

Studi Kelayakan Jasa Digital Ilustrasi pada Era Bisnis Digital

Hafis Ramadhan Setiawan¹, Kamaludin^{2*}

¹Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer, Institut Prima Bangsa Cirebon

²Manajemen Pendidikan Islam, Universitas Majalengka

* Corresponding Author. E-mail: kamaludin.abahrizka@gmail.com

Submitted: 09-11-2023

Accepted: 27-11-2023

Published: 30-11-2023

Abstract

This research aims to obtain the results of analysis and interpretation of market research data regarding the potential and market interest in digital illustration service businesses. This research focuses on studying the feasibility of domestic and foreign markets to meet digital illustration needs. This research uses a qualitative research approach with a descriptive type. The research results show that digital illustration services have good potential and market interest. This research contributes practically to the fact that business feasibility analysis is a strategy for increasing sales potential and determining market segmentation for digital illustration services.

Keywords: *feasibility study, services, digital illustration, digital business.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data riset pasar mengenai potensi dan minat pasar terhadap usaha jasa digital ilustrasi. Penelitian ini difokuskan pada studi kelayakan pasar dalam negeri maupun luar negeri untuk mengetahui posisi kebutuhan digital ilustrasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jasa digital ilustrasi memiliki potensi dan minat pasar yang baik. Penelitian ini berkontribusi secara praktis bahwa analisis kelayakan usaha merupakan sebuah strategi dalam peningkatan potensi penjualan dan penetapan segmentasi pasar jasa digital ilustrasi.

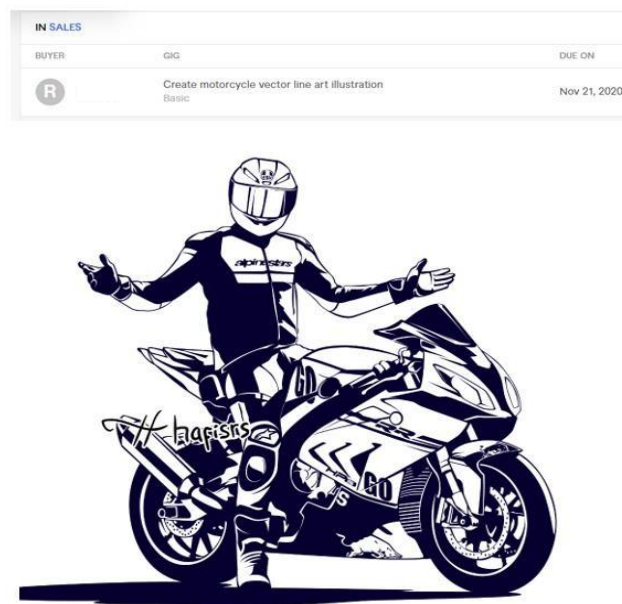
Kata kunci: studi kelayakan, jasa, digital ilustrasi, bisnis digital.

1. PENDAHULUAN

Teknologi makin berkembang ditahun 2023. Era digital merupakan era dimana setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain dengan lebih dekat meskipun terhalang oleh jarak geografis (Palinggi & Limbongan, 2020; Kamaludin, 2021). Revolusi digital merupakan salah satu bentuk globalisasi, yaitu proses integrasi yang dilakukan secara internasional karena adanya pertukaran pandangan dunia, ide, produk, dan berbagai aspek budaya lainnya karena perbaikan dalam infrastruktur telekomunikasi internet dan moda transportasi (Hardiman, 2018; Vasthy, 2020; Dwi Tsoraya et al., 2023). Era digital memudahkan manusia dalam melakukan berbagai macam kegiatan. Digitalisasi dalam era digital bukanlah suatu hal yang asing. Digitalisasi sudah menjadi bagian hidup manusia, begitu pun hal nya terjadi pada bidang seni.

Berkaitan dengan usaha ilustrasi digital, perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas portofolio yang dimiliki guna bersaing dengan kompetitor dan meraih kepercayaan calon pembeli. Alur kerja yang diterapkan mulai dari mencari calon pembeli. Selanjutnya, mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh calon pembeli tersebut. Setelah itu menawarkan solusi terbaik yang bisa diberikan. kemudian, bernegosiasi dengan budget yang disiapkan oleh calon pembeli. Jika sudah menemukan kata sepakat, maka akan langsung menjalankan project. Setelah itu, penyedia jasa akan mengirimkan hasil kerja yang telah dilakukan selama kurun waktu tertentu. Jika tidak ada revisi, maka project selesai. Jika masih ada hal-hal yang dianggap kurang, maka pembeli berhak untuk mendapatkan layanan purna jual yaitu dalam bentuk revisi yang telah disepakati sebelumnya.

