



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong para pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut, terutama di industri musik. Kebutuhan akan musik menjadi penting bagi banyak perusahaan saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang bisnis jasa penyedia musik berbasis platform yang diberi nama "Kemusik", yang bertujuan untuk mempertemukan calon pelanggan pemesan musik dengan pembuat musik, dengan harapan dapat menjadi solusi bagi mereka. Penelitian ini menggunakan metode wawancara in-depth interview dengan 8 narasumber, termasuk pelaku bisnis sejenis, musisi di Yogyakarta, dan calon pelanggan pemesan musik. Wawancara dengan pelaku bisnis menggunakan 9 blok kanvas model bisnis, sedangkan wawancara dengan calon pelanggan dan musisi menggunakan peta empati. Analisis data meliputi analisis konten wawancara, analisis kelayakan finansial (NPV, IRR, Payback Period), dan analisis kelayakan non-finansial untuk menilai layak tidaknya rencana bisnis ini dijalankan. Hasil analisis menunjukkan bahwa rencana bisnis "Kemusik" layak untuk dijalankan baik dari segi finansial dengan skenario optimis memiliki NPV sebesar Rp172.716.662,49, IRR 49,79%, dan Payback Period 2,00. Skenario normal memiliki NPV sebesar 93.327.969,46, IRR 36,45%, dan Payback Period 2,18. Skenario Pesimis memiliki NPV sebesar Rp51.908.301,76, IRR 27,27%, Payback Period 2,35. Adapun analisis non-finansial yang layak untuk menjalankan bisnis Kemusik dapat dilihat dari aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek budaya.

Kata kunci: Industri Kreatif, Musik, Platform, Kelayakkan Finansial, Kelayakkan Non-Finansial



## ABSTRACT

The rapid development of digital technology is driving businesses to adapt to these changes, especially in the music industry. The need for music has become crucial for many companies today. This study aims to design a platform-based music service business called "Kemusik", which aims to connect potential customers who want to order music with music creators, with the hope of providing a solution for them. The research uses the in-depth interview method with 8 participants, including similar business practitioners, musicians in Yogyakarta, and potential customers who want to order music. Interviews with business practitioners use the 9-block canvas business model, while interviews with potential customers and musicians use empathy mapping. Data analysis includes content analysis of interviews, financial feasibility analysis (NPV, IRR, Payback Period), and non-financial feasibility analysis to assess the viability of this business plan. The analysis results show that the "Kemusik" business plan is feasible to be implemented, both financially and non-financially.

Keywords: Creative Industry, Music, Platform, Financial Feasibility, Non-Financial Feasibility