

**ANALISIS *MARKETING STRATEGY* PADA LAYANAN
APLIKASI MUSIK *STREAMING JOOX***

TUGAS AKHIR



AVA FEBRY SETYA NUGROHO

NIM : 1141001038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

**ANALISIS *MARKETING STRATEGY* PADA LAYANAN
APLIKASI MUSIK *STREAMING JOOX***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



AVA FEBRY SETYA NUGROHO

NIM : 1141001038

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2018**

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ava Febry Setya Nugroho

NIM : 1141001038

Tanda Tangan :



Tanggal : 27 Februari 2018

Universitas Bakrie

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Ava Febry Setya Nugroho


NIM : 1141001038

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis *Marketing Strategy* Pada Layanan Aplikasi Musik
Streaming JOOX

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : B. Purwoko Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr. 

Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., M.M

Penguji II : Dominica Arni Widiastuti, M.Si., M.M 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Februari 2018

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat-Nya Penulis mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Marketing Strategy Pada Layanan Aplikasi Musik Streaming JOOX**” dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir ini, Penulis mendapat banyak dukungan dari berbagai pihak, terutama orangtua dan keluarga Penulis. Semangat dan motivasi yang diberikan orangtua dan keluarga menjadi motivasi terbesar bagi Penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada JOOX Indonesia yang telah menerima Penulis untuk menjadikan perusahaan sebagai objek penelitian ini.

Selain itu, Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan mendampingi Penulis selama pelaksanaan tugas akhir, di antaranya:

1. Bapak Bambang Purwoko Kusumo Bintoro, Ir., MBA, Dr. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan Penulis dalam penyusunan tugas akhir ini;
2. Bapak Imbang J. Mangkuto, MBA, MM selaku dosen pembahas pada seminar proposal;
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M dan Ibu Dominica Arni Widiastuti, M.Si., M.M selaku dosen penguji dalam sidang akhir yang telah memberikan masukan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan tepat waktu;
4. Segenap jajaran dosen program studi Manajemen Universitas Bakrie selama tujuh semester perkuliahan yang telah memberikan wawasan, pemahaman, dan inspirasi yang telah menjadi bekal bagi Penulis untuk melangkah ke depan;
5. Teman-teman pejuang skripsi (Atika Kurnia Asih, Ayu Oktaviani Nurnajiba Haris, Abdul Hafizh Al Karim, Indah Kurnia Sari) yang telah bersama-sama

selama di semester tujuh menjadi motivator Penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir tepat waktu;

6. Teman-teman bermain Penulis (Nadia Ersafira, Ajeng Denia Putri, Nadya Cahya Saputra, Natasha Rosdiana, Chici Ivana, Intan Azmi, Rizka Amaliadewi, Distiyah Yuliana, Fathurrahman, Dimas Fiqih S., Danny Hariansyah, M. Aqil Arselan, Steven David Joshua Bolang, Didit Aprilio, Anna Lhatifah, Mulyacih, Beby Cantika, Jeni Larasati, Gyanti Subiyantoro, Zulfa Errahmah A., Dena Lestari, Zola Fiani, Alief Margi, Gian Ramanel, Hamdi Brilliant) yang telah menemani Penulis selama menjalani kuliah di Universitas Bakrie dari mulai awal semester hingga saat ini;
7. Teman-teman di BEM Universitas Bakrie 2016/2017 (Raditya Nalaputra, Arum Tias Astiningrum, Nana Suryana, Bangun Pamungkas, Kezia Nadira, Safira Alisha, Yossy Alrin, Isna Karin D., Aldi, Aldy Fitra, Ali, Arisyi, Dara Rizki Eka Putri, Elcy Damayani, Emeraldia Tria K., Faris Aditya, Imam Sopani, Inocentia Talita, Larasati Tisno S., Retno Dwi, Muhammad Fathur, Nadia, Natasha Gloria Parera, Pranichia, Rani, M. Rizky Nugroho, Syailendra F.N.A, Firstnanda Rindu H., Grace Angel, Ihsan, Evangelystha, Dila Natsir);
8. Teman-teman program studi Manajemen 2014 yang selalu memberikan semangat dan dukungan satu sama lain;
9. Kakak-kakak senior yang membimbing Penulis dalam berorganisasi (Kencana Amanda Illahi, Rachma Allia Dwi Putri, Annisa Steffi, Hizraka Diraja, Irma Nurpriyanti) dan kawan-kawan seperjuangan di BEM Universitas Bakrie 2015/2016;
10. Semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungannya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun demikian, Penulis mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini memberikan manfaat kepada kita semua.

