

Analisis Faktor Manajemen Perubahan SM Entertainment

Dwi Putri Maharani
Universitas Nusa Putra

Article Info

Article history:

Received Oktober, 2022

Revised Oktober, 2022

Accepted Oktober, 2022

Kata Kunci:

Fungsi Manajemen,
Keterampilan Manajemen, Gaya
Kepemimpinan dan
Pengambilan Keputusan

Keywords:

Management Functions,
Management Skills, Leadership
Style and Decision Making

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menemukan secara spesifik tentang Analisis Faktor Manajemen Perubahan SM Entertainment. Penulisan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Fokus penelitian yakni Fungsi Manajemen, Keterampilan Manajemen, Gaya Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan. *Planning* SM Entertainment memiliki sasaran dan tujuan rencana awal perusahaan dengan meletakkan fondasi sistem pelatihan *idol group* di Korea Selatan yang terinspirasi oleh sistem pelatihan di Jepang, terutama oleh Johnny Jimusho. SM Entertainment secara teratur memperbaharui bisnisnya untuk memperluas pasar serta menciptakan keunikan konten dan kualitas sesuai dengan keinginan pasar yang terus berubah dari waktu ke waktu untuk menyebarkan budaya populer melalui *Hallyu Wave*. SM Entertainment memiliki sistem pelatihan yang berbeda dari Amerika atau Industri Musik Barat yang memberikan uang muka untuk pengembalian investasi, SM Entertainment menyiapkan *idol group* sebagai produk akhir dengan adanya masa pelatihan. Struktur organisasi tata kelola SM Entertainment meliputi beberapa divisi seperti SM C&C, SM Entertainment Japan Inc, SM True Co. Ltd, dan lain-lain.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out specifically about SM Entertainment's Change Management Factor Analysis. The writing uses a quantitative research approach. The research focus is Management Function, Management Skills, Leadership Style and Decision Making. Planning SM Entertainment has the goals and objectives of the company's original plan by laying the foundation for the idol group training system in South Korea which was inspired by the training system in Japan, especially Johnny Jimusho. SM Entertainment regularly renews its business to expand the market and create unique content and quality according to the changing market demands from time to time to spread popular culture through the Hallyu Wave. SM Entertainment has a different training system from America or the Western Music Industry which provides an advance for return on investment, SM Entertainment prepares idol groups as the final product with a training period. SM Entertainment's governance organizational structure includes several divisions such as SM C&C, SM Entertainment Japan Inc, SM True Co. Ltd, and others.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Dwi Putri Maharani
Institution: Universitas Nusa Putra
Email: dwickamjong27@gmail.com

1. PENDAHULUAN

SM Entertainment adalah perusahaan hiburan Korea Selatan yang didirikan pada 14 Februari 1989 oleh Lee Soo-Man dengan nama SM Studio, pada tahun 1995 berganti nama menjadi SM Entertainment. Perusahaan ini beroperasi sebagai label rekaman, perusahaan produksi musik dan konser, manajemen acara dan rumah penerbitan musik. Selain itu, perusahaan ini mengoperasikan sejumlah anak perusahaan seperti SM Culture & Contents (2012), Baljunso (2014), Label SJ (2015), ScreaM Records (2016), dan SM Life Design Group (2018).

SM Entertainment merupakan rumah bagi sejumlah penyanyi K-Pop ternama yang telah berhasil menarik perhatian internasional, seperti BoA, TVXQ, Super Junior, Girls' Generation, SHINee, EXO, NCT, dan dulunya merintis grup H.O.T, Fly to the Sky, dan Shinhwa. SM Entertainment memanageri beberapa pemeran seperti Kim Min-Jong dan Lee Yeon-Hee.

Di Jepang, SM Entertainment menerbitkan rilisan Avex Trax untuk beberapa artis seperti Ayumi Hamasaki, Namie Amuro, dan Koda Kumi, serta artis Johnny's Entertainment seperti Arashi dan KAT-TUN.

a. Sejarah SM Entertainment

- **Pembentukan & Artis Generasi Pertama (1989 – 2000)**

Lee Soo-Man mendirikan SM Studio pada tahun 1989 lalu mengubah namanya menjadi SM Entertainment dan menyiapkan dana modalnya pada Februari 1995. *Idol group* pertamanya yaitu H.O.T. (1996), Shinhwa (1998), dan Fly to the Sky (1999).

- **Afiliasi & Artis Generasi Kedua (2000-2005)**

Pada bulan Desember 2000, SM berafiliasi dengan Fandago Korea. Perusahaan ini disetujui untuk dicatatkan pada KOSDAQ, dan afiliasi didirikan antara SM dan Avex Trax. Pada tahun 2003, SM mendebutkan grup laki-laki yaitu TVXQ dengan lima anggota dan mendebutkan grup Super Junior pada tahun 2005.

