

## Perkembangan Usaha Jasa *Session Band* MnB Music Pasca Inkubasi Bisnis

Enry Johan Jaohari<sup>1\*</sup>, Sukanta<sup>2</sup>, Rita Tila<sup>3</sup>, Putri Anastasya<sup>4</sup>, Selvi Rahmadini Pratiwi<sup>5</sup>,  
Muhammad Al Fath Husain<sup>6</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

E-mail: [enryjohan@upi.edu](mailto:enryjohan@upi.edu)

---

### Article History:

Received: 13 Maret 2025

Revised: 28 April 2025

Accepted: 02 Mei 2025

**Keywords:** *Industri Musik, Inkubasi Bisnis, Inovasi Layanan.*

**Abstract:** *MnB Music adalah penyedia jasa session band yang berkembang setelah mengikuti program inkubasi bisnis di Universitas Pendidikan Indonesia. Program ini membantu mereka menghadapi tantangan operasional, pertumbuhan klien, dan adaptasi teknologi digital di industri musik. Penelitian ini mengevaluasi dampak program inkubasi terhadap pengelolaan bisnis MnB Music, khususnya dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing di pasar musik independen. Penelitian ini menggunakan metode gabungan kuantitatif dan kualitatif. Data dikumpulkan melalui analisis indikator kinerja bisnis dan wawancara dengan MnB Music serta pengguna jasa mereka. MnB Music berhasil meningkatkan jumlah klien, kualitas layanan, dan memanfaatkan media sosial untuk memperluas pasar. Program inkubasi juga mendukung diversifikasi layanan dan penguatan branding. Program inkubasi berperan penting dalam membangun bisnis kreatif yang berkelanjutan di sektor musik independen. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi pelaku bisnis dan penyelenggara program inkubasi untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi dan adaptasi digital.*

---

### PENDAHULUAN

Industri musik terus berkembang pesat berkat kemajuan teknologi digital yang membuka peluang baru bagi pelaku seni, khususnya musisi independen, untuk menjangkau audiens lebih luas. Pergeseran cara menikmati musik, dari kaset dan CD ke layanan streaming seperti Spotify dan Apple Music, telah menjadi pendorong utama pertumbuhan industri musik global, dengan kontribusi 67% dari layanan streaming berbayar sepanjang tahun 2022 (Annur, 2023). Di Indonesia, potensi besar industri musik didukung oleh kekayaan budaya dan kreativitas anak muda yang mampu membawa musik etnik ke ranah global. Meski demikian, tantangan seperti pembajakan lagu dan kebutuhan akan dukungan teknis yang profesional, termasuk fasilitas rekaman berkualitas, masih menjadi hambatan utama (Marjorie & Pambudi, 2024). Untuk menjawab tantangan ini, peran session band menjadi sangat penting dalam mendukung produksi musik independen. Dengan keahlian mereka, session band tidak hanya membantu meningkatkan

---

kualitas musikalitas musisi solo, tetapi juga menawarkan solusi praktis bagi mereka yang membutuhkan dukungan profesional dalam proses rekaman dan pertunjukan langsung.

Session band MnB Music didirikan pada tahun 2023 sebagai hasil dari program inkubasi bisnis yang diinisiasi oleh mahasiswa Program Studi Musik dan Program Studi Pendidikan Seni Musik, Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Session band ini menyediakan layanan profesional yang dapat membantu musisi solo merealisasikan karya mereka dengan kualitas tinggi tanpa memerlukan sumber daya internal yang besar. Pentingnya layanan ini semakin relevan dalam lanskap musik modern yang kompetitif. Di sinilah peran MnB Music sebagai penyedia jasa session band menjadi solusi yang inovatif, menawarkan layanan yang terstruktur, fleksibel, dan terjangkau bagi musisi independen (Jaohari et al., 2023).

Program inkubasi bisnis telah banyak diterapkan untuk mendukung perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) dalam berbagai sektor, termasuk seni dan hiburan. Program-program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas manajerial, keterampilan teknis, dan inovasi layanan melalui pelatihan, pendampingan, dan akses jaringan (Patton, 2020). Dalam industri kreatif, strategi pemasaran digital, terutama penggunaan media sosial, memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas brand dan memperluas basis klien (Hofmann et al., 2021). Beberapa studi menambahkan bahwa keberhasilan program inkubasi tidak hanya ditentukan oleh pelatihan teknis, tetapi juga oleh kemampuan pengelolaan sumber daya dan penerapan inovasi berbasis teknologi dalam operasional usaha. Pendekatan kolaboratif dalam inkubasi, seperti kemitraan dengan universitas dan pemerintah, telah terbukti mempercepat adopsi strategi bisnis modern serta menciptakan peluang jaringan yang penting bagi UKM (Gustina Siregar et al., 2019). Di sektor kreatif, khususnya usaha jasa musik, strategi berbasis komunitas dan dukungan inkubasi bisnis dapat membantu menciptakan daya saing melalui kolaborasi antar pelaku usaha. Namun, meskipun banyak penelitian mengenai program inkubasi di sektor UKM, literatur yang membahas dampaknya terhadap usaha jasa musik, terutama session band, masih terbatas.

