



Transformasi Model Bisnis Industri Kreatif: Tinjauan Sistematis Pergeseran Strategi Promotor dari Penjualan Tiket Menuju Ekosistem Sponsor Berbasis Data

Farhan Alif Budianto*, Muharman Lubis, Iqbal Yulizar Mukti, Setyo Budianto

Telkom University, Indonesia

Email: frhnalif@student.telkomuniversity.ac.id*, muharmanlubis@telkomuniversity.ac.id, iqbalylulizar@telkomuniversity.ac.id, setyobudiantosb@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Background: The creative industry, particularly music festivals, is a form of temporary organization that faces unique challenges in the form of immovable deadlines and high financial risks.

Objective: This study aims to analyze the transformation of the business model from dependence on ticket sales (Ticket-Sales Dependent - B2C) to a data-driven partnership ecosystem (Data-Driven Sponsorship Ecosystem - B2B) through the utilization of the Project Management Information System.

Methods: Using the case study of Soundsfest Jakarta 2025, a strategic expansion initiative from regional to national scale, this study evaluates the effectiveness of implementing the 7th Edition of the PMBOK Guide standard integrated with the PDCA (Plan-Do-Check-Act) cycle and Hub-and-Spoke based information system architecture.

Results: The research results show that the integration of information systems, such as RFID-based Gate Access Control technology, successfully validated audience profiles as a key strategic asset for the festival. Sponsorship revenue reached IDR 7.05 billion (a 250% surplus over the target), significantly exceeding ticket revenue of IDR 3.42 billion. These findings redefine the economic value of festivals for sponsors, who now value accurate audience data profiles (Big Data) over mere physical crowd counts.

Conclusion: This study concludes that in high-speed, temporary organizations, information systems serve as a governance instrument for risk mitigation and data monetization. The practical contribution of this research is a digital data governance reference model with a recommended Single Digital Identity policy to ensure data integrity in the future.

Keywords:

Information Systems Project Management; PMBOK Guide; Temporary Organizations; Business Model Transformation; Data Governance; Data-Driven Sponsorship.

Kata Kunci:

Manajemen Proyek Sistem Informasi; PMBOK Guide; Organisasi Temporer; Transformasi Model Bisnis; Tata Kelola Data; Data-Driven Sponsorship.

Abstrak

Latar belakang: Industri kreatif, khususnya festival musik, merupakan bentuk organisasi temporer (temporary organization) yang menghadapi tantangan unik berupa tenggat waktu absolut (immovable deadline) dan risiko finansial yang tinggi.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi model bisnis dari ketergantungan pada penjualan tiket (Ticket-Sales Dependent - B2C) menjadi ekosistem kemitraan berbasis data (Data-Driven Sponsorship Ecosystem - B2B) melalui pemanfaatan Sistem Informasi Manajemen Proyek.

Metode: Dengan menggunakan studi kasus Soundsfest Jakarta 2025 sebuah inisiatif ekspansi strategis dari skala regional ke nasional penelitian ini mengevaluasi efektivitas penerapan standar PMBOK Guide Edisi ke-7 yang diintegrasikan dengan siklus PDCA (Plan-Do-Check-Act) dan arsitektur sistem informasi berbasis Hub-and-Spoke.

Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi sistem

informasi, seperti teknologi Gate Access Control berbasis RFID, berhasil memvalidasi profil audiens sebagai aset strategis utama festival. Realisasi pendapatan sponsorship mencapai Rp 7,05 Miliar (surplus 250% dari target), secara signifikan melampaui pendapatan tiket sebesar Rp 3,42 Miliar. Temuan ini mendefinisikan ulang nilai ekonomi festival bagi sponsor yang kini lebih menghargai akurasi profil data audiens (Big Data) dibandingkan sekadar jumlah kerumunan fisik.

Kesimpulan: Penelitian ini menyimpulkan bahwa pada organisasi temporer berkecepatan tinggi, sistem informasi berfungsi sebagai instrumen tata kelola (governance) untuk mitigasi risiko dan monetisasi data. Kontribusi praktis penelitian ini berupa model referensi tata kelola data digital dengan rekomendasi kebijakan Single Digital Identity untuk menjamin integritas data di masa depan.

