

RINGKASAN EKSEKUTIF

TuneJumper adalah perusahaan *start-up* yang memosisikan dirinya sebagai platform ‘artis-ke-penggemar’ dan menyediakan layanan penggalangan dana untuk proyek musik di dunia maya yang menghubungkan pihak yang memiliki ide proyek musik dengan donatur atau penggemar. Pemilihan ide bisnis tersebut didasari oleh permasalahan yang terjadi pada industri musik Indonesia, dimana banyak sekali orang yang memiliki ide musik, khususnya musisi, namun tidak memiliki modal yang cukup, tidak ada produser, tidak mempunyai relasi dalam industri musik, dan adanya resiko pembajakan yang tinggi

Melalui rencana bisnis ini diharapkan TuneJumper dapat melaksanakan aktivitas bisnisnya sesuai dengan rancangan yang telah direncanakan sejak awal.

Berhubung sistem *crowdfunding* yang dipakai adalah *reward-based*, yaitu pemilik proyek diharuskan memberikan tanda terima kasih kepada donatur dalam bentuk barang atau non-barang, maka model yang dipakai memiliki kemiripan dengan *e-commerce*. Menurut penyedia layanan *payment gateway* DOKU, industri digital akan semakin cerah dan ditandai pembukuan transaksi tahun 2014 sebesar ± Rp 7 triliun di tahun 2014 dan diproyeksikan mengganda menjadi ± Rp 15 triliun pada tahun 2015. Sedangkan menurut data yang diperoleh dari APJII, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 hanya ± 88,1 juta jiwa dengan tingkat pelaku transaksi online sebesar 11% pada tahun 2015. Dari sumber lain pula, Insidereta, nilai transaksi online di Indonesia pada tahun 2014 adalah \$2,60 milyar dan diprediksikan akan mencapai \$4,89 milyar pada tahun 2016.

TuneJumper menyediakan layanan penggalangan dana secara online untuk semua proyek yang berhubungan dengan musik. Situs ini menjadi penengah antara pemilik ide proyek dengan donatur. Bagi mereka yang memiliki ide proyek musik, seperti musisi, bisa mengajukan dan mengunggah proposal ke www.tunejumper.com agar dapat melakukan penggalangan dana yang nantinya menjadi modal. Jika proposal sudah terpasang dan menarik, maka setiap pengunjung situs yang melihat dapat memberikan donasi melalui jalur transaksi yang tersedia.

TuneJumper memiliki tiga kunci sukses dalam menjalankan bisnisnya. Yang pertama adalah jaringan dengan pihak-pihak dalam industri musik untuk mempermudah penjangkauan klien baru. Yang kedua adalah sistem, yaitu platform *crowdfunding* yang digunakan sebagai garis depan pelayanan harus selalu dijaga dan dikembangkan melalui inovasi-inovasi secara kontinu agar keberadaan konsumen tetap terjaga. Yang ketiga adalah tim yang kuat, karena layanan ini sifatnya virtual, sehingga penggerak dari sistem tersebut adalah sumber daya manusia. Yang keempat adalah pelayanan konsumen, dimana TuneJumper akan memberikan asisten kepada pemilik proyek selama masa kampanye, karena memberikan pelayanan melebihi ekspektasi konsumen merupakan hal yang sangat penting.

Tim TuneJumper terdiri atas 5 orang yang menempati posisi CEO, CFO, CMO, COO, dan staf divisi pemasaran. Perusahaan ini didirikan oleh Edwin Hardjito & Willano Kaulika Abdoe. Edwin Hardjito merupakan mahasiswa S1 Prasetiya Mulya yang memiliki pengetahuan terhadap bisnis musik yang didapatkan secara informal dan mempunyai relasi dengan berbagai pelaku bisnis di industri musik. Sedangkan Willano Abdoe yang juga berasal dari institusi yang sama memiliki pengetahuan yang kuat terhadap aspek finansial. Posisi CMO dipegang oleh Agnes Adellina yang pernah

bekerja di Java Festival Production untuk acara Java Jazz Festival selama beberapa tahun, dan beliau dibantu oleh Zafira Bustam yang juga merupakan mahasiswi S1 Prasetiya Mulya. Bagian operasional dipegang oleh Ericko Octavianus yang memiliki kemampuan baik dalam manajemen operasional perusahaan.

