



## ABSTRAK

Seni rupa dikenal sebagai sebuah produk yang sarat dengan keindahan. Selain nilai estetika, seni rupa juga menyimpan begitu banyak nilai lainnya. Beberapa instansi seperti hotel dan universitas, memanfaatkan karya seni rupa untuk meningkatkan nilai perusahaan atau sebagai media belajar mengajar. Selama ini, untuk memenuhi kebutuhan pengadaan karya seni rupa, instansi tersebut menggunakan model pameran bersama, pesan karya, atau jual beli lepas. Model pengadaan ini dinilai kurang ideal bagi para instansi dalam melakukan pengadaan karya seni rupa. Hal ini kemudian berimbas terhadap permintaan pengadaan karya seni rupa. Oleh karena itu, diperlukan sebuah model baru dalam pengadaan karya seni rupa yang lebih sesuai dengan kebutuhan instansi sehingga permintaan pengadaan karya seni rupa dapat ditingkatkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang sebuah model bisnis pengadaan karya seni rupa dengan menggunakan model sewa. *Arsanic* merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengadaan karya seni rupa dengan layanan lengkap mulai dari persewaan karya seni rupa, instalasi karya seni rupa, perawatan karya seni rupa, dan penjualan karya seni rupa. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil wawancara dianalisis dengan pendekatan peta empati kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan model bisnis *Arsanic* dengan menggunakan pendekatan Kanvas Model Bisnis yang ditawarkan Osterwalder dan Pigneur tahun 2010.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan bisnis, perancangan ide bisnis persewaan karya seni rupa *Arsanic* mempunyai nilai *Net Present Value* (NPV) positif, *Internal Rate of Return* (IRR) sebesar 33,45%, dan *Payback Period* (PP) selama 3 tahun 6 bulan. Dengan demikian, ide bisnis ini layak untuk dijalankan.

Kata Kunci: model bisnis, persewaan karya seni rupa



## ABSTRACT

Visual art is well-known for its being loaded with beauty. Other than aesthetic value, visual art conveys many different values as well. Several institutions such as hotel and university frequently make use of visual artworks in order to increase the company's value or a medium in teaching-and-learning process respectively. Until now, to fulfill the needs of visual artworks procurement, the said institutions apply a number of methods including group exhibition, art commission, and artwork purchase. Such procurement models are considered not ideal by the relevant institution. Consequently, it affects the demand for artworks. Hence, a new model of artwork procurement is required to better suit the need of those institutions, which will later lead to an increase in demand for artwork.

The objective of this research is to design a business model for rent-based artwork procurement. *Arsanic* is a company engaged in artwork procurement, equipped with diverse services covering artwork rental, installation, maintenance, and sales. The research applies qualitative descriptive method. Data were collected through interviews and observations. Information gathered from the interviews is analyzed by means of empathy map and later becomes the basis in developing *Arsanic's* business model which applies Osterwalder and Pigneur's (2010) Business Model Canvas approach.

Based on the result of business feasibility analysis, the business design for *Arsanic's* artwork rental has a positive Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR) amounting to 33,45%, and Payback Period (PP) for 3 years and 6 months. To sum up, the business idea is feasible to run.

Keywords: business model, artwork rental