PENDAHULUAN

Industri hiburan global, khususnya festival musik, telah mengalami transformasi radikal menuju digitalisasi yang didorong oleh ekspektasi konsumen akan pengalaman yang mulus dan aman (Nanda et al., 2021). Di Indonesia, fenomena ini terlihat pada pergeseran peran festival musik dari sekadar hiburan menjadi instrumen strategis ekonomi nasional yang memerlukan tata kelola profesional (RI, 2024). Namun, secara manajerial, festival tetap menjadi bentuk "organisasi temporer" yang berisiko tinggi karena beroperasi dengan sumber daya besar di bawah tekanan tenggat waktu yang tidak dapat ditawar atau *immovable deadline* (Smith & Johnson, 2023).

Secara tradisional, model bisnis promotor festival sangat bergantung pada pendapatan *Business-to-Consumer* (B2C) melalui penjualan tiket. Namun, ketergantungan ini menciptakan kerentanan finansial akibat volatilitas minat publik dan perilaku pembelian menit terakhir yang tidak terprediksi (Marnewick & Marnewick, 2016; Müller & Jugdev, 2012; Page, 2021; Yin, 2018). Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji berbagai aspek manajemen festival dan transformasi digital di industri kreatif (Barney, 1991; Institute, 2021). (Greenwell et al., 2020) dalam *Managing Sport Events* menekankan pentingnya manajemen acara yang profesional namun masih berfokus pada aspek operasional tradisional tanpa menyentuh optimalisasi data audiens sebagai aset bernilai ekonomi. Penelitian (Nanda et al., 2021) mengkaji ketahanan prediktif industri hiburan dari perspektif transformasi digital, tetapi belum secara spesifik membahas bagaimana sistem informasi manajemen proyek dapat mengubah struktur pendapatan festival. Sementara itu, (Fernandes & Gupta, 2022) mengidentifikasi tantangan *data silos* dalam manajemen proyek agile, namun penelitian mereka terbatas pada konteks korporasi teknologi dan belum diterapkan pada organisasi temporer seperti festival musik.

Laporan proyek *Soundsfest Jakarta 2025* mengungkapkan perubahan paradigma yang signifikan: meskipun pendapatan tiket tercatat sebesar Rp 3,42 Miliar, pendapatan dari sektor *Business-to-Business* (B2B) melalui kemitraan strategis atau sponsorship melonjak hingga Rp 7,05 Miliar atau surplus 250% dari target awal Rp 3 Miliar. Angka ini membuktikan bahwa nilai ekonomi festival telah bergeser dari sekadar penyelenggara acara menjadi penyedia ekosistem data yang memiliki nilai ekonomi tinggi bagi mitra korporasi (Biesenthal & Wilden, 2014; Côte-Real et al., 2017; Dubey & Gunasekaran, 2017; George et

al., 2014; Sardi & Sorano, 2020). Temuan ini sejalan dengan penelitian (Li et al., 2021) yang menyatakan bahwa analitik data besar (*big data analytics*) di industri kreatif mampu menciptakan nilai ekonomi baru melalui pemahaman mendalam tentang profil audiens.

Laporan proyek *Soundsfest Jakarta 2025* mengungkapkan perubahan paradigma yang signifikan: meskipun pendapatan tiket tercatat sebesar Rp 3,42 Miliar, pendapatan dari sektor *Business-to-Business* (B2B) melalui kemitraan strategis atau sponsorship melonjak hingga Rp 7,05 Miliar atau surplus 250% dari target awal Rp 3 Miliar. Angka ini membuktikan bahwa nilai ekonomi festival telah bergeser dari sekadar penyelenggara acara menjadi penyedia ekosistem data yang memiliki nilai ekonomi tinggi bagi mitra korporasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Li et al., 2021) yang menyatakan bahwa analitik data besar (*big data analytics*) di industri kreatif mampu menciptakan nilai ekonomi baru melalui pemahaman mendalam tentang profil audiens.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam beberapa aspek. Pertama, secara kontekstual, penelitian ini mengisi kesenjangan studi tentang transformasi model bisnis pada organisasi temporer (*temporary organizations*) di industri kreatif Indonesia, khususnya festival musik berskala nasional, yang masih jarang dikaji dibandingkan industri manufaktur atau jasa permanen. Kedua, secara konseptual, penelitian ini mengintegrasikan tiga kerangka kerja yang selama ini berdiri sendiri—standar PMBOK Guide Edisi ke-7 untuk manajemen proyek, siklus PDCA untuk pengendalian kualitas, dan arsitektur sistem informasi *Hub-and-Spoke*—dalam satu model tata kelola terpadu. Ketiga, secara empiris, penelitian ini menemukan bahwa aset utama festival di era digital bukan lagi jumlah massa fisik yang hadir, melainkan akurasi dan kedalaman data profil audiens yang berhasil ditangkap melalui arsitektur teknologi informasi yang terintegrasi, yang kemudian dimonetisasi melalui ekosistem sponsorship berbasis data (*Data-Driven Sponsorship Ecosystem*). Temuan ini melampaui penelitian sebelumnya yang masih melihat data sebagai produk sampingan operasional, bukan sebagai aset strategis utama yang dapat meningkatkan valuasi bisnis acara secara signifikan..

