

## ABSTRAK

Industri musik di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai tantangan, khususnya dalam bagaimana memberikan eksposur yang cukup bagi karya musisi independen serta memperluas jangkauan distribusi merchandise mereka. Dominasi label besar dan kurangnya platform yang mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan musisi menjadi kendala utama dalam memperluas audiens. Namun, dengan pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya adopsi *e-commerce*, terbuka peluang yang signifikan bagi musisi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Menilik dari isu tersebut, dirancanglah model bisnis ZonaBiroe yang mengombinasikan portal berita musik dengan *e-commerce*, tidak hanya untuk mendukung promosi dan penjualan merchandise musisi independen, tetapi juga untuk memberikan akses lebih dekat dan interaktif kepada penggemar musik. Hal ini memungkinkan terciptanya pengalaman yang lebih personal dalam ekosistem musik digital, di mana penggemar dapat lebih mudah berinteraksi dengan musisi favorit mereka.

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif yang digunakan untuk menggali kebutuhan dan preferensi musisi serta calon pelanggan terhadap platform digital yang mengombinasikan portal berita musik dengan *e-commerce* secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan melalui data primer, dengan informasi yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara, survei, serta observasi. Di sisi lain, penelitian ini juga melakukan evaluasi terhadap kelayakan finansial.

Perancangan model bisnis ZonaBiroe dilakukan dengan mempertimbangkan sembilan elemen yang terdapat dalam kanvas model bisnis (BMC), yaitu aliran pendapatan, struktur biaya, proposisi nilai, saluran distribusi, segmen pelanggan, hubungan pelanggan, aktivitas kunci, sumber daya kunci, dan mitra utama. Proses ini bertujuan untuk menciptakan suatu kerangka kerja yang komprehensif dan terintegrasi dalam pengembangan platform. Selain itu, analisis finansial yang dilakukan menunjukkan hasil yang signifikan, dengan nilai *Net Present Value* (NPV) mencapai Rp58.597.593,83, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 34%, dan *Payback Period* (PBP) selama 3,63 tahun. Temuan ini menegaskan potensi keberlanjutan dan profitabilitas model bisnis ZonaBiroe, sekaligus memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dalam fase implementasi dan pengembangan selanjutnya.

Kata kunci : Kanvas Model Bisnis, Musik, Platform Digital

## ABSTRACT

*The music industry in Indonesia is still faced with various challenges, especially in how to provide sufficient exposure for independent musicians' works and expand the distribution reach of their merchandise. The dominance of large labels and the lack of platforms capable of integrating various needs of musicians are the main obstacles in expanding the audience. However, with the rapid development of technology and the increasing adoption of e-commerce, there are significant opportunities for musicians to reach a wider market. Judging from this issue, ZonaBiroe's business model was designed to combine music news portals with e-commerce, not only to support the promotion and sale of independent musician merchandise, but also to provide closer and interactive access to music fans. This allows for a more personalized experience in the digital music ecosystem, where fans can more easily interact with their favorite musicians.*

*This research adopts a qualitative method used to explore the needs and preferences of musicians and potential customers towards digital platforms that combine music news portals with e-commerce in depth. Data collection is carried out through primary data, with information collected directly through interviews, surveys, and observations. On the other hand, this study also evaluates financial feasibility.*

*The design of ZonaBiroe's business model is carried out by considering nine elements contained in the business model canvas (BMC), namely revenue streams, cost structure, value proposition, distribution channels, customer segments, customer relationships, key activities, key resources, and key partners. This process aims to create a comprehensive and integrated framework for platform development. In addition, the financial analysis conducted showed significant results, with a Net Present Value (NPV) of Rp58,597,593.83, an Internal Rate of Return (IRR) of 34%, and a Payback Period (PBP) of 3.63 years. These findings confirm the sustainability and profitability potential of ZonaBiroe's business model, while also providing a solid foundation for strategic decision-making in the next phase of implementation and development.*

*Keywords : Business Model Canvas, Music, Digital Platform*