

**MANAJEMEN PEMASARAN SANGGAR SENI GADIH LAREH
DI KABUPATEN DHARMASRAYA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat Untuk Melakukan Penelitian Skripsi
Program Strata Satu (S1) Pendidikan Sendratasik*



Oleh :

**ARCHYVA INDAH PUTRI
NIM. 22023111/2022**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SENDRATASIK
DEPARTEMEN SENDRATASIK
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

Judul : Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di
Kabupaten Dharmasraya

Nama : Archyva Indah Putri

NIM/TM : 22023111/2022

Program Studi : Pendidikan Sendratasik

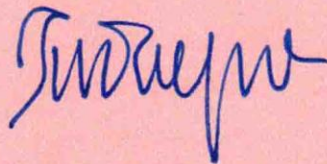
Departemen : Sendratasik

Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 3 Maret 2026

Disetujui oleh:

Pembimbing,



Prof. Indrayuda, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NIP. 19640617 199601 1 001

Kepala Departemen,



Dr. Tulus Handra Kadir, M.Pd.
NIP. 19660914 199903 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

Judul : Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di
Kabupaten Dharmasraya

Nama : Archyva Indah Putri

NIM/TM : 22023111/2022

Program Studi : Pendidikan Sendratasik

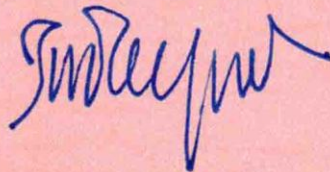
Departemen : Sendratasik

Fakultas : Bahasa dan Seni

Padang, 3 Maret 2026

Disetujui oleh:

Pembimbing,



Prof. Indrayuda, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NIP. 19640617 199601 1 001

Kepala Departemen,



Dr. Tulus Handra Kadir, M.Pd.
NIP. 19660914 199903 1 001



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Archyva Indah Putri
NIM/TM : 22023111/2022
Program Studi : Pendidikan Sendratasik
Departemen : Sendratasik
Fakultas : FBS UNP

Dengan ini menyatakan, bahwa Skripsi saya dengan judul “Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di Kabupaten Dharmasraya”, adalah benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila suatu saat terbukti saya melakukan plagiat maka saya bersedia diproses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di institusi UNP maupun di masyarakat dan Negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui oleh:
Kepala Departemen Sendratasik,

Dr. Tulus Handra Kadir. M.Pd.
NIP. 19660914 199903 1 001

Saya yang menyatakan,



Archyva Indah Putri
NIM/TM. 22023111/2022

ABSTRAK

Archyva Indah Putri. 2026. Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di Kabupaten Dharmasraya. *Skripsi*. Departemen Sendratasik, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Padang

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis manajemen pemasaran yang diterapkan Sanggar Seni Gadih Lareh dalam mengembangkan layanan jasa seni pertunjukkan di Kabupaten Dharmasraya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif. Informan dalam penelitian ini meliputi pimpinan sanggar, pengelola sanggar, serta anggota sanggar yang terlibat dalam kegiatan pertunjukkan dan pemasaran jasa seni.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh dilaksanakan melalui penerapan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Produk yang ditawarkan berupa pelatihan tari dan musik, pertunjukkan tari tradisional dan kreasi, pertunjukkan tabua tasa, serta penyewaan kostum dan makeup. Keunikan pertunjukkan terlihat pada pengembangan unsur pijak piring dalam penampilan tari piring yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Penetapan harga dilakukan berdasarkan paket layanan yang ditawarkan, dengan mempertimbangkan jenis pertunjukkan, durasi pertunjukkan, dan jarak lokasi pertunjukkan. Distribusi jasa dilakukan secara langsung sesuai lokasi acara. Promosi dilakukan melalui komunikasi langsung, rekomendasi dari mulut ke mulut, jaringan sosial, serta pemanfaatan media sosial. Secara keseluruhan, penerapan strategi bauran pemasaran tersebut mampu mendukung keberlangsungan Sanggar Seni Gadih Lareh ditengah persaingan sanggar yang ada di Dharmasraya.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaraan, Bauran Pemasaran, Sanggar Seni

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur peneliti ucapkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Tujuan penyusunan proposal skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh sidang skripsi untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan Jurusan Pendidikan Seni Tari, Drama, dan Musik di Universitas Negeri Padang.