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga persoalan utama, yaitu bagaimana peran sistem informasi dalam mendukung transformasi model bisnis dari ketergantungan pendapatan tiket berbasis B2C menuju ekosistem sponsorship berbasis data (B2B); bagaimana efektivitas adaptasi kerangka kerja PMBOK Guide dalam mengelola kompleksitas organisasi temporer dengan tenggat waktu absolut (Project Management Institute, 2021); serta bagaimana pemanfaatan teknologi RFID mampu mendefinisikan ulang profil audiens sebagai aset strategis festival yang bernilai ekonomi tinggi.

Penelitian ini menggunakan standar *Project Management Body of Knowledge* (PMBOK) Edisi ke-7 sebagai kerangka kerja utama untuk menjamin akuntabilitas proyek (Project Management Institute, 2021). Pendekatan ini digabungkan dengan siklus *Plan-Do-Check-Act* (PDCA) untuk memastikan pengendalian kualitas berbasis data di setiap fase eksekusi. Dalam industri yang bergerak cepat, integrasi sistem informasi bukan lagi sekadar alat pendukung, melainkan kebutuhan primer untuk memitigasi risiko operasional dan finansial (Kerzner & Kerzner, 2022). Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis mengenai pentingnya digitalisasi dalam menciptakan transparansi pada organisasi

temporer, serta kontribusi praktis berupa model "Data-Driven Sponsorship Ecosystem" yang dapat diadopsi oleh promotor festival lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sistem informasi dalam transformasi model bisnis festival dari ketergantungan tiket (B2C) menuju ekosistem sponsorship berbasis data (B2B), mengevaluasi efektivitas integrasi PMBOK Guide, siklus PDCA, dan arsitektur Hub-and-Spoke dalam mengelola organisasi temporer, serta mengkaji pemanfaatan teknologi RFID dalam mendefinisikan ulang profil audiens sebagai aset strategis festival. Manfaat penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur manajemen proyek dan sistem informasi pada organisasi temporer di industri kreatif. Secara praktis, penelitian ini menawarkan model *Data-Driven Sponsorship Ecosystem* yang dapat diadopsi promotor festival, serta rekomendasi kebijakan *Single Digital Identity* untuk menjamin integritas data dan mendukung tata kelola industri kreatif nasional.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed-methods*) yang mengintegrasikan **Systematic Literature Review (SLR)** dengan **Case Study Analysis**. Pendekatan SLR digunakan untuk memetakan tren global transformasi model bisnis di industri kreatif, sementara analisis studi kasus pada *Soundsfest Jakarta 2025* berfungsi sebagai validasi empiris terhadap kerangka kerja yang ditemukan dalam literatur (Snyder, 2019).

Protokol Systematic Literature Review (SLR)

Proses tinjauan literatur mengikuti protokol PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Pencarian literatur dilakukan pada database bereputasi seperti Scopus, Web of Science, dan ScienceDirect dengan rentang waktu publikasi 2014–2024. Kata kunci yang digunakan meliputi: "*Business Model Transformation*", "*Event Management Systems*", "*Data-Driven Sponsorship*", dan "*Creative Industry B2B*".

Pendekatan Studi Kasus (Empiris)

Studi kasus dilakukan pada proyek ekspansi *Soundsfest Jakarta 2025*. Pemilihan kasus ini didasarkan pada karakteristik proyek yang mencerminkan transisi dari promotor regional berbasis penjualan tiket menjadi entitas nasional berbasis ekosistem data. Data yang dianalisis meliputi:

1. **Data Sekunder:** Laporan manajemen proyek, dokumen rencana anggaran biaya (RAB), dan struktur rincian kerja (*Work Breakdown Structure*).
2. **Data Operasional:** Hasil rekonsiliasi tiket digital, profil demografi audiens dari sistem *gate access*, dan laporan realisasi sponsorship.
3. **Observasi Sistem:** Analisis arsitektur sistem informasi *Hub-and-Spoke* yang digunakan selama siklus hidup proyek (Project Management Institute, 2021).

Kerangka Analisis Data

Data dianalisis menggunakan dua teknik utama:

1. **Analisis Tematik:** Digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola transformasi model bisnis dari literatur yang dikumpulkan.