- **Ekspansi & Artis Internasional (2005-2010)**

SM Entertainment mendebutkan idol group seperti Girls' Generation (2007), SHINee (2008), dan f(x) (2009). Pada bulan April 2008, sebuah sub-unit berbahasa Mandarin Super Junior, yaitu Super Junior-M. pada bulan Oktober 2008, SM Mengumumkan rencana untuk mendebutkan BoA di Amerika Serikat.

- **Usaha Bersama & Lebih Lanjut (2010-2012)**

Pada bulan Mei 2010, SM mengumumkan laba operasional kuartal pertama, yaitu 10,4 miliar KRW, naik 471% dari periode yang sama tahun sebelumnya. Pendapatan dilaporkan di 22,7 miliar KRW, meningkat 58% pada tahun sebelumnya. Pada 2010, SM mendebutkan *boy group* EXO di dua unit untuk mempromosikan di kedua negara yaitu Korea dan China.

- **Seniman Generasi Ketiga & Internasional K.POP Akademi (2013-Sekarang)**

Pada Februari 2014, SM mengakuisisi saham di Baljunso yaitu sebuah label rekaman yang didirikan pada tahun 1991 oleh Kang Byung-Yong. Pada Agustus 2015, SM bermitra dengan perusahaan olahraga IB Worldwide untuk membuat Galaxia SM. Tahun 2016, SM menandatangani aliansi dan ekuitas perjanjian investasi strategis dengan *Esteem Model* serta Lee Soo-Man mengadakan konferensi di SM Coex Artium, untuk mendebutkan idol group NCT.

b. Tingkatan Manajemen

1. TOP Level Management

- CEO (Kim Young-Min)
- Direktur (Park Jun-Young, Tak Young-Joon, Lee Seong-Su)
- Direksi (Nam So-Young)
- Direktur Kreatif (Jin Hee-Jin)

2. Middle Level Management

Meliputi Artis Management, yaitu :

- Performance Directing
- Fan Club Team
- Actor P.R
- Monitoring

3. Staf dan Karyawan

2. TINJAUAN PUSTAKA

a) Pengertian Manajemen

Menurut Nilasari & Wiludjeng (2012): “Manajemen adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri atas kegiatan-kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sarana-sarana melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lain.

b) Fungsi-fungsi Manajemen

Menurut Hasibuan & S.P. (2011) fungsi-fungsi manajemen terdiri dari:

1. Perencanaan (*Planning*) Merupakan proses penentuan tujuan dan pedoman pelaksanaan, dengan memilih alternatif terbaik dari berbagai alternatif yang ada.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) Merupakan proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktifitas, menyediakan media yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relatif didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas tersebut.
3. Pelaksanaan (*Actuating*) Merupakan proses pelaksanaan rencana yang telah di terapkan sesuai dengan tugas dan kewajiban yang telah didelegasikan serta mengarahkan semua sumber daya organisasi agar mau bekerja sama dan bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan.
4. Pengawasan (*Controlling*) Merupakan proses pengaturan dan pengarahan terhadap setiap pelaksanaan aktivitas organisasi agar sesuai dengan ketetapan-ketetapan yang telah diatur dalam proses perencanaan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang dihasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan individu atau kelompok serta perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2013). Dalam hal ini untuk meneliti dan menemukan secara spesifik tentang Analisis Faktor Manajemen Perubahan SM Entertainment. Penulisan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Fokus penelitian yakni Fungsi Manajemen, Keterampilan Manajemen, Gaya Kepemimpinan dan Pengambilan Keputusan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Fungsi Manajemen

1. *Planning*

SM Entertainment memiliki sasaran dan tujuan rencana awal perusahaan dengan meletakkan fondasi sistem pelatihan idol group di Korea Selatan yang terinspirasi oleh sistem pelatihan di Jepang, terutama oleh Johnny Jimusho. SM Entertainment secara teratur memperbaharui bisnisnya untuk memperluas pasar serta menciptakan keunikan konten dan kualitas sesuai dengan keinginan pasar yang terus berubah dari waktu ke waktu untuk menyebarkan budaya populer melalui Hallyu Wave.

Untuk memastikan proses menciptakan, memproduksi, dan promosi sesuai dengan karakter spesialisasi, SM Entertainment merencanakan atribut untuk membuat bintang pop yang sempurna. Alhasil, SM Entertainment menggelar audisi tidak hanya di Korea tetapi juga di luar negeri untuk mencari artis muda dan berbakat.

