

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAYSHELF MUSIC

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh :

Muhammad Lutfi Aziz

20.92.0266

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAYSHELF MUSIC

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh :

Muhammad Lutfi Aziz

20.92.0266

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2024

PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAYHSLEF MUSIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Lutfi Aziz

20.92.0266

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing,



Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B. A.

NIK.

PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BAYHSLEF MUSIC

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Lutfi Aziz

20.92.0266

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 4 Maret 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Suyatmi, S.E., M.
NIK. 190302019

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM
NIK. 190302308

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI
NIK. 190302303

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 8 Maret 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emma Taufiq Luthfi, ST, M.Kom, S.Si., M.T.
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Muhammad Lutfi Aziz**
NIM : **20.920.266**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Strategi Pengembangan Usaha Bayshef Music

Dosen Pembimbing : **Laksmindra Saptyawati, SE, MBA**

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan **gagasan, rumusan dan penelitian SAYA** sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 8 Maret 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Lutfi Aziz

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga dapat menyusun laporan ini dengan baik. Dalam era yang penuh tantangan ini, bisnis alat musik menjadi bagian yang tak terpisahkan dari dunia seni dan hiburan. Melalui perpaduan harmoni dan inovasi, bisnis ini memberikan kebahagiaan dan inspirasi bagi banyak orang di seluruh penjuru dunia. Perjalanan panjang dan dedikasi yang saya tanamkan selama ini tak lepas dari dukungan para konsumen, mitra bisnis, serta seluruh tim yang berjuang bersama-sama.

Saya menyadari bahwa laporan ini tidak akan lengkap tanpa dukungan dan masukan berharga dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam perjalanan bisnis alat musik kami. Saya berharap laporan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bisnis alat musik dan menjadi panduan bagi perkembangan bisnis yang lebih baik di masa depan. Semoga perusahaan kami senantiasa dapat menjadi bagian dari harmoni dan inspirasi bagi para pecinta musik.

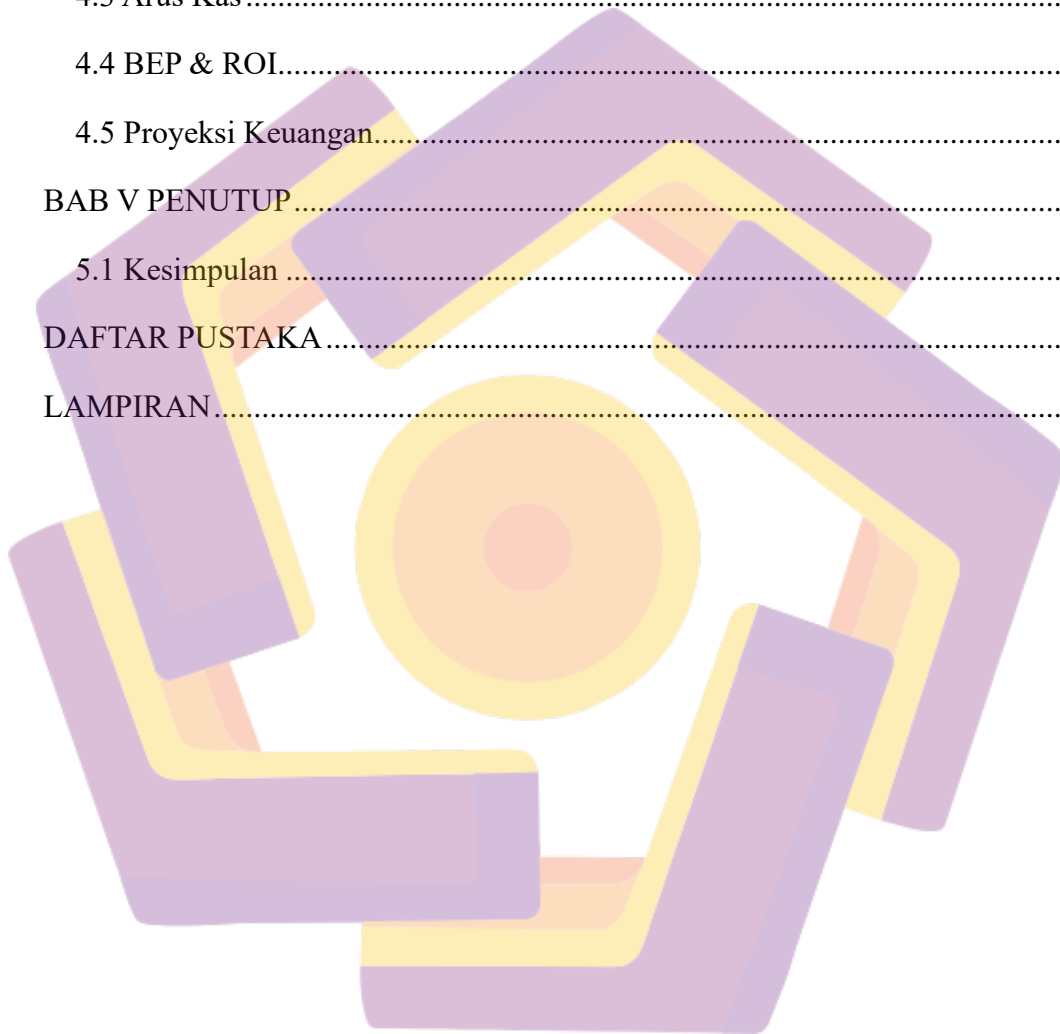
Sleman, 4 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan Konsumen.....	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	1
1.3 <i>Noble Purpose</i>	2
1.4 Visi, Misi dan Logo Usaha.....	2
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	3
2.1 Sejarah Bisnis.....	3
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan.....	3
2.3 Produk dan Inovasi Produk.....	4
2.4 Ukuran Pasar.....	5
2.5 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	7
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	7
2.6.1 Strategi Pemasaran.....	7
2.6.2 Strategi Operasional dan Produksi.....	8
2.6.3 Strategi Sumber Daya Manusia.....	9
2.6.4 Strategi Keuangan.....	12
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	15
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	15

