidang operasional juga memungkinkan proses pemasangan peralatan sound system dilakukan secara lebih efisien dan cepat. Pemanfaatan teknologi ini akan meningkatkan produktivitas, efektivitas promosi, serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha penyewaan sound system IND Production, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha dibidang penyewaan sound system harus bisa membuat inovasi dalam promosi dan juga pelayanan serta management waktu yang diperlukan agar tidak bentrok antara jadwal sewa pelanggan satu dengan pelanggan lainnya, dan peralatan sound system yang digunakan,serta pengelolaan manajemen dalam hal pencatatan keuangan usaha sound system ini agar lebih terorganisasi dan tertata secara sistematis. Terdapat peluang besar terbuka dari tingginya kebutuhan masyarakat terhadap layanan tata suara profesional, terutama pada momen-momen tertentu seperti pernikahan dan konser, serta dari kemajuan teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran. Meskipun demikian, persaingan usaha dan ketidakstabilan kondisi ekonomi menjadi tantangan yang harus dihadapi. Dengan merumuskan strategi pengembangan yang tepat, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan manajemen keuangan, serta memperkuat inovasi produk dan promosi, IND Production berpeluang untuk berkembang lebih profesional, efisien, dan kompetitif di tengah persaingan industri jasa penyewaan sound system.

## Referensi

1. Andayani, S., & Sumiati, S. (2022). Strategi Pengembangan Paguyuban Keluarga Dan Pedagang Tanaman Hias, Sebagai “ Lembaga Koperasi Primer “ Kampung Wisata Bunga, Di Desa Banyuurip, Kec. Kedamean, Kab. Gresik. *Media Mahardhika*, 20(2), 222–236. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v20i2.391>
2. Agustyadi, A., Syarif, R., & Nurrochmat, D. R. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rental Mobil Wiralodra 27 dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 138–150. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.1.138>
3. Kusbandono, D., & Rosyad, S. (2020). Hambatan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Menggunakan Teknologi Informasi ( E-Commerce ) Untuk Meningkatkan Penjualan Bibit Ikan Di Desa Plosobuden Kec.Deket Kab. Lamongan. *Media Mahardhika*, 18(2), 287–299. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v18i2.159>
4. Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
5. Mandasari, A., Eka N, F., & Sadiqin, A. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Produk Cokelat Almond Pada Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 3(2), 138–144. <https://www.embiss.com/index.php/embiss/article/view/202>

6. Rosmadi, M. L. (2019). Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 41–48. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.410>
7. Sianipar, F. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Penyewaan Sound System Pada Play Sound Yogyakarta. *Jurnal Harmoni* 29 Harmoni, 8(1), 29–37. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/harmoni>
8. Sundari, Octobery, R., & Abolladaka, J. (2020). Strategi Usaha Dengan Analisis SWOT Pada Rental Adinda Palangka Raya. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(1), 49–56. <http://e-journal.upr.ac.id/index.php/JP-IPS>