Ilustrasi digital merupakan aktivitas menggambar pada komputer menggunakan perangkat lunak khusus, bukan dilakukan dengan menggunakan kertas dan cat seperti yang dilakukan oleh seseorang pada umumnya. Dengan bantuan teknologi, penyedia jasa dapat mengubah gambarnya menjadi gambar digital. Hal ini memberi peluang yang lebih besar bagi penyedia jasa untuk menghasilkan desain dan inovasi yang berbeda (Kamaludin, 2019). Penggunaan program dan alat komputer khusus menjadikan karya seni digital ilustrasi menjadi lebih berkualitas.



Gambar 1. Contoh jasa digital ilustrasi

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Berliandika et al., (2021) menunjukkan bahwa identifikasi strategi *Sustainable Business Model Innovation* (SBMI) pada industri fashion digital ilustrasi dalam meningkatkan perilaku serta kesadaran konsumen akan produk dalam negeri dan produk ramah lingkungan perlu membuat alur ceritabisnis dan konsep yang ditawarkan untuk meningkatkan penjualan, melakukan sistem *pre-order* untuk mengurangi limbah, menggunakan bahan *eco-friendly*, melakukan kegiatan sosial, dan lingkungan hidup, serta memaksimalkan kegiatan penjualan secara *online*. Sedangkan penelitian Ariella et al., (2022) menunjukkan bahwa pembuatan karya desain karakter dibutuhkan proses kreatif, lewat mempelajari informasi, atau menyusun ide yang akhirnya dapat melahirkan desain karakter yang baik. Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian Ramadhan & Islam (2022) menunjukkan bahwa sebuah proses grafis yang

memperjelas suatu kalimat dalam sebuah naskah untuk menunjukkan pengertian bagi pembacanya, Selain itu ilustrasi memiliki fungsi untuk memperindah tulisan atau naskah agar terlihat hidup.

Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengkaji bagaimana melakukan riset pasar bagi usaha jasa digital ilustrasi untuk menilai potensi dan minat pasar bagi usaha jasa digital ilustrasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil analisis dan interpretasi data riset pasar mengenai potensi dan minat pasar terhadap usaha jasa digital ilustrasi dan memperoleh strategi peningkatan daya saing usaha jasa digital ilustrasi. Penelitian ini berkontribusi secara praktis pada peningkatan potensi penjualan dan penetapan segmentasi pasar jasa digital ilustrasi melalui studi kelayakan jasa digital ilustrasi.

2. METODE

Fokus penelitian yang dikaji dalam penelitian ini adalah menganalisa kelayakan pasar dalam negeri maupun luar negeri berkaitan dengan jasa digital ilustrasi. Studi kelayakan adalah proses identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif untuk membantu manajemen membuat keputusan yang berhubungan dengan identifikasi dan penyelesaian masalah dalam bidang pemasaran (Malhotra, 2005). Oleh sebab itu studi kelayakan berperan penting pada situasi ini untuk menilai potensi dan minat pasar terhadap ide pengembangan produk yang akan dilakukan, agar dapat mengurangi segala resiko yang mungkin terjadi. Studi kelayakan pada penelitian ini juga berguna untuk memperoleh strategi peningkatan daya saing yang tepat sehingga usaha yang telah dirintis dapat terus bertahan dan berkembang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu pada bulan Februari 2023 sampai dengan April 2023, dengan tempat penelitian di Desa Astapada, Kecamatan Tengah Tani, Kabupaten Cirebon. Responden penelitian berjumlah 13 responden dengan delapan orang responden yang berada di daerah Cirebon. Sementara ulasan lima orang responden dari luar negeri. Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui observasi, wawancara, dan penyebaran angket serta melakukan triangulasi terhadap teknik pengumpulan data yang dilakukan agar memperoleh data yang jenuh dan valid. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif (*Interactive Model of Analysis*) melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan kuisisioner dilakukan ketika *brainstorming* telah tersusun. Setelah hasil *brainstorming* disusun maka dapat menjadi dasar dalam perancangan sebuah kuesioner. Dalam kasus ini target calon pembeli yang diambil adalah laki-laki dan perempuan usia 18-30 tahun dan industri kreatif, sebab jasa ilustrasi digital ini lebih banyak dibutuhkan oleh masyarakat remaja dibandingkan usia paruh baya maupun balita yang tertera pada tabel 1 dan hipotesis serta pertanyaan dasar pada tabel 2.

