

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dapat Menjadi

Peluang Finansial

Kanal Youtube Herdito Tamami sudah berhasil memenuhi syarat yang diajukan oleh Youtube dalam bergabung menjadi Youtube *Partner*, yaitu lama waktu kanal Youtube tersebut ditonton selama 4000 jam, dan memiliki 1000 pengikut selama 1 tahun terakhir. Pada kanal Youtube Herdito tamami di bulan Januari 2020 baru memiliki 3320 pengikut, dan waktu ditonton selama 1.278.246 Jam.

Hal ini menunjukkan bahwa kanal Youtube Herdito Tamami memenuhi syarat untuk bergabung menjadi Youtube *Partner* dan mendapatkan penghasilan melalui kanal Youtube. Perhitungan RPM (*Revenue Per Miles*) dalam hal ini sudah dapat dilakukan di kanal Youtube Herdito Tamami.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi bisnis Herdito Tamami melalui kanal Youtube sudah mendapatkan peluang finansial sebagai sumber pendapatan. Perhitungan *revenue per miles* juga dapat dilakukan karena kanal Youtube Herdito Tamami kerana berhasil memonetasi videonya dan menjadi Youtube *Partner*.

B. Analisa Kelayakan Inovasi Bisnis Youtube Herdito Tamami Menjadi Peluang Bisnis Dan Layak Dikembangkan Di Masa Yang Akan Datang

Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang dapat membawa keefektifan dalam hal kegiatan operasional, finansial, dan semakin dikenal dan digunakan oleh banyak orang (Indratno, 2018). Pada bab ini peneliti akan menganalisa bagian kegiatan operasional, finansial, dan dikenal serta digunakan oleh banyak orang dalam kanal Youtube Herdito Tamami.

1. Kelayakan Inovasi Bisnis Youtube Musik Jazz Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dalam Kegiatan Operasional

Selama 4 bulan aktif dalam mengelola kanal Youtube Herdito Tamami telah mengalami beberapa perubahan operasional ke arah yang lebih efektif dan efisien. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan yang peneliti lakukan, Peneliti telah menggunakan video yang diunggah ke kanal Youtube sebagai sarana untuk memperkenalkan musik *Jazz* di masyarakat Indonesia.

Sebelumnya sangat sulit sekali mengenalkan musik *Jazz* ini ke masyarakat secara lebih luas, apalagi dengan adanya regular *Jazz* yang masih terbatas sekali penyebarannya informasinya, karena waktu itu belum menggunakan media sosial sebagai penyebar informasi. Dengan adanya media sosial seperti Youtube bisa untuk sarana promosi dan mengenalkan musik *Jazz* kepada masyarakat secara lebih luas dan bisa sebagai media promosi komunitas *Jazz* untuk mendapatkan job event musik di berbagai kota.

Selain efek langsung yang disebutkan di atas, ternyata dengan adanya kanal Youtube ini terdapat beberapa efek tidak langsung yang dirasakan juga oleh para musisi di Komunitas *Jazz* Ngisingin Semarang, yaitu kanal Youtube ini

dirasa sebagai media katalog atau dokumentasi dari setiap regular music *Jazz* yang diadakan komunitas tersebut. Kanal Youtube ini juga sebagai media belajar bagi siapa saja yang ingin belajar musik *Jazz*. Hal ini membuat bagi siapa saja musisi yang membutuhkan video untuk belajar musik *Jazz* dapat belajar *Jazz* lebih mudah dan cepat, tidak perlu menggunakan media CD atau flashdisk kembali seperti yang dilakukan dahulu.

Secara ringkas efek tidak langsung ini dapat dilihat ke dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1
Efek Tidak Langsung yang Dirasakan Setelah Memiliki Kanal Youtube
dalam Hal Kefektifan di Bidang Kegiatan Operasional

Sebelum memiliki Youtube	Sesudah memiliki Youtube
Penyebaran informasi tentang regular <i>Jazz</i> sangat terbatas	Dengan memakai media Youtube jadi lebih mudah penyebaran informasi regular musik <i>Jazz</i> dengan lebih mudah dan cepat
Belajar music <i>Jazz</i> harus dengan CD dan perlu media lain untuk memutar CD tersebut di televisi	Setiap musisi bisa belajar musik <i>Jazz</i> kapanpun dan dimanapun dengan media intenet baik lewat handphone, pc, laptop maupun tablet
Musisi <i>Jazz</i> kesulitan dalam hal promosi untuk mendapatkan job event	Musisi <i>Jazz</i> dapat dengan mudah dan cepat untuk mempromosikan musik <i>Jazz</i> nya untuk mendapatkan job event

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi bisnis melalui kanal Youtube di bidang kegiatan operasional ini layak untuk ditingkatkan dan dikembangkan.

2. Kelayakan Inovasi Bisnis Youtube Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dalam Pendapatan Finansial

Selama 4 bulan aktif, kanal Youtube Herdito Tamami memang sudah memenuhi syarat yang diharuskan untuk dapat memonetasi videonya. Syarat tersebut mengharuskan sebuah kanal Youtube untuk memiliki 1000 pengikut, dan waktu tonton minimal 4000 jam. Hal ini tentu saja membuat Youtube Herdito Tamami berhasil mendapatkan penghasilan tambahan dan sumber penghasilan baru dari akun kanal Youtubanya. Namun di sisi lain akun kanal Youtube ini telah memberikan keefektifan dari segi biaya promosi, dimana secara tidak langsung video yang diunggah ke kanal Youtube tersebut dapat ditonton secara luas oleh seluruh pengguna Youtube di seluruh dunia. Selain melihat dari jumlah pengikut dan waktu ditonton, peneliti juga melakukan wawancara kepada Youtuber lokal dan mencari data-data sekunder untuk mengetahui sejauh mana potensi yang akan didapatkan dalam menjadi Youtube *Partner*. Dari 10 Youtuber yang dihubungi melalui email, hanya ada 2 Youtuber lokal yang bersedia untuk di wawancarai yaitu kanal “Kanal CodeX Gaming” dan “Nadia & Yoseph”. Keduanya telah aktif sebagai Youtuber selama dua tahun, dan telah mendapatkan penghasilan yang lebih melalui akun kanal Youtubanya, juga mendapatkan piagam “tombol perak” dari Youtube.

