



Prosiding

Seminar Nasional IKIP PGRI Bojonegoro

"Membangun Budaya Inovasi dalam Meningkatkan Sumber Daya Manusia Berkelanjutan"

STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN GRAFIS PRENEUR DALAM KONTEKS EKONOMI KREATIF

Bagus Sakti Artha Mayora¹, Nur Rohman², Taufiq Hidayat³

IKIP PGRI Bojonegoro. Email: basarma76@gmail.com

Abstract

Graphic Design Industry Development Strategy Preneur in the field of graphic design in the context of the Creative Economy is related to the rapid growth of the global sector, where the demand for high quality graphic design is increasing along with the development of technology and the need for a strong brand identity. The creative economy does not only rely on natural resources only, but also with human resources supported by ideas, ideas and human resource creativity. Developing entrepreneurial graphic design in the context of the creative economy requires a comprehensive strategy that includes strengthening skills, building networks, innovation, marketing, adaptation, use of technology and business management. With the right strategy, graphic designers and entrepreneurs can make a significant contribution to the growth of the creative economy.

Keywords: *Graphic designpreneur, creative economy, development strategy, expertise, networking, innovation, marketing, technology, business management.*

Abstrak

Strategi Pengembangan Industri Desain Grafis Preneur di bidang desain grafis dalam konteks ekonomi Kreatif terkait dengan pesatnya pertumbuhan sektor global, dimana permintaan akan desain grafis berkualitas tinggi semakin meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan akan identitas merek yang kuat, Ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan sumber daya alam saja, tetapi juga dengan sumber daya manusia yang di dukung dengan gagasan, ide dan kreativitas SDM. Pengembangan desain grafisprenur dalam konteks ekonomi kreatif membutuhkan strategi komprehensif yang mencakup penguatan keahlian, membangun jaringan, inovasi, pemasaran, adaptasi, pemanfaatan teknologi, dan manajemen bisnis. Dengan strategi yang tepat, desainer grafisprenur dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Desain grafisprenur, ekonomi kreatif, strategi pengembangan, keahlian, jaringan, inovasi, pemasaran, teknologi, manajemen bisnis.

PENDAHULUAN

Strategi Pengembangan Industri Desain Grafis Preneur di bidang desain grafis dalam konteks ekonomi kreatif terkait dengan pesatnya pertumbuhan sektor global, dimana permintaan akan desain grafis berkualitas tinggi semakin meningkat seiring dengan berkembangnya teknologi dan kebutuhan akan identitas merek yang kuat. Dalam ekonomi kreatif, industri desain grafis berperan penting sebagai penghasil nilai tambah melalui kreativitas dan inovasi, menciptakan peluang bisnis baru dan meningkatkan daya saing suatu daerah atau negara. Strategi pengembangan harus mencakup investasi dalam pelatihan,

teknologi terkini, dan pemahaman mendalam tentang tren desain dan kebutuhan pasar. Singkatnya, Revolusi Industri ditandai dengan berubahnya sektor utama perekonomian dari pertanian menjadi industri. Industri terus mengembangkan industri namun menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya di bidang kelistrikan. Industri melahirkan teknologi informasi dan komunikasi serta sistem komputer dan robot. Industri saat kita memasuki era digital. Dampak Revolusi Digital 4.0, dimana perekonomian saling terhubung secara global tanpa batas, menyebabkan munculnya pesaing-pesaing baru yang lebih baik. Untuk meneruskan usahanya, masing-masing pihak terpaksa harus memacu kreativitasnya untuk memenangkan pasar. Oleh karena itu muncullah visi ekonomi baru yaitu ekonomi kreatif, ekonomi kreatif merupakan konsep pelaksanaan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis pada kreativitas menggunakan sumber daya yang tidak hanya terbarukan tetapi juga tidak terbatas, yaitu. ide, pemikiran, bakat dan kreativitas. Ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan sumber daya alam saja, tetapi juga dengan sumber daya manusia yang di dukung dengan gagasan, ide dan kreativitas SDM. Ekonomi kreatif kokoh dalam era perubahan bahkan di srupsi sekalipun karena mampu menciptakan solusi jitu, praktis, etis dan humanis lewat produk dan sistem kreatif dikonsumsi masyarakat lokal (Nugraheny, 2022).