Pada penulisan proposal skripsi ini peneliti mengambil judul “MANAJEMEN PEMASARAN SANGGAR SENI GADIH LAREH DI KABUPATEN DHARMASRAYA”.

Pada penyusunan skripsi ini tidak terlepas bantuan dari berbagai pihak, peneliti menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada Bapak Prof. Indrayuda, S. Pd, M. Pd, Ph.D.. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan sampai terselesaikan skripsi ini.

Selain itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Tulus Handra Kadir, M. Pd. Selaku Ketua Jurusan Sendratasik Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof. Indrayuda, S. Pd, M. Pd, Ph. D. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing dan memberi arahan peneliti dalam proses pembuatan skripsi ini.

3. Ibu Afifah Asriati, S. Sn., M. A. Selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Mia Fahmiati, M. Pd selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan masukan yang membangun untuk skripsi ini.
4. Ibu Belirda Wulan Dhari, M. Pd. Selaku Pembimbing Akademik yang senantiasa selalu membimbing peneliti selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen Departemen Sendratasik yang telah banyak memberikan berbagai ilmunya kepada peneliti.
6. Bunda Zelnidawati, S. Sn selaku pimpinan Sanggar Seni Gadih Lareh dan Miss Nurmasyitoh Tanjung, S. Pd. Selaku bendahara Sanggar Seni Gadih Lareh yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian di Sanggar tersebut.
7. Superhero dan Pintu Surgaku, Ayahanda tercinta M. Hardi dan Ibunda Aci Wulan Sari. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan peneliti, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan, serta memberikan tanggung jawab yang penuh hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Kepada Adik-Adik saya, Muhammad Rizky Ramadhan dan Muhammad Alvino Al-Harchy. Terimakasih banyak atas dukungannya dan membuat penulis termotivasi untuk menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non-akademik.
9. Keluarga besar peneliti yang tidak dapat peneliti sebutkan terimakasih telah memberikan dukungan serta nasehat kepada peneliti.

10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Aditya Ramadhan.

Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulisan skripsi ini, yang selalu memberikan semangat dan dukungan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

11. Kepada manusia-manusia terbaik yang penulis temui di bangku perkuliahan Hilda Yatil Fitri, Nabila Fitria, dan Salma Septia yang senantiasa hadir dalam suka dan duka, memberikan semangat, motivasi, dan tawa disetiap proses yang dilalui.

12. Teman-teman Sendratasik angkatan 2022 terimakasih telah mewarnai masa perkuliahan peneliti. Bertemu dengan teman yang berasal dari berbagai daerah merupakan rasa syukur yang selalu peneliti ucapkan.

13. Dan kepada seluruh pihak yang telah banyak memberikan dukungan dan saran.

Semoga pahala yang tiada batasnya selalu dilimpahkan kepada semua pihak yang telah membantu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan dukungan yang membangun untuk bisa dijadikan bahan evaluasi kepadanya.

