

ABSTRAK

Perkembangan infrastruktur dan kecepatan internet di Indonesia memacu meningkatnya penggunaan *smartphone*. Dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), dari 132 juta pengguna internet, 90 juta memiliki *smartphone*, dan 96.8% dari pengguna *smartphone* tersebut mengakses konten hiburan sehari-hari, dan konten hiburan terbesar kedua adalah musik streaming. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk menulis studi mengenai salah satu aplikasi musik streaming terbesar di Indonesia, yaitu PT XYZ. Dalam penelitian ini, jenis riset yang digunakan adalah riset terapan, dikarenakan peneliti bekerja dalam perusahaan PT XYZ dan bergerak dalam bidang pengembangan bisnis, Riset ini juga bersifat kualitatif karena dalam menentukan desain penelitian, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi dan wawancara kepada karyawan PT XYZ untuk mendapatkan data, dan karena hanya fokus pada perusahaan PT XYZ, yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang saat ini terjadi di perusahaan. Problematika yang berkembang adalah dalam hal jumlah *monthly active user* (MAU) yang sangat sedikit dibandingkan dengan total *user* PT XYZ yang sampai sekarang lebih dari 50 juta.

Dalam melakukan penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan solusi untuk masalah jumlah MAU yang relatif sedikit dengan mempelajari kondisi eksternal perusahaan dan industri, serta mengetahui kekuatan dan kelemahan dari perusahaan agar dapat menyusun alternatif strategi yang sesuai dengan penetapan sasaran perusahaan di jangka menengah. Hasil analisis menunjukkan bahwa PT XYZ berada dalam kuadran V dalam matriks IE dimana posisi tersebut menunjukkan PT XYZ harus *hold and maintain* posisinya, dan dalam masa depannya, harus melakukan *market penetration* dan *product development*.

Kata Kunci: strategi bisnis, musik streaming, PT XYZ Indonesia, layanan musik.

ABSTRACT

The development of infrastructure and internet speed in Indonesia accelerates smartphone usage. Data from the Association of Internet Service Providers Indonesia (APJII), shows that from 132 million internet users, 90 million have smartphones, and 96.8% of smartphone users access entertainment content at a daily basis, and the biggest entertainment content is music streaming. This motivates the researcher to write a study of one of the largest streaming music application in Indonesia, PT XYZ. In this study, the type of research used is applied research, mainly because the researcher works in this company and specializes in business development, this research is also categorized as qualitative because in determining the research design, the method used to get the data is through observations and interviews to PT XYZ employees, and because it only focuses on PT XYZ and intendeds to solve problems that currently occur within the company. One of the growing problem is in terms of the number of monthly active users (MAUs) that is very small compared to the total number of PT XYZ users that up to now is more than 50 million.

In conducting this research, the researcher expects to find a suitable business strategy to the problem of the number of MAU in accordance to the ability of the company's target, vision and mission. The result of the analysis shows that PT XYZ is in the 5th quadrant in IE matrix which indicates that PT XYZ must hold and retain its current position, and in the future there are only two alternative business strategies: to conduct market penetration and product development.

Keywords: business strategy, music streaming, PT XYZ Indonesia, music service.