Dari wawancara yang dilakukan dengan dua Youtuber lokal, didapatkanlah hasil sebagai berikut:

- a. Youtuber lokal mengunggah video ke dalam kanal Youtube nya dengan isi atau tema video yang berkaitan dengan ilmu *tutorial game*, serta *cover music*
- b. Youtuber lokal tersebut mengunggah videonya dalam waktu yang bervariasi ; untuk Kanal Youtube “CodeX Gaming” mengunggah video dengan kurun waktu yang tidak menentu, tergantung situasi dan kondisi. Sementara Kanal Youtube “Nadia & Yoseph” mengunggah video sebanyak 2-3 kali dalam 1 minggu.
- c. Kedua Youtuber lokal tersebut memonetasi akun Kanal Youtube nya dan membutuhkan waktu kurang dari tiga bulan untuk mendapatkan penghasilan dari akun kanal Youtube nya.
- d. Kedua Youtuber lokal tersebut mendapatkan penghasilan lebih dari 15.000.000 rupiah tiap bulan dari monetasi akun Kanal Youtubnya. Sementara itu dari olahan data sekunder ditemukan bahwa pendapatan yang didapatkan melalui program Youtube *Partner* pada para Youtuber lokal di Indonesia adalah antara 10.000.000-50.000.000 rupiah. Hasil tersebut merupakan hasil murni yang didapatkan melalui monetasi video pada akun kanal Youtubnya. Sementara itu rata – rata frekuensi pengunggahan video ke dalam kanal Youtubnya ditemukan sebanyak 2-3 kali dalam satu minggu. Secara lebih detail hasil olahan data sekunder ini dapat dilihat ke dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2
Tabel Hasil Olahan Data Sekunder pada Youtuber – Youtuber di Indonesia

Youtuber Indonesia	Penghasilan melalui Youtube	Frekuensi mengunggah	Jumlah pengikut

		video	
Raffi ahmad dan Nagita Slavina	2,14 Milliar per bulan	Rata-rata 1- 2 kali per minggu	10,3 Juta
Atta Halilintar	1,81 Milliar per bulan	Rata-rata 1-2 kali per minggu	19,3 Juta
Arif Muhammad	1,56 Miliar	Rata rata 1-2 kali per minggu	7,01 Juta
Ria Ricis	1,51 Miliar	Rata-rata 2-3 kali per minggu	17,1 Juta
Raditya Dika	1,29 Miliar	Rata –rata 1-2 kali per minggu	7,87 Juta

Sumber: www.kompas.com

(Source: <https://www.kompas.com/hype/read/2019/10/21/183000266/bukan-atta-atau-ricis-di-urutan-pertama-ini-daftar-5-Youtuber-indonesia?page=all>)

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan terhadap dua Youtuber lokal dari kota Kudus dan Semarang dan hasil analisa data sekunder, Youtuber tersebut mampu menghasilkan pendapatan finansial antara 15.000.000 - 60.000.000 rupiah tiap bulannya melalui akun kanal Youtubanya. Jumlah ini lebih besar dibandingkan dengan jumlah minimal pendapatan yang diterima Youtube Herdito Tamami. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan terhadap Youtuber lokal, untuk mendapatkan penghasilan antara 15.000.000-60.000.000 rupiah, tentu pemilik kanal Youtube tidak diam saja, mereka harus terus berinovasi, berkreatifitas dan konsisten mengunggah video dengan judul dan

konten yang menarik, serta mempromosikan melalui jaringan sosial lain. Seringnya frekuensi pengunggahan video, para Youtuber lokal harus mengunggah video ke dalam kanal Youtube nya sebanyak 2 – 3 kali dalam seminggu. Sementara itu mereka juga harus aktif di jaringan sosial lain selain kanal Youtube seperti *Instagram*, *Facebook*, *Line* dan *Twitter*. Jaringan sosial tersebut digunakan sebagai media untuk memperkenalkan dan mempromosikan kanal Youtube mereka kepada penonton yang lebih luas dan banyak sehingga jumlah penonton dan pengikut mereka menjadi bertambah banyak. Di sisi lain peneliti juga menemukan bahwa semakin banyak jumlah pengikut atau biasa disebut subscriber yang dimiliki oleh sebuah akun kanal Youtube, maka akan semakin banyak pula pendapatan yang dihasilkan oleh kanal Youtube tersebut.

Hal ini membuktikan bahwa kanal Youtube ini memiliki peluang finansial yang bagus apabila dijalankan terus secara konsisten dari hari ke hari. Tidak hanya mengandalkan kanal Youtube saja, jaringan sosial yang lain seperti Instagram, Facebook, Line dan Twitter juga dapat dijadikan salah satu media promosi dalam memasarkan dan memperkenalkan kanal Youtube Herdito Tamami. Secara ringkas potensi finansial ini dapat dilihat ke dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3
Potensi Finansial yang Didapatkan Youtube Herdito Tamami Setelah Berhasil Menjadi *Youtube Partner*

Keadaan finansial sebelum menjadi Youtube Partner	Potensi finansial setelah menjadi Youtube Partner
Belum dapat memperoleh penghasilan dari Internet	Mendapatkan penghasilan dari Internet
Memiliki sumber penghasilan satu saja	Memiliki 2 sumber penghasilan yaitu

dari regular musik di café-café atau acara pesta	konsumen yang menggunakan band <i>Jazz</i> dari <i>Jazz</i> ngisoringin dan dari Youtube Patner
Kegiatan regular musik <i>Jazz</i> hanya sekedar acara rutin biasa komunitas	Dengan adanya program Youtube Patner , acara Regular <i>Jazz</i> bisa dijadikan bahan untuk video yang akan di upload di Youtube dan bisa menghasilkan uang dari Internet

Sumber: Data Primer Diolah

Tabel 4.4 Pendapatan Finansial Youtube Herdito Tamami

No	Bulan	Tahun	Pendapatan (US \$)
1	Mei	2020	51,04
2	April	2020	51,04
3	Maret	2020	25,83
4	Februari	2020	100,45
5	Januari	2020	69,03
6	Desember	2019	44,75
7	November	2019	113,33
8	Oktober	2019	62,41
9	September	2019	46,42
10	Agustus	2019	46,42
11	Juli	2019	46,42
12	Juni	2019	46,42
13	Mei	2019	46,41
14	April	2019	17,67
15	Maret	2019	102,49
16	Febuari	2019	76,15
17	Januari	2019	75,75
18	Desember	2018	75,75
19	November	2018	75,75
20	Oktober	2018	75,75
21	September	2018	75,75
22	Agustus	2018	75,75
23	Juli	2018	75,75
24	Juni	2018	75,75
25	Mei	2018	75,59
26	April	2018	75,59
27	Maret	2018	75,59