2. **Analisis Komparatif:** Membandingkan target performa B2C (penjualan tiket) dengan realisasi performa B2B (sponsorship) pada kasus Soundsfest. Proses ini divalidasi menggunakan siklus **Plan-Do-Check-Act (PDCA)** untuk mengukur sejauh mana sistem informasi memitigasi risiko kebocoran data (Chen, 2019).

Validitas dan Reliabilitas

Untuk menjamin validitas penelitian, dilakukan triangulasi data dengan membandingkan hasil literatur review, dokumen internal proyek, dan data transaksi digital. Penggunaan standar PMBOK Guide Edisi ke-7 sebagai basis audit manajerial memastikan bahwa proses analisis mengikuti kaidah manajemen proyek global yang diakui secara profesional (Kerzner & Kerzner, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Literatur: Evolusi Model Bisnis Festival

Berdasarkan tinjauan literatur sistematis, ditemukan pola pergeseran nilai dalam industri kreatif. Model tradisional yang berfokus pada volume penjualan tiket (B2C) kini bertransformasi menjadi model berbasis ekosistem (B2B). Literatur menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan promotor untuk mengonversi "kerumunan fisik" menjadi "aset data" yang terukur (Nanda et al., 2021). Temuan utama dari literatur mengindikasikan bahwa keberhasilan finansial festival modern sangat ditentukan oleh kemampuan promotor dalam menyediakan *audience profiling* yang akurat bagi mitra sponsor.

Analisis Kasus Soundsfest Jakarta 2025: B2C vs B2B

Data empiris dari laporan proyek *Soundsfest Jakarta 2025* memvalidasi temuan literatur tersebut. Meskipun ekspansi ke Jakarta membawa risiko biaya operasional yang lebih tinggi, utilisasi Sistem Informasi Manajemen Proyek berhasil menciptakan struktur pendapatan yang sehat.

- **Realisasi Pendapatan Tiket (B2C):** Tercatat sebesar Rp 3,42 Miliar. Pendapatan ini sangat dipengaruhi oleh dinamika pasar dan preferensi konsumen yang cenderung melakukan pembelian *last minute*.
- **Realisasi Pendapatan Sponsorship (B2B):** Tercatat mencapai **Rp 7,05 Miliar**. Realisasi ini melampaui target awal sebesar 250% (Target: Rp 3 Miliar).

Fenomena ini menunjukkan bahwa nilai jual festival di mata sponsor bukan lagi sekadar jumlah penonton, melainkan **akses terhadap profil data strategis**. Sponsor bersedia mengalokasikan anggaran lebih besar ketika promotor mampu menjamin akurasi demografi audiens melalui sistem informasi yang terintegrasi.

Peran Sistem Informasi sebagai Instrumen Tata Kelola

Integrasi teknologi informasi, khususnya arsitektur *Hub-and-Spoke* dan penggunaan RFID pada *Gate Access Control*, berperan penting dalam memitigasi risiko operasional. Berdasarkan siklus **Plan-Do-Check-Act (PDCA)**, sistem informasi berfungsi pada fase *Check* untuk melakukan rekonsiliasi data secara *real-time*.

1. **Validasi Audiens:** Sistem berhasil menangkap profil pengunjung yang didominasi oleh Gen Z dan Millennial (puncak usia 24 tahun).
2. **Revenue Assurance:** Penggunaan sistem tiket digital meminimalisir kebocoran pendapatan akibat tiket palsu atau kesalahan manusia, yang secara langsung

meningkatkan kepercayaan mitra B2B terhadap angka-angka yang dilaporkan oleh promotor.

Pembahasan: Mendefinisikan Ulang Profil Audiens sebagai Aset Strategis

Temuan penelitian ini mendukung argumen bahwa audiens adalah aset intelektual tak berwujud (*intangible asset*) bagi festival. Dalam kerangka kerja manajemen proyek yang berorientasi pada data, setiap interaksi audiens (dari pembelian tiket hingga pemindaian di pintu masuk) merupakan titik data berharga.

Pergeseran dari strategi yang berpusat pada tiket ke strategi yang berpusat pada sponsorship berbasis data menciptakan keberlanjutan bisnis. Hal ini sejalan dengan teori *Resource-Based View* (RBV), di mana data audiens menjadi sumber daya yang unik, sulit ditiru, dan memiliki nilai ekonomi tinggi (Li, 2021). Dengan demikian, profil audiens yang terfragmentasi dengan baik memungkinkan sponsor untuk melakukan aktivasi merek yang lebih personal dan tepat sasaran.