2. *Leading*

Lee Soo-Man selaku Pendiri SM Entertainment membawa perubahan bagi perusahaannya maupun bagi dunia industri musik Korea Selatan. SM mendebatkan boygroup dan girlgroup pertama di Korea Selatan dan hingga sekarang menjadi kebanggaan bagi Korea Selatan sendiri.

SM Entertainment memiliki sistem pelatihan yang berbeda dari Amerika atau Industri Musik Barat yang memberikan uang muka untuk pengembalian investasi, SM Entertainment menyiapkan *idol group* sebagai produk akhir dengan adanya masa pelatihan. Periode pelatihan bervariasi dari beberapa bulan hingga beberapa tahun. SM Entertainment menanggung semua biaya hidup selama masa pelatihan, termasuk makanan, asrama, pakaian, biaya tutor ahli, dan semua kelas pelatihan.

SM Entertainment berfokus pada nilai budaya yang dapat memimpin ekonomi nasional dan berkontribusi pada pertumbuhannya di bawah slogan "Budaya Pertama, Ekonomi Selanjutnya".

3. *Organizing*

SM Entertainment dipimpin oleh seorang CEO (Chief Executive Officer) yang tugasnya mengelola jalannya perusahaan dan tenaga kerja sesuai dengan kebijakan umum yang berlaku.

Struktur organisasi tata kelola SM Entertainment meliputi beberapa divisi seperti SM C&C, SM Entertainment Japan Inc, SM True Co. Ltd, dan lain-lain. Organ divisi perusahaan terdiri dari Direktur, Co-CEO, Direksi, Direktur Fandango Korea, Direktur Luar, dan Direktur Kreatif.

Jumlah karyawan SM Entertainment yaitu 386 (pada tahun 2017), 414 (tahun 2016), 1.065 (pada Maret 2013), dan 965 (pada Maret 2010).

4. *Controlling*

Struktur kebijakan pengawasan SM Entertainment terdiri dari kebijakan pengendalian internal, pengawasan internal, kebijakan pengawasan eksternal, kebijakan transparansi, dan pengungkapan kebijakan pengendalian internal disusun dengan memperhatikan ruang lingkup lingkungan pengendalian, pengkajian, dan pengelolaan risiko perusahaan industri hiburan, aktivitas pengendalian yang dilaksanakan di setiap tingkatan manajemen, sistem informasi dan komunikasi, serta

mengadakan audit internal, pengevaluasian pengendalian kinerja perusahaan secara berkala.

b) Keterampilan Manajemen

1. Conceptual

- Pelatihan dengan sistem *traineeship*, digunakan untuk memastikan produk akhir mereka dapat dijual dengan baik dan sesuai dengan permintaan pasar.
- Memaksimalkan bisnis ke konsumen SM *Entertainment* menjual album fisik, lagu digital, *merchandise* resmi, dan pendaftaran *fansclub* resmi.
- Bisnis ke bisnis SM *Entertainment* membangun kerja sama dengan *composer* dan koreografer terkenal, serta membuat kontrak dengan perusahaan, multinasional seperti Youtube.
- Memasuki pasar digital yang didorong oleh sistem program music di Korea Selatan.

2. Interpersonal

- SM *Entertainment* membebaskan para staf dan artisnya untuk memberi masukan yang sifatnya membangun.
- SM *Entertainment* membebaskan artisnya untuk berkarya sesuai dengan kreativitas mereka.
- SM *Entertainment* memberi fasilitas atau sarana agar staf dan artisnya untuk menjaga penampilan, suara, serta kesehatan.

3. Technical

SM *Entertainment* menerapkan teknikalnya dengan memproduksi musik dengan melalui proses *outsourcing* kreativitas dan bekerja sama dengan para ahli di bidang musik, pertunjukan, dan koreografi.

Dengan perkembangan teknologi, SM *Entertainment* menggunakan platform media sosial seperti Youtube sebagai alat distribusi mereka. Youtube menyediakan sarana yang nyaman untuk distribusi konten, karena setiap orang yang memiliki internet dapat mengaksesnya secara bebas.

4. Decision Making

- SM *Entertainment* tidak mempunyai jaminan untuk debut setelah seseorang menandatangani kontrak untuk menjadi *trainee*.
- SM *Entertainment* menetapkan rasio sebesar/sekitar 70 : 30 untuk pembayaran pekerjaan *idol group* ke perusahaan.
- SM *Entertainment* mengarahkan/menetapkan hukuman terminasi dini untuk artisnya yang mengajukan gugatan untuk pemutusan kontrak dengan SM *Entertainment*.

c. Gaya Kepemimpinan dan Contoh Pengambilan Keputusan

Gaya Kepemimpinan

1. Kepemimpinan Demokratis

SM *Entertainment* memperhitungkan masukan-masukan yang diterima dari orang yang dipimpinya.