Padang, 30 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
1. Manajemen	10
2. Pemasaran.....	17
3. Manajemen Pemasaran.....	18
4. Sanggar Seni.....	23
B. Penelitian yang Relevan.....	24
C. Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Objek Penelitian.....	28
C. Lokasi Penelitian.....	28
D. Instrumen Penelitian.....	29
E. Informan Penelitian.....	29
F. Jenis Data	30
G. Teknik Pengumpulan Data	30
H. Teknik Analisis Data	32

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	34
1. Lokasi Penelitian Sanggar Seni Gadih Lareh	34
2. Profil Sanggar Seni Gadih Lareh	35
3. Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh	47
4. Strategi Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh	68
5. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh	73
B. Pembahasan Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	84
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 2. Bagan Analisis Data.....	33
Gambar 3. Lokasi Sanggar Seni Gadih Lareh	34
Gambar 4. Lampiran Pengesahan Pendirian Sanggar Seni Gadih Lareh	39
Gambar 5. Logo Sanggar Seni Gadih Lareh.....	41
Gambar 6. Struktur Organisasi	42
Gambar 7. Studio Tari Sanggar Seni Gadih Lareh	43
Gambar 8. Acara Ulang Tahun Dharmasraya	44
Gambar 9. Acara Turnamen Sepak Bola Sultan Riska Cup	45
Gambar 10. Acara Festival Pamalayu	45
Gambar 11. Acara Hut Kemri-76	46
Gambar 12. APKASI (Asosiasi Pemerintahan Kabupaten Seluruh Indonesia) Otonomi Expo 2024 di Jakarta Convention Center	46
Gambar 13. Jasa Sewa Tarian Sanggar Seni Gadih Lareh.....	47
Gambar 14. Jasa Pelatihan Tari Tingkat Anak-anak	51
Gambar 15. Jasa Pelatihan Tari Tingkat Remaja	52
Gambar 16. Jasa Pelatihan Musik.....	52
Gambar 17. Jasa Makeup dan Kostum	53
Gambar 18. Tari Galombang Sanggar Seni Gadih Lareh	54
Gambar 19. Tari Piring Satigo Sanggar Seni Gadih Lareh.....	55
Gambar 20. Tari batobo Sanggar Seni Gadih Lareh	55
Gambar 21. Arak-Arakan Tambua Tasa Sanggar Seni Gadih Lareh	56
Gambar 22. Brosur Paket Layanan Sanggar Seni Gadih Lareh.....	57
Gambar 23. Job Daerah Pelayang, Provinsi Jambi.....	61
Gambar 24. Festival Pamalayu di Kabupaten Dharmasraya	64
Gambar 25. Peringatan Hari Jadi Kabupaten Dharmasraya	64
Gambar 26. Dokumentasi Pertunjukkan Sanggar Seni Gadih Lareh	66
Gambar 27. Foto Latihan Sanggar Seni Gadih Lareh.....	66
Gambar 28. Media Sosial Instagram Sanggar Seni Gadih Lareh	67

Gambar 29. Media Sosial Tiktok Sanggar Seni Gadih Lareh.....	68
Gambar 30. Unsur Pijak Piring Sanggar Seni Gadih Lareh	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	84
Lampiran 2. Lokasi Sanggar Seni Gadih Lareh	85
Lampiran 3. Media Sosial Instagram Sanggar Seni Gadih Lareh	85
Lampiran 4. Media Sosial Tiktok Sanggar Seni Gadih Lareh	86
Lampiran 5. Dokumentasi Foto dengan Pimpinan Sanggar Seni Gadih Lareh Zelnidawati Z.....	86
Lampiran 6. Dokumentasi Foto dengan Bendahara Sanggar Seni Gadih Lareh Nurmasyitoh Tanjung	87
Lampiran 7. Dokumentasi Foto dengan Manager Sanggar Seni Gadih Lareh Yoga Saputra.....	87
Lampiran 8. Piagam Penghargaan Bupati Dharmasraya.....	88
Lampiran 9. Piala Kejuaran Sanggar Seni Gadih Lareh	88
Lampiran 10. Dokumentasi Surat Penelitian	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seni dan budaya merupakan identitas dari suatu masyarakat secara turun menurun, yang tidak hanya berfungsi sebagai ekspresi estetika, tetapi juga media untuk menanamkan nilai-nilai, merefleksikan sejarah, dan menjaga tradisi yang diwariskan secara turun menurun. Pada dasarnya kebudayaan terus tumbuh dan berkembang, pertumbuhan dan perkembangan tersebut berakar pada nilai-nilai budaya yang dianut oleh masyarakat yang memiliki kesenian tersebut (Indrayuda, 2012).

