

**ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PENYUSUNAN STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA JASA DESAIN GRAFIS FELICITOCREATE**

Yudhistira Indra Shahreza

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
kuliahecha@gmail.com

Mohammad Suyanto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
suyanto@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Di tengah persaingan global yang ketat dan dinamika teknologi yang pesat, FelicitoCreate menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi FelicitoCreate, sebuah usaha jasa desain grafis berbasis *gig economy* yang menargetkan pasar internasional melalui platform digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi untuk mengidentifikasi faktor - faktor strategis perusahaan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS dan matriks EFAS. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu matriks SWOT untuk menentukan posisi strategis perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FelicitoCreate memiliki kekuatan dalam efisiensi struktur biaya operasional dan fleksibilitas kerja, namun menghadapi kelemahan dominan berupa manajemen yang belum profesional, ketiadaan visi yang jelas, serta lemahnya branding dan portofolio. Sementara itu, usaha ini memiliki peluang besar dari akses pasar global dan tingginya permintaan dari negara maju, meskipun dihadapkan pada ancaman ketidakstabilan pendapatan dan maraknya penggunaan AI. Berdasarkan diagram kartesius SWOT, posisi FelicitoCreate berada pada Kuadran III (Negatif-Positif) yang mengindikasikan perlunya penerapan strategi pembenahan. Oleh karena itu, strategi utama yang direkomendasikan adalah strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), yaitu meminimalisir kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Langkah strategis yang disarankan meliputi formalisasi manajemen usaha, pembangunan brand identity yang profesional di media sosial untuk meningkatkan kepercayaan klien.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, IFAS, EFAS, Strategi Pengembangan Usaha, Jasa Desain Grafis, Pasar Internasional.*

A. PENDAHULUAN

Pada zaman globalisasi saat ini, seiring dengan berjalannya waktu, teknologi akan semakin berkembang, sehingga peran desain grafis menjadi sangat penting dalam berbagai sektor bisnis. Menurut Hilal & Wardani (2023) Teknologi dapat mendorong masyarakat agar semakin berinovasi dan berkembang sehingga bisa

beradaptasi pada era yang serba canggih ini. Para pelaku bisnis terutama usaha mikro, dan kecil (UMK) dapat mengambil kesempatan tersebut untuk memperluas jangkauan usaha agar memperoleh lebih banyak pelanggan dan dapat meningkatkan keuntungan. Salah satu cara dalam memanfaatkan kesempatan ini yaitu dengan menjalankan usaha di sektor industri kreatif seperti usaha jasa desain grafis.

Secara umum, alasan kuat mengapa ekonomi kreatif ini perlu dikembangkan, karena sektor ini memiliki kontribusi ekonomi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia, dapat menciptakan iklim usaha yang positif, dapat memperkuat citra dan jati diri bangsa Indonesia, mendukung pemanfaatan sumber daya terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan kreativitas, serta memberikan dampak sosial yang positif. Berdasarkan alasan-alasan di atas, seharusnya ekonomi kreatif ini menjadi sektor industri yang menarik untuk dikembangkan dengan konsep pengembangan yang matang (Jalil et al., 2019). Hal ini juga diperkuat dengan data yang dikeluarkan oleh Portal Informasi Indonesia yang melaporkan data dari Kementerian Perindustrian bahwa sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,8% dari PDB nasional pada tahun 2023.

Di sisi lain, adanya model ekonomi baru yang disebut *gig economy*, yakni pekerjaan proyek jangka pendek yang didukung oleh platform digital, memberikan kesempatan untuk individu memanfaatkan keterampilan mereka tanpa terikat pada pekerjaan formal. Menurut Budoyo & Suyanto (2025) *gig economy* sering dikaitkan dengan keuntungan seperti kebebasan dari jadwal tradisional '9-to-5', penghematan biaya bagi pemberi kerja, dan peningkatan efisiensi kerja. Ini menciptakan peluang kewirausahaan berbasis keterampilan yang memungkinkan para desainer dan profesional lainnya memulai usaha sendiri dengan modal yang relatif kecil. Meskipun memberikan fleksibilitas, model ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama bagi mereka yang mengincar pasar lokal.