28	Febuari	2018	75,59
29	Januari	2018	60,00
30	Desember	2017	39,55
31	November	2017	124,66
32	Oktober	2017	94,46
33	September	2017	83,78
34	Agustus	2017	74,14
35	Juli	2017	65,99
36	Juni	2017	60,10
37	Mei	2017	55,79
38	April	2017	50,16
39	Maret	2017	48,18
40	Febuari	2017	46,17
41	Januari	2017	45,72
42	Desember	2016	44,70
43	November	2016	41,90
44	Oktober	2016	39,12
45	September	2016	37,20
46	Agustus	2016	35,60
47	Juli	2016	33,08
48	Juni	2016	31,81
49	Mei	2016	29,66
50	April	2016	25,96
51	Maret	2016	24,24
52	Febuari	2016	22,68
53	Januari	2016	21,31
54	Desember	2015	20,05
55	November	2015	17,21
56	Oktober	2015	12,97
57	September	2015	10,92
58	Agustus	2015	9,09
59	Juli	2015	7,34
60	Juni	2015	6,09
61	Mei	2015	2,55
62	April	2015	0,77
63	Maret	2015	0,00

Sumber: https://www.google.com/adsense/new/u/0/pub-6742960732766668/payments/?place=TRANSACTIONS_SERVICE, Diunduh 14 Mei 2020.

Setelah melakukan wawancara dengan Youtuber Lokal, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi bisnis melalui Kanal Youtube dalam bidang finansial ini layak untuk ditingkatkan dan dikembangkan. Inovasi ini menjadi layak untuk ditingkatkan dan dikembangkan dengan syarat kanal Youtube Herdito Tamami harus secara konsisten dan rutin mengunggah video *Jazz* yang di kanal Youtubanya, serta memasarkan dan memperkenalkan secara lebih luas kanal Youtube Herdito Tamami melalui jaringan sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Fcebook*, dan *Twitter* sehingga dapat meningkatkan waktu yang ditonton lebih lama dan menambah jumlah pengikut kanal Youtube Herdito Tamami.

3. Kelayakan Inovasi Bisnis Youtube Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dalam Hal Kanal Youtube yang Semakin Dikenal dan Digunakan Oleh Banyak Orang

Dalam hal ini kanal Youtube Herdito Tamami mampu memenuhi syarat yang diberikan oleh Youtube sebagai Youtube Partner. Sampai pada bulan Januari 2020, Kanal Youtube Herdito Tamami sudah memiliki 3320 pengikut, dan waktu ditonton selama 1.278.246 Jam dari ketentuan yang diberikan minimal 1000 pengikut dan jam tayang minimal 4000 jam.

Melihat angka tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi bisnis melalui kanal Youtube dalam hal kanal Youtube Herdito Tamami yang semakin dikenal dan digunakan oleh banyak orang ini belum layak untuk ditingkatkan dan dikembangkan.

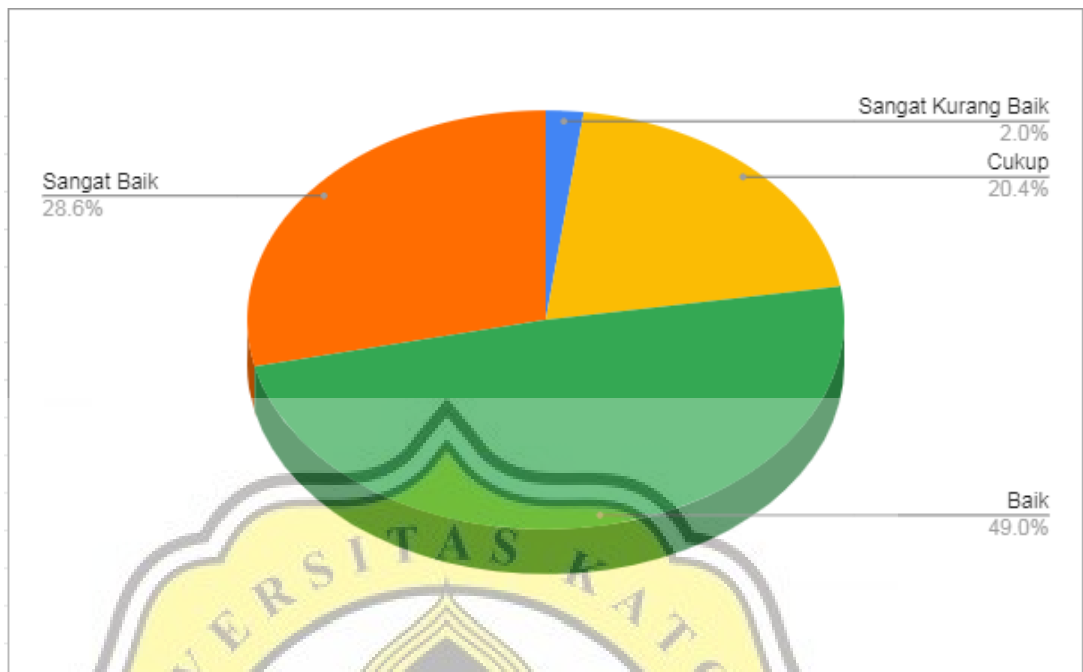
C. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube dapat

Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Dalam mencari keunggulan kompetitif kanal Youtube Herdito Tamami, peneliti telah membagi kuesioner kepada 49 Subjek berumur remaja yang dipilih secara acak. Hasil kuesioner tersebut kemudian dihitung rata-rata penilaiannya dan kemudian dianalisa menggunakan teori analisa yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2001). Pembagian kuesioner kepada 49 Subjek menemukan hasil sebagai berikut:

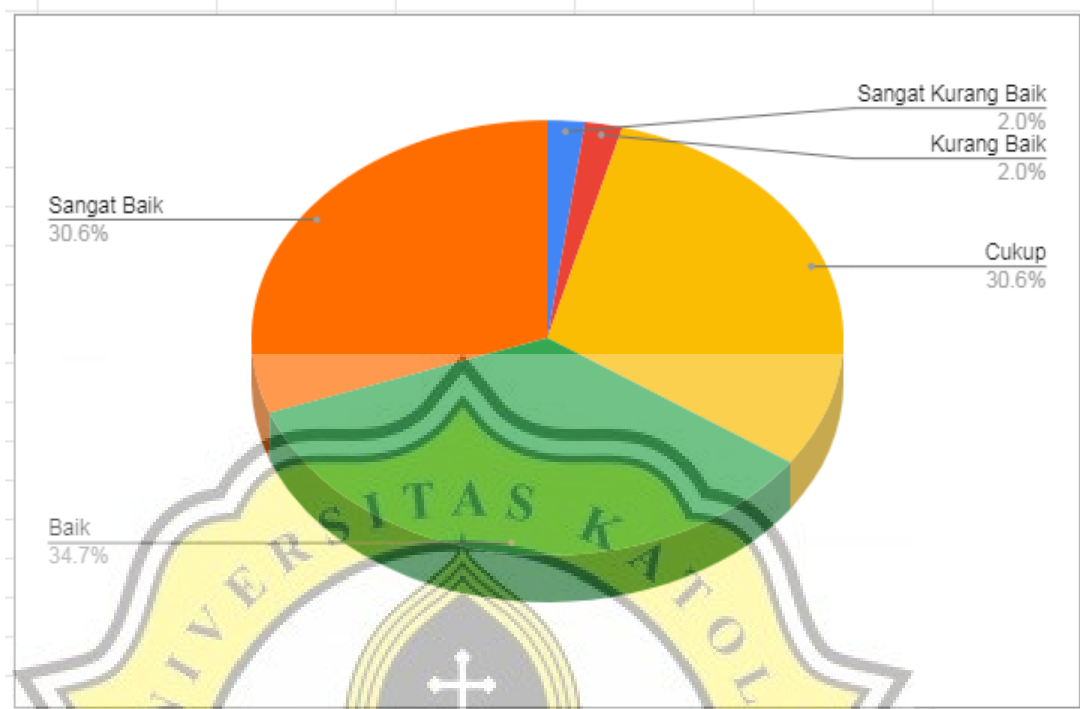
1. Hasil Kuesioner *Original Content*

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diolah, ditemukan data bahwa 2 % dari subjek mengatakan tingkat keaslian kanal Youtube Herdito Tamami sangat kurang baik, 20,4 % mengatakan cukup, 49 % mengatakan baik dan 28,6 % mengatakan sangat baik. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa tidak ada Subjek yang mengatakan bahwa tingkat keaslian Kanal Youtube Herdito Tamami Kurang Baik (KB). Secara diagram hasil tingkat keaslian kanal Youtube Herdito Tamami dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1: Hasil Kuesioner pada Bagian *Original Content* Kanal Youtube Herdito Tamami

Selain itu pada kanal Youtube Margo Friday *Jazz* ditemukan hasil bahwa 2 % dari Subjek mengatakan tingkat keaslian kanal Youtube Margo Friday *Jazz* sangat kurang baik, cukup, 30,6 % , 34,7 % mengatakan baik, dan 30,6 % mengatakan sangat baik. Dari ke 49 Subjek tidak ada yang memilih jawaban kurang baik pada tingkat keaslian Kanal Youtube Margo Friday *Jazz*. Secara diagram hasil kuesioner tingkat keaslian pada kanal Youtube Margo Friday *Jazz* dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2: Hasil Kuesioner pada Bagian *Original Content* Kanal Youtube Margo Friday Jazz

Hasil kuesioner di atas kemudian dihitung nilai rata – rata pada masing – masing kanal Youtube, dan ditemukan hasil sebagai berikut:

Rata-Rata Skor *Original Content* Kanal Youtube Herdito Tamami:

$$\frac{\text{Total Skor}}{49 \text{ (Jumlah Subjek)}}$$

$$= \frac{197}{49}$$

$$= 4,02040816$$

Rata-Rata Skor *Original Content* Kanal Youtube Margo Friday Jazz:

$$\frac{\text{Total Skor}}{49 \text{ (Jumlah Subjek)}} \\ = \frac{191}{49}$$

$$= 3,89795918$$

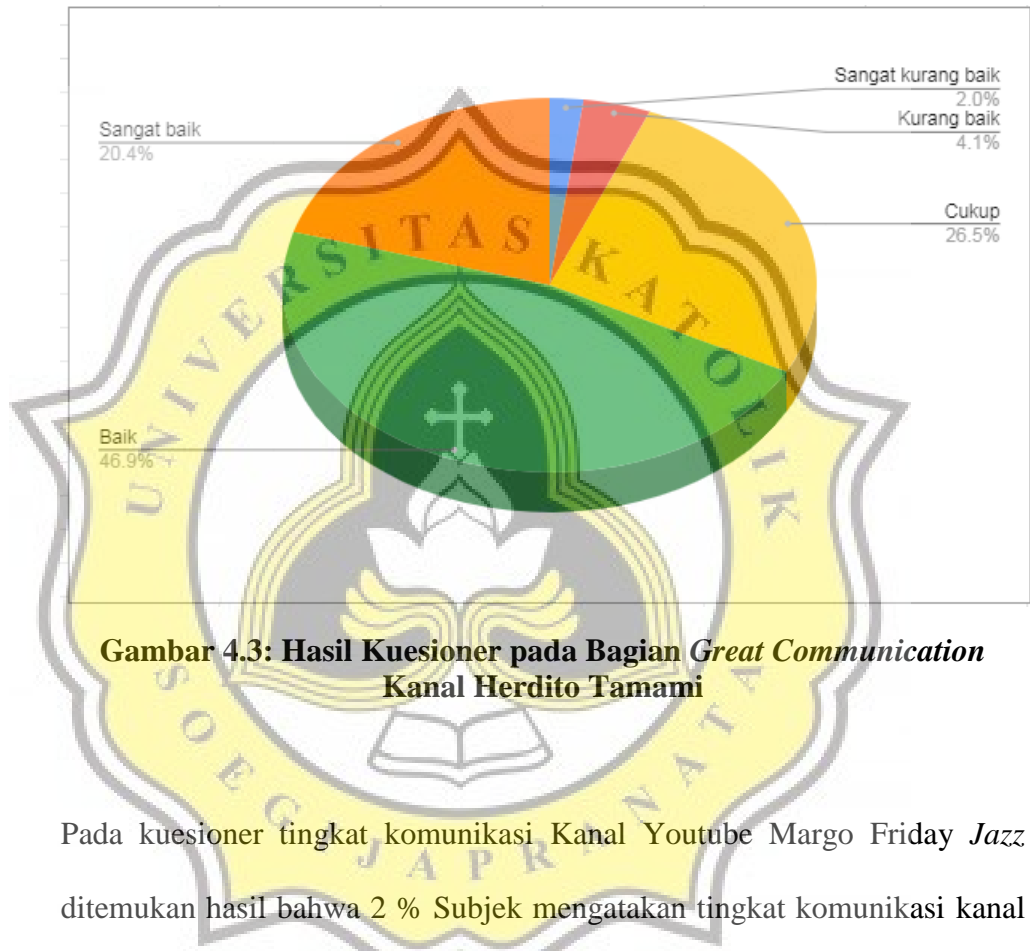
Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa poin yang didapatkan kanal Youtube Herdito Tamami lebih unggul 0.1 poin jika dibandingkan dengan kanal Youtube Margo Friday Jazz. Hasil yang tidak jauh berbeda ini disebabkan masing – masing kanal Youtube mengunggah video Jazz yang menjadi ciri khas nya masing – masing yaitu video konser Jazz yang direkam secara utuh di Youtube Herdito Tamami, dan Video Jazz yang sering di streaming Live bagi kanal Youtube Margo Friday Jazz.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kanal Youtube Herdito Tamami lebih unggul 0.1 poin jika dibandingkan dengan kanal Youtube Margo Friday Jazz, dan kanal Youtube Herdito Tamami perlu mempertahankan tingkat keaslian ini agar keaslian video yang diunggahnya tetap terjaga dan memiliki banyak viewer di Youtube.

