

ABSTRAK

Pesona musisi memang tidak pernah luntur termakan zaman. Sejak era musik klasik pada tahun 1740-1830 hingga zaman saat ini, musisi menjelma menjadi *public figure* yang setiap pergerakannya selalu menarik minat masyarakat. Di tengah perkembangan industri musik, menjadi musisi pun boleh dibilang cukup menjanjikan secara ekonomi.

Sekolah musik Purwa Caraka *Music Studio* (PCMS) merupakan sebuah wadah atau sarana pendidikan *non-formal* di bidang musik. PCMS didukung oleh fasilitas pendidikan yang lengkap, tenaga pengajar yang profesional serta kurikulum yang terpadu untuk pengembangan kreatifitas bermusik untuk bangsa Indonesia. Dalam tujuan untuk mengembangkan bisnis serta memperluas jangkauan usaha sekolah musik, maka PCMS melakukan sistem *franchise* sebagai *growth strategy* agar dapat mempercepat kemajuan bisnis sekolah musik tersebut.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memberi masukan dalam penentuan *growth strategy* yang efektif dan tepat bagi Purwa Caraka *Music Studio* (PCMS) serta masukan untuk mengetahui target *market* dan faktor-faktor yang menjadi *Key Success Factor* (KSF) bagi Purwa Caraka *Music Studio* (PCMS).

Metode yang digunakan adalah metode analisis *growth strategy*, analisis SWOT, *Marketing Mix*, *Key Success Factors*, melakukan observasi dan wawancara serta metode studi pustaka untuk membantu memperdalam pembahasan materi dan penyusunan penulisan ini. Hasil dari penulisan ini adalah saran dan strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bertumbuh sehingga dapat menghadapi permasalahan yang terjadi.

Kata kunci: Sekolah Musik, Purwa Caraka *Music Studio* (PCMS), *Growth Strategy*, *Franchise*, *Key Success Factor* (KSF)