

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN GRAFIS  
PRENEURDALAM KONTEKS EKONOMI KREATIF  
(STUDY KASUS UMKM KOPITANI SPACE ART)**

**SKRIPSI**



**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh**

**Bagus Sakti Artha Mayora**

**2021003**

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
IKIP PGRI BOJONEGORO  
TAHUN 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN DESAIN GRAFIS  
PRENEUR DALAM KONTEKS EKONOMI KREATIF  
(STUDY KASUS UMKM KOPITANI SPACE ART)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan**

**Oleh**

**Bagus Sakti Artha Mayora**

**2021003**

**PROGAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
IKIP PGRI BOJONEGORO  
TAHUN 2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN

Proposal skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif (Study Kasus UMKM Kopitani) disusun oleh:

Nama : Bagus Sakti Artha Mayora

NIM : 20210003

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Untuk disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dan diajukan ke tahap seminar proposal skripsi.

Bojonegoro, 23 Juli 2024

Pembimbing I,



Nur Rohman, M.Pd.  
NIDN.0713078301

Pembimbing II



Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd.  
NIDN.0727128902

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif (Study Kasus UMKM Kopitani) disusun oleh:

Nama : Bagus Sakti Artha Mayora

NIM : 20210003

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah dipertahankan dalam sidang skripsi pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP PGRI Bojonegoro pada hari Selasa tanggal 23 Juli 2024

Bojonegoro, 23 Juli 2024

Ketua,



Dr. Fruri Stevani, M.Pd  
NIDN. 0723048902

Sekretaris,



Rika Pristiani Fitri Astuti, M.Pd  
NIDN. 0715068801

Penguji I,



Rika Pristiani Fitri Astuti, M.Pd  
NIDN. 0715068801

Penguji II,



Ali Mujahidin, S.Pd, M.M.  
NIDN. 0715068801

Rektor,

Dr. Dra. Junarti, M.Pd.  
NIDN. 0014016501

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### LEMBAR PERSEMBAHAN

Melalui ucapan puji syukur Alhamdulillah. Saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang saya sayangi:

1. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa menghidupkan setiap langkah saya. Sebongkah kertas ini tidak memiliki arti apapun tanpa do'a dan keringat kalian. Semoga dengan pencapaian yang mungkin tidak seberapa ini bisa menambah rasa syukur atas hadirnya saya di hidup kalian.
2. Para sahabat saya siva, Askafii, dan Bagus Adi. Terima kasih karena sudah ada. Kalian adalah bentuk nyata dari definisi saudara yang tak sedarah.

### MOTO

*“Manungso mung sak dermo. Nglakoni koyo wayang umpamane.*

*Nanging ora ateges gampang pepes kentek'an pengarep-arep.”*

(Adimas Tri Agung Prayogo)

*“Jangan terlalu banyak memoles diri, nanti unikmu akan hilang”*

(K Van Barok)

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bagus Sakti Artha Mayora

NIM : 20210003

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Demi menunjang tinggi integritas akademi dengan tulus dan tanpa paksaan dari pihak manapun, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif  
(study kasus UMKM Kopitani)”**

Merupakan hasil karya asli saya sendiri dan semua sumber informasi yang digunakan telah saya cantumkan dengan jelas dalam daftar referensi berdasarkan kode etik ilmiah. Saya menyadari bahwa apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan terkait dengan keaslian karya ini, saya pribadi bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap menanggung sanksi hukum.

Bojonegoro, 23 Juli 2024



**Bagus Sakti Artha Mayora**

NIM:20210003

## ABSTRAK

Artha, S. B. (2024). “Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif (Study Kasus UMKM Kopitani)”. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. IKIP PGRI Bojonegoro. (I) Nur Rohman, M.Pd., (II) Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd.

Kata Kunci: (*Desain grafispreneur, ekonomi kreatif, strategi pengembangan, keahlian, jaringan, inovasi, pemasaran, teknologi, manajemen bisnis* )

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 grafispreneur 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 grafispreneur dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis desain grafis sebagai *preneur* dalam konteks ekonomi kreatif di Indonesia. Melalui studi kasus pada desainer grafis yang telah sukses, penelitian ini mengidentifikasi bahwa kompetensi digital, kemampuan beradaptasi dengan tren pasar, serta jaringan profesional yang kuat merupakan faktor kunci keberhasilan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa model bisnis berbasis proyek dan kolaborasi dengan klien merupakan strategi yang efektif dalam mengembangkan bisnis desain grafis. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi desainer grafis pemula dalam membangun bisnis yang berkelanjutan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif di Bojonegoro.

Dengan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pertumbuhan desain bisnis, penelitian ini menyarankan model bisnis yang inovatif dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga membahas pentingnya branding, pemasaran digital, dan kolaborasi dengan pihak lain dalam mengembangkan bisnis desain grafis.

## ABSTRACT

Artha, S. B. (2024). “.Preneur Graphic Design Development Strategy in the Context of the Creative Economy (UMKM Kopitani Case Study). Thesis. Economic Education Study Program. Faculty of Social Sciences Education IKIP PGRI Bojonegoro. (I) Nur Rohman, M.Pd., (II) Dr. Taufiq Hidayat, M.Pd.