Target finansial pada tahun pertama adalah IDR 200,000,000, tahun kedua IDR 1,000,000,000, tahun ketiga IDR 3,000,000,000, tahun keempat IDR 5,000,000,000 dan IDR 6,500,000,000 di tahun kelima. Sedangkan komisi yang diambil perusahaan adalah 10% dari total transaksi. Target jumlah pengguna adalah 10,000 *user* pada tahun pertama, 20,000 *user* pada tahun kedua, 30,000 *user* pada tahun ketiga, 40,000 *user* pada tahun keempat, dan 50,000 *user* pada tahun kelima.

Pada saat laporan ini disusun, TuneJumper telah melaksanakan *soft-launching* dengan merilis situs web versi *beta*. Per tanggal 8 Juli 2015, sebanyak 2 buah proyek telah diluncurkan, nilai donasi sebesar Rp 750,000, dan jumlah pengguna aktif sebanyak 43 akun. Keadaan ini memang masih jauh dari sasaran yang hendak dicapai, namun TuneJumper yakin akan bisnis ini, hanya saja memerlukan waktu lebih untuk membuat lebih berkesinambungan.

EXECUTIVE SUMMARY

TuneJumper is a start-up company who positions itself as 'artist-to-fan' platform and provides crowdfunding service for music project in virtual world that connects project idea owner and donors or fans. The decision of this business idea is based on current issue in Indonesia's music industry, where so many people who have music idea, especially musicians, but they do not have enough capital, producer, network in music industry, and high level of piracy.

Through this business plan, TuneJumper is expected to run its business as the initial plan.

The crowdfunding model that TuneJumper adopts is reward-based, which means project owner should give 'thank you sign' to donors in form of physical or non-physical rewards, so the model is similar to e-commerce. DOKU, a payment gateway service provider, says that digital industry will be brighter and marked by bookkeeping transactions in 2014 amounted to ± Rp 7 trillion in 2014 and is projected to double to ± Rp 15 trillion in 2015. Meanwhile, according to data obtained from APJII, the number of Internet users in Indonesia in 2014 only ± 88.1 million inhabitants with a level perpetrators online transactions by 11% in 2015. From other sources as well, Insidereta, the value of online transactions in Indonesia in 2014 is \$ 2.60 billion and are predicted to reach \$ 4.89 billion in 2016.

TuneJumper provides online fundraising service for all projects related to music. This site mediates between the owner of the idea of the project to the donor. For those who have an idea of musical projects, such as musicians, can file and upload to www.tunejumper.com proposal in order to raise funds that will become

the capital. If the proposal has been installed and attractive, then any site visitor who saw can make a donation through the available deals.

TuneJumper has three keys to success in running the business. The first is the network with the parties in the music industry to facilitate new client outreach. The second is a system, which is used as a crowdfunding platform front-line services should be maintained and developed through continuous innovations for the existence of consumers is maintained. The third is a strong team, because the service is a virtual character, so that the mover of the system is the human resource. The fourth is a consumer services, where TuneJumper will provide assistant to the project owner during the campaign period, because providing services exceed customer expectations is very important.

TuneJumper team consists of five people who occupy the position of CEO, CFO, CMO, COO, and marketing division staff. The company was founded by Edwin Hardjito & Willano Kaulika Abdoe. Edwin Hardjito is Prasetiya Mulya S1 students who have knowledge of the music business acquired informally and is related to a variety of businesses in the music industry. While Willano Abdoe which also originated from the same institution has a strong knowledge of the financial aspects. CMO position held by Agnes Adellina who had worked in Java Festival Production for the event Java Jazz Festival for several years, and he is assisted by Zafira Bustam who is also a student Prasetiya Mulya S1. The operational part held by Ericko Octavianus who have good ability in the operational management of the company.

Financial target in the first year was £ 200 million, the second year IDR 1,000,000,000, 3,000,000,000 IDR third year, fourth year £ 5,000,000,000 and £ 6,500,000,000 in the fifth year. While the commission taken by the company is 10%

of the total transactions. The target number of users is 10,000 users in the first year, 20,000 users in the second year, 30,000 users in the third year, 40,000 users in the fourth year, and 50,000 users in the fifth year.

At the time of writing this report, TuneJumper has conducted a soft launch with the release of the beta version of the web site. As of July 8, 2015, a total of 2 projects has been launched, the value of a donation of USD 750,000, and the number of active users as many as 43 accounts. This situation is still far from the target to be achieved, but TuneJumper confident of this business, just need more time to make it more sustainable.