2. Hasil Kuesioner *Great Communication*

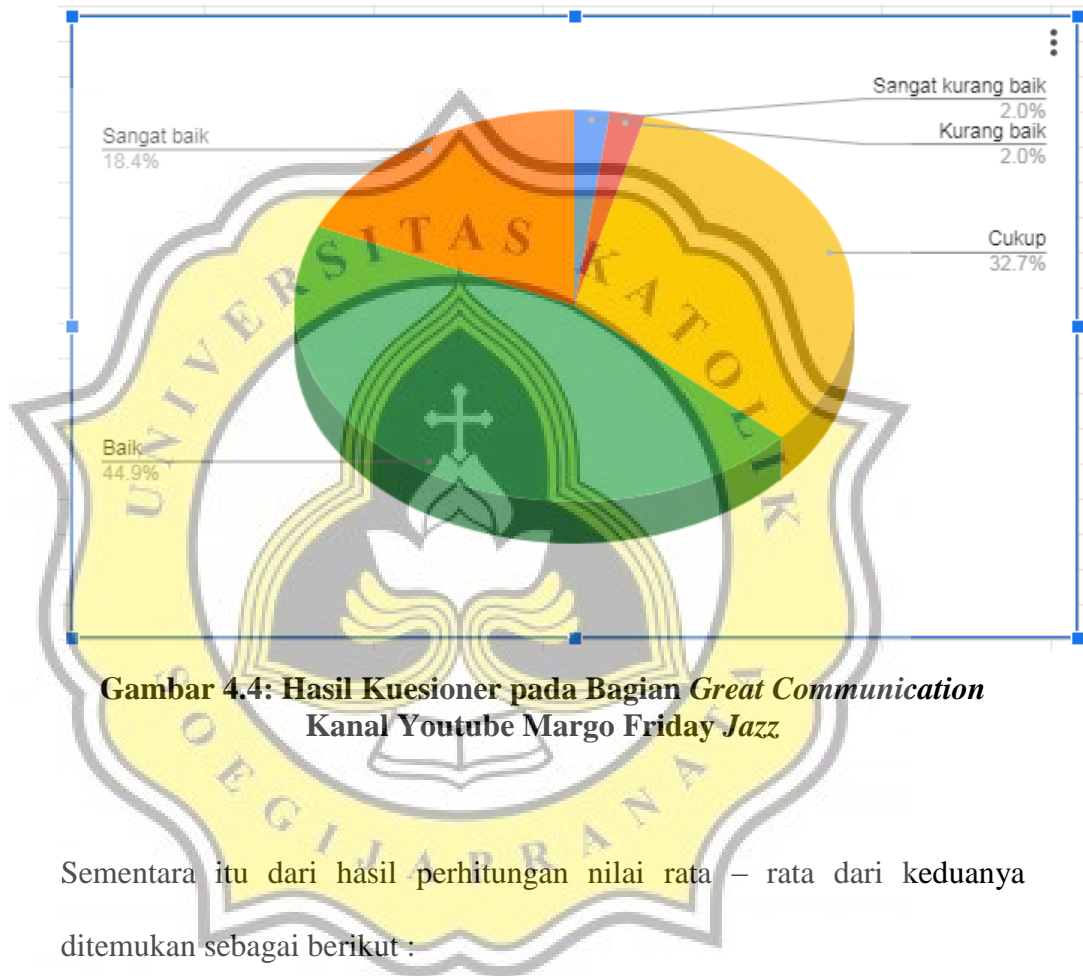
Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diolah, ditemukan bahwa 2 % dari Subjek mengatakan bahwa tingkat komunikasi pada kanal Youtube

Herdito Tamami sangat kurang baik, 4,1 % mengatakan kurang baik, 26,5 % mengatakan cukup, baik 46,9% dan 20,4 % mengatakan sangat baik. Secara diagram hasil kuesioner tingkat komunikasi pada Kanal Youtube Herdito Tamami dapat dilihat pada gambar 4.3.



Gambar 4.3: Hasil Kuesioner pada Bagian *Great Communication* Kanal Herdito Tamami

Pada kuesioner tingkat komunikasi Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* ditemukan hasil bahwa 2 % Subjek mengatakan tingkat komunikasi kanal Youtube Margo Friday *Jazz* sangat kurang baik, 2% kurang baik, 32,7 % mengatakan cukup, 44,9 % mengatakan baik, dan 18,4 % mengatakan sangat baik. Secara diagram hasil kuesioner tingkat komunikasi pada Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* dapat dilihat pada gambar 4.4.



Gambar 4.4: Hasil Kuesioner pada Bagian *Great Communication* Kanal Youtube Margo Friday Jazz

Sementara itu dari hasil perhitungan nilai rata – rata dari keduanya ditemukan sebagai berikut :

Rata-Rata Skor *Great Communication* Kanal Youtube Herdito Tamami:

$$\frac{\text{Total Skor}}{49 \text{ (Jumlah Subjek)}} = \frac{186}{49}$$

49

$$= 3,79591837$$

Rata-Rata Skor *Great Communication* Kanal Youtube Margo Friday Jazz:

$$\frac{\text{Total Skor}}{49 \text{ (Jumlah Subjek)}}$$

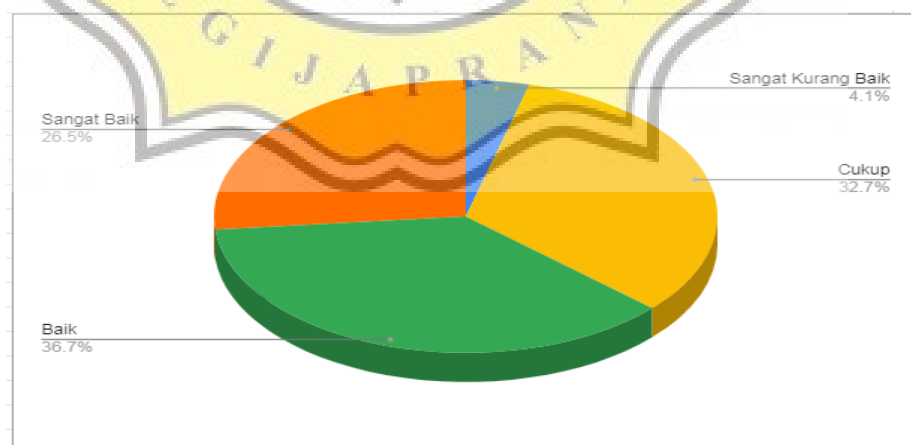
$$\begin{aligned} &= \frac{184}{49} \\ &= 3,75510204 \end{aligned}$$

Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa hasil skor rata – rata pada bagian *great communication* yang dimiliki oleh kanal Youtube Herdito Tamami masih unggul 0.04 poin jika dibandingkan dengan kanal Youtube pesaingnya yaitu Margo Friday Jazz. Kanal Youtube Herdito Tamami lebih sering berkomunikasi dengan para viewer Youtube di kolom komentar di bawah video Youtube , sedangkan Margo Fiday Jazz meskipun memiliki subscriber lebih sedikit dari Youtube Herdito Tamami juga memiliki komunikasi yang baik kepada para viewer Youtubanya. Hal ini dibuktikan dengan sering dibalasnya komentar-komentar di kanal Youtube Margo Friday Jazz.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kanal Youtube Herdito Tamami lebih unggul dalam hal *great communication* dibandingkan dengan Margo Friday Jazz, sehingga kanal Youtube Herdito Tamami perlu meningkatkan interaksi komunikasi dengan viewer dalam aktivitas kanal Youtubanya.

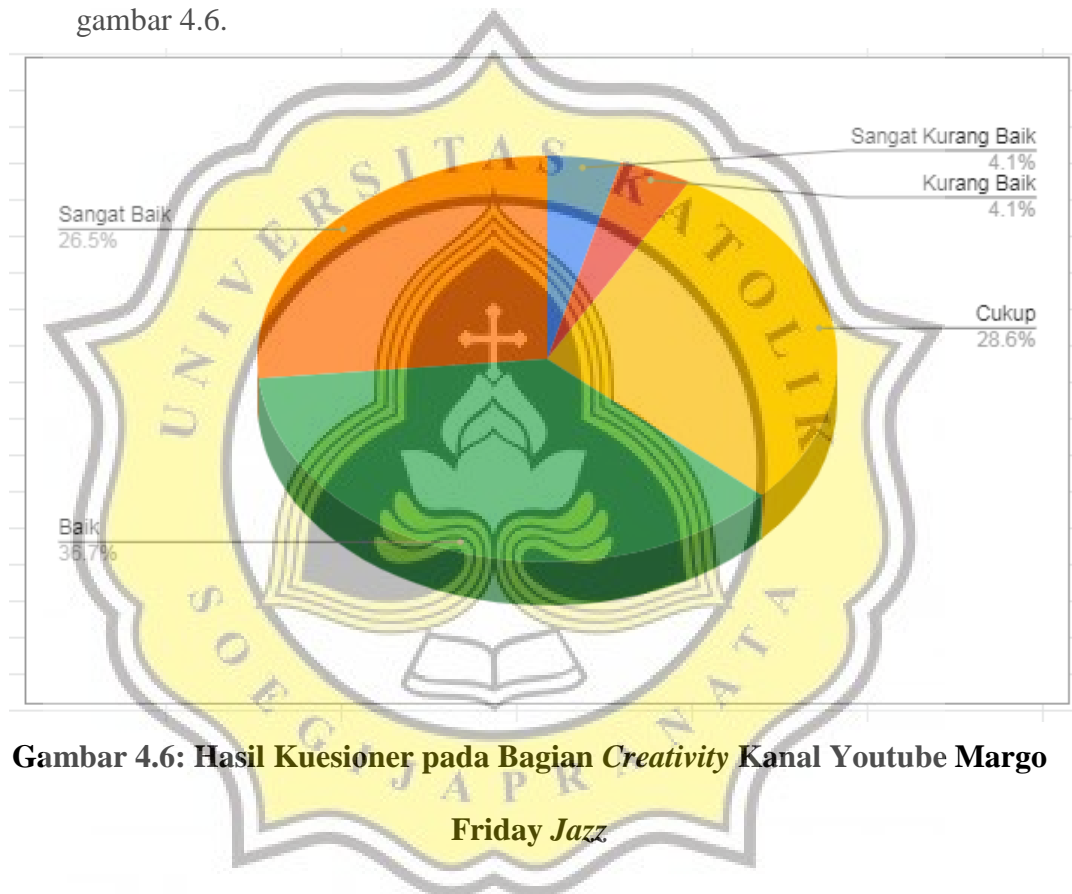
3. Hasil Kuesioner *Creativity*

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang telah diolah, ditemukan 4,1 % dari Subjek mengatakan tingkat kreativitas kanal Youtube Herdito tamami sangat kurang baik, 32,7 % mengatakan cukup, 36,7 % mengatakan baik, dan 26,5% mengatakan sangat baik. Dari ke 49 Subjek yang mengisi kuesioner, tidak ada Subjek yang memilih tingkat jawaban kurang baik pada tingkat kreativitas Kanal Youtube Herdito Tamami. Secara diagram hasil tingkat kreativitas Kanal Youtube Herdito Tamami dapat dilihat pada gambar 4.5.



Gambar 4.5: Hasil Kuesioner pada Bagian *Creativity* Kanal Youtube Herdito Tamami

Pada hasil kuesioner Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* ditemukan hasil bahwa 4,1% Subjek mengatakan tingkat kreativitas Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* sangat kurang baik, 4,1% Kurang baik, cukup, 28,6%, 36,7% mengatakan baik, dan 26,5% mengatakan sangat baik.. Secara diagram hasil tingkat kreativitas Kanal Youtube Margo Friday *Jazz* dapat dilihat pada gambar 4.6.



Gambar 4.6: Hasil Kuesioner pada Bagian *Creativity* Kanal Youtube Margo Friday *Jazz*

Sementara itu hasil perhitungan nilai rata – rata dari keduanya adalah:

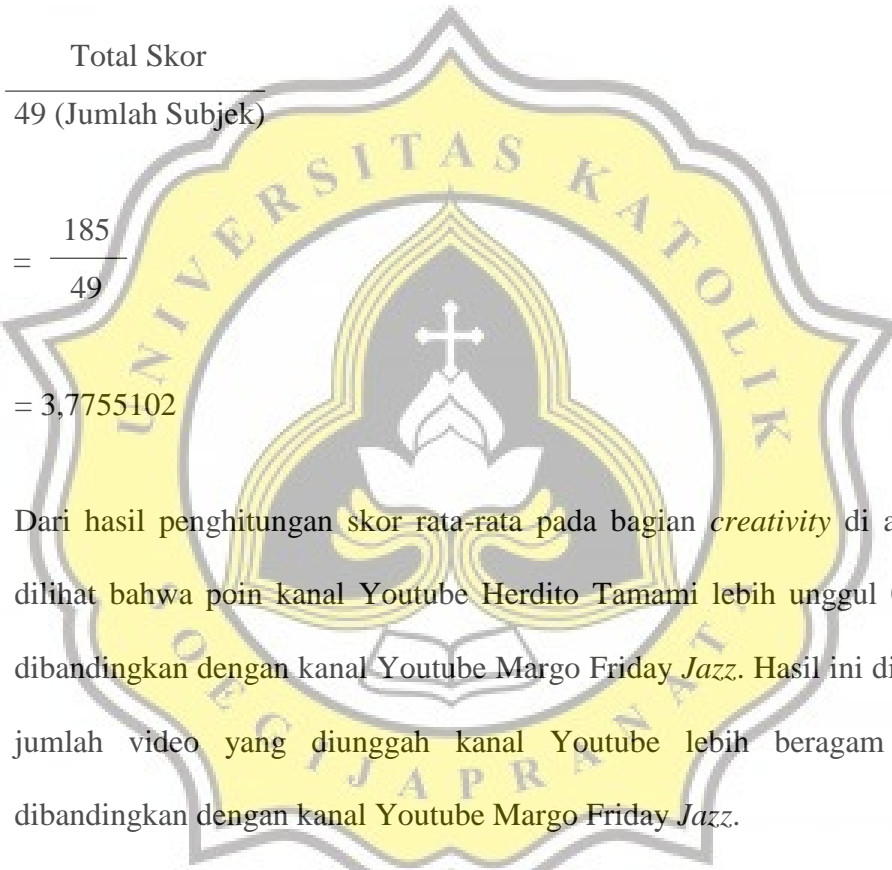
Rata-Rata Skor *Creativity* Kanal Youtube Herdito Tamami:

Total Skor

49 (Jumlah Subjek)

$$\begin{aligned}
 & 187 \\
 & 49 \\
 = & \frac{\quad}{\quad} \\
 = & 3,81632653
 \end{aligned}$$

Rata-Rata Skor *Creativity* kanal Youtube Margo Friday *Jazz*:



$$\begin{aligned}
 & \frac{\text{Total Skor}}{49 \text{ (Jumlah Subjek)}} \\
 = & \frac{185}{49} \\
 = & 3,7755102
 \end{aligned}$$

Dari hasil penghitungan skor rata-rata pada bagian *creativity* di atas dapat dilihat bahwa poin kanal Youtube Herdito Tamami lebih unggul 0.04 poin dibandingkan dengan kanal Youtube Margo Friday *Jazz*. Hasil ini disebabkan jumlah video yang diunggah kanal Youtube lebih beragam jenisnya dibandingkan dengan kanal Youtube Margo Friday *Jazz*.

Kanal Youtube Herdito Tamami telah mengunggah video dengan jenis yang beragam, seperti video regular *Jazz*, konser *Jazz*, atau acara private tentang musik *Jazz*.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *creativity* yang dimiliki oleh kanal Youtube Herdito Tamami lebih unggul dibandingkan dengan kanal Youtube Margo Friday *Jazz*, sehingga kanal

Youtube Herdito Tamami perlu meningkatkan kembali kreatifitasnya dalam mengunggah video terutama jenis videonya.

D. Inovasi Bisnis Herdito Tamami melalui Kanal Youtube Dapat Memperluas Jangkauan Pasar

Setelah melakukan analisa dan observasi selama empat bulan kepada Kanal Youtube Herdito Tamami, ditemukan pada hasil *Youtube Analytic* pada bagian *Geography* bahwa penonton video kanal Youtube Herdito Tamami ini telah mengalami perkembangan selama empat bulan. Pada bulan pertama jumlah negara yang menonton masih hanya ada satu negara yaitu di Indonesia. Pada bulan kedua dan ketiga jumlah negara yang menonton telah bertambah beberapa negara dari luar negeri menjadi Mexico dan Brazil pada bulan kedua serta Amerika Serikat, Malaysia, dan Taiwan pada bulan ketiga. Dan pada bulan keempat penonton dari luar negeri semakin bertambah banyak yaitu Indonesia, Amerika Serikat, Jepang dan Vietnam. Proses perubahan *geography* tersebut dapat dilihat ke dalam tabel 4.4.

Tabel 4.5
Perubahan Penonton Video Kanal Youtube Herdito Tamami
Selama 4 Bulan

Oktober 2019	November 2019	Desember 2019	Januari 2020
Indonesia 100 %	Indonesia 95%	Indonesia 93%	Indonesia 81,4%
-	USA 2%	USA 2%	USA 2.2%

-	Japan 2%	Japan 2%	Japan 1%
-	Malaysia 1%	Malaysia 1%	Malaysia 0.8%
		Italy 0.5%	Italy 0,5%
		Germany 0.5%	Germany 0.5%
			France 0,4%
			Brazil 0.3%
			Philippines 0,2%
			South Korea 0.2%

Sumber: Youtube Analytic – Geography bulan Oktober 2018 – Januari 2020

Terlihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa penonton dari negara Indonesia masih paling dominan, tetapi dapat dilihat bahwa telah terdapat beberapa penonton dari luar negeri yang melihat video yang diunggah Herdito Tamami. Hal ini membuktikan bahwa Youtube Herdito Tamami telah mampu menjalin hubungan dengan konsumen baru baik di negara

Indonesia, maupun luar negeri. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh Kotler dan Amstrong (2001) yang mengatakan bahwa memperluas jangkauan pasar tidak hanya sekedar mendapatkan pembeli baru dalam suatu area yang baru tetapi juga menjalin hubungan dengan konsumen baru di area tersebut.

Yang dilakukan peneliti agar kanal Youtube dapat memperluas jangkauan pasar adalah membuat judul video youtube yang menarik, memakai *Hastag* (#) untuk mempermudah pencarian di Youtube, menggunakan *Thumbnail* gambar yang menarik untuk video Youtube, serta mempromosikannya di akun media sosial lainnya seperti *Instagram*, *Whatsapp*, *Facebook* dan *Twitter*.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa inovasi bisnis Herdito Tamami melalui kanal Youtube dapat memperluas jangkauan pasarnya.

E. Analisa faktor kewirausahaan Youtube Herdito Tamami melalui kanal Youtube .

Dalam mengembangkan Kanal Youtube Herdito Tamami, peneliti melakukan berbagai inovasi dan terus mengembangkan kreativitas dalam mengunggah video, antara lain dibantu dengan beberapa orang yang membantu proses edit video, perekaman, grafis, dan lain-lain. Dalam hal ini tentunya Youtuber harus memiliki tempat atau kantor mini untuk mengedit video, tempat rapat dan sebagainya. Tentunya ini didukung oleh semua pihak dari team Youtube Herdito Tamami. Saat ini untuk tempat rapat dan mengedit

video dirumah kontakannya di daerah jalan Pleburan VI Semarang dilengkapi dengan fasilitas komputer grafis yang mendukung untuk mengedit video dan tentunya memasang Wifi guna mendukung fasilitas penunjang Youtube Herdito Tamami, selain itu juga ada perlengkapan seperti tripod, mic, lighting, kabel dan sebagainya. Kegiatan operasional pada kanal Youtube Herdito Tamami ada beberapa karyawan yang membantu, dalam hal ini tentu ada gaji yang diberikan guna mendukung operasional Youtube Herdito Tamami supaya dapat memotivasi mereka untuk berkinerja lebih baik.

Alasan peneliti berkewirausahaan di dalam kanal Youtube adalah peneliti ingin menjadi seorang Youtuber, dimana yang dibutuhkan oleh Youtuber adalah berpikir kreatif dalam membuat konten dan memiliki tujuan yang jelas dalam membuat konten video di kanal Youtubenanya, dalam hal ini tidak diperlukan sumber daya manusia yang banyak untuk membuat konten Youtube.

Masing-masing Youtuber tentunya harus bisa mengunggah videonya secara gratis di kanal Youtubenanya tanpa perlu investasi uang yang banyak untuk menghasilkan pendapatan yang lebih besar dari Youtube, Apabila seorang Youtuber sudah memenuhi 4000 jam tayang dan 1000 subscriber di kanal Youtube maka secara otomatis Youtube akan meninjau kanal Youtuber tersebut apakah sudah layak untuk di monetasi apa belum. Apabila Youtube sudah menyetujui untuk monetasi, maka akan mendapatkan penghasilan dari Youtube tersebut.

Berawal dari peneliti yang sering menonton acara-acara musik jazz di Mall Ciputra Semarang , peneliti berinisiatif untuk mendokumentasikan musik jazz khususnya di kota Semarang dengan membuat konten Youtube yang bertujuan selain mengenalkan musik jazz kepada masyarakat, juga berkeinginan untuk membuat jejak digital tentang perkembangan musik jazz di kota Semarang, dimana para musisi *Jazz* asal kota Semarang tidak kalah dalam bermain musik *Jazz* dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya di Indonesia. Melalui media Youtube diharapkan dapat mengenalkan musik *Jazz* dan komunitas *Jazz* Ngisoringin Semarang di seluruh Indonesia bahkan di seluruh dunia.

Dari penelitian ini, didapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang menjadi Youtuber adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

1.1 Penghasilan Tambahan (Additional Income)

Youtube adalah merupakan salah satu media digital yang dapat memberikan penghasilan kepada orang yang telah membuat konten Youtube, yang telah disetujui untuk monetisasi oleh Youtube sehingga munculah keinginan orang-orang untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari Youtube. Semakin banyak jumlah subscriber dan jumlah penonton di kanal Youtube, maka akan

meningkatkan penghasilan di Youtube dan kanal Youtube miliknya dapat dikenal lebih luas lagi oleh masyarakat umum, bahkan di seluruh dunia.

1.2. Variasi Konten

Dalam membuat kanal Youtube maka haruslah dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik perhatian masyarakat untuk membuka kanal Youtube tertentu. Dan pada suatu kanal Youtube harus dibuat yang bervariasi agar penonton atau *subscriber* tidak bosan untuk menonton dan bisa mengetahui update kanal Youtube tersebut.

1.3 Motivasi Diri Youtuber

Motivasi seorang Youtuber dalam membuat suatu kanal Youtube selain ingin mendapatkan penghasilan dari Youtube, seorang Youtuber haruslah membuat suatu konten video yang menarik dan seorang Youtuber dituntut untuk berpikir kreatif

Seorang Youtuber dalam membuat konten video hal pertama yang dilakukan adalah menentukan topik atau konten yang sesuai dengan kanal Youtube yang akan dibuat, contohnya peneliti disini membuat suatu konten tentang musik Jazz yang bertujuan untuk memasyarakatkan musik Jazz di Indonesia, khususnya pada kota Semarang dan sekitarnya .

2. Faktor Eksternal

2.1 Lingkungan Yang Mendukung Seorang Youtuber

Dalam membuat suatu konten video Youtube diperlukan kondisi berupa faktor-faktor yang mendukung dalam pembuatan video Youtube, misalnya dalam mendukung suatu event maka lingkungan tempat wilayah sekitar juga harus mendukung dalam mendukung sebuah event agar bisa dapat didokumentasikan oleh peneliti dan dapat diunggah ke kanal Youtube Herdito Tamami.

2.2 Dukungan Komunitas

Faktor lain yang mendukung dalam pembuatan video Youtube adalah faktor keluarga dan teman dari komunitas. Dalam hal ini Komunitas Jazz Ngisoringin Semarang yang mendukung seorang penulis untuk menjadi Youtuber.

2.3 Konten yang berkelanjutan

Dalam menghasilkan karya konten video Herdito Tamami dan selain itu perlu didukung juga oleh faktor Acara atau Event, banyaknya event yang mendukung kegiatan Youtuber, antara lain seperti yang dilakukan peneliti, apabila ada event Jazz berlangsung yang sudah dikenal luas di kalangan masyarakat, sehingga dapat membantu meningkatkan viewer di kanal Youtube Herdito Tamami karena penonton yang belum bisa menonton konser tersebut pasti akan mencari dokumentasi atau rekaman event jazz yang sudah direkam dan diunggah di kanal Youtube Herdito Tamami.