Indonesia memiliki berbagai macam kesenian dan kebudayaan yang berasal dari tiap daerah. Salah satu bentuk kesenian tersebut adalah seni tari dan musik. Jenis tari dan musik yang berkembang di Indonesia mencakup seni tradisional yang telah ada sejak lama dan masih terus berkembang hingga saat ini. Kesenian tersebut tidak dapat berkembang secara alami tanpa adanya peran serta dari masyarakat yang berupaya menjaga dan melestarikannya.

Kesenian akan disingkirkan atau dipinggirkan keberadaannya, apabila kesenian tidak pernah digunakan lagi oleh masyarakat dalam sebuah aktivitas budaya yang masih berlaku dalam masyarakat tersebut (Ramadhani & Darmawati, 2024). Salah satu cara masyarakat mempertahankan keberadaan seni adalah melalui kegiatan non-akademik seperti aktivitas di sanggar-sanggar seni.

Sanggar adalah wadah atau sarana yang digunakan oleh suatu komunitas atau suatu kelompok orang masyarakat untuk melakukan kegiatan-kegiatan non akademik salah satunya kesenian seperti seni pertunjukan tari, musik, dan teater (Ramadhani & Darmawati, 2024). Sanggar seni berperan sebagai sarana pendidikan nonformal yang melibatkan pengajar dan peserta didik dalam proses pembelajaran seni, termasuk tari tradisional, tari kreasi, musik, dan teater yang berkembang di Indonesia.

Sebuah sanggar biasanya terdapat struktur organisasi yang berfungsi untuk mengatur dan menjalankan kegiatan sanggar, agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Apabila struktur organisasi tersebut berjalan dengan baik, maka sanggar akan terus berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dikarenakan struktur organisasi memiliki peranan penting dalam pengelolaan acara atau kegiatan. Selain dari struktur yang solid, manajemen juga memegang peran karena keberhasilan organisasi terletak pada kualitas manajemennya.

Menurut Indrayuda (2004), manajemen adalah suatu sistem pengelolaan dan pengarahan yang melibatkan unsur pimpinan dan anggota yang bekerja sama dalam melakukan kegiatan menurut tugas dan tanggung jawab yang telah digariskan, guna mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara bersama. Manajemen merupakan suatu proses dalam mengatur dan mengelola berbagai upaya untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif melalui pengendalian serta pengawasan dalam suatu organisasi.

Sebuah organisasi yang baik adalah organisasi yang memiliki manajemen yang baik, karena pencapaian suatu organisasi sangat dipengaruhi

oleh keberhasilan sistem manajemen yang dijalankan. Manajemen yang baik tidak hanya mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, tetapi juga bagaimana setiap fungsi tersebut dapat dijalankan secara terstruktur agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Organisasi seni juga membutuhkan manajemen yang baik. Baik manajemen organisasi, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran ataupun manajemen produksi, karena semua elemen tersebut saling berkaitan untuk mencapai sebuah keberhasilan pelaksanaan kegiatan seni.

Menurut Kolter et al., (2016), manajemen pemasaran adalah suatu seni sekaligus ilmu dalam memilih pasar sasaran yang berupaya menjadi menarik, menjaga loyalitas, dan meningkatkan jumlah pelanggan melalui penciptaan, pelayanan, dan komunikasi menjadi lebih baik. Dalam sebuah organisasi seni, manajemen pemasaran memiliki peranan yang penting dalam memperkenalkan jasanya kepada masyarakat luas.

