

RINGKASAN EKSEKUTIF

Perkembangan industri kreatif, khususnya dalam bidang musik, terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Musik tidak hanya menjadi bagian dari ekspresi budaya tetapi juga sebagai industri yang berkontribusi dalam perekonomian kreatif. Namun, tantangan bagi kursus musik konvensional semakin besar dengan munculnya platform pembelajaran digital yang menawarkan fleksibilitas dan akses yang lebih luas. Dani Irjayana Audiolab hadir sebagai solusi dalam memberikan kursus musik dengan pendekatan yang lebih personal dan inovatif, menggabungkan metode tatap muka dengan pembelajaran berbasis *digital*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan analisis mengenai perencanaan bisnis Dani Irjayana Audiolab dan menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing di industri pendidikan musik nonformal. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi dan survei untuk mengevaluasi lingkungan bisnis, peluang pasar, dan strategi pemasaran. Selain itu, perencanaan bisnis Dani Irjayana Audiolab dianalisis menggunakan *Timmons Model*, *Business Model Canvas*, serta analisis SWOT untuk menilai kelayakan dan keberlanjutan bisnisnya.

Hasil dari penelitian dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa Dani Irjayana Audiolab memiliki keunggulan dalam metode pembelajaran yang lebih fleksibel dan berbasis personalisasi. Namun, tantangan utama berasal dari persaingan dengan kursus musik yang lebih mapan serta kemajuan teknologi yang memungkinkan pembelajaran musik secara mandiri melalui *platform digital*. Berdasarkan *Timmons Model* dan *Business Model Canvas*, Dani Irjayana Audiolab memiliki potensi yang besar untuk berkembang dengan strategi yang tepat, terutama dalam inovasi kurikulum dan pemanfaatan teknologi digital.

Kata Kunci: Perencanaan Bisnis, Strategi Pemasaran, Timmons, *Business Model Canvas*, SWOT.

EXECUTIVE SUMMARY

The development of the creative industry, particularly in the music sector, continues to experience significant growth. Music is not only a form of cultural expression but also a thriving industry contributing to the creative economy. However, traditional music courses face increasing challenges with the rise of digital learning platforms that offer greater flexibility and accessibility. Dani Irjayana Audiolab emerges as a solution by providing music courses with a more personalized and innovative approach, combining face-to-face learning with digital-based education.

The objective of this study is to analyze the business planning of Dani Irjayana Audiolab and determine the appropriate strategies to enhance its competitiveness in the non-formal music education industry. This study employs a qualitative approach using observation and surveys to evaluate the business environment, market opportunities, and marketing strategies. Additionally, the business planning of Dani Irjayana Audiolab is analyzed using the Timmons Model, Business Model Canvas, and SWOT analysis to assess its feasibility and sustainability.

The findings from the SWOT analysis indicate that Dani Irjayana Audiolab possesses strengths in offering a more flexible and personalized learning method. However, its main challenges stem from competition with more established music courses and the rapid advancement of technology, which enables independent music learning through digital platforms. Based on the Timmons Model and Business Model Canvas, Dani Irjayana Audiolab holds great potential for growth with the right strategies, particularly in curriculum innovation and digital technology utilization.

Keywords: *Business Planning, Marketing Strategy, Timmons, Business Model Canvas, SWOT.*