3.2 Strategi Pengembangan.....	17
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	20
4.1 Neraca Keuangan	20
4.2 Laba Rugi.....	21
4.3 Arus Kas	22
4.4 BEP & ROI.....	23
4.5 Proyeksi Keuangan.....	24
BAB V PENUTUP.....	25
5.1 Kesimpulan	25
DAFTAR PUSTAKA.....	26
LAMPIRAN.....	27

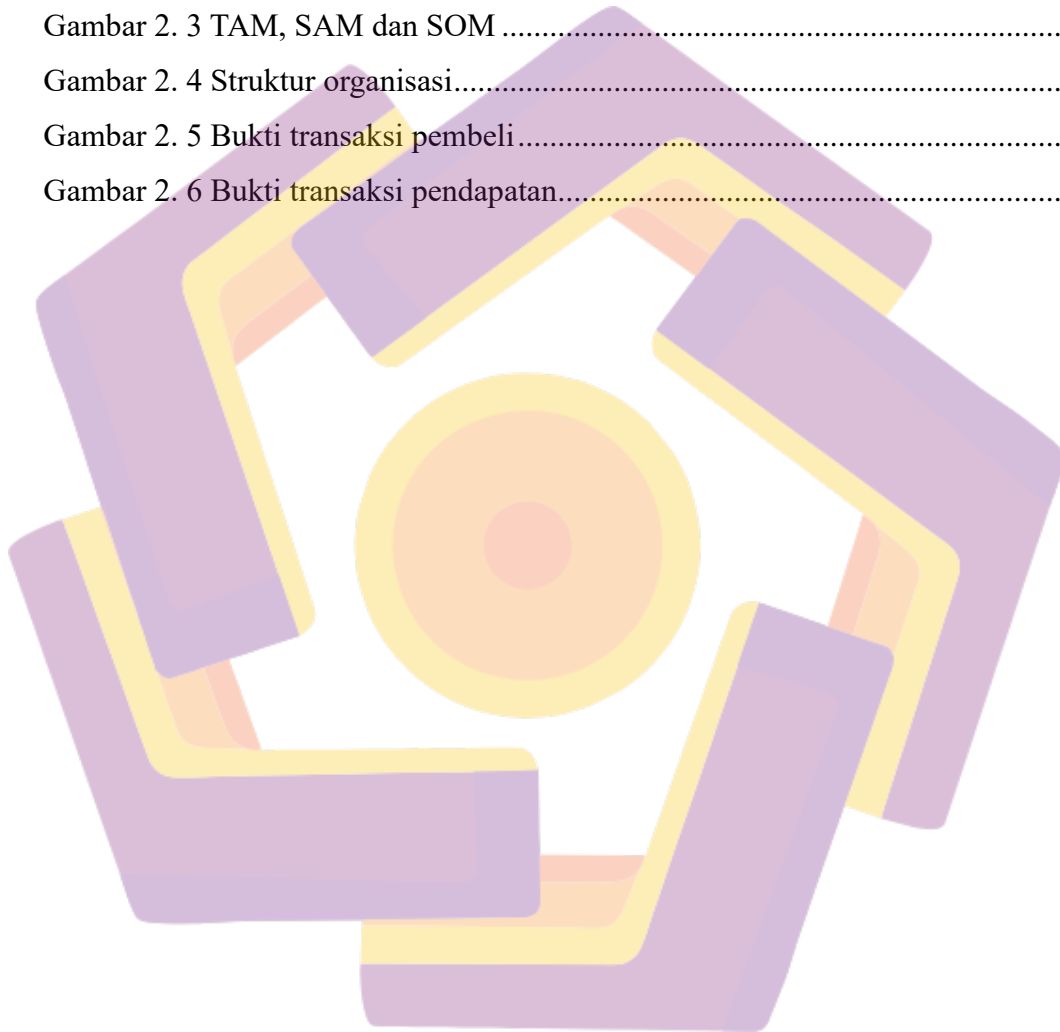


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Produk dan inovasi produk.....	4
Tabel 2. 2 Analisis posisi perusahaan dibanding pesaing	7
Tabel 2. 3 Price.....	8
Tabel 2. 4 Laporan arus kas.....	13
Tabel 2. 5 Laporan laba rugi	14
