

**PENGEMBANGAN USAHA KURSUS MUSIK
BERBASIS TEKNOLOGI DI SEMARANG
(Studi Kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Magister Manajemen

Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Oleh :

NAMA : Hans Stefano L.

NIM : 15.D3.0026

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Hans Stefano Listianto

Nim : 15.D3.0026

Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen

Bidang Konsentrasi : Technopreneurship

Judul : **PENGEMBANGAN USAHA KURSUS MUSIK
BERBASIS TEKNOLOGI DI SEMARANG**
(Studi Kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang)

Telah disetujui dan diterima baik pada :

Semarang, 25 Juli 2017

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ridwan Sanjaya, SE, S.Kom,

Eny Trimeiningrum, SE, M.Si

MS.IEC, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hans Stefano Listianto

NIM : 15.D3.0026

Program Studi : Program Pascasarjana Magister Manajemen

Bidang Konsentrasi : Technopreneurship

Judul : **PENGEMBANGAN USAHA KURSUS MUSIK
BERBASIS TEKNOLOGI DI SEMARANG
(Studi Kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang)**

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau pemalsuan data, maupun bentuk kecurangan lainnya, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Semarang, 25 Juli 2017

Hans Stefano Listianto, SE

KATA PENGANTAR

Sungguh anugerah yang luar biasa dari Tuhan Yesus Kristus sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis yang berjudul : “Pengembangan Usaha Kursus Musik Berbasis Teknologi di Semarang (Studi Kasus di Sekolah Musik Indonesia Semarang)”. Penulis sungguh bersyukur karena selama proses menyelesaikan tesis ini, penulis mendapat dukungan, bantuan, arahan dan saran dari berbagai pihak sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena kasih anugerah dan kebaikanNya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. Ibu Dr. Agatha Ferijani, SE., MS-HRM, selaku Ketua Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
3. Bapak Dr. Ridwan Sanjaya, MS.IEC dan Ibu Eny Trimeiningrum, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membimbing, memberikan pengarahannya, dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyusun tesis ini.
4. Ibu Dr. Rustina Untari dan Bapak Dr. Bernadinus Harnadi, MT selaku tim penguji yang telah membantu penulis pada saat proses ujian maupun bimbingan tesis.
5. Orang tua dan keluarga yang telah membantu doa dan memberikan dukungan materiil dan non-materiil sehingga penulis bisa mengikuti perkuliahan sejak awal hingga tesis.

6. Teman-teman kuliah dan komisi Pemuda GKI Karangсарu yang telah mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini
7. Responden Sekolah Musik Indonesia Semarang yang telah bersedia membantu penulis untuk menyelesaikan tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu

Dalam penulisan tesis ini, banyak pengalaman dan pelajaran yang diperoleh penulis. Segala sesuatu yang dijalani selalu membutuhkan proses, baik susah maupun mudah, dan dari proses pengerjaan tesis, penulis belajar untuk semakin berpikir kritis, terstruktur dan sistematis. Penulis hanya orang biasa yang tak luput dari kesalahan, oleh karenanya kritik dan saran dari semua pihak dalam penyempurnaan tesis ini sangat diharapkan. Semoga tesis ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, 25 Juli 2017

Hans Stefano Listianto, SE

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRAK | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5. Sistematika Penulisan..... | 7 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1. Inovasi..... | 9 |
| 2.2. Pengambilan Keputusan..... | 12 |
| 2.3. Karakteristik Usaha..... | 15 |
| 2.3.1. Struktur Modal | 16 |
| 2.3.2. Lingkungan Usaha..... | 18 |
| 2.3.3. Strategi Bisnis | 20 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.4. | Jasa | 23 |
| 2.5. | Kursus Musik | 24 |
| 2.6. | Penelitian Terdahulu | 26 |
| 2.7. | Kerangka Pikir..... | 28 |
| 2.7. | Definisi Operasional..... | 31 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | | 35 |
| 3.1. | Obyek dan Lokasi Penelitian..... | 35 |
| 3.2. | Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.3. | Jenis dan Sumber Data | 36 |
| 3.4. | Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.5. | Teknik Analisis Data | 37 |
| 3.5.1. | Karakteristik Usaha | 38 |
| 3.5.2. | Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 38 |
| 3.5.3. | Pengembangan Usaha Kursus Musik | 40 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 41 |
| 4.1. | Gambaran Umum Sekolah Musik Indonesia | 41 |
| 4.1.1. | Sejarah SMI..... | 41 |
| 4.1.2. | Visi dan Misi | 43 |
| 4.1.3. | Program Pembelajaran | 43 |
| 4.2. | Analisis Data | 48 |
| 4.2.1. | Karakteristik Usaha | 48 |
| 4.2.2. | Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen | 64 |
| 4.2.3. | Pengembangan Usaha Kursus Musik | 79 |
| 4.3. | Pembahasan Penelitian Penulis dengan Penelitian Terdahulu | 87 |