Felicitocreate, sebuah usaha jasa desain grafis, muncul sebagai contoh yang menarik. Berbeda dengan banyak bisnis lokal yang sering terhambat oleh faktor geografis dan penentuan harga, Felicitocreate menerapkan pendekatan yang berorientasi global. Usaha ini dengan cerdas menargetkan klien dari luar negeri melalui platform seperti *Freelancer.com*, langkah ini secara langsung mengatasi masalah persepsi harga rendah dalam pasar domestik dan memungkinkan usaha ini mendapatkan bayaran yang jauh lebih tinggi dalam mata uang asing. Berdasarkan data yang diambil dari *Payscale.com*, gaji atau pendapatan desainer grafis di Indonesia 10 kali lebih rendah jika dibandingkan dengan negara maju seperti Singapura, Inggris, dan Amerika Serikat.

Pendekatan ini menunjukkan bagaimana keahlian dan minat dalam desain sebagai hobi bisa menjadi keunggulan kompetitif, oleh karena itu Felicitocreate memanfaatkan keahlian ini sebagai kekuatan (*strengths*) untuk menargetkan pasar internasional dengan bekal layanan profesional. Hal ini sesuai dengan Guillebeau (2012) yang menyatakan bahwa kerangka kerja bahwa peluang usaha yang layak sering kali muncul dari konvergensi antara minat atau *passion*, keahlian yang dapat dipasarkan, dan masalah atau kebutuhan spesifik yang ada pada sekelompok orang. Namun, Felicitocreate masih belum menerapkan sistem pemasaran yang tepat sehingga menjadi kelemahan (*weaknesses*) yang perlu diperbaiki dalam penelitian ini, karena menurut Kotler & Keller (2016) ketiadaan sistem pemasaran yang

efektif akan mengakibatkan kegagalan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pasar.

Bersaing di pasar internasional juga membawa tantangan, seperti persaingan global yang sangat ketat dan kebutuhan untuk terus berinovasi agar bisa menonjol di antara kompetitor di seluruh dunia. Pesaing-pesaing yang jauh lebih profesional dan berpengalaman di *website Freelancer.com* ini menjadi penghambat kemajuan usaha FelicitoCreate, serta eksistensi teknologi *image generator* AI yang mengakibatkan munculnya pesaing - pesaing dan menjadi ancaman (*threats*) baru yang meskipun kurang kompeten tetapi masih dapat bersaing di industri kreatif, karena menurut Rosyida et al (2025) otonomi kreatif dapat diwujudkan dalam kolaborasi antara manusia dan AI, di mana AI dapat memberikan solusi kreatif yang sebelumnya tidak terantisipasi oleh para desainer. Hal ini mendorong perspektif baru untuk memandang kreativitas sebagai gabungan intuisi manusia dan proses komputasi mesin. Sehingga dalam hal ini akan memunculkan lebih banyak pesaing baru dalam industri kreatif. Namun, dengan pemanfaatan strategi yang tepat, FelicitoCreate akan mendapatkan peluang (*opportunities*) untuk mengembangkan dan memaksimalkan potensi pada usaha jasa desain grafis FelicitoCreate. Hal ini juga didukung dengan pernyataan oleh Drucker (2007) bahwa pengembangan usaha secara fundamental didorong oleh inovasi yang sistematis sebagai respons terhadap peluang, dan pemanfaatan peluang tidak terjadi secara kebetulan, melainkan melalui aplikasi manajemen dan kerja keras untuk mengembangkan inovasi yang spesifik dari peluang tersebut.

Untuk menghadapi kompleksitas ini dan merencanakan strategi pengembangan yang solid, diperlukan suatu kerangka kerja yang sistematis. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah metode yang paling tepat untuk menilai posisi kompetitif FelicitoCreate secara menyeluruh. Dengan mengidentifikasi dan memetakan faktor - faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) di FelicitoCreate, analisis ini akan menyediakan dasar teoritis untuk merumuskan strategi yang agresif dan berkelanjutan.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan dipandang sebagai inovator yang mengimplementasikan perubahan di pasar melalui kombinasi baru. Kombinasi ini bisa berupa pengenalan produk atau kualitas baru (Schumpeter, 2008). Kewirausahaan sendiri bertujuan untuk menerapkan kreativitas dan inovasi secara konsisten guna menemukan peluang dan memecahkan masalah. Kewirausahaan juga bertujuan untuk mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian (Buchari, 2013).