Jakarta, 27 Februari 2018

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ava Febry Setya Nugroho
NIM : 1141001038
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

Analisis Marketing Strategy Pada Layanan Aplikasi Musik Streaming JOOX

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 27 Februari 2018

Yang menyatakan



Ava Febry Setya Nugroho

**ANALISIS *MARKETING STRATEGY* PADA LAYANAN APLIKASI
MUSIK *STREAMING JOOX***

Ava Febry Setya Nugroho¹

ABSTRAK

Perkembangan industri musik dengan kehadiran layanan aplikasi musik *streaming* dipengaruhi oleh tren perubahan dari fisik ke digital dan *download* ke *streaming*. Perubahan yang terjadi untuk kawasan Asia membuka potensi pasar fokus yang tinggi. Termasuk untuk pasar Indonesia yang memiliki populasi usia muda yang sedang berkembang membuat pelaku industri layanan aplikasi musik *streaming* berkembang pesat. Layanan aplikasi musik *streaming* yang termasuk dalam layanan konten melalui internet adalah penyediaan semua bentuk informasi digital yang dialirkan (*streaming*) atau diunduh (*download*) dengan memanfaatkan jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi berbasis protokol internet. Penelitian ini dilakukan di kantor perwakilan Tencent Mobility Limited pada aplikasi musik *streaming* JOOX Indonesia dengan mengambil topik analisis *marketing strategy*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh JOOX Indonesia. Dalam penelitian ini terdapat beberapa teknik analisis yang digunakan seperti *Strategic Business Units* (SBU) termasuk analisis internal dan eksternal yang menggunakan *tools* seperti PESTEL, Porter's Five Forces, RBV, dan SWOT. Hasil akhir penelitian ini adalah saran pengembangan bisnis bagi aplikasi musik *streaming* JOOX dalam memenangkan persaingan di industri musik *streaming* di Indonesia.

Kata kunci: Layanan aplikasi musik *streaming*, *Marketing strategy*, *Strategic Business Units* (SBU), analisis internal, analisis eksternal

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

**ANALISIS MARKETING STRATEGY PADA LAYANAN APLIKASI
MUSIK STREAMING JOOX**

Ava Febry Setya Nugroho ¹

ABSTRACT

The development of music industry with the presence of music streaming app services was influenced by the changing trend of physical to digital and download to streaming. The shifting that occur to the Asian region open up a high potential focus markets. Including for the Indonesian market that has a young age population that still developing makes the streaming music apps provider evolve rapidly. The music streaming app services that is included in the content service over the internet is the provision of all forms digital information streamed or downloaded by utilizing telecommunication services over an internet protocol-based telecommunication network. This research was conducted at the representative offices of Tencent Mobility Limited on music streaming app JOOX Indonesia by taking the topic of marketing strategy analysis.

This study aims to determine the marketing strategy of JOOX Indonesia. In this study there are several analytical techniques used such as Strategic Business Units (SBU) including internal and external analysis using tools such as PESTEL, Porter's Five Forces, RBV, and SWOT. The final result of this research is the business development suggestion for JOOX music streaming app to win the competition in music streaming industry in Indonesia.

Keywords: Music streaming app services, Marketing strategy, Strategic Business Units (SBU), internal analysis, external analysis

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Studi Kasus	8
1.4 Manfaat Studi Kasus	8
1.5 Sistematika Studi Kasus	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>).....	10
2.1.1 Strategi (<i>Strategy</i>)	10
2.1.2 Pemasaran (<i>Marketing</i>).....	10
2.1.3 Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>)	10
2.1.4 Keunggulan Kompetitif (<i>Competitive Advantage</i>)	10
2.1.5 Misi (<i>Missions</i>)	11
2.1.6 Strategic Business Units (SBU).....	11
2.1.7 Formulasi Tujuan (<i>Goal Formulation</i>).....	12
2.1.8 Formulasi Strategis (<i>Strategic Formulation</i>).....	12
2.1.9 Formulasi Program dan Implementasi (<i>Program Formulation and Implementation</i>)	14
2.1.10 Feedback and Control	14
2.2 Analisis Eksternal	15