Tabel 2. 6 Laporan neraca	14
Tabel 3. 1 SWOT.....	15
Tabel 3. 2 Strategi pengembangan	17
Tabel 4. 1 Neraca keuangan	20
Tabel 4. 2 Laba rugi	21
Tabel 4. 3 Arus kas	22
Tabel 4. 4 Proyeksi keuangan.....	24

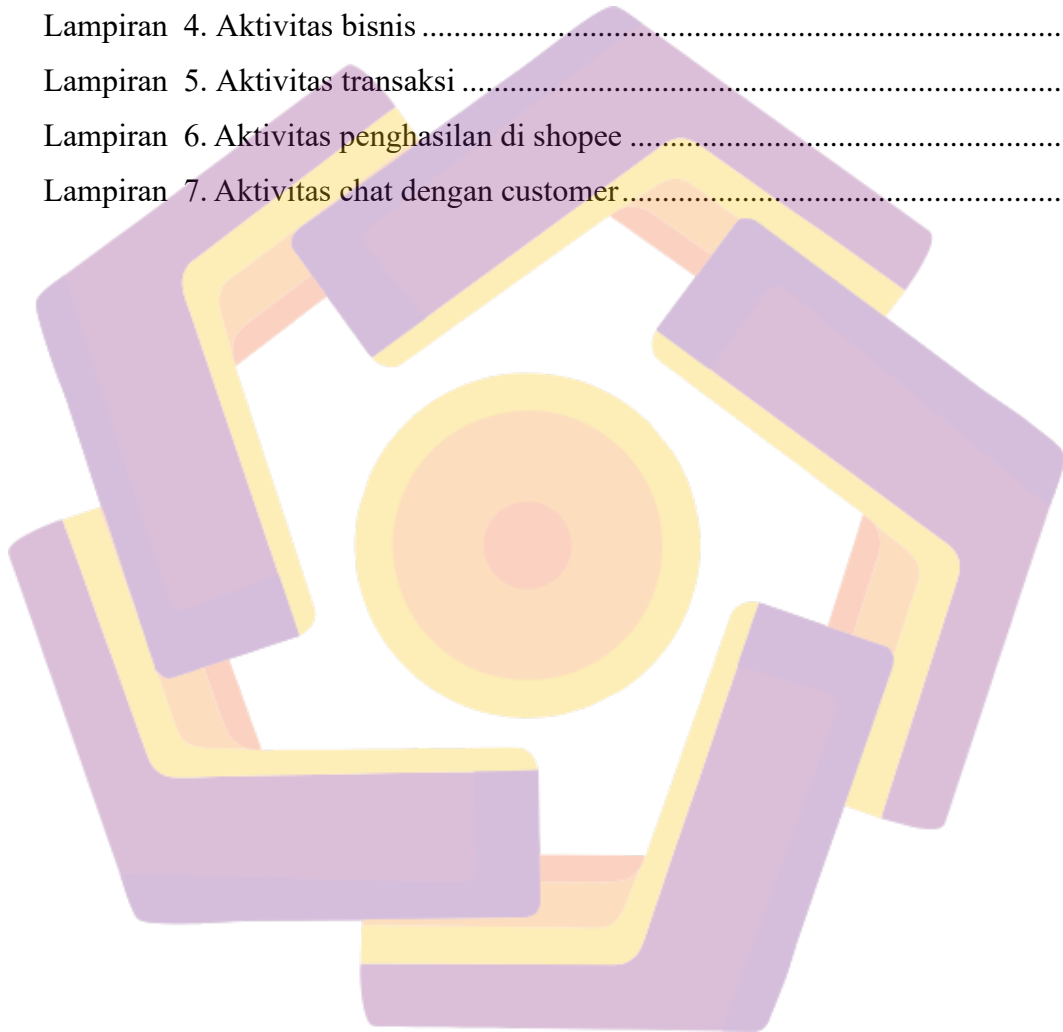
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo merek	2
Gambar 2. 1 Business model canvas saat ini	3
Gambar 2. 2 Business model canvas pengembangan.....	4
Gambar 2. 3 TAM, SAM dan SOM	6
Gambar 2. 4 Struktur organisasi.....	9
Gambar 2. 5 Bukti transaksi pembeli.....	12
Gambar 2. 6 Bukti transaksi pendapatan.....	13