Menurut Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019, ekonomi kreatif merupakan sumber pertumbuhan baru ekonomi Indonesia yang di perlukan untuk mencapai target Pembangunan jangka Panjang. Ketersediaan sumber daya manusia besar yang dapat ditransformasikan menjadi orang-orang kreatif, didukung dengan berkembangnya pasar global sehingga berpotensi besa mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang lebih pesat di masa mendatang dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu sumber pertumbuhan perekonomian Indonesia. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014)

Desain Grafis Preneur merujuk pada proses penciptaan elemen grafis, seperti logo, materi pemasaran, dan desain visual lainnya, yang di targetkan khusus untuk mendukung dan memperkuat identitas merek atau produk bagi para pengusaha atau entrepreneur (Ppreneur). Fokusnya adalah menciptakan gambaran visual yang kuat dan kohesif untuk mendukung keberhasilan bisnis atau inisiatif kewirausahaan.

METODE

Jenis penelitian yang kami lakukan dengan menggunakan metodologi penelitian lapangan dan desain penelitian kualitatif adalah penelitian kualitatif dari penelitian menggunakan analisis dokumen , telaah dokumen , atau penelitian lapangan dengan sifat deskriptif. yang kami lakukan dengan menggunakan metodologi penelitian lapangan dan rancangan penelitian kualitatif adalah penelitian kualitatif yang menggunakan analisis dokumen , telaah dokumen , atau penelitian lapangan dengan sifat deskriptif. Data data yang dikumpulkan terdiri dari teks, gambar , terdiri dari bukan angka .teks, gambar, dan bukan angka. Penelitian adalah pengumpulan data dengan cara mengadakan penelitian secara mendalam (kajian) terhadap objek yang diteliti, dengan tujuan untuk memperoleh keterangan yang lengkap dan mendalam mengenai pokok bahasan penelitian .(Suryabrata,1994).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan desain grafis preneur dalam bentuk ekonomi kreatif di bidang UMKM yang ada di Bojonegoro salah satunya angkringan KopiTani dan Omah Menyok. Jenis penelitian yang saya lakukan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dalam mengerjakan penelitian ini yaitu penelitian melalui pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen dan dengan sifat deskriptif. Dimana data yang dikumpulkan adalah berupa kata kata, gambar, dan bukan angka. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan studi mendalam (*in depth study*) terhadap objek yang diteliti untuk mendapatkan gambaran yang lengkap dan terorganisasikan mengenai subjek penelitian (Suryabrata,1994)

Tabel 1(Wawancara berdasarkan jenis kelamin)

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki laki	4	100%
Perempuan	0	0%
Jumlah	4	100%

Berdasarkan data diatas bahwa dari 4 orang responden, 4 orang (100%) diantaranya adalah responden laki-laki, sedangkan 0 orang (0%) lainnya adalah responden perempuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, komposisi responden penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden laki-laki.

Tabel 2 (Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha)

Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
Usaha Mikro	2	100%
Usaha Kecil	0	0%
Usaha Menengah	0	0%
Usaha Besar	0	0%
Jumlah	2	100%

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa jenis usaha terbanyak yaitu jenis usaha Mikro sebesar 100 persen. Pada jenis usaha kecil meliputi jenis usaha bidang olahan singkong dan desain grafis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengembangan yang dilakukan Angkringan KopiTani dan Omah Menyok dinyatakan berhasil, dapat diukur dari meningkatnya keterampilan dan penjualan, serta bertambahnya pendapatan yang diperoleh Angkringan KopiTani dan Omah Menyok. Pendapatan bertambah dengan adanya desain grafis yang dikelola pemilik Owner UMKM, serta pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk olahan singkong, bertambah dapat diukur dalam kurun waktu perbulan dari hasil penjualan yang dilakukan Owner Omah Menyok.

DAFTAR RUJUKAN

- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Saputra, I. W. (t.thn.). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif untuk mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandar Lampung. *Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Bandar Lampung*.
- Setiawan, H. C. B. (2020). *Manajemen Industri Kreatif: Teori dan Aplikasi*. PT. Berkat Mukmin Mandiri.
- Siyoto, s. &. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. yogyakarta: Literasi media publishing
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (1994). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif , Ekonomi baru: Mengubah ide dan menciptakan peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif , Ekonomi baru: Mengubah ide dan menciptakan peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutopo. (2002). *Metode penelitian kualitatif*. surakarta: sebelas maret university press.
- Suwandi, S. (2022). *Pengenalan Dasar Akuntansi 1 Suatu Pendekatan Siklus Akuntansi Usaha Jasa dan Dagang.s*