Melalui penerapan manajemen pemasaran yang baik, organisasi tersebut dapat menarik minat masyarakat terhadap seni yang ditawarkan, baik melalui promosi, pelatihan, maupun kerjasama dengan berbagai pihak. Manajemen pemasaran juga berfungsi untuk memahami kebutuhan dan keinginan pasar sehingga produk yang ditawarkan sesuai keinginan pelanggan (Kolter dan Keller, 2016). Dengan adanya manajemen pemasaran yang baik dalam sebuah organisasi seni, akan mendukung kelancaran kegiatan organisasi, meningkatkan kualitas karya seni, serta memperkuat daya saing di tengah perkembangan seni yang kreatif.

Salah satu yang menjadi perhatian adalah sebuah organisasi seni di Dharmasraya, yaitu Sanggar Seni Gadih Lareh Di Kanagarian Kurnia Koto Salak, Kecamatan Sungai Rumbai telah didirikan sebuah sanggar seni yang bernama Sanggar Seni Gadih Lareh. Sanggar ini hadir sebagai bentuk inisiatif masyarakat lokal dalam menjawab kebutuhan akan ruang ekspresi dan pembelajaran seni bagi anak-anak. Sanggar Seni Gadih Lareh tidak hanya menjadi tempat untuk menyalurkan minat dan bakat dalam bidang seni tari, musik, dan budaya tradisional lainnya, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mempertahankan identitas budaya daerah.

Sanggar Seni Gadih Lareh didirikan pada tahun 2016 oleh Zelnidawati Z. Pendirian sanggar ini diawali dengan rekrumen anak-anak usia dini dan remaja didukung oleh aransemen musik sederhana. Motivasi utama pendirian sanggar ini adalah untuk membentuk generasi yang memiliki kecintaan terhadap budaya dan melestarikan kearifan lokal (Windi Novrianti, 4 Juli 2025).

Untuk saat ini, sanggar tersebut cukup dikenal, terutama di kalangan masyarakat Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dikarenakan keterlibatan mereka dalam berbagai kompetisi dan acara tingkat kabupaten di Sumatera Barat. Bahkan, pada tahun 2022 dan 2024, Sanggar Seni Gadih Lareh mewakili Kabupaten Dharmasraya dalam ajang APKASI (Asosiasi Pemerintahan Kabupaten Seluruh Indonesia) Tingkat Nasional Di Jakarta. Tidak hanya itu, pada tahun 2021, mereka berhasil meraih juara 2 dalam lomba Tari Kreasi

Minang (Sumbar, Riau, Jambi) yang dilaksanakan di Sanggar Seni Kajang Lako.

Sanggar Seni Gadih Lareh juga sering tampil pada acara ritual perkawinan Minangkabau seperti pernikahan, malam bainai, dan penyambutan arak bako. Keterlibatan sanggar ini yang mendapatkan kesempatan tampil secara berulang menunjukkan bahwa sanggar ini memiliki jaringan pemasaran yang luas dan strategi komunikasi yang tepat untuk jangkauan masyarakat. Hal ini membuktikan bahwa sanggar ini mampu mempertahankan koneksi dengan masyarakat serta dapat menjaga kualitas dan kepuasan pelanggan secara konsisten dalam memberikan pertunjukan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Selain itu, ketertarikan masyarakat terhadap penampilan Sanggar Seni Gadih Lareh merupakan salah satu keberhasilannya dalam membangun padangan positif di tengah persaingan sanggar yang ada di Dharmasraya.

Persaingan antar-sanggar ini menjadi fenomena nyata yang tidak dapat diabaikan. Banyaknya sanggar yang tidak kalah bagus, baik dari segi penari, kostum, ataupun seni pertunjukannya tetapi Sanggar Seni Gadih Lareh tetap menjadi pilihan masyarakat untuk tampil di acaranya. Setiap sanggar memiliki strategi pemasaran yang kreatif agar tetap diminati oleh masyarakat. Dalam hal ini, Sanggar Seni Gadih Lareh mampu menonjolkan citra positif dengan cara menjaga kepuasan pelanggan dalam menampilkan pertunjukan semaksimal mungkin.