2. Kepemimpinan Otoriter

SM *Entertainment* mengambil keputusan tanpa memikirkan orang yang terkena dampaknya, seperti keputusan gugatan pemutusan kontrak.

3. Kepemimpinan Strategis

SM Entertainment mengimbangi dan memastikan bahwa kondisi kerja staff dan artisnya tetap kondusif dan stabil.

4. Kepemimpinan Transformasional

SM Entertainment mengadakan perubahan dengan penambahan *skill* set dan kemampuan untuk melaksanakan pekerjaan dengan lebih cepat.

Contoh Pengambilan Keputusan

Pada akhir Juli 2009, tiga anggota dari *boy group* SM Entertainment, TVXQ Kim Jae-Joong, Park Yoo-Chun, dan Kim Jun-Su diterapkan ke Pengadilan Distrik Pusat Seoul untuk menyelidiki validitas kontrak mereka dengan SM Entertainment. Mereka merasa kontrak tiga belas tahun terlalu Panjang dan pendapatan tidak cukup dibagikan kepada anggota.

SM Entertainment menetapkan bahwa *idol group* yang meninggalkan grup atau memutuskan kontraknya dengan SM Entertainment akan mengarah pada hukuman terminasi dini lebih dari 11 miliar KRW, dan kabar dari sengketa ini menyebabkan harga saham SM Entertainment KOSPI hiburan menurun 10,06%.

5. KESIMPULAN

Planning SM Entertainment memiliki sasaran dan tujuan rencana awal perusahaan dengan meletakkan fondasi sistem pelatihan *idol group* di Korea Selatan yang terinspirasi oleh sistem pelatihan di Jepang, terutama oleh Johnny Jimusho.

SM Entertainment secara teratur memperbaharui bisnisnya untuk memperluas pasar serta menciptakan keunikan konten dan kualitas sesuai dengan keinginan pasar yang terus berubah dari waktu ke waktu untuk menyebarkan budaya populer melalui *Hallyu Wave*. SM Entertainment memiliki sistem pelatihan yang berbeda dari Amerika atau Industri Musik Barat yang memberikan uang muka untuk pengembalian investasi, SM Entertainment menyiapkan *idol group* sebagai produk akhir dengan adanya masa pelatihan. Struktur organisasi tata kelola SM Entertainment meliputi beberapa divisi seperti SM C&C, SM Entertainment Japan Inc, SM True Co. Ltd, dan lain-lain.

Controlling Struktur kebijakan pengawasan SM Entertainment terdiri dari kebijakan pengendalian internal, pengawasan internal, kebijakan pengawasan eksternal, kebijakan transparansi, dan pengungkapan kebijakan pengendalian internal disusun dengan memperhatikan ruang lingkup lingkungan pengendalian, pengkajian, dan pengelolaan risiko perusahaan industri hiburan, aktivitas pengendalian yang dilaksanakan di setiap tingkatan manajemen, system informasi dan komunikasi, serta mengadakan audit internal, pengevaluasian pengendalian kinerja perusahaan secara berkala.

Technical SM Entertainment menerapkan teknikalnya dengan memproduksi musik dengan melalui proses *outsourcing* kreativitas dan bekerja sama dengan para ahli di bidang musik, pertunjukan, dan koreografi. SM Entertainment mengarahkan/menetapkan hukuman terminasi dini untuk artisnya yang mengajukan gugatan untuk pemutusan kontrak dengan SM Entertainment.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, & S.P., M. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif (Revisi)*. PT Bumi Aksara.
- Nilasari, I., & Wiludjeng, S. (2012). *Pengantar Bisnis* (1st ed.). Graha Ilmu.
- "The big 3 of Koran pop music and entertainment : The DONG-A ILBO". *English.donga.com*.
- Forbes staff (31 Juli 2013). "Korea's SM Entertainment : The Company That Created K-Pop". *Forbes*.
- "SMTOWN J-POP ZONE". SM Entertainment.
- "After 20 years, SM Entertainment to expand overseas base". *Koreatimes*. 2015-12-07.

"KPOP NEWS – SM Entertainment Invests in Indie Label Baljunso to Spotlight Nonmainstream Music I Mwave". *mwave.interest.me*.

"SM's new K-pop band NCT U to debut this week". *Koreatimes*. 2016-04-04.

"TVXQ Feuds With SM Entertainment". *Koreatimes*. 2009-08-02.

"Korea Hot Stocks – Hankook Tire, SM Ent, Ssangyong Motor – Forbes.com". 2009-08-06.