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumen legalitas usaha	27
Lampiran 2. Akta PT	29
Lampiran 3. Media promosi yang digunakan	30
Lampiran 4. Aktivitas bisnis	31
Lampiran 5. Aktivitas transaksi	33
Lampiran 6. Aktivitas penghasilan di shopee	34
Lampiran 7. Aktivitas chat dengan customer	35



ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan yang diterapkan oleh Bayshelf Music, sebuah perusahaan musik menengah dengan fokus pada pengembangan yang dihadapi. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menguraikan dalam strategi pemasaran digital oleh perusahaan dengan melalui tahap pengembangan strategi bisnis Bayshelf Music, mencakup tren pasar, target pasar, dan manajemen anggaran. Dalam pendekatan studi kasus yang dilakukan untuk membedah secara rinci strategi pemasaran digital yang telah diterapkan oleh Bayshelf Music. Ini mencakup berbagai strategi pemasaran konten yang menarik, hingga penggunaan platform digital yang beragam. Analisis mendalam dilakukan pada faktor ini, seperti menentukan tujuan target market, efektivitas manajemen anggaran yang telah dilakukan, dan tanggapan perusahaan terhadap perubahan tren di pasar. Harapannya, mampu memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital Bayshelf Music dalam menghadapi tantangan-tantangan yang dihadapi. Selain itu, diharapkan pula dapat memberikan wawasan mendalam mengenai faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kesuksesan strategi pemasaran digital dalam industri musik. Skripsi ini tidak hanya diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bidang strategi pemasaran digital, namun juga memberikan wawasan praktis bagi praktisi dan pihak-pihak terkait dalam industri musik, untuk meningkatkan upaya pemasaran digital serta pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Bayshelf Music, Pengembangan

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the development strategy implemented by Bayshelf Music, a medium-sized music company, with a specific focus on its encountered developmental aspects. The objective is to identify and elaborate on the digital marketing strategies employed by the company through the phases of Bayshelf Music's business strategy development, covering market trends, target demographics, and budget management. Through a case study approach, a detailed dissection of the digital marketing strategies adopted by Bayshelf Music is conducted. This encompasses various engaging content marketing strategies and diverse utilization of digital platforms. In-depth analysis is directed towards factors such as defining target market objectives, assessing the effectiveness of budget management, and the company's responses to market trend shifts. The anticipated outcome is to provide recommendations aimed at enhancing the effectiveness of Bayshelf Music's digital marketing strategy in confronting the challenges it faces. Moreover, the research aims to offer profound insights into the significant factors influencing the success of digital marketing strategies within the music industry. This thesis is envisioned not only to contribute to the field of digital marketing strategies but also to provide practical insights for practitioners and stakeholders in the music industry. It aims to bolster digital marketing efforts and foster sustainable growth within the industry.

Keywords: Digital Marketing, Bayshelf Music, Development