

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *event* di Indonesia merupakan salah satu subsektor unggulan dalam ekosistem ekonomi kreatif yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang dirilis pada 2024, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia telah melampaui *1.300 triliun*, menjadikannya salah satu sektor dengan kontribusi terbesar terhadap perekonomian nasional pada 2024 [1]. Angka tersebut menunjukkan bahwa ekonomi kreatif, termasuk subsektor *event*, memiliki daya dorong yang besar terhadap perekonomian nasional. Selain memberikan kontribusi ekonomi, sektor ini juga berperan dalam meningkatkan inovasi, membuka lapangan kerja baru, memperkuat potensi pariwisata, serta menjadi media promosi budaya dan identitas lokal. Oleh karena itu, penguatan sistem pengelolaan *event* melalui pendekatan digital menjadi hal yang esensial di tengah meningkatnya permintaan masyarakat terhadap kegiatan berbasis pengalaman (*experience-based economy*).

Kegiatan *event* di Indonesia mencakup beragam jenis kegiatan seperti konser musik, festival budaya, pameran seni, kegiatan olahraga, *workshop* edukatif, seminar akademik, kegiatan keagamaan, hingga *event* pariwisata dan kajian ilmiah. Selain itu, *event* tahunan seperti *Halloween*, perayaan Natal, Tahun Baru, serta festival budaya lokal juga menjadi bagian dari daya tarik industri *event* nasional yang rutin diselenggarakan setiap tahun. Keberagaman ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan *event* tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media kolaborasi, pendidikan, serta pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Namun, dalam praktiknya, sebagian besar penyelenggara *event* di Indonesia masih menghadapi kendala dalam aspek *gate management* (proses pengaturan pintu masuk), distribusi tiket, serta pelaporan peserta. Sebagian besar platform lokal masih menggunakan sistem validasi tiket berbasis *QR code* statis tanpa integrasi *real time*, sehingga menimbulkan antrean panjang, keterlambatan akses, dan potensi duplikasi tiket. Kondisi ini berdampak negatif terhadap pengalaman pengguna (*user experience*) dan kepercayaan publik terhadap penyelenggara acara.

Selain itu, pengelolaan *merchandise* juga menjadi salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh penyelenggara *event*, baik skala besar maupun kecil. Tingkat penyerapan *merchandise* pada kegiatan musik di Indonesia hanya mencapai 35%–40% dari

total stok yang tersedia, jauh di bawah target 70% untuk mencapai titik impas promotor [2]. Kondisi tersebut terjadi karena belum adanya sistem inventori digital terpadu serta minimnya analisis preferensi pengunjung secara *real time*. Akibatnya, potensi keuntungan tambahan tidak termanfaatkan secara optimal dan efisiensi logistik menjadi rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku *event* lokal masih membutuhkan dukungan teknologi yang mampu mengintegrasikan manajemen inventori, analitik perilaku peserta, serta sistem distribusi produk secara digital.

Beberapa platform digital penyelenggara *event* seperti Locket.com, Tiket.com, Goers, Eventori.id, dan Eventbrite telah berupaya menyediakan solusi digital bagi penyelenggara acara. Namun, masing-masing masih memiliki keterbatasan. Locket.com memiliki sistem pelaporan keuangan yang baik, tetapi biaya layanannya relatif tinggi sehingga kurang terjangkau oleh penyelenggara skala kecil. Tiket.com lebih berfokus pada *event* hiburan berskala besar dan belum menyediakan ruang kolaborasi bagi komunitas. Goers telah mengintegrasikan tiket dengan WhatsApp, tetapi belum memiliki *dashboard* evaluasi pasca acara maupun sistem pengelolaan *merchandise* yang terpadu. Eventori.id memiliki kemampuan manajemen inventori dan pemesanan tiket, tetapi masih terbatas pada sektor hiburan. Sementara itu, Eventbrite dikenal memiliki sistem manajemen peserta yang lengkap, namun metode pembayarannya belum mendukung sistem transaksi lokal seperti QRIS atau dompet digital Indonesia [3]. Hal ini menunjukkan masih adanya peluang inovasi untuk menghadirkan platform lokal yang inklusif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pasar domestik.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, *startup* Muzikaly sebagai platform manajemen *event* digital yang menjangkau berbagai jenis kegiatan, baik hiburan maupun non-hiburan. Platform ini tidak hanya berfokus pada konser musik, tetapi juga meliputi seminar akademik, kajian keagamaan, pameran UMKM, festival literasi, pelatihan komunitas, lomba sosial, serta pertunjukan seni tradisional. Muzikaly menghadirkan *dashboard* interaktif yang mengintegrasikan sistem promosi, validasi peserta, transaksi, dan evaluasi dalam satu ekosistem digital. Dengan pendekatan tersebut, Muzikaly diharapkan menjadi solusi teknologi yang adaptif bagi lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, dan komunitas kreatif untuk menyelenggarakan kegiatan publik secara profesional, efisien, dan transparan tanpa bergantung pada platform asing yang memiliki keterbatasan akses pembayaran atau biaya tinggi.

Dari sisi inovasi, Muzikaly menghadirkan berbagai fitur orisinal yang belum tersedia pada platform lain di Indonesia. Fitur *GiftPass* memungkinkan pengguna mengirim tiket

digital disertai pesan personal untuk momen spesifik seperti wisuda, seminar proposal, atau kegiatan keagamaan tanpa memerlukan aplikasi tambahan. *Event Companion Board (ECB)* menjadi ruang virtual dinamis yang menampilkan peta lokasi, jadwal acara, daftar peserta, serta dokumentasi pasca acara yang dapat diakses secara langsung. Fitur *Multi-Event Linkage (MEL)* memudahkan pengguna membeli tiket dari berbagai acara lintas kategori menggunakan satu sistem pembayaran melalui dompet digital seperti GoPay, Dana, atau QRIS. Selain itu, *Vendor Sync System* memberikan kemudahan bagi penyelenggara dalam berinteraksi langsung dengan vendor dekorasi, peralatan suara, dan katering tanpa proses administrasi manual. Muzikaly juga mendukung kebijakan yang direncanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui fitur *Event Impact Report (EIR)*, yang berfungsi untuk menilai konsumsi energi, sisa logistik, serta dampak lingkungan pasca acara [4].

Berdasarkan kebutuhan pasar, tren digitalisasi *event*, serta belum adanya platform manajemen acara yang mengintegrasikan sistem kolaborasi komunitas dan teknologi berbasis keberlanjutan, maka diperlukan perencanaan bisnis yang komprehensif untuk memastikan arah pengembangan Muzikaly secara strategis, terukur, dan layak secara fungsional maupun finansial. Dengan demikian, penulis menetapkan judul penelitian **“Perencanaan Bisnis *Startup* Muzikaly sebagai Platform Digital untuk Pengelolaan *Event* dan Pemberdayaan Komunitas Kreatif.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kurangnya integrasi antara sistem validasi tiket, pengelolaan inventori *merchandise*, analitik perilaku peserta, dan pelaporan acara menyebabkan penyelenggara *event* kesulitan meningkatkan efisiensi operasional serta kualitas pengalaman pengguna.
2. Rendahnya tingkat keterlibatan serta loyalitas pengguna pada platform penyelenggara *event* menghambat terbentuknya ekosistem komunitas yang aktif dan berkelanjutan.
3. Keterbatasan fitur dan akses pada layanan penjualan tiket menyebabkan industri *event* Indonesia menghadapi hambatan dalam meningkatkan daya saing di pasar.

1.3 Tujuan

Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk merancang bisnis *startup* Muzikaly sebagai platform digital untuk pengelolaan *event* dan pemberdayaan komunitas kreatif, serta sebagai bentuk penguatan sistem pengelolaan melalui pendekatan digital yang berfungsi sebagai ekosistem kolaboratif antara pengembang, promotor, dan pelaku industri kreatif dalam mendukung penyelenggaraan *event* yang profesional, efisien, dan berkelanjutan.

1.4 Manfaat

Penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berorientasi pada pengembangan model bisnis dan penerapan teknologi digital dalam industri *event* kreatif, yaitu:

1. Memberikan solusi terstruktur yang dapat meningkatkan integrasi antara sistem validasi tiket, pengelolaan inventori *merchandise*, analitik perilaku peserta, dan pelaporan acara secara terpadu, sehingga penyelenggara *event* memperoleh alur kerja yang lebih efisien, akurat, dan mendukung peningkatan kualitas pengalaman pengguna.
2. Menyediakan arah strategis yang dapat memperkuat keterlibatan komunitas serta meningkatkan loyalitas pengguna melalui mekanisme interaksi yang berkelanjutan, sehingga platform mampu membangun ekosistem layanan yang lebih aktif, inklusif, dan mendukung pertumbuhan komunitas kreatif.
3. Memberikan gambaran yang jelas tentang kekurangan fitur dan akses pada layanan penjualan tiket, sehingga bisa menjadi acuan dalam membuat solusi yang lebih sesuai untuk membantu perkembangan industri *event* Indonesia.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini difokuskan pada perencanaan bisnis *startup* Muzikaly sebagai platform digital untuk pengelolaan *event* dan pemberdayaan komunitas kreatif dengan menekankan integrasi sistem promosi, validasi peserta, serta transaksi digital dalam satu ekosistem terpadu. Platform ini dirancang untuk mendukung penyelenggaraan berbagai jenis kegiatan publik, seperti konser musik, festival budaya dan seni, kegiatan olahraga, acara kuliner, lokakarya, serta pameran, sehingga dapat mendukung pengelolaan kegiatan secara lebih terstruktur dan efisien melalui satu platform digital.
2. Hak akses pengguna dalam platform ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu admin, penyelenggara *event* (promotor), dan pengguna akhir (user).

- a. Admin berperan dalam pengelolaan dan pengawasan sistem secara keseluruhan, mencakup validasi data, pengaturan operasional platform, serta pemantauan aktivitas dan transaksi melalui *dashboard* manajemen.
 - b. Penyelenggara *event* (promotor) memiliki hak akses untuk membuat, mengelola, dan mempublikasikan *event* pada platform, serta mengelola tiket dan informasi terkait penyelenggaraan *event*, termasuk pemantauan kinerja *event* melalui fitur pendukung yang tersedia.
 - c. Pengguna akhir (*user*) dapat mencari dan membeli tiket serta memanfaatkan fitur interaktif seperti *dasbor*, *GiftPass* dan *Event Companion Board (ECB)*, sistem loyalitas *FanPoints*. Pengguna juga diperkenalkan pada fitur pendukung dalam ekosistem Muzikaly, yaitu *MEL*, *Vendor Sync System*, dan *Event Impact Report (EIR)*, yang berperan dalam keseluruhan alur layanan platform.
3. Penelitian ini berupaya menghasilkan rancangan model bisnis yang strategis dan inovatif melalui penerapan fitur utama seperti *Multi-Event Linkage (MEL)*, *Digital Badge*, dan sistem *FanPoints* guna meningkatkan retensi pengguna serta menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan bagi platform Muzikaly.
 4. Penelitian ini dibatasi pada aspek strategi bisnis, pemasaran digital, dan analisis kelayakan finansial, tanpa mencakup pembahasan teknis terkait pengkodean aplikasi, desain sistem, maupun implementasi perangkat lunak.
 5. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi akademik berupa rancangan model bisnis berbasis teknologi digital di sektor *event* kreatif, yang dapat dijadikan referensi bagi pengembang, promotor, maupun pelaku industri kreatif dalam membangun ekosistem *event* yang profesional dan berkelanjutan.