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

*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.*

*This study aims to formulate a strategy for developing a graphic design business as an entrepreneur in the context of the creative economy in Indonesia. Through a case study of successful graphic designers, this study identified that digital competence, the ability to adapt to market trends, and a strong professional network are key factors for success. In addition, this study also found that a project-based business model and collaboration with clients are effective strategies in developing a graphic design business. The results of this study are expected to be a guide for novice graphic designers in building a sustainable business and contributing to the growth of the creative economy in Bojonegoro.*

*By analyzing internal and external factors that influence the growth of business design, this study suggests an innovative and sustainable business model. In addition, this study also discusses the importance of branding, digital marketing, and collaboration with others in developing a graphic design business.*



## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SAW atas ridho dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Desainn Grafis Preneur Dalam Konteks Ekonomi Kreatif (Study Kasus UMKM Kopitani)” tepat pada waktunya. Penelitian ini bertujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dalam penyelesaian pendidikan dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, izinkan peneliti menyampaikan rasa terima kasih melalui kata pengantar ini kepada:

1. Ibu Dr. Junarti, M.Pd selaku rektor IKIP PGRI Bojonegoro, Ibu Fruri Stevani, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
2. Bapak Nur Rohman, M.Pd. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Dr.Taufiq Hidayta, M.Pd selaku dosen pembimbing 2 karena telah sabar membimbing, mengarahkan, meluangkan waktu serta tenaga dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Bapak dan Ibu dosen pada Program Studi Pendidikan Ilmu Pengeatahuan Sosial yang telah membagikan ilmu selama saya mengikuti perkuliahan.

Sebagai manusia biasa peneliti menyadari penyusunan skripsi ini tidak jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharap kritik dan saran atas semua kekurangan yang ada. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai pembelajaran bagi penelitian selanjutnya. Akhir kata, semoga atas segala hal yang telah diberikan oleh berbagai pihak Allah SWT menggantinya dengan kebaikan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PERNYATAAN KEASLIAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
1. Manfaat Teoritis .....	4
2. Manfaat Praktis .....	4
E. Definisi Operasional.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, DAN KERANGKA BERPIKIR .....	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Pengertian Desain Grafis Preneur .....	7
2. Konteks Ekonomi Kreatif .....	7
B. Kerangka Teoritis.....	19
1. Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur .....	19
2. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	21
C. Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Pendekatan Penelitian .....	38
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	39
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
D. Data dan Sumber Penelitian .....	40
1. Data Primer .....	40
2. Data Sekunder .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Observasi.....	42
2. Interview .....	42
3. Dokumentasi .....	43
F. Teknik Analisis Data.....	43
1. Data Reduction(Reduksi Data) .....	44
2. Data Display(Penyajian Data).....	45

G. Teknik Validasi Data.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Hasil Penelitian .....	48
1. Hasil Penelitian Rumusan Masalah ke-1.....	48
2. Hasil Penelitian Rumusan Masalah ke-2.....	49
B. Pembahasan.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Simpulan .....	77
B. Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.....	14
Tabel 2.2. Analisis SWOT .....	34
Tabel 4.1. Informan Penelitian.....	49
Tabel 4.2. Matriks IFE .....	61
Tabel 4.3. Matriks IFE Kopitani .....	62
Tabel 4.4. Indikator Bobot Faktor Internal .....	63
Tabel 4.5. Matriks EFE .....	62
Tabel 4.6. Matriks EFE Pada Kopitani .....	66
Tabel 4.7. Indikator Bobot Eksternal .....	67
Tabel 4.8. Matriks SWOT.....	69

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Berpikir.....	37
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Observasi dan wawancara UMKM Kopitani .....	81
Hasil ekonomi kreatif produksi desain.....	81
Hasil ekonomi kreatif produksi desain grafis.....	82
Kondisi Industri Kreatif UMKM Kopitani .....	84
Hasil ekonomi kreatif produksi desain grafis.....	85
Surat Keterangan Bimbingan Skripsi.....	87

# **BAB I**

## **LATAR BELAKANG**

### **A. Latar Belakang Masalah**

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.

Perusahaan desain grafis, sebagai pemain kunci dalam industri kreatif, berada di garis depan dari gerakan transformatif ini. Perusahaan-perusahaan ini bertanggung jawab untuk menciptakan komunikasi visual yang membentuk merek, meningkatkan pengalaman pengguna, dan menyampaikan pesan kompleks melalui desain yang menarik dan estetis. Untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang dan memenuhi permintaan klien dan konsumen yang terus berubah, perusahaan desain grafis perlu menumbuhkan budaya inovasi dan kreativitas Phiri, (2020).

