

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Lingkungan Eksternal..... | 5 |
| 1.2 Lingkungan Internal | 9 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian | 13 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.7 Sistematika Penelitian | 15 |
| BAB II KAJIAN LITERATUR | 16 |
| 2.1 Platform Digital..... | 16 |
| 2.2 Situs Web | 18 |
| 2.3 Industri Musik Digital | 22 |
| 2.4 Business Model Canvas..... | 24 |
| 2.4.1 Customer Segments | 25 |
| 2.4.2 Value Proposition | 27 |
| 2.4.3 Channels (Saluran) | 28 |
| 2.4.4 Customer Relationship | 29 |
| 2.4.5 Revenue Streams | 30 |
| 2.4.6 Key Resources | 32 |
| 2.4.7 Key Activities | 33 |
| 2.4.8 Key Partnership | 35 |
| 2.4.9 Cost Structure | 35 |
| 2.5 Peta Empati..... | 36 |
| 2.6 Rencana Bisnis | 37 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 42 |

| | | |
|--|---|------------|
| 3.1 | Jenis Penelitian | 42 |
| 3.2 | Level dan Unit Analisis | 43 |
| 3.2.1 | Kebutuhan Data | 43 |
| 3.3 | Sumber Data | 44 |
| 3.4 | Metode Pengumpulan Data | 46 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 51 |
| BAB IV STRATEGI DAN RENCANA | | 53 |
| 4.1 | Profil Perusahaan | 53 |
| 4.2 | Data Narasumber Penelitian | 56 |
| 4.3 | Peta Empati | 57 |
| 4.3.1 | Calon Pelanggan Pemesan Musik | 57 |
| 4.3.2 | Calon Pelanggan Pembuat Musik (Musisi) | 65 |
| 4.4 | Analisis Pasar | 71 |
| 4.5 | Rencana Pemasaran | 74 |
| 4.5.1 | Segmentasi, Target, dan Posisi | 74 |
| 4.5.2 | Bauran Pemasaran | 77 |
| 4.6 | Rencana Operasional dan Desain Platform | 81 |
| 4.6.1 | Prototipe Proses Operasional Calon Pelanggan Pemesan Musik | 81 |
| 4.6.2 | Prototipe Proses Operasional Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 88 |
| 4.7 | Rencana Organisasional | 94 |
| 4.8 | Rencana Keuangan | 97 |
| 4.8.1 | Modal Investasi Awal | 98 |
| 4.8.2 | Biaya Operasional | 99 |
| 4.8.3 | Proyeksi Pendapatan | 100 |
| 4.8.4 | Analisis Kelayakan Finansial | 110 |
| 4.8.5 | Analisis Kelayakan Non Finansial | 112 |
| 4.9 | Rencana Manajemen Risiko | 115 |
| 4.10 | Strategi Keluar | 117 |
| BAB V SIMPULAN DAN RENCANA AKSI | | 119 |
| 5.1 | Rencana Kegiatan dan Waktu Persiapan | 120 |
| 5.1.1 | Tahap Persiapan | 120 |

| | | |
|----------------|---|-----|
| 5.1.2 | Tahap Pelaksanaan | 121 |
| 5.1.3 | Tahap Evaluasi | 122 |
| 5.2 | Penanggung Jawab | 125 |
| 5.3 | Ukuran Kinerja | 126 |
| 5.4 | Strategi Keberlanjutan Perusahaan (<i>Sustainability Strategy</i>)..... | 127 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 128 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Pendapatan Industri Musik Global | 6 |
| Gambar 1.2 Perkembangan Tenaga Kerja Industri Kreatif | 8 |
| Gambar 1.3 Mahasiswa Institut Seni Indonesia Yogyakarta | 9 |
| Gambar 1.4 Logo Kemusik | 9 |
| Gambar 1.5 Kerangka Alur Pemikiran Penelitian | 13 |
| Gambar 2.1 Alur Akses Melalui Website | 20 |
| Gambar 2.2 Data Proyeksi Pendapatan Musik Digital | 23 |
| Gambar 2.3 Business Model Canvas | 25 |
| Gambar 2.4 Peta Empati | 36 |
| Gambar 3.1 Tahapan dalam Wawancara | 52 |
| Gambar 4.1 Perusahaan | 55 |
| Gambar 4.2 Peta Empati Calon Pelanggan Pemesan Lagu | 65 |
| Gambar 4.3 Peta Empati Calon Pelanggan Pemesan Lagu | 71 |
| Gambar 4.4 Business Model Canvas Kemusik | 73 |
| Gambar 4.5 Rangkaian Proses Pemesanan dan Penerimaan Lagu | 81 |
| Gambar 4.6 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 1 | 82 |
| Gambar 4.7 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 2 | 82 |
| Gambar 4.8 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 3 | 83 |
| Gambar 4.9 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 4 | 84 |
| Gambar 4.10 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 5 | 85 |
| Gambar 4.11 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 6 | 85 |
| Gambar 4.12 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 6 | 86 |
| Gambar 4.13 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik 7 | 87 |
| Gambar 4.14 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 88 |
| Gambar 4.15 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 89 |
| Gambar 4.16 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 90 |
| Gambar 4. 17 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 91 |
| Gambar 4.18 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 92 |
| Gambar 4.19 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 93 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.20 Laman Calon Pelanggan Pembuat Musik/Musisi | 94 |
| Gambar 4.21 Struktur Organisasi Perusahaan Kemusik | 95 |
| Gambar 5.1 Laman Calon Pelanggan Pemesan Musik | 123 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----|
| Tabel 3.1 Kebutuhan Data..... | 43 |
| Tabel 3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data..... | 45 |
| Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Narasumber | 47 |
| Tabel 3.4 Pertanyaan Peta Empati | 48 |
| Tabel 4.1 Data Narasumber Penelitian..... | 56 |
| Tabel 4.2 Komparasi POP dan POD | 76 |
| Tabel 4.3 Rincian Harga Kemusik | 79 |
| Tabel 4.4 Pengaturan SDM Internal, Tugas, dan Tanggung Jawab | 96 |
| Tabel 4.5 Anggaran Gaji Berdasarkan Posisi | 97 |
| Tabel 4.6 Modal Investasi Awal | 98 |
| Tabel 4.7 Biaya Operational | 99 |
| Tabel 4.8 Proyeksi Pendapatan dari Pembagian Laba | 101 |
| Tabel 4.9 Proyeksi Arus Kas Kemusik Skenario Normal..... | 105 |
| Tabel 4.10 Proyeksi Arus Kas Kemusik Skenario Optimis | 107 |
| Tabel 4.11 Proyeksi Arus Kas Kemusik Skenario Pesimis..... | 109 |
| Tabel 4.12 Analisis Kelayakan Finansial pada Skenario Optimis, Normal dan Pesimis | 111 |
| Tabel 5.1 Waktu dan Kegiatan..... | 124 |
| Tabel 5.2 Tabel Posisi, Tugas, dan Tanggung Jawab | 125 |
| Tabel 5.3 Ukuran Kinerja..... | 126 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------|-----|
| LAMPIRAN 1 | 131 |
| LAMPIRAN 2 | 139 |
| LAMPIRAN 3 | 148 |
| LAMPIRAN 4 | 158 |
| LAMPIRAN 5 | 176 |
| LAMPIRAN 6 | 192 |
| LAMPIRAN 7 | 213 |
| LAMPIRAN 8 | 219 |