Tabel 1. Menetapkan target konsumen

Menetapkan Target Konsumen	
Jenis kelamin	Laki-laki atau perempuan dan industri kreatif
Rentang usia	18-30 Tahun
Pekerjaan	Pelajar, Mahasiswa, Pegawai swasta/negeri, Wiraswasta, Pengusaha
Rentang pendapatan perbulan	≥ Rp.500.000,-
Hobi	Tertarik dengan dunia digital dan industri kreatif
Karakteristik penting lainnya	Menyukai gambar ilustrasi digital
Keuntungan jika pembeli menggunakan jasa ilustrasi digital	Mendapatkan ilustrasi digital yang dapat digunakan ke dalam berbagai media

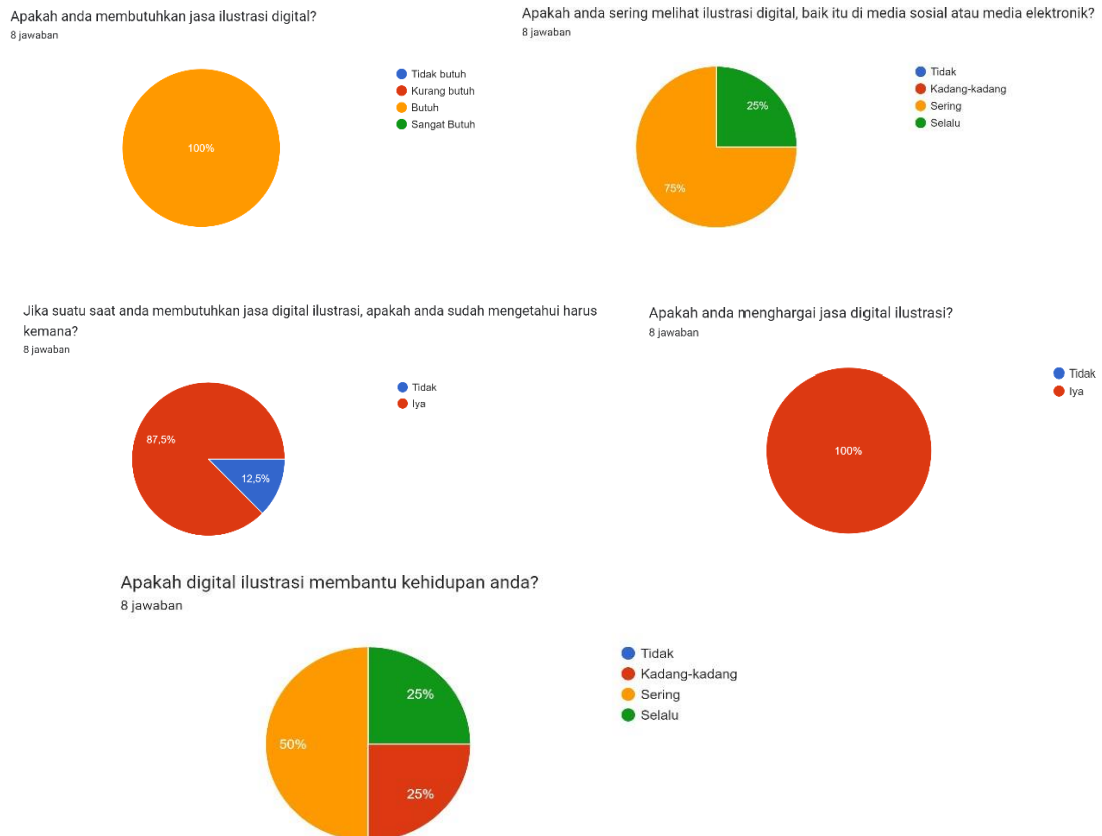
Tabel 2. Menyusun Hipotesis dan Pertanyaan Dasar

Menyusun Hipotesis dan Prtanyaan Dasar	
Bisnis yang akan diuji	Jasa desain ilustrasi digital
Hipotesis yang akan diuji	Jasa desain ilustrasi digital oleh Hafisrs diminati pembeli untuk mempermudah kehidupan mereka
Pertanyaan Dasar	Jawaban
Apakah pasar membutuhkan jasa ilustrasi digital	Masih banyak calon konsumen yang belum membutuhkan jasa ilustrasi.
Apakah pasar mengetahui ilustrasi digital	Terdapat konsumen yang mengetahui ilustrasi digital dan merasakan manfaat darinya.
Apakah pasar mengetahui bagaimana cara untuk mendapatkan jasa ilustrasi digital	Banyak konsumen yang mencari jasa ilustrasi dari media sosial.
Apakah pasar menghargai jasa ilustrasi digital	Iya, Sebagian besar konsumen menghargai jasa ilustrasi digital.
Apakah pasar terbantu dengan kehadiran ilustrasi digital	Iya, Pasar terbantu dengan kehadiran ilustrasi digital.

Tabel 2. berupa hipotesis dan pertanyaan dasar. Dilihat dari data tersebut menunjukkan bahwa peluang usaha jasa ilustrasi digital terbilang menjanjikan. Dugaan tersebut didukung dengan banyaknya penggunaan ilustrasi digital untuk berbagai macam keperluan.

3.1 Kuesioner

Berkaitan dengan jawaban dari pertanyaan dasar riset, kuesioner yang telah disusun pada tahap sebelumnya kepada delapan orang responden yang berada di daerah Cirebon.



Gambar 2. Hasil Kuisisioner 1

Pada pertanyaan pertama apakah anda membutuhkan jasa ilustrasi digital? seluruh responden menjawab butuh. Pertanyaan kedua Apakah anda sering melihat ilustrasi digital, baik itu di media sosial atau media elektronik? Dua responden menjawab selalu sementara enam responden menjawab sering. Pertanyaan ketiga Jika suatu saat anda membutuhkan jasa digital ilustrasi, apakah anda sudah mengetahui harus kemana? Tujuh responden mengetahui sementara satu responden tidak mengetahui. Pertanyaan keempat Apakah anda menghargai jasa digital ilustrasi? Semua responden menjawab iya. Pertanyaan terakhir Apakah digital ilustrasi membantu kehidupan anda? Dua responden menjawab selalu, empat responden menjawab sering, sementara dua responden menjawab kadang-kadang. Berdasarkan data yang telah diamati di atas dapat diketahui bahwa respon pasar terhadap usaha jasa ilustrasi digital cukup diminati.

3.2 Ulasan

Lima orang responden telah memberikan ulasan sebagai berikut:



I'm a repeat customer of Hafisrs, thank you so much for another great design!

Published 1 month ago

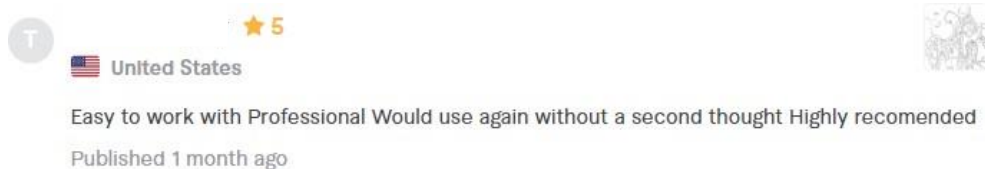
Gambar 3. Ulasan pertama

Ulasan yang pertama datang dari Australia. Dia mengatakan bahwa *I'm a repeat customer of Hafisrs, thank you so much for another great design!* Dapat diartikan bahwa dia adalah pembeli langganan dari penyedia jasa dan dia juga mengapresiasi atas desain menarik yang saya buat.



Gambar 4. Ulasan kedua

Ulasan kedua berasal dari Amerika. Dia mengatakan *Did exactly what I was ecpecting* yang berarti sesuai dengan apa yang ekspektasinya.



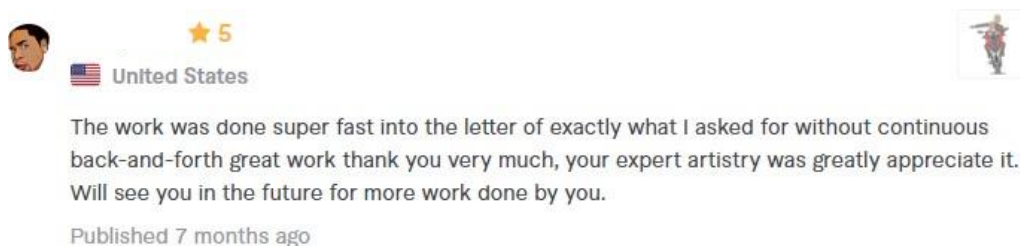
Gambar 5. Ulasan ketiga

Ulasan ketiga berasal dari Amerika juga. Dia mengatakan *Easy to work with professional would use again without a second thought highly recommended* artinya adalah mudah bekerja dengan seorang professional dan akan memakai jasa dari penyedia jasa lagi dan merekomendasikannya.



Gambar 6. Ulasan keempat

Ulasan keempat berasal dari Singapura. Dia mengatakan *Never disappoint, always good!* yang berarti tidak mengecewakan dan selalu bagus.



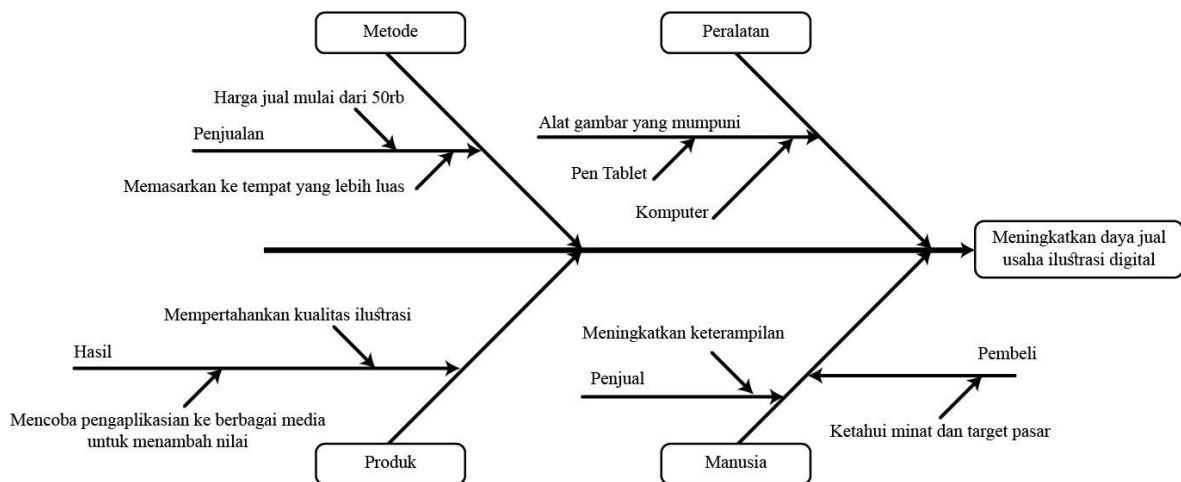
Gambar 7. Ulasan kelima

Ulasan kelima dari Amerika. Dia mengatakan *The work was done super fast into the letter of exactly what I asked for without continuous back-and-forth great work thank you verymuch, your expert artistry was greatly appreciate it. Will see you in the future for more work done by you.* Dapat dipahami bahwa dia menyukai kinerja penyedia jasa karena super cepat sesuai apa yang telah dia katakan. Dia sangat mengapresiasi kinerja dari penyedia jasa dan akan menggunakan jasanya kembali.

Beberapa ulasan yang telah dirangkum dapat disimpulkan bahwa jasa digital ilustrasi telah memberikan banyak kemudahan kepada para pembelinya. Hasil yang diterima pembeli sesuai dengan apa yang mereka harapkan dan mereka sangat mengapresiasi hadirnya jasa ilustrasi digital.

3.2 Strategi Peningkatan Daya Saing

Brainstorming adalah tahap awal yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai langkah untuk mengumpulkan masalah yang terjadi pada usaha jasa ilustrasi digital yang diteliti. Melalui proses ini, berbagai masukan *brainstorming* dikumpulkan untuk memecahkan sebuah masalah dan menyusun strategi pelaksanaan pemecahan masalah tersebut.



Gambar 8. Fishbone diagram

Fishbone diagram atau diagram tulang ikan (disebut juga diagram Ishikawa atau diagram sebab-akibat) adalah teknik grafis untuk menunjukkan beberapa sebab dari peristiwa atau fenomena tertentu. Secara khusus, diagram tulang ikan (bentuknya mirip dengan kerangka ikan) adalah alat umum yang digunakan untuk analisis sebab dan akibat untuk mengidentifikasi interaksi penyebab yang kompleks untuk masalah atau peristiwa tertentu. Diagram sebab akibat ini diciptakan oleh Ishikawa (1990) dalam bidang penelitian manajemen (Saxena, 2019). Secara umum, diagram Fishbone dapat digunakan sebagai representasi visual yang tepat dari fenomena yang melibatkan penyelidikan berbagai faktor sebab-akibat dan bagaimana mereka saling berhubungan (Ayverdi et al., 2014).

Dari gambar 9, *Fishbone* diagram tersebut didapatkanlah strategi untuk meningkatkan daya saing. Produk yang dihasilkan harus berkualitas tinggi supaya pembeli tidak kecewa dan puas (Wahyudi & Kristiano, 2019; Fadhli & Pratiwi, 2021; Putri et al., 2021). Produk yang dihasilkan juga harus dicoba untuk diterapkan pada media lainnya supaya memperluas penggunaan ilustrasi digital. Penjualan ilustrasi digital dimulai dari harga Rp. 50.000,- untuk mendapatkan detail dan kualitas maksimal. Serta memasarkan ilustrasi digital pada ranah yang lebih luas lagi. Peralatan yang digunakan setidaknya harus mumpuni demi menunjang kebutuhan ilustrasi digital yang pada akhirnya akan berdampak pada kualitas hasil akhir.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari riset pasar yang telah dilakukan diantaranya yaitu observasi yang telah dilakukan didapat hasil yang cukup memuaskan. Para responden mengatakan bahwa 25% mengatakan bahwa mereka terkadang membutuhkan ilustrasi digital. Kemudian, 12,5% mengatakan tidak mengetahui bagaimana cara menghubungi usaha jasa ilustrasi digital. Berkaitan dengan hal tersebut, 75% mengatakan sering melihat sedangkan 25% selalu melihat ilustrasi digital baik di media sosial maupun media elektronik serta semua responden sepakat bahwa mereka membutuhkan ilustrasi digital. Hasil ulasan sangat positif, konsumen yang telah menggunakan jasa ilustrasi digital tidak pernah merasa kecewa. Keterampilan dan alat-alat yang mumpuni dapat menghasilkan ilustrasi digital yang berkualitas.

Penelitian ini hanya dilakukan pada populasi dan wilayah penelitian yang terbatas sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada populasi yang dan wilayah penelitian yang lebih luas lagi mencakup kabupaten, provinsi, maupun negara sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih bersifat umum.

5. REFERENSI

- Ariella, R., Rori, Y., & Wahyudi, A. T. (2022). Proses Kreatif Pembuatan Desain Karakter Dalam Karya Ilustrasi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(0), 9. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/12241>
- Ayverdi, L., Nakiboğlu, C., & Aydin, S. Ö. Z. (2014). Usage of Graphic Organizers in Science and Tecnology Lessons. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 4264–4269. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.929>
- Berliandika, B., Isfianadewi, D., & Priyono, A. (2021). Strategi Sustainable Business Model Innovation pada Industri Fashion Digital Ilustrasi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 46–60. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3798>
- Dwi Tsoraya, N., Asbari, M., & Pratiwi, A. (2023). Revolusi Digital: Meningkatkan Relasi, Mengurangi Intensi. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 34–38. <https://literaksi.org/index.php/jmp/article/view/15>
- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Hardiman, F. B. (2018). Manusia Dalam Prahara Revolusi Digital. *Diskursus - Jurnal Filsafat Dan Teologi Stf Driyarkara*, 17(2), 177–192. <https://doi.org/10.36383/diskursus.v17i2.252>
- Kamaludin, K. (2019). Analisis Soft Skill Bagi Pelaku Usaha Mikro Dalam Persaingan

- Bisnis Modern. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 4(3), 110–123.
- Kamaludin, K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Era Revolusi Industri 4.0. *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 10(1), 1–19. <https://doi.org/10.24235/edueksos.v10i1.6371>
- Malhotra, N. K. (2005). *Marketing Research An Applied Orientation I*. USA: Prentice Hall.
- Palinggi, S., & Limbongan, E. C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNASRISTEK)*, 4(1), 225–232. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v4i1.2543>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1). <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Ramadhan, M., & Islam, M. A. (2022). Perancangan Ilustrasi Cerita Rakyat Kebo Kicak Karang Kejambon Pada T-Shirt Sebagai Suvenir Kabupaten Jombang. *Barik*, 4(1), 62–76. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/48252%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/download/48252/40301>
- Saxena, S. (2019). The Fishbone diagram to identify, systematize and analyze the sources of general purpose technologies. *Journal of Social and Administrative Sciences*, 2(2), 53–61.
- Vasthy, G. S. (2020). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 2(1), 113–120.