Artikel ini menawarkan kebaruan ilmiah dengan mengeksplorasi dampak program inkubasi terhadap perkembangan usaha jasa session band di industri musik. Kebaruan ini terletak pada integrasi strategi pemasaran digital dengan fleksibilitas layanan berbasis klien untuk meningkatkan jumlah pelanggan pasca inkubasi. Selain itu, artikel ini juga memberikan perspektif baru tentang bagaimana program inkubasi dapat membangun model bisnis yang stabil, inovatif, dan adaptif terhadap perubahan teknologi di sektor musik.

Permasalahan penelitian ini mencakup: (1) bagaimana program inkubasi memengaruhi pertumbuhan jumlah klien dan kualitas layanan MnB Music, (2) sejauh mana strategi pemasaran digital dan fleksibilitas layanan dapat memperkuat posisi usaha di pasar, dan (3) bagaimana pengembangan kapasitas internal melalui inkubasi berdampak pada keberlanjutan usaha. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa program inkubasi bisnis berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha jasa session band melalui penerapan strategi pemasaran digital dan penguatan fleksibilitas layanan.

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis dampak program inkubasi terhadap perkembangan MnB Music, khususnya dalam hal peningkatan jumlah klien, inovasi layanan, dan adaptasi teknologi digital. Artikel ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pengembangan usaha jasa musik di masa depan. Manfaat kajian ini tidak hanya relevan bagi pelaku industri musik, tetapi juga bagi pemangku kepentingan dalam program inkubasi dan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif.

## **METODE**

Penyajian data dalam artikel ini menggunakan pendekatan evaluatif dalam skema Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berbasis Kewirausahaan (KWU) dengan fokus pada perkembangan usaha jasa session band MnB Music pasca inkubasi bisnis. Metode ini menggunakan evaluasi program berbasis dampak sebagaimana dikemukakan oleh Patton (2020), yang menganalisis kinerja bisnis melalui pengukuran proses, hasil, dan dampak dari program inkubasi. Evaluasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung dari program terhadap keberlanjutan bisnis (Esthi & Ekhsan, 2020). Pendekatan yang diterapkan mencakup tiga langkah utama, yaitu pengumpulan data perkembangan bisnis, evaluasi dampak program inkubasi, dan analisis kinerja bisnis menggunakan indikator kewirausahaan, seperti yang direkomendasikan oleh Devi (2018) dalam literatur kewirausahaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui metode studi kasus (Esthi & Ekhsan, 2020), yaitu berupa analisis mendalam terhadap perkembangan MnB Music. Data perkembangan bisnis ini diperoleh melalui dokumentasi operasional yang mencakup aspek keuangan, manajerial, pemasaran, dan kreativitas pasca inkubasi. Data ini disusun berdasarkan kerangka kerja Balanced Scorecard dengan indikator meliputi: aspek keuangan (peningkatan pendapatan dan pengelolaan kas), pelanggan (jumlah klien dan kepuasan), proses bisnis internal (efisiensi manajerial dan waktu pengerjaan), serta inovasi (pengembangan layanan baru) (Brzakovic, 2022). Wawancara informal dilakukan dengan personel MnB Music serta para artis pengguna jasa mereka, menggunakan pendekatan semi-terstruktur. Pemilihan sampel didasarkan pada keterlibatan langsung mereka dalam operasional dan keputusan strategis MnB Music. Metode tersebut dilakukan untuk melengkapi data kuantitatif dengan wawasan kualitatif, sejalan dengan metode wawancara yang dikemukakan oleh Edwards & Holland (2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN (Times New Roman, size 12)**

### **1. Peningkatan Jumlah Klien Pasca Inkubasi**

Program inkubasi bisnis yang diikuti MnB Music menunjukkan dampak positif terhadap perkembangan jumlah klien mereka. Sebelum masa inkubasi, MnB Music belum memiliki klien resmi, hanya jaringan informal antar session player yang menjadi dasar pembentukan usaha. Selama masa inkubasi, MnB Music berhasil menjalin kerja sama dengan sembilan klien, terdiri dari lima solois vokal, satu grup vokal, dan tiga solois instrumen.

Setelah delapan bulan pasca inkubasi, jumlah klien meningkat menjadi 20, dengan mayoritas berasal dari kategori solois vokal. Perkembangan ini tidak terlepas dari strategi pemasaran berbasis media sosial yang diadopsi selama dan setelah inkubasi. Strategi ini melibatkan konten visual seperti video pendek, dokumentasi kegiatan di balik layar, serta kolaborasi dengan influencer musik untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Peningkatan interaksi digital melalui platform ini tidak hanya memperkuat visibilitas merek MnB Music, tetapi juga menghasilkan konversi langsung dalam bentuk klien baru.

Tabel di bawah ini menggambarkan perkembangan jumlah klien MnB Music dari masa sebelum inkubasi hingga masa pasca inkubasi:

**Tabel. 1 Perkembangan jumlah klien MnB Music**

Periode	Jumlah Klien	Deskripsi
Sebelum Inkubasi (Relasi)	0 klien	Relasi dari <i>session player</i> tanpa klien resmi
Masa Inkubasi	9 klien	5 solois vokal, 1 grup vokal, 3 solois instrumen

Periode	Jumlah Klien	Deskripsi
Pasca Inkubasi (8 bulan)	20 klien	Mayoritas solois vokal, total 20 solois

Keberhasilan MnB Music dalam meningkatkan jumlah klien juga didukung oleh fleksibilitas layanan yang ditawarkan. Hal ini sejalan dengan pandangan teori kewirausahaan yang menekankan pentingnya adaptasi layanan terhadap kebutuhan pasar (Bhidé, 2000). Selain itu, kemampuan MnB Music dalam membangun hubungan yang kuat dengan klien selama masa inkubasi menjadi fondasi penting untuk pertumbuhan jangka panjang.