| | |
|----------------------|-----|
| BAB V. PENUTUP | 91 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 91 |
| 5.2 Saran..... | 98 |
| Daftar Pustaka | 99 |
| Lampiran | 102 |



DAFTAR GAMBAR

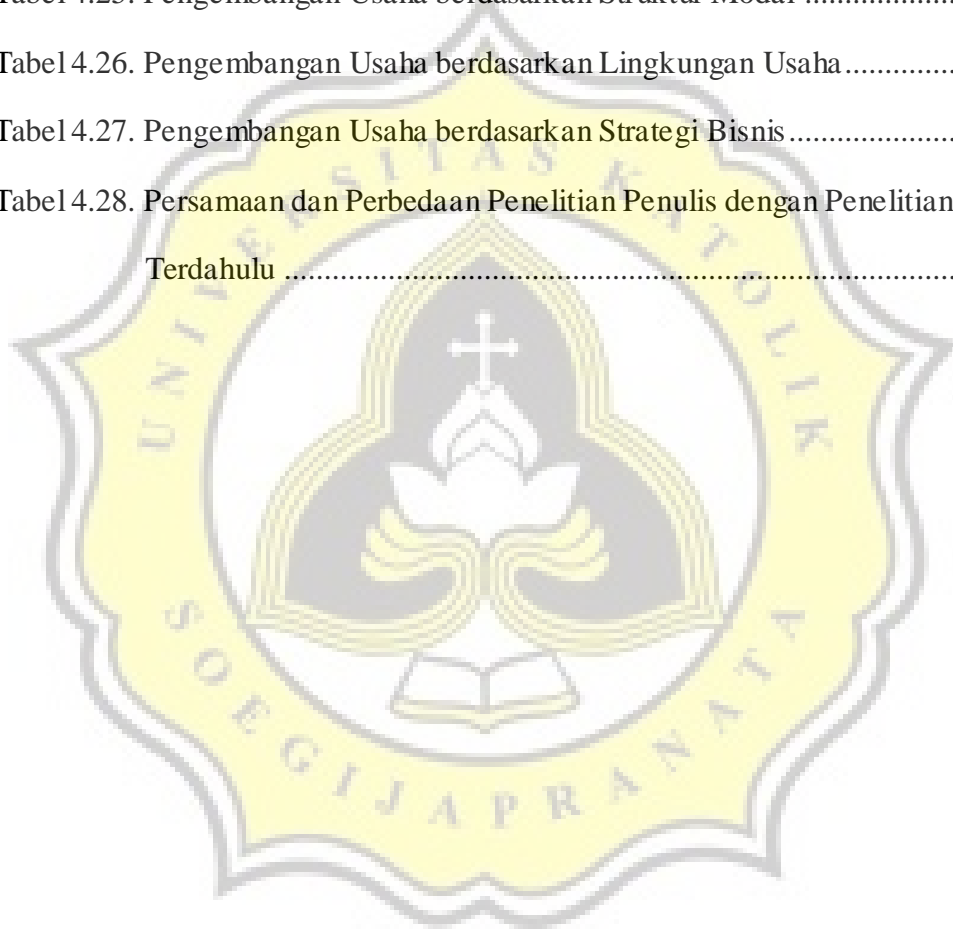
| | |
|--|----|
| Gambar 1.1. Dampak Positif Ekonomi Kreatif | 2 |
| Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian..... | 30 |
| Gambar 4.1. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual..... | 70 |
| Gambar 4.2. Scatterplot..... | 73 |



DAFTAR TABEL

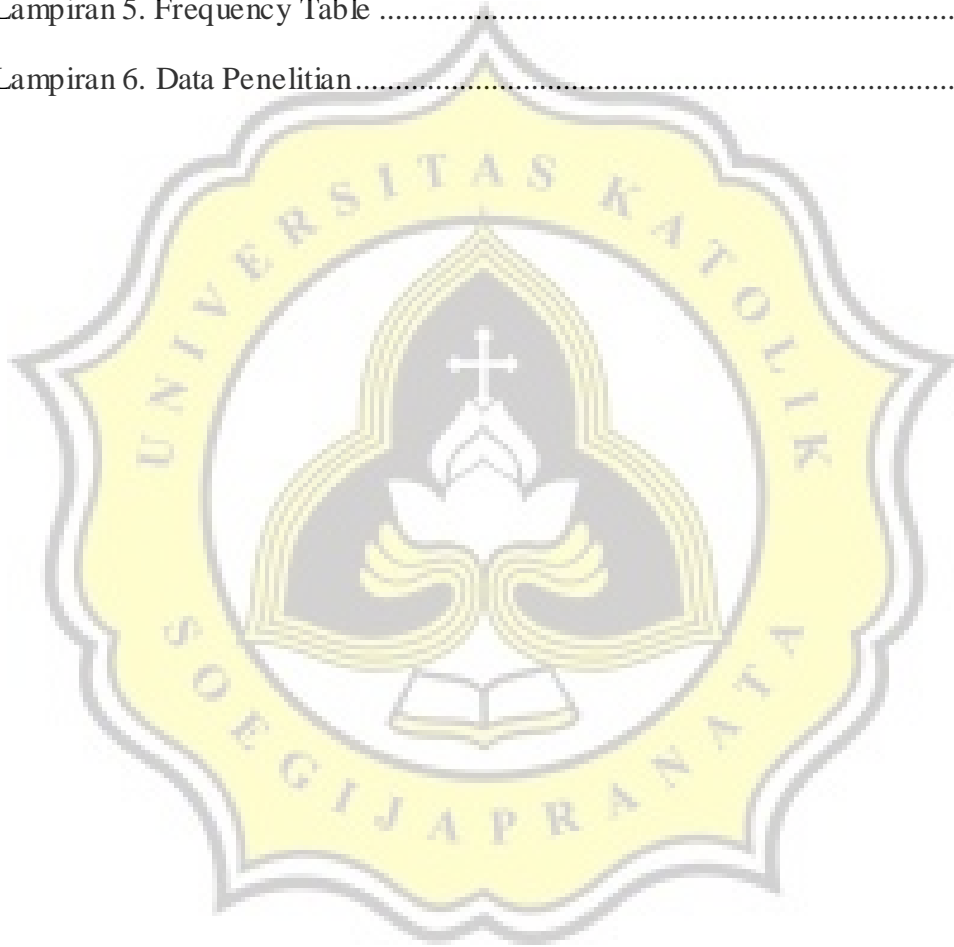
| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. PDB Indonesia Tahun 2010-2013..... | 3 |
| Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu | 26 |
| Tabel 2.2. Definisi Operasional Karakteristik Usaha..... | 31 |
| Tabel 2.3. Definisi Operasional Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen..... | 32 |
| Tabel 4.1. Rekapitulasi Data tentang Struktur Modal..... | 48 |
| Tabel 4.2. Rekapitulasi Data tentang Persaingan..... | 49 |
| Tabel 4.3. Rekapitulasi Data tentang Dukungan Pemerintah..... | 51 |
| Tabel 4.4. Rekapitulasi Data tentang Keunggulan Produk | 53 |
| Tabel 4.5. Rekapitulasi Data tentang Pelayanan..... | 55 |
| Tabel 4.6. Rekapitulasi Data tentang Promosi..... | 57 |
| Tabel 4.7. Rekapitulasi Data tentang Sumber Daya Manusia..... | 59 |
| Tabel 4.8. Kompatibilitas Reliability Statistics..... | 64 |
| Tabel 4.9. Kompatibilitas Total Statistics | 64 |
| Tabel 4.10. Kompleksitas Reliability Statistics | 65 |
| Tabel 4.11. Kompleksitas Total Statistics | 65 |
| Tabel 4.12. Divisibilitas Reliability Statistics | 66 |
| Tabel 4.13. Divisibilitas Total Statistics | 66 |
| Tabel 4.14. Komunikabilitas Reliability Statistics..... | 67 |
| Tabel 4.15. Komunikabilitas Total Statistics | 67 |
| Tabel 4.16. Keputusan Pembelian Reliability Statistics | 68 |
| Tabel 4.17. Keputusan Pembelian Total Statistics | 68 |
| Tabel 4.18. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | 69 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.19. Coefficients | 70 |
| Tabel 4.20. Model Summary..... | 71 |
| Tabel 4.21. Coefficients | 72 |
| Tabel 4.22. Coefficients | 74 |
| Tabel 4.23. Coefficients | 75 |
| Tabel 4.24. Sumbangan Efektif..... | 75 |
| Tabel 4.25. Pengembangan Usaha berdasarkan Struktur Modal | 79 |
| Tabel 4.26. Pengembangan Usaha berdasarkan Lingkungan Usaha..... | 81 |
| Tabel 4.27. Pengembangan Usaha berdasarkan Strategi Bisnis..... | 84 |
| Tabel 4.28. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Penulis dengan Penelitian Terdahulu | 87 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1. Kuesioner | 102 |
| Lampiran 2. Daftar Pertanyaan Wawancara | 107 |
| Lampiran 3. Hasil Wawancara | 109 |
| Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas | 118 |
| Lampiran 5. Frequency Table | 120 |
| Lampiran 6. Data Penelitian | 124 |



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik usaha Sekolah Musik Indonesia (SMI) Semarang, menguji pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian konsumen, lalu pada akhirnya bisa melakukan upaya pengembangan usaha untuk SMI Semarang. Teknik pengumpulan data dilakukan peneliti melalui wawancara kepada pengelola SMI Semarang, observasi, dan menyebarkan kuesioner kepada 30 Murid kelas MTL. Data yang didapat akan dianalisis dengan cara interpretasi yang dibandingkan dengan teori, lalu ditarik sebuah kesimpulan. Lalu penulis membuat langkah-langkah nyata untuk mengembangkan usaha SMI Semarang berdasarkan hasil analisis data yang ada. Setelah dilakukan analisis oleh penulis, hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa semua variabel inovasi yaitu keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, divisibilitas, dan komunikabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu semua variabel karakteristik usaha yaitu struktur modal, lingkungan usaha, dan strategi bisnis dipadukan dengan seluruh variabel inovasi yaitu keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, divisibilitas, dan komunikabilitas sehingga membentuk upaya pengembangan usaha bagi SMI Semarang.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan acuan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan penulis pada tahun 2015. Pada waktu itu, penulis ingin mencari tahu karakteristik usaha dari 3 kursus musik yang ada di Semarang. Tapi ketiga kursus musik tersebut adalah kursus musik konvensional. Maka dari itu pada penelitian kali ini, penulis ingin lebih memperdalam topik yang sama dengan mencari tahu karakteristik usaha dan pengaruh inovasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada kursus musik berbasis teknologi yaitu SMI Semarang.

Kata Kunci : karakteristik usaha, inovasi, keputusan pembelian, pengembangan usaha

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the characteristics of Sekolah Musik Indonesia (SMI) Semarang, to examine the influence of innovation on consumer purchasing decisions, and at the end to develop SMI Semarang business. The technique of collecting data done by the author with an interview to SMI Semarang manager, observation, and spreading questionnaires to 30 students of MTL class. The data obtained will be analyzed by interpretation compared with the theory, then took a conclusion. Then the author create concrete steps to develop SMI Semarang business based on the results of existing data analysis. After analyzed by the author, the results obtained showed that all variables of innovation namely relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability have positive effect on consumer purchasing decisions. Therefore, all business characteristic variables are capital structure, business environment, and business strategy combined with all innovation variables namely relative advantage, compatibility, complexity, trialability, and observability will establish business development efforts for SMI Semarang.

In this study, the author use the previous research reference ever done by the author in 2015. At that time, the author wanted to find out the business characteristics of 3 music courses in Semarang. But the three music courses are conventional music courses. Therefore in this study, the author want to further deepen on the same topic by finding out the business characteristics and the influence of innovation on consumer purchasing decisions in technology-based music course called SMI Semarang.

Keywords: business characteristics, innovation, purchasing decisions, business development

