

## ABSTRAK

PT MelOn Indonesia adalah perusahaan baru yang bergerak dalam bisnis konten musik digital di Indonesia. Dari penguasaan sumber daya dan dukungan pengalaman operasional di bisnis serupa, perusahaan tersebut memiliki potensi yang besar untuk dapat menguasai pasar musik digital legal di Indonesia. Selain itu, potensi perkembangan industri musik digital di Indonesia juga cukup baik. Penelitian yang berjudul “Analisis Rumusan Strategi Alternatif PT MelOn Indonesia dalam Bisnis Konten Musik Digital di Indonesia” ini bertujuan untuk merumuskan strategi alternatif bagi PT MelOn Indonesia agar dapat memanfaatkan potensinya dan menghasilkan output yang maksimal.

Dalam merumuskan strategi alternatif, penelitian ini menggunakan input keadaan internal perusahaan yang berupa kekuatan dan kelemahan, keadaan eksternal perusahaan yang berupa peluang dan ancaman, *existing strategy* perusahaan, analisis *key success factor*, serta identifikasi faktor keinginan konsumen dan *supplier* terkait model penjualan musik digital di Indonesia. Tools yang digunakan untuk menentukan posisi perusahaan adalah Matriks SWOT dan Matriks Internal-Eksternal (IE).

Dari hasil penelitian didapatkan posisi PT MelOn Indonesia berada pada sel kelima Matriks IE, dan mendukung strategi SO pada Matriks SWOT. Selain itu diketahui bahwa perusahaan menerapkan *Broad Differentiation* sebagai strategi umum, pengembangan pasar, inovasi, dan joint venture sebagai strategi utama, serta melakukan kerjasama dan pengembangan gudang lagu serta fitur sebagai langkah strategis. PT MelOn Indonesia juga diketahui belum menerapkan Gehrke/Anding Model dan belum memiliki penawaran jenis musik yang luas sebagai *key success factor* yang harus dimiliki. Dari hasil tersebut, PT MelOn Indonesia disarankan menggunakan *Broad Differentiation* sebagai strategi umum, integrasi horizontal, penetrasi pasar, dan pengembangan produk sebagai strategi utama, serta inovasi model bisnis, pengembangan koleksi musik, pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan variasi layanan, maksimalisasi *advertising*, melakukan program kerjasama dengan pemerintah, serta penerapan standar kualitas layanan yang baik sebagai langkah-langkah strategis agar dapat memaksimalkan keadaan internal untuk mencapai potensi eksternal.