Pendekatan evaluatif yang digunakan dalam skema PKM berbasis Kewirausahaan (KWU) menggarisbawahi bahwa program inkubasi dapat menjadi alat yang efektif dalam mengembangkan bisnis kreatif berbasis jasa. Dampak program ini terhadap MnB Music mengindikasikan bahwa kombinasi antara pengelolaan jaringan sosial, inovasi layanan, dan strategi pemasaran digital dapat menjadi indikator penting keberhasilan strategi bisnis dalam sektor musik independen.

## 2. Kualitas Layanan dan Inovasi Produk

MnB Music menunjukkan perkembangan signifikan dalam meningkatkan kualitas layanan dan diversifikasi produk jasa mereka. Berdasarkan umpan balik klien, fleksibilitas dan keterampilan musikal yang ditawarkan MnB Music menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi. Para klien memberikan apresiasi tinggi terhadap kemampuan MnB Music dalam menyesuaikan aransemen musik sesuai kebutuhan spesifik acara, seperti tema pernikahan, konser, atau teater musikal. Hal ini menunjukkan bahwa MnB Music mampu memadukan kreativitas dengan adaptabilitas, sebagaimana diuraikan dalam studi tentang keunggulan kompetitif di industri kreatif (Gilstrap et al., 2021).

Diversifikasi layanan juga menjadi aspek penting dalam perkembangan MnB Music. Awalnya, layanan mereka berfokus pada penampilan live sebagai session band pendukung solois. Namun, seiring dengan meningkatnya permintaan, MnB Music memperluas lini bisnisnya ke sektor lain, seperti produksi musik untuk iklan, pengiring teater, hingga rekaman musik offline. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing MnB Music di industri musik, tetapi juga memperluas jangkauan pasar mereka.

Manajemen waktu dan kualitas teknis menjadi elemen yang tidak kalah penting. MnB Music telah berhasil menjaga profesionalitas dengan memanfaatkan kru teknis yang kompeten, persiapan yang matang, dan eksekusi panggung yang efektif. Keunggulan ini tidak hanya meningkatkan tingkat kepercayaan klien, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan MnB Music. Studi sebelumnya (Ben-Abdallah et al., 2022) menunjukkan bahwa faktor internal seperti manajemen tim dan disiplin kerja merupakan elemen penting dalam mempertahankan kepercayaan klien pasca program inkubasi.

Keunikan MnB Music sebagai startup kreatif dalam industri musik juga terletak pada adaptasi teknologi dan strategi kolaborasi. Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, MnB Music mengintegrasikan teknologi modern untuk meningkatkan fleksibilitas pembayaran, seperti penggunaan sistem DP (Down Payment) dan pelunasan berbasis negosiasi. Fleksibilitas ini memberikan kenyamanan tambahan bagi klien dan menjadi daya tarik bagi segmen pasar yang lebih luas.

Sebagai bagian dari evaluasi masa inkubasi, pengalaman MnB Music mencerminkan perlunya kolaborasi dan inovasi berkelanjutan dalam bisnis kreatif. Dengan menggabungkan kemampuan musikal yang unggul, diversifikasi layanan, dan adaptasi terhadap kebutuhan pasar,

MnB Music menunjukkan potensi besar untuk menjadi model bisnis yang berkelanjutan di industri musik independen.

### 3. Perkembangan Manajerial dan Operasional

**Tabel. 2 Evaluasi Kinerja Manajerial Selama Inkubasi dan Sesudah/Pasca Inkubasi**

Indikator	Masa Inkubasi	Pasca Inkubasi
Efisiensi Pengelolaan Proyek	Struktur manajerial belum jelas, koordinasi lambat.	Perbaiki manajerial, pengelolaan proyek lebih efisien.
Manajemen Waktu	Waktu pengerjaan proyek cenderung meleset.	Peningkatan disiplin waktu, tepat waktu sesuai target.
Struktur Manajerial	Hanya mengandalkan koordinasi informal antar personel.	Struktur lebih terorganisir dengan peran yang jelas.
Sistem Keuangan	Pengelolaan keuangan masih manual dan terbatas.	Sistem keuangan terintegrasi, lebih fleksibel dan transparan.
Kapasitas SDM (Kru Tambahan)	Tidak ada kru teknis, dikelola oleh personel utama.	Adanya kru teknis yang mendukung kelancaran operasional.
Kolaborasi dan Jaringan	Kolaborasi terbatas pada solois internal.	Jaringan kolaborasi lebih luas dengan klien dan vendor.
Penampilan Publik dan Eksposur	Eksposur masih rendah dengan keterbatasan media sosial.	Eksposur meningkat, <i>engagement</i> media sosial lebih baik.

Tabel di atas menunjukkan perubahan signifikan dalam struktur manajerial MnB Music pasca inkubasi. Salah satu penyebab utama perbaikan ini adalah implementasi sistem manajerial yang lebih terorganisir. Dengan struktur yang lebih jelas, MnB Music mampu meningkatkan efisiensi proyek dan manajemen waktu. Kondisi tersebut berimplikasi langsung pada kepuasan klien, yang sebelumnya mengalami keterlambatan proyek karena koordinasi yang tidak efektif. Perubahan ini memperlihatkan bagaimana penyesuaian manajerial dapat mempengaruhi kinerja operasional secara signifikan dalam konteks bisnis berbasis jasa seperti MnB Music.

Manajemen waktu menjadi lebih disiplin, dengan setiap proyek diselesaikan tepat waktu, sesuai dengan target yang telah ditetapkan bersama klien. Efisiensi ini diperoleh melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia dengan melibatkan kru teknis, yang membantu mempercepat proses persiapan teknis dan penyelesaian proyek. Sistem keuangan MnB Music juga mengalami transformasi signifikan. Sebelumnya, pengelolaan keuangan yang manual sering menyebabkan kesulitan dalam pengaturan aliran kas. Kini, sistem keuangan mereka lebih fleksibel, terintegrasi, dan transparan. MnB Music juga memberikan kemudahan dalam urusan transaksi dengan klien, mulai dari pembayaran uang muka hingga penyelesaian pembayaran akhir, yang lebih sesuai dengan regulasi internal klien.

Jaringan kolaborasi MnB Music juga ikut mengalami perkembangan. Pada masa inkubasi, kolaborasi mereka terbatas hanya pada solois yang terlibat dalam program tersebut. Setelah masa inkubasi, MnB Music berhasil memperluas jaringan kolaborasi mereka dengan event organizer, vendor, dan musisi lainnya, yang mendukung peningkatan jumlah klien serta diversifikasi proyek.

---

MnB Music kini lebih sering terlibat dalam proyek-proyek besar, mulai dari konser hingga produksi musik untuk berbagai kebutuhan, termasuk iklan dan musik pengiring untuk teater.

Sebelum program inkubasi, MnB Music menghadapi kendala dalam pengelolaan arus kas dan pencatatan transaksi. Tanpa adanya sistem keuangan yang terstruktur, sering kali terjadi ketidakakuratan dalam pencatatan keuangan yang menghambat transparansi finansial. Setelah mengikuti program inkubasi, MnB Music mengadopsi sistem keuangan terintegrasi yang lebih efektif, sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih terstruktur dan efisien. Transformasi ini meningkatkan transparansi dan membantu tim manajemen memonitor arus kas dengan lebih baik. Secara keseluruhan upaya tersebut mendukung stabilitas finansial perusahaan.

Perbaikan dalam struktur manajerial dan operasional juga berdampak pada eksposur MnB Music. Sebelumnya, keterbatasan mereka dalam mengelola media sosial menyebabkan eksposur publik yang rendah. Namun, saat ini, mereka lebih konsisten dan strategis dalam menggunakan media sosial seperti Instagram dan YouTube, yang berkontribusi pada peningkatan engagement dan followers. Sejalan dengan temuan dari Meisner & Ledbetter (2020) bahwa kondisi tersebut dapat meningkatkan brand awareness MnB Music di mata klien dan audiens, serta menambah nilai komersial mereka. Dapat disimpulkan bahwa MnB Music setelah masa inkubasi menunjukkan perbaikan yang signifikan dalam efisiensi proyek, manajemen waktu, serta kemampuan mereka untuk menangani proyek-proyek besar. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan klien tetapi juga memperkuat fondasi internal MnB Music untuk terus berkembang sebagai penyedia jasa session band yang profesional dan kompetitif di industri musik.

#### 4. Kolaborasi dan Jaringan Profesional

Kolaborasi dengan musisi independen menjadi salah satu faktor kunci yang mendorong pertumbuhan dan eksistensi mereka di industri musik. Sejak masa inkubasi, MnB Music telah memanfaatkan jaringan yang dimiliki oleh para personel inti yang sebelumnya sudah aktif dalam dunia session band. Jaringan ini diperluas melalui berbagai kolaborasi dengan solois, grup vokal, dan musisi instrumental yang menjadi bagian dari proyek mereka. Kolaborasi ini tidak hanya menguntungkan dari sisi musikal, tetapi juga secara strategis meningkatkan eksposur MnB Music di media sosial dan platform digital. Dengan bergabungnya berbagai solois seperti Citrawati, Dwi Laksmi, Fryda Lucyana, Putri Anastasiya, dan Toska Indonesia pada awal masa inkubasi, serta kolaborasi baru dengan Friesella Naomi dan Lula Maura setelah inkubasi, MnB Music mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Para solois ini memiliki pengikut dan basis penggemar yang berbeda, sehingga kolaborasi tersebut memperkenalkan MnB Music kepada audiens baru yang potensial. Temuan ini relevan dengan Cova et al. (2021) mengenai perkembangan usaha jasa session band MnB Music pasca inkubasi bisnis, karena menunjukkan bahwa kolaborasi dan keterlibatan komunitas dapat menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem bisnis musik lokal dan mendukung keberlanjutan usaha jasa musik, terutama dalam hal penciptaan komunitas pendukung yang solid melalui keterlibatan langsung para penggemar dan pelaku musik.

MnB Music juga memperluas jangkauan pasarnya melalui kolaborasi dengan musisi independen dan komunitas musik. Kerjasama ini terwujud dalam bentuk konser, acara musik, dan kegiatan kolaboratif lainnya, yang memperkenalkan MnB Music kepada audiens baru. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas brand, tetapi juga membangun reputasi MnB Music sebagai bagian dari komunitas musik yang aktif dan suportif. Dampak kolaborasi ini secara langsung dirasakan dalam peningkatan jumlah klien dan mitra bisnis yang tertarik bekerja sama dengan MnB Music.

Selama masa inkubasi, MnB Music mendukung sembilan solois, lima solois vokal, satu grup vokal, dan tiga solois instrumen, melalui berbagai proyek musik. Setelah masa inkubasi berakhir, kolaborasi terus berkembang dengan jumlah solois yang meningkat menjadi 20 solois. Sebagian besar dari mereka adalah solois vokal yang membutuhkan dukungan session band, memperkuat peran MnB Music sebagai penyedia jasa pendukung penampilan live. Kolaborasi yang dilakukan MnB Music juga memperkuat reputasi mereka sebagai penyedia jasa session band yang profesional. Testimoni dari para solois menunjukkan bahwa MnB Music tidak hanya memberikan aransemen musik yang kreatif dan baru, tetapi juga mampu menjaga komunikasi yang baik dan fleksibilitas dalam urusan keuangan. Fleksibilitas ini ditunjukkan dengan adanya kesepakatan yang disesuaikan dengan manajemen keuangan masing-masing solois, termasuk kemudahan dalam pembayaran di muka, diskon, serta metode pelunasan yang fleksibel namun tetap menguntungkan kedua belah pihak.

MnB Music juga berhasil memperbaiki manajemen waktu dan efisiensi kerja mereka. Kedisiplinan dalam waktu dan persiapan teknis meningkat signifikan setelah masa inkubasi, yang sebelumnya menjadi salah satu kekurangan yang dikeluhkan oleh klien. Saat ini, dengan adanya tambahan kru teknis, persiapan acara menjadi lebih cepat dan terorganisir, memperkuat kepercayaan klien terhadap MnB Music. Jaringan kolaborasi yang luas juga membuka peluang baru bagi MnB Music di berbagai pasar, termasuk bekerja sama dengan event organizer, wedding organizer, serta vendor-vendor musik lainnya. Kolaborasi dengan toko alat musik dan studio musik juga memperluas cakupan bisnis MnB Music di luar penampilan live, merambah ke layanan produksi musik, seperti pembuatan musik untuk iklan, pengiring teater, dan kebutuhan rekaman lainnya. Sejalan dengan Anglada-Tort et al. (2021) temuan ini dapat dijadikan rujukan untuk menganalisis bagaimana kredibilitas dan reputasi dari band atau musisi yang terlibat dalam session band pasca inkubasi dapat meningkatkan persepsi dan nilai layanan mereka di mata klien atau konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut, kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan eksposur dan akses ke klien baru, tetapi juga memperkaya kualitas musikal MnB Music. Pertukaran ide kreatif dari para solois dan musisi independen memberikan nuansa baru dalam setiap aransemen yang mereka buat, menjadikan penampilan mereka selalu eksklusif dan segar. Kolaborasi ini membuktikan bahwa MnB Music tidak hanya sukses membangun branding yang kuat, tetapi juga mampu mempertahankan kualitas musikalitas mereka dengan berinovasi secara konsisten.

#### 5. Adaptasi Teknologi Digital

Penggunaan teknologi digital oleh MnB Music, khususnya melalui media sosial seperti Instagram dan YouTube, menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka (Garay Tamajón & Morales Pérez, 2020). Melalui Instagram, MnB Music dapat mengunggah konten promosi yang beragam, seperti video penampilan, cuplikan kegiatan di balik layar, serta portofolio kolaborasi dengan musisi lainnya. Fitur Instagram Stories dan konten visual lainnya membantu menjaga keterlibatan (engagement) audiens dan menarik klien baru yang terhubung dengan aktivitas mereka secara real-time. Peningkatan jumlah pengikut di Instagram telah berkontribusi pada peningkatan jumlah klien, terbukti dengan MnB Music yang berhasil menggandakan jumlah solois yang bekerja sama dengan mereka selama setahun terakhir. Sementara itu, YouTube digunakan untuk mendokumentasikan panggung dan acara live yang mereka tangani. Video-video tersebut bukan hanya berfungsi sebagai dokumentasi, melainkan juga sebagai alat promosi yang efektif, memamerkan kualitas musikalitas mereka. Meskipun peningkatan jumlah subscriber YouTube tidak sebesar Instagram, dampaknya tetap positif, terutama dalam menarik kolaborasi dengan solois instrumen.

MnB Music juga memanfaatkan platform streaming musik global seperti Spotify dan berbagai aplikasi musik lainnya untuk memperluas jangkauan karya mereka. Salah satu karya hasil inkubasi berjudul "Soliste\_1" dirilis dengan konsep unik: tanpa melodi utama. Melalui karya ini, MnB Music mengajak solois vokal maupun instrumen untuk berkolaborasi menambahkan melodi utama sesuai interpretasi mereka, yang nantinya bisa dirilis ulang sebagai versi produksi solois tersebut. Contoh sukses dari kolaborasi ini adalah lagu "Withstand of the Hurricane" yang merupakan hasil kreativitas songwriter Tasya Aviola Rashinta, dengan vokal dari solois Raseswandari, berbasis pada musik dasar dari "Soliste\_1". Kolaborasi ini membuktikan sinergi yang saling menguntungkan antara MnB Music dan komunitas musisinya. Setelah masa inkubasi, MnB Music kembali merilis karya yang dapat dikolaborasikan, yaitu "Tuned Identity". Karya ini menggunakan melodi utama dengan iringan minimalis, cocok untuk kolaborasi profesional dengan berbagai merek atau perusahaan (Lepa et al., 2020). Sebagai contoh, karya ini berhasil menjadi bagian dari branding First Music Store, sebuah toko alat musik di Bandung, dan dirilis di platform streaming musik dengan tampilan nama artis MnB Music featuring First Music Store, menunjukkan fleksibilitas dan kustomisasi musik untuk kebutuhan branding (Prey, 2020; Jack Webster, 2021).

Adopsi strategi pemasaran digital ini sejalan dengan tren industri musik modern, di mana teknologi digital memainkan peran kunci dalam aktivitas pemasaran dan branding. Penggunaan platform digital tidak hanya membantu MnB Music menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga mengurangi biaya promosi secara signifikan dibandingkan metode tradisional. MnB Music berencana meluncurkan situs web resmi yang akan menjadi pusat informasi dan promosi lebih lanjut. Dengan memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital, MnB Music berhasil beradaptasi dengan perubahan zaman, meningkatkan engagement dan eksposur layanan mereka, serta memperkuat posisi mereka sebagai penyedia layanan session band yang profesional dan terorganisir di industri musik lokal.

#### 6. Dampak Program Inkubasi

**Tabel. 3 Perbandingan Indikator Keberlanjutan Selama Inkubasi dan Sesudah Inkubasi**

Indikator Keberlanjutan	Selama Inkubasi	Sesudah Inkubasi
Stabilitas Finansial	Keterbatasan pengelolaan keuangan, belum ada kas	Peningkatan pengelolaan keuangan dengan bantuan profesional dan adanya dana kas yang stabil
Kapasitas Layanan	Hanya fokus pada penampilan live dengan solois	Penambahan kapasitas layanan termasuk produksi musik, penyediaan musik untuk iklan, teater, dan kolaborasi event
Diversifikasi Produk	Fokus pada jasa pengiring solois	Penambahan jasa baru, seperti produksi guide lagu, musik untuk berbagai kebutuhan (iklan, teater), serta format band dengan vokalis tambahan

Program inkubasi yang diikuti MnB Music memberikan dampak yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis mereka. Salah satu aspek yang paling berpengaruh adalah pengembangan kapasitas manajerial, yang membantu MnB Music mengatasi masalah operasional yang sebelumnya menjadi hambatan, seperti keterlambatan proyek dan pengelolaan keuangan yang tidak efisien. Selain itu, inkubasi juga memperluas jaringan kolaborasi MnB Music, yang menjadi

aset penting dalam keberlanjutan bisnis mereka (Edlom, 2022). Peningkatan dalam diversifikasi layanan juga menunjukkan bahwa program inkubasi berhasil menyiapkan MnB Music untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang. Proses inkubasi yang berlangsung selama delapan bulan memberikan MnB Music kesempatan untuk mengeksplorasi peluang-peluang dalam industri musik, terutama dalam bidang jasa pengiring solois dan kolaborasi musik.

Selama masa inkubasi, MnB Music menunjukkan pertumbuhan awal yang cukup positif, meskipun terbatas pada aspek finansial dan kapabilitas layanan. Pada tahap ini, mereka masih belajar mengelola keuangan secara mandiri, serta menghadapi tantangan dalam hal disiplin waktu dan efektivitas kerja. Dari segi layanan, mereka hanya fokus pada pengiringan solois vokal dan instrumental, dengan jumlah kolaborator yang terbatas. Namun, pengalaman ini memberikan mereka dasar yang kuat untuk memahami kebutuhan pasar dan bagaimana menyesuaikan layanan mereka sesuai dengan permintaan klien.

Pasca inkubasi, MnB Music mampu memanfaatkan modal sosial dan finansial yang diperoleh selama masa inkubasi untuk meningkatkan kapasitas layanan dan memperluas portofolio produk mereka. Hal ini terlihat dari peningkatan stabilitas finansial mereka, yang kini didukung oleh bantuan profesional dalam pengelolaan keuangan, adanya dana kas yang terstruktur, serta fleksibilitas dalam pengaturan pembayaran klien. Kesiapan mereka dalam menghadapi proyek-proyek baru juga meningkat, dengan penggunaan kru teknis tambahan untuk mempermudah operasional di lapangan, serta peningkatan kapasitas produksi yang mencakup layanan offline seperti pembuatan musik untuk iklan dan teater.

Dampak program inkubasi terhadap MnB Music tidak hanya tampak pada peningkatan jumlah klien, tetapi juga tercermin pada efisiensi dan inovasi yang terjadi selama masa inkubasi. Salah satu peningkatan yang menonjol adalah dalam hal manajemen proyek, di mana tim MnB Music menjadi lebih terorganisir, memanfaatkan teknologi digital, serta merumuskan strategi pemasaran digital yang efektif. Sebagai contoh, melalui pemanfaatan media sosial secara intensif, MnB Music berhasil meningkatkan keterlibatan audiens dengan memperluas cakupan konten melalui platform Instagram dan YouTube. Langkah ini tidak hanya memperluas basis klien tetapi juga memperkuat kepercayaan serta loyalitas klien yang ada, sehingga menciptakan nilai jangka panjang bagi MnB Music.

Diversifikasi produk MnB Music tidak hanya mencerminkan adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah, tetapi juga berfungsi sebagai strategi mitigasi risiko. Dengan memperluas layanan mereka dari sekadar pengiring solois menjadi penyedia jasa produksi musik untuk iklan, teater, dan rekaman, MnB Music mampu menghindari ketergantungan pada satu jenis pasar. Diversifikasi ini juga membantu mereka untuk menjangkau klien yang lebih luas, serta menambah fleksibilitas dalam model bisnis mereka. Dengan beragam layanan yang ditawarkan, MnB Music dapat menyesuaikan portofolio mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, yang pada gilirannya memperkuat keberlanjutan bisnis mereka dalam jangka panjang. Penambahan vokalis tambahan dalam formasi band juga menunjukkan fleksibilitas dan kemampuan mereka untuk menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan acara atau klien. Keberlanjutan ini juga tercermin dalam cara mereka mengelola proyek secara lebih profesional, dengan peningkatan kedisiplinan waktu dan efektivitas kerja yang diakui oleh klien mereka.

Keberlanjutan MnB Music pasca inkubasi ditandai oleh kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan tuntutan industri musik yang dinamis. Program inkubasi memberikan mereka fondasi dalam membangun jaringan, baik dengan solois maupun pelaku industri lainnya seperti event organizer dan pemilik bisnis terkait musik. Hubungan kolaboratif yang telah terbentuk

selama masa inkubasi menjadi modal penting yang mendukung perkembangan bisnis mereka hingga saat ini. Dengan demikian, program inkubasi yang dijalani MnB Music dapat diukur ketercapaiannya dalam memberikan fondasi bagi keberlanjutan bisnis mereka, baik dari segi stabilitas finansial, peningkatan kapasitas layanan, maupun diversifikasi produk. MnB Music kini berada pada jalur yang lebih stabil untuk berkembang sebagai penyedia jasa musik yang tidak hanya terbatas pada pengiring solois, namun juga sebagai produsen musik dengan berbagai layanan kreatif.

Sepanjang proses inkubasi, MnB Music menghadapi berbagai hambatan yang memengaruhi operasional harian, termasuk keterbatasan sumber daya manusia dan adaptasi terhadap sistem baru yang diterapkan selama inkubasi. Tantangan ini memberikan pelajaran berharga bagi MnB Music dalam hal adaptabilitas, pengembangan keterampilan tim, dan pengelolaan kendala di lingkungan bisnis yang dinamis. Pembelajaran dari tantangan ini turut berkontribusi pada keberhasilan mereka pasca inkubasi, menjadikan MnB Music lebih tangguh dan siap menghadapi dinamika industri musik.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa perkembangan usaha jasa session band MnB Music pasca inkubasi bisnis menunjukkan hasil yang sangat positif. Program inkubasi membantu MnB Music meningkatkan kualitas layanan, inovasi produk, dan adaptasi teknologi. Peningkatan jumlah klien serta efisiensi manajerial mencerminkan keberhasilan strategi mereka. Adopsi teknologi digital melalui media sosial memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Perkembangan ini tidak hanya memperkuat posisi MnB Music di pasar, tetapi juga membuka peluang kolaborasi yang lebih luas dengan musisi independen dan pemangku kepentingan lainnya di industri musik. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dampak program inkubasi terhadap perkembangan usaha jasa session band, khususnya dalam menciptakan model bisnis yang lebih stabil, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi di industri musik.

MnB Music berencana untuk memperluas layanannya dengan menawarkan paket khusus untuk kebutuhan produksi musik iklan dan teater, yang dapat membantu mereka menjangkau segmen pasar baru. Selain itu, dengan memanfaatkan basis klien yang loyal, MnB Music berencana membangun platform digital mandiri yang menghubungkan musisi independen dengan layanan session band mereka. Rencana ini tidak hanya memperkuat posisi MnB Music sebagai penyedia layanan di industri musik lokal tetapi juga membuka peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas.

## DAFTAR REFERENSI

- Anglada-Tort, M., Keller, S., Steffens, J., & Müllensiefen, D. (2021). The impact of source effects on the evaluation of music for advertising are there differences in how advertising professionals and consumers judge music, *Journal of Advertising Research*, 61(1), 95–109.
- Ben-Abdallah, R., Shamout, M. D., & Alshurideh, M. (2022). Business Development Strategy Model Using Efe, Ife and Ie Analysis in a High-tech Company: An Empirical Study. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(S2), 1–9.
- Brzakovic, P. (2022). *Balanced Scorecard and its perspectives*. International Conference on Tourism and Sustainable Development, September.
- Cova, B., Barès, F., & Nemani, A. (2021). Creating a brand community at the bottom of the

- pyramid: the case of a Cameroonian music platform. *Journal of Marketing Management*, 37(9–10), 887–913.
- Cudny, W., Comunian, R., & Wolaniuk, A. (2020). *Arts and creativity: A business and branding strategy for Lodz as a neoliberal city*. *Cities*, 100(December 2019), 102659.
- Das, S., Sandhu, K., & Mondal, S. R. (2023). Music logos drive digital brands: an empirical analysis of consumers' perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 31(8), 1397–1412.
- Devi, R. (2018). *Communication, Entrepreneurship and Finance Renegotiating Diverse Perspectives*. In Manpreet Arora & R. L. Sharma (Eds.), *Communication, Entrepreneurship and Finance Renegotiating Diverse Perspectives*. Anamika Publisher & Distributors. anamikapublishers@yahoo.co.in
- Edlom, J. (2022). The Engagement Imperative: Experiences of Communication Practitioners' Brand Work in the Music Industry. *Media and Communication*, 10(1), 66–76.
- Edwards, R., & Holland, J. (2020). Reviewing challenges and the future for qualitative interviewing. *International Journal of Social Research Methodology*, 23(5), 581–592.
- Esthi, R. B., & Ekhsan, M. (2020). The Effect of Millennial Intrinsic Value toward Employee Outcomes with Employee Benefit as Mediating Variable for Strengthening Indonesia's Startup Business. *Solid State Technology*, 63(2s), 8856–8871.
- Galiyeva, N., & Fuschi, D. L. (2019). Journal of Organisational Studies and Innovation. *Journal of Organisational Studies and Innovation*, 6(3), 25–36.
- Garay Tamajón, L., & Morales Pérez, S. (2020). User Engagement in Festival Virtual Brand Communities: The Cases of Sónar and Primavera Sound (Barcelona). *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(2), 300–327.
- García-Avilés, J. A. (2018). Diffusion of innovation. ResearchGate, 37(2), 175–175.
- Gilleard, C. (2020). Bourdieu's forms of capital and the stratification of later life. *Journal of Aging Studies*, 53(May), 100851.
- Gilstrap, C., Teggart, A., Cabodi, K., Hills, J., & Price, S. (2021). Social music festival brandscapes: A lexical analysis of music festival social conversations. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20(August 2020), 100567.
- Gustina Siregar, Dewi Andriany, & Lila Bismala. (2019). Program Inkubasi Bagi Tenant Inwall Di Pusat Kewirausahaan, Inovasi Dan Inkubator Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3578>
- Hofmann, J., Schnittka, O., Johnen, M., & Kottemann, P. (2021). Talent or popularity: What drives market value and brand image for human brands. *Journal of Business Research*, 124(April 2018), 748–758.
- Indiran, L., Nallaluthan, K., Baskaran, S., & Dalayga, B. (2021). Business Incubator: The Genesis, Evolution, and Innovation Invigoration. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(7).
- Jack Webster. (2021). The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction. *New Media & Society - Sage*, 1–23.
- Jaohari, E. J., Purwanto, A., & Sukanta, S. (2023). Jasa Session Band sebagai Solusi Penunjang Karir Solois Musik. Irama. *Jurnal Seni Desain Dan Pembelajarannya*, 5(1), 15–21.
- Lepa, S., Herzog, M., Steffens, J., Schoenrock, A., & Egermann, H. (2020). A computational model for predicting perceived musical expression in branding scenarios. *Journal of New Music Research*, 49(4), 387–402.

- Meisner, C., & Ledbetter, A. M. (2020). Participatory branding on social media: The affordances of live streaming for creative labor. *New Media & Society - Sage*, 1(17), 1–17.
- Marjorie, M. A., & Pambudi, S. A. (2024, April 18). *Potensi dan Tantangan Industri Musik di Indonesia*. unairnews. <https://unair.ac.id/potensi-dan-tantangan-industri-musik-di-indonesia/>
- Nakamori, Y. (2018). *Knowledge Construction Methodology Fusing System Thinking and Knowledge Management*. In Springer (20th ed.). Springer.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 42, Issue 2). John Wiley & Sons, Inc. [www.wiley.com](http://www.wiley.com)
- Patton, M. Q. (2020). Evaluation Use Theory, Practice, and Future Research: Reflections on the Alkin and King AJE Series. *American Journal of Evaluation*, 41(4), 581–602.
- Pigott, T. D., & Polanin, J. R. (2020). Methodological Guidance Paper: High-Quality Meta-Analysis in a Systematic Review. *Review of Educational Research*, 90(1), 24–46.
- Prey, R. (2020). Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power. *Social Media and Society*, 6(2).
- Schumpeter, J. A. (2017). *Capitalism, Socialism and Democracy*. In Modern Economic Classics-Evaluations Through Time.
- Toynbee, J. (2000). *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. Oxford University Press Inc.
- UN-ESCAP. (2004). *Promoting Business and Technology Incubation for Improved Competitiveness of Small and Medium-Sized Industries Through Application of Modern and Efficient Technologies*. National Workshops on Promoting Business and Technology Incubation for Improved Competitiveness of Small and Medium-Sized Industries through Application of Modern and Efficient Technologies.
- van Rijnsoever, F. J. (2020). Meeting, mating, and intermediating: How incubators can overcome weak network problems in entrepreneurial ecosystems. *Research Policy*, 49(1), 103884.
- Wikström, P. (2009). *The Music Industry: Music in the Cloud*. Polity Press.
- Wilson, J. A. J. (2020). Understanding branding is demanding.... *Journal of Marketing Management*, 36(13–14), 1178–1189.
- Zhang, S. N., Li, Y. Q., Liu, C. H., & Ruan, W. Q. (2021). Does live performance play a critical role in building destination brand equity — A mixed-method study of “Impression Dahongpao.” *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(September), 102392.