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian operasi yang disengaja dan berkelanjutan yang dilakukan oleh perusahaan untuk berhasil mencapai tujuannya dan meminimalkan ketergantungan pada kejadian yang tidak direncanakan (Fuertes et al., 2020). Tujuan fundamental dari manajemen strategi adalah untuk menciptakan nilai dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Lingkungan Usaha

Lingkungan usaha didefinisikan sebagai totalitas dari seluruh faktor, kekuatan, dan institusi, baik internal maupun eksternal, yang berada di luar kendali langsung bisnis namun memiliki pengaruh signifikan terhadap operasional, kinerja, dan keberlanjutan strategis suatu entitas. Madura (2007) membedah lingkungan usaha dari perspektif bagaimana sebuah organisasi berinteraksi dengan lingkungannya melalui fungsi-fungsi internalnya. Ia menyatakan bahwa lingkungan menyediakan sumber daya (*input*) dan sekaligus menjadi pasar bagi *output* perusahaan.

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2015) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). (Rangkuti, 2015) juga mengemukakan bahwa analisis SWOT dibagi oleh dua faktor, yaitu faktor internal (*strengths & weaknesses*) dan faktor eksternal (*opportunities & threats*).

C. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi pengembangan usaha jasa desain grafis FelicitoCreate melalui analisis SWOT. Metode ini dipilih karena dapat menggambarkan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada (Sugiyono, 2019). Data untuk penelitian ini dikumpulkan melalui observasi oleh peneliti. Sumber data pada penelitian ini terdiri dari data primer berupa temuan hasil observasi peneliti terhadap objek yang diteliti, serta data sekunder berupa *review customer* terhadap objek yang diteliti. Analisis data dilakukan menggunakan tahapan sebagai berikut:

1. Penyajian data

Data yang telah dikumpulkan melalui observasi terhadap objek yang diteliti dan *review customer* diidentifikasi dalam faktor internal dan eksternal, lalu disajikan dalam matriks SWOT untuk mengetahui strategi SO, WO, ST, dan WT.

2. Perhitungan skor matriks IFAS dan EFAS

Pemberian bobot dan rating pada setiap faktor internal dan eksternal untuk menentukan total skor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

3. Analisis posisi strategis

Hasil skor matriks IFAS dan EFAS dipetakan ke dalam diagram kartesius SWOT untuk menentukan posisi strategis usaha.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN
Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 1 Faktor Internal dan Eksternal FelicitoCreate

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1. Kemampuan menyusun rencana strategis 2. Struktur biaya operasional sangat rendah 3. Kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi AI ke dalam alur kerja	1. Belum adanya tujuan (visi) yang jelas 2. Manajemen waktu belum teratur 3. Portofolio masih lemah dan belum ada pemasaran berupa branding 4. Belum memanfaatkan teknologi AI semaksimal mungkin 5. Jumlah revisi tak terbatas 6. Kurang tanggung jawab terhadap masalah yang dihadapi	1. Akses Pasar Lewat Freelancer.com 2. Ekonomi global yang kuat 3. Permintaan tinggi di pasar internasional 4. Hambatan Masuk Rendah 5. Pemasaran Murah Lewat Media Sosial	1. Ketidakstabilan pendapatan 2. Perbedaan ekspektasi budaya klien 3. Persaingan global yang ketat 4. Kerumitan hukum pajak internasional 5. Persepsi negatif publik terhadap keaslian karya

Sumber: Peneliti

Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa faktor internal pada usaha jasa desain grafis FelicitoCreate memiliki 3 kekuatan dan 6 kelemahan, serta pada faktor eksternal didapatkan 5 peluang dan 5 ancaman.

Matriks SWOT

Tabel 2 Matriks SWOT FelicitoCreate

Internal Eksternal	Kekuatan (S) 1. Kemampuan menyusun rencana strategis 2. Struktur Biaya Operasional Sangat Rendah 3. Kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi AI ke dalam alur kerja	Kelemahan (W) 1. Belum adanya tujuan (visi) yang jelas 2. Manajemen waktu belum teratur 3. Portofolio masih lemah dan belum ada pemasaran berupa branding 4. Belum memanfaatkan teknologi AI semaksimal mungkin 5. Jumlah revisi tak terbatas 6. Kurang tanggung jawab terhadap masalah yang dihadapi
	Peluang (O) 1. Akses Pasar Lewat Freelancer.com 2. Ekonomi global yang kuat 3. Permintaan tinggi di pasar internasional 4. Hambatan Masuk Rendah 5. Pemasaran Murah Lewat Media Sosial	Strategi SO 1. Tetap memanfaatkan Freelancer.com karena akses masuk bisnis pasar internasional sangat mudah dan banyak sekali penawaran jasanya. 2. Memaksimalkan penggunaan AI agar dapat mengerjakan lebih banyak proyek dalam waktu singkat, sehingga potensi mendapatkan profit lebih maksimal. 3. Memanfaatkan struktur biaya Rp 0 sehingga margin yang didapat bisa 100%.
		Strategi WO 1. Memanfaatkan permintaan tinggi sebagai cara untuk membangun portofolio dan brand identity. 2. Memanfaatkan permintaan tinggi semaksimal mungkin dengan cara menentukan tujuan (visi) yang jelas dan menjalankan usaha secara fulltime. 3. Menggunakan AI semaksimal mungkin untuk mempercepat proyek dan mengambil lebih banyak permintaan untuk memaksimalkan profit.

		4. Menetapkan limit pada jumlah revisi sehingga waktu tidak terbuang banyak pada satu proyek saja dan dapat mengambil permintaan proyek lain secara efektif.
Ancaman (T) 1. Ketidakstabilan pendapatan 2. Perbedaan ekspektasi budaya klien 3. Persaingan global yang ketat 4. Kerumitan hukum pajak internasional 5. Persepsi negatif publik terhadap keaslian karya	Strategi ST 1. Menciptakan keunikan dalam desain sebagai strategi "differentiate" untuk bersaing dengan pesaing - pesaing yang ketat. 2. Perencanaan strateis untuk memitigasi risiko finansial dengan cara menyimpan dana darurat dari penghasilan untuk menghadapi bulan - bulan sepi, serta mempelajari regulasi pajak sejak awal agar tidak dikenai sanksi. 3. 1.Menghindari perang harga langsung dengan banyaknya pesaing global dengan cara memperdalam spesialisasi di pasar tertentu.	Strategi WT 1. Membatasi jumlah revisi di setiap penawaran untuk mencegah kerugian waktu akibat miskomunikasi dengan klien asing, sehingga waktu yang diselamatkan bisa digunakan untuk mencari klien lain. 2. Segera mempelajari penggunaan AI secara mendalam karena jika tidak akan kalah saing, karena teknologi global semakin canggih. 3. Fokus memperbaiki kualitas portofolio dengan hasil karya yang matang agar tidak terlihat biasa saja.

Sumber: Peneliti

Matriks SWOT usaha jasa desain grafis FelicitoCreate menunjukkan bahwa terdapat 3 strategi SO, 4 strategi WO. 3 strategi ST, dan 3 strategi WT.

Matriks IFAS

Tabel 3 Matriks IFAS FelicitoCreate

KEKUATAN			
Faktor – Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kemampuan menyusun rencana strategis	0.10	3	0.30
Struktur Biaya Operasional Sangat Rendah	0.15	4	0.60
Kemampuan untuk mengintegrasikan teknologi AI ke dalam alur kerja	0.10	3	0.30
TOTAL SKOR KEKUATAN			1.20
KELEMAHAN			
Faktor – Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (bobot x Rating)
Belum adanya tujuan (visi) yang jelas	0.15	2	0.30
Manajemen waktu belum teratur	0.10	4	0.40
Portofolio masih lemah dan belum ada pemasaran berupa branding	0.15	4	0.60
Belum memanfaatkan teknologi AI semaksimal mungkin	0.05	2	0.10
Jumlah revisi tak terbatas	0.05	1	0.05
Kurang tanggung jawab terhadap masalah yang dihadapi	0.15	4	0.60
TOTAL SKOR KELEMAHAN			2.05
TOTAL			3.25

Sumber: Peneliti

Berdasarkan hasil matriks IFAS FelicitoCreate pada tabel 3 diperoleh total skor IFAS sebesar 3.25, hasil ini didapatkan dari total skor kekuatan sebesar 1.20 dan total skor kelemahan sebesar 2.0.

Matriks EFAS

Tabel 4 Matriks EFAS FelicitoCreate

PELUANG			
Faktor – Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Akses pasar melalui Freelancer.com	0.12	4	0.48
Ekonomi global yang kuat	0.12	4	0.48
Permintaan tinggi di pasar internasional	0.12	3	0.36
Hambatan Masuk Rendah	0.10	1	0.10
Pemasaran Murah Lewat Media Sosial	0.12	1	0.12
TOTAL SKOR PELUANG			1.54
ANCAMAN			
Faktor – Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (bobot x Rating)

Ketidakstabilan pendapatan	0.09	2	0.18
Perbedaan ekspektasi budaya klien	0.09	2	0.18
Persaingan global yang ketat	0.12	1	0.12
Kerumitan hukum pajak internasional	0.04	3	0.12
Persepsi negatif publik terhadap keaslian karya	0.08	3	0.24
TOTAL SKOR ANCAMAN			0.84
TOTAL	1.00		2.38

Sumber: Peneliti

Hasil matriks EFAS FelicitoCreate berdasarkan tabel 4 diperoleh total skor sebesar 2.38, hasil ini diperoleh dari total skor peluang sebesar 1.54 dan total skor ancaman sebesar 0.84.

Analisis Posisi Strategis FelicitoCreate

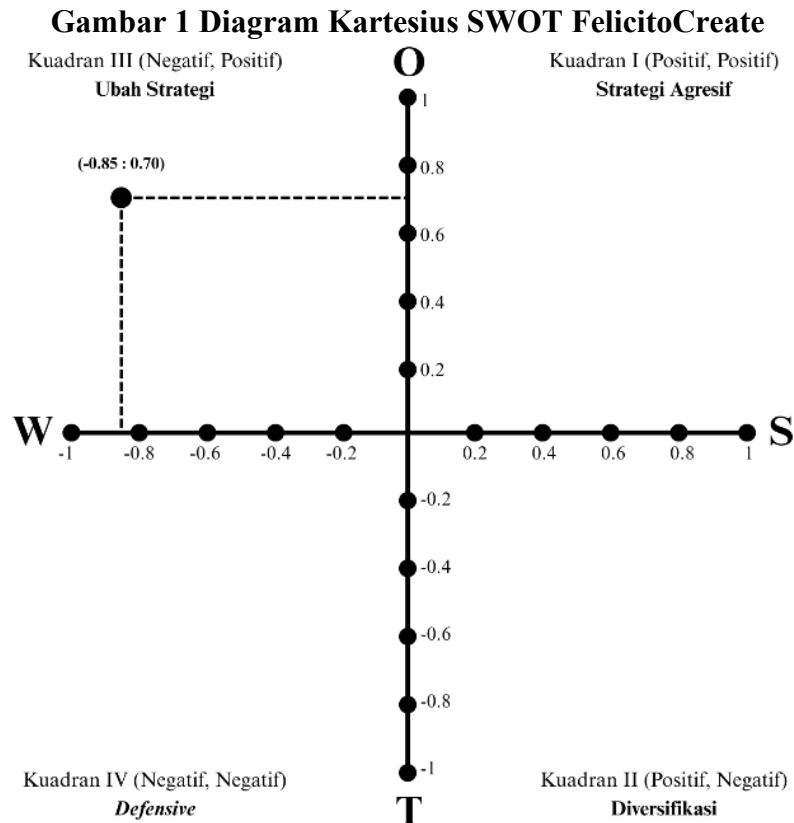
Setelah dilakukan perhitungan bobot dan rating pada matriks IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya adalah menentukan posisi strategi perusahaan melalui diagram kartesius SWOT. Penentuan posisi ini didasarkan pada selisih antara total skor faktor kekuatan dan kelemahan untuk sumbu X, serta selisih antara total skor faktor peluang dan ancaman untuk sumbu Y. Berdasarkan data pada matriks IFAS dan EFAS, berikut adalah hasil perhitungan koordinat yang diperoleh:

Tabel 5 Perhitungan Koordinat

Indikator	Skor	Perhitungan	Nilai Koordinat
Faktor Internal (X)			
Total Skor Kekuatan	1.20	1.20 – 2.05	-0.85
Total Skor Kelemahan	2.05		
Faktor Eksternal (Y)			
Total Skor Peluang	1.54	1.54 - 0.84	0.70
Total Skor Ancaman	0.84		

Sumber: Peneliti

Berdasarkan hasil perhitungan koordinat diketahui titik koordinat faktor internal (sumbu X) adalah -0.85, dan faktor eksternal (sumbu Y) adalah 0.70. Langkah selanjutnya yaitu menempatkan titik koordinat tersebut ke dalam diagram kartesius.



Sumber: Peneliti

Berdasarkan diagram kartesius pada gambar 4.3, titik koordinat $(-0.85 : 0.70)$ menunjukkan posisi usaha jasa desain grafis FelicitoCreate berada di Kuadran III (Negatif, Positif) yang mengarah pada perubahan strategi, maka perumusan strategi akan diprioritaskan pada strategi WO. Strategi ini dijalankan dengan cara memanfaatkan peluang dari luar untuk mengatasi kelemahan internal. Fokus utamanya adalah memperbaiki masalah internal agar FelicitoCreate tidak kehilangan peluang yang ada.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha jasa desain grafis FelicitoCreate berada pada kondisi pembenahan ulang strategi. Mengingat kondisi internal perusahaan didominasi oleh kelemahan manajerial seperti ketiadaan visi yang jelas, manajemen waktu yang buruk, serta *branding* dan portofolio yang lemah, meskipun memiliki kekuatan dalam efisiensi struktur biaya.

Di sisi lain, faktor peluang terbukti lebih besar dibandingkan ancaman, terutama berkat akses pasar global melalui platform Freelancer.com dan tingginya permintaan dari negara maju, meskipun terdapat ancaman ketidakstabilan pendapatan dan persepsi negatif terhadap AI. Oleh karena itu, strategi utama yang dirumuskan adalah strategi WO (*Weakness-Opportunity*), yaitu upaya meminimalkan kelemahan internal melalui formalisasi manajemen, pembangunan *brand identity* profesional, dan disiplin operasional untuk memanfaatkan peluang eksternal secara maksimal.

Pemilik usaha jasa desain grafis Felicity Create harus segera menyusun visi bisnis yang terarah serta membangun *branding* dan portofolio profesional di media sosial seperti Instagram dan LinkedIn guna menciptakan *social proof* dan membedakan diri dari ribuan desainer lain. Selain itu, disarankan untuk menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang tegas dengan mencantumkan batasan jumlah revisi dalam setiap penawaran untuk menjaga efisiensi waktu, serta menerapkan manajemen keuangan defensif dengan mengalokasikan dana darurat untuk menghadapi periode sepi pesanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchari, A. (2013). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Budoyo, Y. K., & Suyanto, S. (2025). *Gig Economy Shakeup : How It's Reshaping Jobs, Paychecks and The World's Economy*. 9(1), 1–14.
- Drucker, P. F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.
- Fuertes, G., Alfaro, M., Vargas, M., Gutierrez, S., Ternero, R., & Sabattin, J. (2020). Conceptual Framework for the Strategic Management: A Literature Review - Descriptive. In *Journal of Engineering (United Kingdom)* (Vol. 2020). Hindawi Limited.
<https://doi.org/10.1155/2020/6253013>
- Guillebeau, C. (2012). *The \$100 Startup: Reinvent The Way You Make a Living, Do What You Love, and Create a New Future*. Crown Publishing Group.
- Hilal, R. S., & Wardani, D. T. K. (2023). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMK di Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya*. 1–12.
<https://doi.org/https://economics.pubmedia.id/index.php/jmsd/article/view/86>
- Jalil, Irfan, & Hamrin. (2019). *Entrepreneurial Opportunities in Art and Design as a Creative Economy Subsector*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education.
- Madura, Jeff. (2007). *Introduction to Business*. Thompson/South-Western.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyida, H. F., Syafei, A., & Nuha, M. U. (2025). The Evolving Field of Graphic Design: Challenges and Opportunities in the Integration of Artificial Intelligence. *International Journal of Graphic Design*, 3(1), 19–38.
<https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i1.2537>
- Schumpeter, J. (2008). *The Theory of Economic Development* (8th ed.). Transaction Publishers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung. <https://repo.undiksha.ac.id/17263/8/1915061025-DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>