2.2.1 PESTEL Analysis	15
2.2.2 Porter's Five Forces Model.....	15
2.2.3 SWOT Analysis	19
2.3 Analisis Internal	20
2.3.1 Resource Based View	20
2.3.2 VRIO Framework	21
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23
2.5 Kerangka Pemikiran	26
BAB III METODOLOGI STUDI KASUS.....	27
3.1 Objek Studi Kasus	27
3.2 Jenis Studi Kasus.....	27
3.3 Instrumen Studi kasus	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Teknik Analisis Data	30
3.5.1 Pengolahan Data	30
3.5.2 Penyajian Data	30
3.5.3 Verifikasi Data.....	30
3.6 Keterbatasan Studi Kasus	30
BAB IV PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1 Sejarah Tencent Mobility Limited.....	32
4.1.2 JOOX	33
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	34
4.1.4 Struktur Organisasi dan Fungsi	34
4.2 Situasi Industri Musik <i>Streaming</i> di Indonesia	41
4.2.1 Analisis Eksternal	41
4.3 Strategi Pemasaran JOOX	54
4.3.1 Analisis Internal.....	54
4.4 Alternatif Solusi Bisnis	81
4.4.1 TOWS Matrix	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Global Music Industry Revenues	2
Gambar 1.2 RIAA Year-End Revenue 2004-2005 & 2016	3
Gambar 1.3 Size of Major Asian Digital Music Markets	4
Gambar 1.4 Digital Music Industry Market Size - Selected Asian Markets.....	5
Gambar 1.5 Which music apps are you currently using?.....	6
Gambar 2.1 Business Unit Strategic Planning	11
Gambar 2.2 Porter's Five Forces Model.....	16
Gambar 2.3 Attractive Industry.....	17
Gambar 2.4 SWOT Matrix.....	20
Gambar 2.5 RBV Model	21
Gambar 2.6 VRIO Framework.....	22
Gambar 4.1 Logo Tencent.....	33
Gambar 4.2 Logo JOOX	34
Gambar 4.3 Indonesia GDP	42
Gambar 4.4 Indonesia Internet Speed	44
Gambar 4.5 Music streaming ecosystem in focus Asian markets.....	46
Gambar 4.6 Lyrics Card JOOX.....	47
Gambar 4.7 Survei Layanan Musik Streaming 1	51
Gambar 4.8 Survei Layanan Musik Streaming 5	51
Gambar 4.9 Aplikasi Musik <i>Streaming</i>	53
Gambar 4.10 Kolaborasi JOOX dengan E-Commerce	59
Gambar 4.11 VIP Song's Logo	61
Gambar 4.12 JOOX VIP	61
Gambar 4.13 JOOX Fri-yay Night.....	64
Gambar 4.14 JOOX on Campus.....	65
Gambar 4.15 JOOX Contest Win Ticket Concert.....	66
Gambar 4.16 JOOX Concert Fly Away	67
Gambar 4.17 Alfamart dan JOOX	68
Gambar 4.18 Go-Jek dan JOOX	69
Gambar 4.19 UBER dan JOOX	69
Gambar 4.20 Bank Permata dan JOOX	70
Gambar 4.21 Tokopedia dan JOOX.....	70
Gambar 4.22 JOOX Advertising Process	71
Gambar 4.23 Internet Users in Indonesia.....	73
Gambar 4.24 Indonesia Pyramid Population	74
Gambar 4.25 Perbandingan JOOX dan Spotify	77
Gambar 4.26 Analytics Demographic.....	78
Gambar 4.27 Audience Overview	79
Gambar 4.28 Average Subscription Revenue per Subscriber by Market	80
Gambar 4.29 Cost of Mobile Data Relative to Income Levels	81

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 JOOX Sessions	7
Grafik 4.1 Global Smartphone Trend and Forecast	73
Grafik 4.2 Indonesia Smartphone Trend.....	74
Grafik 4.3 Total Users JOOX	75
Grafik 4.4 New Users JOOX	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1 Payment Method	45
Tabel 4.2 Analisis Industri	52
Tabel 4.3 Perbandingan Aplikasi Musik <i>Streaming</i>	54
Tabel 4.4 JOOX VRIO Analysis.....	60
Tabel 4.5 TOWS Matrix	82

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi	34
Bagan 4.2 Skema Pembaruan Koleksi Musik JOOX.....	55
Bagan 4.3 Alur Proses Database Musik JOOX.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bagan Struktur Organisasi.....	95
Lampiran 2 Hasil Wawancara.....	96
Lampiran 3 Marketing Offline Event	105
Lampiran 4 Competitor Analysis	106
Lampiran 5 Payment Method.....	108
Lampiran 6 Subscribe Type	109
Lampiran 7 TOWS Matrix	110