Industri kreatif telah muncul sebagai sektor yang dinamis dan berpengaruh, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan perkembangan budaya di berbagai kota di dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, industri kreatif menonjol terutama di Kota



Bojonegoro, di mana desain grafis memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dan menggerakkan ekonomi kreatif di kawasan ini. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi kolaboratif yang dilakukan oleh perusahaan desain grafis di Kota Bojonegoro untuk mendorong inovasi bisnis dalam industri kreatif. Sistem ekonomi kreatif diyakini mampu menjadi solusi dalam mengatasi masalah tersebut, sekaligus sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang akan menggeser sistem ekonomi yang telah berjalan (Mahmud Syarif dan Ayu Azizah: 2015).

Indonesia yang kaya akan budaya dan berpenduduk besar mempunyai potensi yang sangat besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Teori futurolog Alvin Toffler dalam bukunya *Future Shock* (1970), yang dikutip oleh Nenny telah melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Pertama, gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga, gelombang ekonomi informasi. Berdasarkan prediksi, selanjutnya akan datang gelombang keempat, yaitu gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif (Nenny Anggraini: 2008, 144).

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia merupakan wujud optimisme serta luapan aspirasi untuk mendukung mewujudkan visi Indonesia yaitu menjadi Negara yang maju. Didalamnya terdapat pemikiran, cita-cita, imajinasi, dan mimpi untuk menjadi masyarakat dengan kualitas hidup yang tinggi, sejahtera, dan kreatif. Ekonomi kreatif menjadikan sumber daya manusia (SDM) sebagai modal utama dalam

sebuah pengembangan yang berawal dari gagasan, ide dan pemikiran. Kedepannya, diharapkan SDM ini mampu menjadikan barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan berdaya jual. Profesi yang mengharuskan seseorang untuk memiliki daya kreativitas tinggi adalah wirausahawan. Maka pengembangan ekonomi kreatif ini secara tidak langsung mengarahkan dan mencoba untuk menciptakan wirausaha-wirausaha (entrepreneur) yang handal dalam berbagai bidang.

Daya kreativitas harus dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan yang sudah ada. Allah SWT menciptakan langit dan bumi dengan tidak sia-sia agar manusia dapat memanfaatkan segala potensi yang ada di muka bumi ini dengan kreatifitas yang dimiliki oleh manusia, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah As-Sad ayat 27, Artinya : Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada antara keduanya dengan sia-sia. (Departemen Agama RI: 2000, 214)

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).

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat di ketahui rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pengembangan industri desain grafis preneur dalam konteks ekonomi kreatif ?
2. Bagaimana rencana aksi pengembangan industri kreatif di sektor desain grafis ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah adalah :

- a. Untuk memahami peran desain grafis preneur dalam konteks ekonomi kreatif.
- b. Menentukan strategi dan rencana aksi pengembangan industri kreatif di sektor desain grafis.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penyusunan penelitian terkait Rencana Pengembangan Industri Desain Grafis Prenuer dalam konteks Ekonomi kreatif dengan Komunitas UMKM Bojonegoro yaitu :

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat bagi UMKM sebagai masukan perencanaan berupa usulan arahan progam dan rencana aksi pengembangan desain grafis preneur ekonomi kreatif di Bojonegoro sehingga mampu menjadi acuan untuk mengembangkan desain grafis preneur di salah satu KotaBojonegoro.

- b. Manfaat Praktis

1. Bagi Akademisi

Memperluas wawasan dan perencanaan strategis dalam

industri kreatif desain grafis preneur Kota Bojonegoro dan memberikan gambaran mengenai karakteristik ekonomi kreatif di salah satu Kota Bojonegoro serta peran akademisi dalam perkembangan desain grafis salah satu di Kota Bojonegoro.

## 2. Bagi Pemerintah

Sebagai masukan perencanaan untuk pemerintah Kota Bojonegoro untuk gambaran dan kebutuhan industri desain grafis preneur di Kota Bojonegoro, yang dapat dijadikan acuan untuk membuat program kerja kegiatan yang dapat mendukung pengembangan industri desain grafis preneur ekonomi kreatif di Kota Bojonegoro.

## 3. Bagi Pelaku Bisnis Industri Kreatif Kota Bojonegoro

Yaitu memberikan ruang untuk desainer grafis Kota Bojonegoro untuk mengatasi permasalahan yang di hadapi oleh desainer grafis dengan perumusan arahan program dan rencana aksi dan mendukung keberlanjutan industri desain grafis preneur ekonomi kreatif melalui UMKM Kota Bojonegoro.

## 4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *Pengembangan Desain Grafis Preneur dalam konteks Ekonomi Kreatif* hingga pengambilan Keputusan pembuatan.

## **E. Definisi Operasional**

a. Strategi Pengembangan Desain Grafis Preneur dalam Konteks Ekonomi Kreatif

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 (Preneur). Fokusnya adalah menciptakan gambaran visual yang kuat dan kohesif untuk mendukung keberhasilan bisnis atau inisiatif kewirausahaan.

Strategi pengembangan desain grafis preneur yang efektif harus fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Desain grafis preneur perlu terus berinovasi dan mengikuti tren terbaru dalam desain grafis dan ekonomi kreatif agar dapat tetap kompetitif, yang merujuk pada UMKM kreatif.