Produk utama yang ditawarkan berupa seni dengan persediaan yang bervariasi, sehingga mampu menyesuaikan kebutuhan konsumen baik untuk acara adat maupun untuk hiburan. Harga yang ditetapkan juga bersifat fleksibel dengan mempertimbangkan kemampuan finansial konsumen serta kesesuaian yang dibutuhkan pada acara tersebut, sehingga seni pertunjukan dapat dipakai oleh berbagai masyarakat tanpa mengurangi nilai dan kualitas seni yang ditampilkan.

Pelayanan yang diberikan Sanggar Seni Gadih Lareh mencakup berbagai macam, mulai dari paket pertunjukan, latihan bagi anggota sanggar, sampai pementasan acara adat. Kualitas pelayanan yang baik, juga mempengaruhi terhadap keberlangsungan sanggar. Sebuah pelayanan yang baik akan menjadi kepuasan pelanggan sehingga mendorongnya untuk terus menggunakan jasa sanggar, sehingga Sanggar Seni Gadih Lareh sangat memperhatikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Individu yang bergabung dengan Sanggar Seni Gadih Lareh, pada umumnya juga bergabung pada organisasi sosial lain yang menjadi suatu keuntungan tersendiri dalam promosi sanggar. Luasnya jaringan sosial yang dimiliki para anggota sanggar membuat informasi sanggar lebih cepat tersebar luas dari mulut ke mulut. Keterlibatan anggota dengan peran ganda, memperkuat pemasaran secara tidak langsung tanpa mengeluarkan biaya tambahan untuk promosi.

Sanggar Seni Gadih Lareh juga aktif mempublikasikan kegiatannya baik berupa kegiatan latihan, pementasan, ataupun acara adat. Publikasi ini menjadi salah satu faktor yang efektif dalam promosi sanggar untuk mencapai

jangkauannya ke masyarakat. Konten yang dibagikan pada media sosial memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan sanggar dan menarik konsumen baru untuk menggunakan jasanya.

Selain itu, Sanggar Seni Gadih Lareh juga rutin membuat dan terlibat dalam berbagai pertunjukan. Pertunjukan ini tidak hanya untuk eksistensi seni, tetapi juga sebagai media promosi sanggar secara langsung kepada masyarakat. Dengan seringnya tampil diberbagai acara, hal ini mempengaruhi terhadap perkembangan sanggar, meskipun masih membutuhkan strategi lain untuk hasil yang lebih baik.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti berasumsi bahwa keberhasilan Sanggar Seni Gadih Lareh dalam menjaga keberadaannya ditengah persaingan sanggar-sanggar lain di Dharmasraya dipengaruhi oleh penerapan manajemen pemasaran yang baik. Dengan demikian, pada penelitian ini peneliti memfokuskan masalah penelitian pada persoalan Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis mengidentifikasi permasalahan:

1. Persaingan dengan Sanggar-Sanggar yang ada di Dharmasraya.
2. Strategi Pemasaran yang dilakukan Sanggar Seni Gadih Lareh.
3. Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, untuk menghindari agar kajian tidak terfokus, maka penelitian ini difokuskan pada persoalan tentang “Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di Dharmasraya”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah tersebut, maka rumusan masalah yang diajukan adalah “Bagaimana Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan dan mendeskripsikan “Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh di Dharmasraya”.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai Sanggar Seni Gadih Lareh dan manajemen pemasaran yang dilakukan oleh sanggar dalam mempertahankan pemasarannya di tengah persaingan dengan sanggar yang ada serta memperluas jangkauan pasar baik di Dharmasraya maupun diluar daerah.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Sanggar Seni Gadih Lareh, hasil penelitian dapat memberikan masukan dalam meningkatkan strategi pemasaran agar lebih efektif sehingga sanggar dapat diminati oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan sanggar lainnya di Dharmasraya.
- b. Bagi Masyarakat, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi kepada Masyarakat luas terutama di Dharmasraya tentang keberadaan Sanggar Seni Gadih Lareh serta dapat menggunakan jasa sanggar tersebut pada event-event tertentu.
- c. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Dharmasraya untuk tetap memberikan fasilitas dan mengakui keberadaan Sanggar Seni Gadih Lareh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Manajemen Pemasaran Sanggar Seni Gadih Lareh dilihat dari teori Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product*, Produk yang ditawarkan Sanggar Seni Gadih Lareh menawarkan berbagai jenis jasa pertunjukkan seni tari dan seni musik tradisional Minangkabau, seperti Tari Galombang, Tari Piring Satigo, Tari Batobo, dan iringan musik Tambua tasa. Keberagaman produk ini menunjukkan upaya sanggar dalam memenuhi permintaan masyarakat melalui kreativitas karya seni, sehingga memiliki pembeda dan daya tarik bagi masyarakat.
2. *Price*, penetapan harga jasa pertunjukkan, Sanggar Seni Gadih Lareh menetapkan harga berdasarkan paket layanan yang ditawarkan. Harga ini disesuaikan dengan jenis pertunjukkan yang ditampilkan, jumlah penari, waktu penampilan, serta lokasi dan jarak tempat pertunjukkan. Selain itu, Sanggar Seni Gadih Lareh juga menerapkan sistem diskon pada waktu tertentu, seperti kegiatan sosial, acara pemerinthan, dan pertunjukkan yang lebih dari satu jenis. Dengan penetapan harga yang seperti ini meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan jasa sanggar sekaligus mendukung keberlangsungan kegiatan sanggar.
3. *Place*, Distribusi jasa pertunjukkan (tempat), Sanggar Seni Gadih Lareh memiliki lokasi yang mudah dijangkau dan mendukung untuk aktivitas

latihan serta kegiatan sanggar lainnya. Dalam konteks pemasaran jasa, distribusi layanan Sanggar Seni Gadih Lareh bersifat mobile, dimana pertunjukan dapat dilakukan diberbagai lokasi sesuai dengan permintaan konsumen. Jangkauan pemasaran sanggar sudah berkembang dari tingkat lokal hingga tingkat luar daerah berkat jaringan sosial pengelola dan anggota sanggar.

4. *Promotion*, Promosi yang dilakukan sanggar, Sanggar Seni Gadih Lareh mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, keikutsertaan dalam berbagai kegiatan, pemanfaatan jaringan sosial, serta penggunaan media sosial. pengelola sanggar yang berprofesi sebagai guru memiliki jaringan yang luas, sehingga memudahkan untuk menyebarkan informasi mengenai sanggar mengenai jasa pertunjukan. Kombinasi promosi langsung dan digital ini dinilai efektif dalam memperluas pemasaran di tengah persaingan sanggar-sanggar yang ada di Kabupaten Dharmasraya.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi Sanggar Seni Gadih Lareh, diharapkan untuk terus mengembangkan variasi produk seni, baik seni tari tradisional, tari kreasi, maupun seni musik tradisional, serta memperkuat dokumentasi pertunjukan sebagai bahan promosi.

2. Pada aspek promosi, lebih ditingkatkan lagi dalam menggunakan media sosial yang lebih tersusun. Selain itu, memperluas kerjasama dengan sekolah, instansi pemerintah, serta hubungan sosial dengan masyarakat.
3. Bagi Siswa Sanggar Seni Gadih Lareh, lebih giat dan semangat dalam proses latihan agar dapat menampilkan yang maksimal di depan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti, K. S. (2021). Analisis Bauran Pemasaran Sanggar Seni Kinanti Sekar Di Masa Pandemi Tahun 2020. *Skripsi*.
- Dewi, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lem Kuning Lamtek (Studi Kasus Pada Konsumen Pt. Mitra Forindo Sejahtera). *Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang*, 5–6.
<https://doi.org/https://www.semanticscholar.org/paper/Pengaruh-Kualitas-Produk-Dan-Promosi-Produk-LEM-PT.-Novita/955b9b39940e954aa7710668b6ccfcd773e07b20>
- Herawatri. (2002). *Manajemen Kesenian*. Padang Panjang: STSI.
- Indrayuda, I. (2004). *Manajemen Seni Pertunjukkan*. Padang: FBS UNP.
- Indrayuda, I. (2013). *Tari sebagai budaya dan pengetahuan*. UNP Press.
https://doi.org/https://books.google.co.id/books/about/Tari_sebagai_budaya_dan_pengetahuan.html?id=MfIrQEACAAJ&redir_esc=y
- Jazuli, M. (2014). *Manajemen Seni Pertunjukan* (Issue June). Graha Ilmu.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/361439559_Manajemen_Seni_pertunjukan
- Kolter dan Keller, P. dan K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Lovesky, B., & Indrayuda Indrayuda. (2024). Sistem Manajemen Sanggar Seni Lubuak Nan Tigo Kota Solok. *Atmosfer: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Budaya, Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 148–160.
<https://doi.org/10.59024/atmosfer.v2i2.784>
- Meleong, L. J. (1989). *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Remadja Karya, 1989.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Penerbit Jakarta: UI Press.
<https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=p0wXBAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Muhtar, S. W., Riskayanti, M., J., Wedyaningsih., E., Ismail, H. R., & Fauzi, M. (2022). Pembentukan Sanggar Seni Sebagai Wadah Pengembangan Minat Dan Bakat Siswa. *Jurnal Lepa-Lepa Open*, 2, 1665–1668.
<https://doi.org/https://ojs.unm.ac.id/JLLO/article/viewFile/27838/19290>
- Permas, A. (2003). *Manajemen organisasi seni pertunjukan*. Penerbit PPM, Jalan Menteng Raya No.9, Jakarta Pusat 10340.
- Ramadhani, F. K., & Darmawati, D. (2024). Manajemen Seni Pertunjukan di Sanggar Sri Indera Bupala Kecamatan Bengkong Kota Batam. *Dharma*

Acariya Nusantara: Jurnal Pendidikan, Bahasa Dan Budaya, 2(2), 209–218.
<https://doi.org/10.47861/jdan.v2i2.1239>

Saputra, R. G. C. (2019). *REPRODUKSI WISATA BUDAYA KREATIF ((Studi Fenomenologi Reproduksi Wisata Budaya Tari oleh Sanggar Soerya Sumirat di Surakarta)*. Tesis Fakultas Ilmu Sosial Politik: Universitas Sebelas Maret.. <https://doi.org/https://core.ac.uk/download/227553651.pdf>

Saragih, D. M. H. (1982). *Asas-Asas Organisasi Dan Management*. Bandung: Tarsito.

Stone, M. A., & Desmond, J. (1993). *Fundamentals of Marketing*. Taylor and Francis Inc. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203030783>

Sundari dan Hanafi, E. dan I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 17). <https://doi.org/https://repository.uir.ac.id/24144/1/2.%20Buku%20Manajemen%20Pemasaran.pdf>

Wariyanti, S. (2021). *PENJUALAN ROTI AL MUSTAFA (Study Home Industry Roti Al Mustafa Ganjar Asri Metro Barat) PENJUALAN ROTI AL MUSTAFA (Study Home Industry Roti Al Mustafa Ganjar Asri Metro Barat) INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO 1442 H / 2021 M*.

Yulistio, A. (2011). "Manajemen Pengamen Calung Sanggar Seni Jaka Tarub di Kabupaten Tegal". Skripsi Jurusan Sendratasik Semarang: FBS UNNES <https://doi.org/https://lib.unnes.ac.id/10133/1/6669.pdf>