Mitigasi Risiko melalui Pendekatan Prediktif

Penggunaan standar PMBOK Guide Edisi ke-7 terbukti efektif dalam menjaga stabilitas proyek di tengah kompleksitas lingkungan urban Jakarta. Pendekatan prediktif memungkinkan tim manajemen proyek untuk mengamankan kemitraan B2B jauh sebelum hari pelaksanaan, sehingga mengurangi ketergantungan pada fluktuasi penjualan tiket harian. Ini merupakan kontribusi praktis yang signifikan bagi tata kelola industri kreatif di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri festival musik tengah mengalami pergeseran paradigma signifikan dari model bisnis tradisional yang berorientasi pada produk, yaitu penjualan tiket berbasis B2C, menuju model yang berpusat pada platform data dan kemitraan ekosistem berbasis B2B. Berdasarkan analisis studi kasus Soundsfest Jakarta 2025, temuan utama menegaskan bahwa data audiens memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan pendapatan tiket fisik semata. Hal ini tercermin dari realisasi sponsorship yang mencapai Rp 7,05 miliar atau 250% dari target, jauh melampaui pendapatan tiket sebesar Rp 3,42 miliar, sehingga memvalidasi posisi data sebagai aset strategis yang dapat meningkatkan valuasi bisnis acara. Lebih lanjut, implementasi sistem informasi dengan arsitektur Hub-and-Spoke yang terintegrasi dengan teknologi RFID terbukti bukan sekadar alat operasional, melainkan instrumen tata kelola (*governance*) yang krusial dalam menghasilkan data audiens yang akurat, transparan, dan dapat dimonetisasi secara berkelanjutan. Dari perspektif manajemen proyek, penerapan PMBOK Guide Edisi ke-7 yang dipadukan dengan siklus PDCA memungkinkan organisasi temporer seperti festival musik mengelola risiko tenggat waktu yang bersifat absolut (*immovable deadline*) secara lebih prediktif, sehingga stabilitas finansial dapat dijamin melalui pengamanan komitmen B2B sejak tahap awal proyek.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Biesenthal, C., & Wilden, R. (2014). Multi-level project governance: Trends and

- opportunities. *International Journal of Project Management*, 32(8), 1291–1308.
- Chen, L. (2019). Integration of PDCA cycle and information systems for quality management. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 36(5), 710–725.
- Côrte-Real, N., Ruivo, P., & Oliveira, T. (2017). Leveraging big data analytics capabilities to improve business performance. *Journal of Business Research*, 70, 379–387.
- Dubey, R., & Gunasekaran, A. (2017). Big data and predictive analytics and manufacturing performance. *International Journal of Production Economics*, 193, 667–676.
- Fernandes, G., & Gupta, R. (2022). The Challenge of Data Silos and Ad-Hoc IT in Agile Project Management. *Journal of Information Systems Management*, 39(4), 310–325.
- George, G., Haas, M., & Pentland, A. (2014). Big data and management. *Academy of Management Journal*, 57(2), 321–326.
- Greenwell, T. C., Danzey-Bussell, L. A., & Shonk, D. J. (2020). *Managing Sport Events* (2nd ed.). Human Kinetics.
- Institute, P. M. (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)*. Project Management Institute.
- Kerzner, H., & Kerzner, H. R. (2022). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling* (13th ed.). John Wiley & Sons.
- Li, S. (2021). Big Data Analytics in the Creative Industries: A Systematic Review. *Journal of Business Research*, 132, 550–565.
- Marnewick, C., & Marnewick, A. (2016). The increasing relevance of project governance in modern organizations. *International Journal of Project Management*, 34(8), 1487–1498.
- Müller, R., & Jugdev, K. (2012). Critical success factors in projects. *International Journal of Project Management*, 30(7), 757–775.
- Nanda, A., Xu, Y., & Zhang, F. (2021). How predictively resilient is the entertainment industry? A digital transformation perspective. *International Journal of Production Economics*, 234, 108048.
- Page, M. J. (2021). The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *International Journal of Surgery*, 88, 105906.
- RI, K. P. dan E. K. (2024). *Laporan Kinerja Kemenparekraf 2023 dan Outlook Ekonomi Kreatif 2024*.
- Sardi, A., & Sorano, E. (2020). Performance management in project-based organizations. *International Journal of Project Management*, 38(6), 372–382.
- Smith, J., & Johnson, L. (2023). Managing Temporary Organizations: Risk, Complexity, and Critical Success Factors in Large-Scale Event Management. *Event Management Journal*, 27(2), 145–162.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications.