



Menavigasi Dinamika Industri Hiburan: Strategi Inovatif PT EKIS MUDA BERKARYA dalam Menjawab Tantangan Event dan Ticketing Digital

Anang Muzaki¹, Christiana Imanuella Larasati Rubino², Edward Cristaldo Sutanto³,
Glorya Angela Marshanda Anandha⁴, Minggar Anggita Negayanti⁵, Raditya Pandita
Zaim⁶, Reza Nafi Rizqi Musyaffa⁷, Teofilus Sonata Adi⁸

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga¹⁻⁸

*Email:

christiana.imanuella.larasati-2023@feb.unair.ac.id¹ reza.nafi.rizqi-2023@feb.unair.ac.id² anang.muzaki-
2023@feb.unair.ac.id³ minggar.anggita.negayanti-2023@feb.unair.ac.id⁴ teofilus.sonata.adi-
2023@feb.unair.ac.id⁵ raditya.pandita.zaim-2023@feb.unair.ac.id⁶ edward.cristaldo.sutanto-
2023@feb.unair.ac.id⁷ glorya.angela.marshanda-2023@feb.unair.ac.id⁸

Diterima: 09-06-2025 | Disetujui: 10-06-2025 | Diterbitkan: 12-06-2025

ABSTRACT

PT. EKIS MUDA BERKARYA is a service startup company operating in the concert and music event organizing industry, primarily targeting millennials and Gen Z audiences. The business strategy is analyzed using the Business Model Canvas, TOWS Matrix, PESTLE, and Porter's Five Forces to evaluate internal strengths and external challenges. Market segmentation and marketing strategies are explored through STP and the 7P Marketing Mix frameworks. Identified problems include high employee turnover, financial management complexity, dependency on external vendors and trends, and fluctuating ticket sales. Proposed strategic solutions involve enhancing the digital-based ticketing system, diversifying revenue streams through merchandise and bond issuance, establishing a crisis response team, and implementing PR and CSR campaigns to restore brand image. This study highlights the importance of technological integration, risk management, and transparent communication in achieving sustainable business growth within the creative industry.

Keywords: MSMEs, creative industry, music concerts, marketing strategy, operational management

ABSTRAK

PT. EKIS MUDA BERKARYA merupakan perusahaan jasa rintisan yang bergerak di bidang penyelenggaraan konser dan event musik dengan fokus pada generasi milenial dan Gen Z. Analisis strategi bisnis dilakukan melalui pendekatan multidimensional menggunakan framework Business Model Canvas, TOWS Matrix, PESTLE, dan Porter's Five Forces untuk mengevaluasi kekuatan internal serta tantangan eksternal perusahaan. Segmentasi pasar dan bauran pemasaran dianalisis menggunakan metode STP dan 7P Marketing Mix. Permasalahan yang ditemukan mencakup tingginya tingkat turnover karyawan, kompleksitas manajemen keuangan, ketergantungan pada vendor dan tren eksternal, serta fluktuasi penjualan tiket. Solusi strategis yang diajukan meliputi peningkatan sistem ticketing berbasis digital, diversifikasi sumber pendapatan melalui penjualan merchandise dan obligasi, pembentukan tim krisis, serta kampanye PR dan CSR untuk pemulihan citra. Studi ini menyoroti pentingnya

integrasi teknologi, manajemen risiko, dan komunikasi yang transparan dalam keberlanjutan bisnis di industri kreatif.

Kata Kunci: UMKM, industri kreatif, konser musik, strategi pemasaran, manajemen operasional

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Anang Muzaki, Christiana Imanuella Larasati Rubino, Edward Cristaldo Sutanto, Glorya Angela Marshanda Anandha, Minggar Anggita Negayanti, Raditya Pandita Zaim, Reza Nafi Rizqi Musyaffa, & Teofilus Sonata Adi. (2025). Menavigasi Dinamika Industri Hiburan: Strategi Inovatif PT EKIS MUDA BERKARYA dalam Menjawab Tantangan Event dan Ticketing Digital. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(2), 317-325. <https://doi.org/10.63822/xfjd6135>

PENDAHULUAN

Konser musik telah banyak diminati oleh hampir seluruh kalangan masyarakat kota-kota besar di Indonesia. Kemudahan informasi dan teknologi mendukung semua kalangan untuk mengakses pembelian tiket konser. Dalam kondisi ekonomi yang sedang baik maupun daya beli masyarakat menurun, minat masyarakat terhadap konser musik tetap meningkat (Nurhayati dan Oktavia, 2024). Tren baru di kalangan masyarakat ini menunjukkan bahwa pengalaman konser yang berkualitas dan terjangkau sudah menjadi pola konsumsi hiburan masyarakat. Mayoritas masyarakat yang merupakan penduduk urban membeli tiket konser tidak hanya didorong oleh aspek ekonomi, melainkan juga kebutuhan emosional, seperti *self-reward* dan pencarian pengalaman sosial yang eksklusif.

PT. EKIS MUDA BERKARYA merupakan perusahaan induk yang berjalan di bidang layanan media kreatif dan *entertainment*, didirikan oleh Yashafi Yan Arsala pada tahun 2022. Memiliki dua anak perusahaan, yaitu *Bozz Event* dan *Pocketsid*. *Bozz Event* merupakan promotor dan penyelenggara acara musik terkemuka, yang didedikasikan untuk menciptakan pengalaman berkesan bagi pecinta musik. Sukses digelar di lebih 5 kota besar Indonesia, dengan lebih dari 50 musisi terkemuka. *Pocketsid* merupakan platform penjualan tiket online inovatif yang dirancang agar memudahkan penjualan tiket dengan bebas hambatan. Saat ini, PT. EKIS MUDA BERKARYA telah mempekerjakan lebih dari 21 karyawan, dengan total aset bersih dan omset penjualan yang cukup besar. Menurut Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, PT. EKIS MUDA BERKARYA dapat dikategorikan dalam kriteria usaha kecil.

Tabel 1. Profil Singkat UMKM PT EKIS MUDA BERKARYA

No	Uraian	Keterangan
1.	Nama/Bentuk Usaha	EKIS MUDA BERKARYA
2.	Pemilik / Penanggung Jawab	Yashafi Yan Arsala
3.	Jumlah Tenaga Kerja	20+
4.	Alamat	Jl. Pagesangan Baru No.09, Gayungan, Kec. Jambangan, Surabaya, Jawa Timur 60233
5.	Kontak	+6282336441318
6.	Bidang Usaha	Entertainment dan Media Holding Company
7.	Tahun Berdiri	2022
8.	Legalitas Usaha	NIB, Hak Paten, Akta Notaris

Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan salah satu pilar perekonomian nasional. UMKM mampu membuka lapangan pekerjaan dan pemerataan pendapatan. Namun diperlukan beberapa strategi secara menyeluruh agar UMKM dapat beradaptasi dan berkembang secara berkelanjutan. Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan beberapa kerangka kerja dan metode, PT. EKIS MUDA BERKARYA masih memiliki beberapa permasalahan, yaitu:

1. Tingginya tingkat turnover pada karyawan;
2. Kompleksitas manajemen keuangan perusahaan;
3. Ketergantungan pada vendor dan tren eksternal; dan

4. Fluktuasi penjualan tiket.

Sehingga berdasarkan analisis permasalahan yang timbul, kami melakukan pendampingan kepada PT. EKIS MUDA BERKARYA memberikan saran berbasis strategi untuk meningkatkan sistem *ticketing* berbasis digital, diversifikasi sumber pendapatan melalui penjualan merchandise dan obligasi, pembentukan tim krisis, serta kampanye PR dan CSR untuk pemulihan citra.

METODE

Metode penelitian untuk mendapatkan hasil analisis permasalahan yang tepat bagi UMKM PT. EKIS MUDA BERKARYA adalah metode *root cause analysis* yang meliputi analisis masalah dalam empat area utama: SDM, Pemasaran, Operasional, dan Keuangan. Maka berikut adalah rumusan masalah yang kami susun menggunakan metode *root cause analysis*:

1. Apa saja akar penyebab masalah yang terjadi dalam pengelolaan SDM di PT. EKIS MUDA BERKARYA?
2. Bagaimana faktor pemasaran mempengaruhi kinerja penjualan produk PT. EKIS MUDA BERKARYA?
3. Di mana letak kendala operasional yang menghambat proses produksi dan distribusi di PT. EKIS MUDA BERKARYA?
4. Mengapa masalah keuangan dapat berdampak pada kelangsungan usaha PT. EKIS MUDA BERKARYA?
5. Bagaimana langkah-langkah perbaikan yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah di SDM, pemasaran, operasional, dan keuangan PT. EKIS MUDA BERKARYA?

HASIL

Area Sumber Daya Manusia (SDM)

“Apa saja akar penyebab masalah yang terjadi dalam pengelolaan SDM di PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

PT. EKIS MUDA BERKARYA memiliki sejumlah keunggulan dalam pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM). Salah satu kekuatan utamanya adalah eksposur rekrutmen yang luas melalui berbagai platform digital, seperti konten media, SEO, dan portal lowongan kerja (LinkedIn, Glints, Jobstreet, dsb.). Hal ini memudahkan perusahaan untuk menjangkau kandidat potensial dari berbagai latar belakang. Selain itu, sistem kontrak kerja yang diterapkan dinilai efektif dan memberikan kejelasan bagi karyawan, sehingga mampu menciptakan hubungan kerja yang profesional. Lingkungan kerja yang ramah bagi generasi muda, khususnya Gen-Z, juga menjadi nilai tambah tersendiri karena mampu menarik talenta-talenta muda yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan.

Namun, dibalik keunggulan tersebut, terdapat beberapa *bottleneck* yang cukup signifikan dalam pengelolaan SDM di PT. EKIS MUDA BERKARYA. Salah satu permasalahan utama adalah tingginya tingkat perputaran atau *turnover* karyawan. Hal ini berdampak pada stabilitas tim dan kontinuitas pekerjaan di perusahaan. Selain itu, proses akuisisi karyawan baru juga masih menghadapi tantangan, terutama dalam

hal *screening* dan *track record tracking* karyawan yang kurang terstruktur. Proses seleksi yang belum optimal ini menyebabkan potensi terjadinya ketidakcocokan antara kebutuhan perusahaan dengan kompetensi kandidat yang direkrut.

Kondisi terkini perusahaan juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam distribusi SDM, di mana terdapat kelebihan tenaga kerja di bidang operasional sementara jumlah SDM di bagian pemasaran masih sangat terbatas. Ketimpangan ini berpengaruh pada efektivitas strategi pemasaran dan pertumbuhan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Jika tidak segera diatasi, kondisi ini dapat menghambat laju ekspansi dan inovasi yang dibutuhkan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

“Bagaimana langkah-langkah perbaikan yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah SDM di PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

Kelompok kami telah menawarkan solusi untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut. Pertama, dengan membuat *HR Tools* yang terintegrasi seperti *KPI Tracker & On-Track Rate*, manajemen diharapkan dapat memantau metrik seperti kepuasan, produktivitas, dan *early-warning* terhadap potensi *turnover*. Setelah fondasi *HR Tools* siap, proses akuisisi karyawan baru pun diharapkan akan ditata ulang menjadi lebih terstruktur dan transparan, seperti menggunakan *Applicant Tracking System (ATS)* yang mencakup *job description* yang konsisten hingga tahap seleksi yang berbasis kompetensi. Selanjutnya, untuk menjawab ketidakseimbangan distribusi SDM, kami menerapkan *workforce planning* dan program pengembangan internal. Melalui analisis beban kerja dan kompetensi, kami mengidentifikasi surplus di bagian operasional dan kekurangan di bagian pemasaran, lalu menjalankan rotasi tugas bagi karyawan potensial. Di sisi lain, kami merekomendasikan perekrutan selektif tenaga pemasaran dilengkapi dengan insentif berbasis capaian, memastikan tim pemasaran terisi dengan cepat tanpa mengganggu produktivitas operasional. Hasilnya, diharapkan alokasi SDM menjadi optimal, kapasitas pemasaran meningkat, dan efisiensi perusahaan terjaga.

Area Pemasaran

“Bagaimana faktor pemasaran mempengaruhi kinerja penjualan produk PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

PT. EKIS MUDA BERKARYA menunjukkan kekuatan dalam strategi pemasarannya melalui kampanye digital yang agresif dan kolaborasi luas dengan berbagai mitra strategis. Brand ini aktif merespons kebutuhan pasar melalui kampanye inklusif seperti Benefit Area Khusus dan Festival Ramah Untuk Semua, serta menjalin kemitraan dengan brand populer seperti Stella, cafe lokal, hingga hotel berbintang. Pendekatan ini tidak hanya memperluas jangkauan audiens tetapi juga membangun persepsi positif terhadap nilai sosial perusahaan.

Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang berdampak signifikan pada kinerja penjualan. Krisis kepercayaan publik sempat terjadi akibat kurangnya transparansi misalnya dalam isu harga tiket yang berbeda antara kategori “normal” dan “on sale”, serta kebijakan no refund yang mengecewakan pelanggan loyal. Hal ini terlihat dari munculnya kritik terbuka di media sosial, yang harus ditanggapi melalui *press release*, pernyataan resmi, serta sesi Q&A publik agar citra merek dapat dipulihkan.

Di sisi lain, sistem ticketing yang belum sepenuhnya ramah pengguna, seperti tampilan kursi yang tidak *real time*, klaim “hampir habis” yang tidak akurat, serta tidak adanya fitur *customer support* langsung, menciptakan pengalaman pembelian yang cukup mengecewakan. Akibatnya, penurunan loyalitas dan konversi penjualan menjadi tidak terhindarkan.

Untuk mengatasi hal ini, PT. EKIS MUDA BERKARYA telah meluncurkan serangkaian solusi berbasis PR dan CSR, memperbaiki transparansi komunikasi, serta meningkatkan sistem penjualan tiket. Strategi pemasaran yang tidak hanya fokus pada promosi tetapi juga pada penjualan tiket. Strategi pemasaran yang tidak hanya fokus pada promosi tetapi juga pada integritas dan pengalaman pelanggan inilah yang menjadi kunci dalam memulihkan sekaligus meningkatkan performa penjualan serta berkelanjutan.

“Bagaimana langkah-langkah perbaikan yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah di pemasaran PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

Kelompok kami telah menyusun beberapa langkah strategis untuk menyelesaikan permasalahan di bidang pemasaran. Pertama, melalui pendekatan transparansi komunikasi, tim pemasaran dapat merilis pernyataan resmi dan menjawab isu publik secara terbuka melalui media sosial dan situs resmi perusahaan. Untuk meningkatkan keterlibatan audiens, kami juga merekomendasikan pelaksanaan sesi *Q&A* dan *Live Stream* yang memungkinkan komunikasi dua arah langsung.

Selanjutnya, untuk memulihkan citra merek (*brand image*) yang terdampak akibat isu sebelumnya, perusahaan dapat mengoptimalkan kampanye PR dan CSR yang bersifat inklusif dan kolaboratif. Contohnya adalah menyediakan fasilitas aksesibilitas dalam event, bekerja sama dengan mitra lokal seperti hotel, cafe, dan *brand lifestyle*, serta menyelenggarakan *giveaway* kolaboratif untuk memperluas jangkauan promosi.

Dari sisi sistem, kami mengusulkan perbaikan menyeluruh pada sistem ticketing sebagai bagian integral dari pengalaman pelanggan. Hal ini mencakup penyesuaian tampilan kursi secara *real time*, penghapusan istilah *misleading* seperti “hampir habis”, penyamaan harga tiket yang sejenis untuk menjaga keadilan, serta penambahan fitur *customer support* seperti *live chat* dan *FAQ* yang responsif. Kebijakan refund juga perlu dievaluasi agar lebih akomodatif terhadap pelanggan setia.

Untuk mendukung strategi tersebut, perusahaan dapat mulai menerapkan sistem evaluasi kampanye berbasis data, seperti *engagement rate*, *conversion rate*, dan sentimen pelanggan, sehingga keputusan pemasaran dapat diambil secara objektif dan cepat. Dengan menerapkan langkah-langkah ini secara konsisten, diharapkan kinerja pemasaran menjadi lebih adaptif, efisien, dan mampu meningkatkan loyalitas serta kepuasan konsumen.

Area Operasional

“Di mana letak kendala operasional yang menghambat proses produksi dan distribusi di PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

PT. EKIS MUDA BERKARYA menunjukkan komitmen tinggi dalam mengembangkan kapasitas produksi dan distribusi melalui pendekatan yang responsif terhadap kebutuhan pasar. Perusahaan berupaya menerapkan sistem operasional yang cepat dan fleksibel guna mendukung efisiensi dalam rantai pasok serta

menjamin ketepatan waktu pengiriman. Strategi ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif perusahaan dalam menghadapi industri yang semakin mengedepankan kecepatan dan akurasi distribusi. Selain itu, adanya inisiatif digitalisasi dalam beberapa aspek logistik juga dinilai sebagai langkah progresif untuk mempercepat proses kerja serta mengurangi ketergantungan pada sistem manual.

Namun, di balik upaya akseleratif tersebut, PT. EKIS MUDA BERKARYA menghadapi sejumlah kendala operasional yang cukup kompleks dan berdampak langsung terhadap pelaksanaan event. Salah satu kendala utama terletak pada pengelolaan jadwal dan logistik yang bersifat *fast-paced* namun belum sepenuhnya ditopang oleh sistem informasi yang terintegrasi. Kondisi ini kerap menimbulkan miskomunikasi antar bagian serta keterlambatan dalam pengambilan keputusan yang bersifat krusial.

Selain itu, manajemen krisis juga menjadi tantangan tersendiri, terutama dalam merespons gangguan mendadak seperti keterlambatan pengiriman peralatan atau perubahan jadwal produksi akibat faktor eksternal. Ketidaksiapan dalam menghadapi skenario darurat ini dapat menurunkan produktivitas serta meningkatkan biaya operasional yang tidak terduga. Koordinasi dengan vendor juga menjadi isu penting yang belum tertangani secara optimal. Kompleksitas rantai pasok yang melibatkan banyak pihak eksternal menuntut komunikasi dan kesepakatan yang terstruktur dan konsisten. Sayangnya, belum adanya sistem manajemen vendor yang kuat menyebabkan ketergantungan pada relasi informal, yang rawan menimbulkan inkonsistensi dalam mutu dan ketepatan waktu pengiriman dari pihak ketiga.

Jika tidak segera dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap sistem operasional, termasuk digitalisasi penjadwalan, penguatan prosedur manajemen risiko, serta restrukturisasi mekanisme kerja sama dengan vendor, maka hambatan-hambatan ini berpotensi menjadi *bottleneck* utama yang mengganggu efisiensi produksi dan distribusi. Dalam jangka panjang, hal ini tidak hanya mengancam daya saing perusahaan, tetapi juga dapat berdampak negatif terhadap kepuasan pelanggan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

“Bagaimana langkah-langkah perbaikan yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah operasional di PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

Untuk mengatasi kendala operasional yang dihadapi PT. EKIS MUDA BERKARYA, kelompok kami merekomendasikan beberapa langkah strategis yang terintegrasi. Pertama, perusahaan perlu mengimplementasikan sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) sebagai fondasi utama untuk meningkatkan efisiensi dan sinkronisasi antar divisi. ERP memungkinkan pengelolaan jadwal produksi, logistik, dan data vendor secara real-time dalam satu platform terpadu, sehingga mampu mengurangi miskomunikasi, mempercepat pengambilan keputusan, dan meminimalkan risiko keterlambatan.

Langkah kedua adalah melakukan evaluasi dan negosiasi ulang terhadap kontrak kerja sama dengan para vendor. Tujuannya adalah untuk membentuk perjanjian yang lebih jelas, terukur, dan fleksibel dalam menghadapi dinamika operasional. Dengan memperkuat aspek kepastian waktu, kualitas layanan, dan sanksi atas keterlambatan, perusahaan dapat meningkatkan kendali terhadap kinerja mitra eksternal dalam rantai pasoknya.

Langkah terakhir adalah pembentukan tim manajemen krisis lintas divisi yang memiliki tanggung jawab khusus dalam merespons situasi darurat atau gangguan operasional secara cepat dan terkoordinasi. Tim ini harus dibekali dengan protokol respons krisis yang telah terstandardisasi, sehingga mampu

meminimalkan dampak terhadap proses produksi dan distribusi. Dengan ketiga langkah perbaikan ini diharapkan PT. EKIS MUDA BERKARYA dapat mengatasi hambatan operasional secara menyeluruh.

Area Keuangan

“Mengapa masalah keuangan dapat berdampak pada kelangsungan usaha PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

PT. EKIS MUDA BERKARYA menghadapi tantangan keuangan yang signifikan, yang berpotensi mengancam kelangsungan usaha. Salah satu permasalahan utama adalah praktik *cross subsidies* yang menyebabkan *high-burn rate* dan kompleksitas dalam pengelolaan keuangan. Model ini menciptakan ketidakseimbangan arus kas karena biaya operasional yang tinggi di satu divisi harus ditutupi oleh divisi lain. Kondisi ini tidak hanya menurunkan profitabilitas, tetapi juga memperbesar risiko likuiditas yang dapat mengganggu kestabilan finansial perusahaan dalam jangka menengah hingga panjang.

Di sisi lain, penerbitan utang (*debt issuance*) sebagai sumber pembiayaan utama membawa risiko tambahan. Beban bunga yang tinggi dan risiko gagal bayar (*default risk*) menambah tekanan pada keuangan perusahaan. Ketergantungan pada kondisi pasar, seperti fluktuasi suku bunga dan ketersediaan kredit, juga meningkatkan ketidakpastian finansial. Jika tidak dikelola dengan baik, utang ini dapat membatasi fleksibilitas perusahaan dalam pengambilan keputusan strategis dan memperbesar risiko finansial.

Kombinasi dari praktik *cross subsidies* dan ketergantungan pada utang ini secara langsung berdampak pada stabilitas keuangan PT. EKIS MUDA BERKARYA dan berpotensi menghambat pertumbuhan usaha.

“Bagaimana langkah-langkah perbaikan yang dapat diterapkan untuk menyelesaikan masalah keuangan di PT. EKIS MUDA BERKARYA?”

Kelompok kami telah mengusulkan beberapa langkah perbaikan strategis untuk mengatasi permasalahan keuangan di PT. EKIS MUDA BERKARYA. Pertama, perusahaan perlu menghitung *burn rate* secara tepat, baik *gross burn rate* maupun *net burn rate*, guna mendapatkan gambaran yang akurat mengenai tingkat pengeluaran operasional dalam periode tertentu. Pemahaman yang jelas terhadap *burn rate* akan membantu manajemen dalam mengendalikan pengeluaran dan mengantisipasi kebutuhan pendanaan secara lebih efektif.

Setelah pondasi tersebut terbentuk, evaluasi perencanaan dan pelaporan keuangan menjadi langkah penting berikutnya. Manajemen disarankan untuk menyusun anggaran berbasis proyeksi yang akurat dan konservatif, serta melakukan review kinerja keuangan secara rutin. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi dini terhadap potensi masalah finansial sehingga tindakan korektif dapat dilakukan sebelum berdampak signifikan pada perusahaan.

Selanjutnya, diversifikasi sumber pendapatan menjadi fokus utama dalam memperkuat kestabilan keuangan perusahaan. Salah satu langkah konkret yang dapat diterapkan adalah pengembangan penjualan merchandise acara sebagai produk tambahan yang mampu meningkatkan aliran kas. Selain itu, perusahaan juga dapat mempertimbangkan penerbitan obligasi atau surat hutang sebagai instrumen pembiayaan yang strategis, dengan catatan pengelolaan risiko dan struktur utang yang terukur. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut PT. EKIS MUDA BERKARYA diharapkan mampu mengelola keuangan secara lebih

sehat dan berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan memperkuat posisi likuiditas tetapi juga mendukung pertumbuhan usaha jangka panjang yang lebih stabil dan terukur

KESIMPULAN

Melalui artikel ini, penulis telah mencoba mengulas bagaimana PT EKIS MUDA BERKARYA menavigasi dinamika industri hiburan dengan menerapkan strategi inovatif dalam menghadapi tantangan di sektor event dan ticketing digital. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, kemampuan beradaptasi dan berinovasi menjadi kunci utama untuk tetap relevan dan kompetitif.

Penulis berharap artikel ini dapat memberikan wawasan baru, tidak hanya bagi pelaku industri hiburan, tetapi juga bagi pembaca umum yang tertarik dengan strategi bisnis di era digital. Semoga pembahasan yang disajikan dapat menjadi bahan refleksi maupun inspirasi dalam merespons tantangan dunia industri yang terus berubah.

Penulis menyadari bahwa pembahasan dalam artikel ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, masukan dan saran dari pembaca sangat diharapkan untuk menyempurnakan karya-karya selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Haq, A. F. (2024, August). KETIDAKSETARAAN GENDER DALAM MEDIA: FILM “200 POUNDS BEAUTY” VERSI INDONESIA (2023). In *Seminar & Conference Proceedings of UMT* (pp. 1-6).
- Jamaluddin, P. A., Mau, M., & Akbar, M. (2024). DINAMIKA DAN STRATEGI INFLUENCER DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERHASILAN KARIR PADA INDUSTRI TERSATURASI. *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 6(2), 320-326.
- Nurhayati, D. A. W., & Oktavia, N. T. (2024). Fenomena anomali ekonomi: Analisis kecenderungan pembelian tiket konser di tengah deflasi di Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Sosial (J-DMS)*, 5(1), 1–10. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms/article/download/7084/pdf>
- Pemerintah Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sekretariat Negara. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Sheehan, S. D., Padilla, H. A., & Hakiki, A. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Terhadap Usaha PYRO SHOP Kota Bandung. *JEJAKDIGITAL: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(1), 61-73.