



# MENGOPTIMALKAN PENGALAMAN PENGGUNA : MENINGTEGRASIKAN PRINSIP DESAIN BERKELANJUTAN DAN INOVASI BISNIS DIGITAL

Fauzi Albas | Kania Kurniastutik | Mochamad Rijki Ramdani  
| Dana Budiman

Editor  
Dr. Ir. Dana Budiman, Msi

fauzialbas910@gmail.com  
kurniastutikk@gmail.com  
mrijkiramdani@gmail.com  
dana.budiman@nusaputra.ac.id

Sukabumi, Januari  
2024

MENGOPTIMALKAN PENGALAMAN PENGGUNA:  
MENGINTEGRASIKAN PRINSIP DESAIN BERKELANJUTAN  
DAN INOVASI BISNIS DIGITAL

Fauzi Albas  
Kania Kurniastutik  
Mochamad Rijki Ramadani  
Dana Budiman



**TAHTA MEDIA GROUP**

## UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# MENGOPTIMALKAN PENGALAMAN PENGGUNA: MENGINTEGRASIKAN PRINSIP DESAIN BERKELANJUTAN DAN INOVASI BISNIS DIGITAL

Penulis:

Fauzi Albas

Kania Kurniastutik

Mochamad Rijki Ramadani

Dana Budiman

Desain Cover:

Tahta Media

Editor:

Dr. Ir. Dana Budiman, Msi

Proofreader:

Tahta Media

Ukuran:

v,42, Uk: 15,5 x 23 cm

QRCBN: 62-415-4458-360

Cetakan Pertama:

Februari 2024

Hak Cipta 2024, Pada Penulis

---

Isi diluar tanggung jawab percetakan

---

**Copyright © 2024 by Tahta Media Group**

All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau  
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT TAHTA MEDIA GROUP**  
**(Grup Penerbitan CV TAHTA MEDIA GROUP)**  
Anggota IKAPI (216/JTE/2021)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas karunia, nikmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas e-book monograf ini untuk program akademik. Salam dan shalawat untuk Nabi Muhammad (SAW) yang kami haturkan. Kami juga mengakui dukungan penting dari orang tua, teman, penerbit, dan sejumlah orang lain yang tidak dapat kami ucapkan terima kasih secara individu karena telah membantu kami menyelesaikan buku ini.

Judul "Mengoptimalkan Pengalaman Pengguna: Mengintegrasikan Prinsip Desain Berkelanjutan Dan Inovasi Bisnis Digital" menguraikan langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan proyek inovasi bisnis digital yang berkelanjutan. Kejadian tak terduga tentu memberikan rintangan untuk proses e-book monograf ini, mengharuskan penulis untuk mengerahkan upaya yang signifikan selama fase persiapan dan pengumpulan data.

Banyak masalah, hambatan, dan kesulitan yang dimiliki penulis saat membuat buku ini hampir membuatnya menyerah. Namun, penulis tidak dapat meremehkan bantuan, dukungan, dan dorongan yang diterima dari berbagai individu untuk menyelesaikan tesis ini. Pada akhirnya, penulis sampai pada kesimpulan bahwa e-book monograf ini masih jauh dari harapan dan kesempurnaan, dengan beberapa kekurangan. Untuk membantu e-book monograf ini menjadi lebih baik di masa depan, karena penulis menghargai rekomendasi dan kritik yang bermanfaat.

Sukabumi, Februari 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
BAB I PENDAHULUAN .....	1
BAB II Inovasi Bisnis Digital Berkelanjutan .....	4
2.1    Bisnis Digital .....	4
2.2    Digital & UMKM .....	5
2.3    Inovasi Bisnis Berkelanjutan .....	8
BAB III PENGALAMAN UMKM YANG MEMENUHI PRINSIP DESAIN .....	10
3.1    Kondisi Umkm Saat Ini .....	10
3.2    Desain Grafis di Era Digital .....	11
3.3    Pengalaman yang Memenuhi Prinsip Desain .....	15
BAB IV PROFIL UMKM DESAIN GRAFIS .....	17
4.1    Industri Percetakan .....	17
4.2    Profil UMKM Percetakan .....	19
BAB V PEMBAHASAN .....	23
5.1    Strategi Pemasaran UMKM Percetakan Di Sukabumi .....	23
5.2    Analisis SWOT Percetakan Di Sukabumi .....	25
5.3    Bauran Pemasaran .....	28
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	30
6.1    Kesimpulan .....	30
6.2    Saran .....	32
DAFTAR PUSTAKA .....	34
PROFIL PENULIS .....	41



# BAB I

## PENDAHULUAN

---

Mengingat betapa cepatnya teknologi berkembang, ada banyak teknopreneur muda yang sedang naik daun di Indonesia yang kreatif dan mampu meningkatkan perekonomian negara. Baik kompetensi bisnis maupun teknologi adalah prasyarat untuk menjadi technopreneur yang sukses. Wisaksono dan Nurmida (2017) menyatakan bahwa selain keahlian dalam keterampilan teknologi seperti inovasi, penawaran dan permintaan teknologi, manajemen hak milik, atau HKI, dan desain produk atau kemasan, pengembangan technopreneurship membutuhkan keterampilan bisnis seperti kewirausahaan, pemasaran, perencanaan bisnis, dan manajemen bisnis.

Technopreneur adalah pebisnis yang menggunakan teknologi untuk menciptakan ide-ide yang menurut masyarakat umum menarik. Secara umum, technopreneur mengoperasikan perusahaan mereka secara berbeda dari pengusaha tradisional. Bisnis technopreneur memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar, menunjukkan hubungan erat antara kewirausahaan, inovasi, dan pengembangan teknologi. (Sahnaz, 2020).

Organisasi dalam bisnis adalah sistem yang terdiri dari beberapa subsistem dengan input, proses, dan output. Selain itu, tidak mungkin untuk mengisolasi entitas komersial dari sistem yang lebih luas, seperti sistem ekonomi yang berkembang yang berdampak pada mereka baik secara langsung maupun tidak langsung (Alteza, 2011).

Menurut Hasolan (2018), bisnis mencakup serangkaian tindakan yang bertujuan memaksimalkan keuntungan melalui penciptaan barang dan jasa, memenuhi kebutuhan sehari-hari, dan meningkatkan standar hidup melalui penggunaan sumber daya yang sudah ada. Kegiatan ini dapat dilakukan secara individu atau kelompok.

Selama 20 tahun terakhir, perubahan signifikan telah dibawa oleh dunia digital, internet, dan seluler. Dunia analog di masa lalu telah berkembang menjadi lebih cepat dan lebih efisien berkat kemajuan digital. Dunia digital dapat terhubung ke tempat lain melalui arsitektur internet. Informasi dapat dikirim dengan cepat antar lokasi sebagai konsekuensinya. Pada akhirnya,



teknologi seluler meningkatkan penggunaan dunia digital menjadi produk yang demokratis, terjangkau, dan dapat diakses secara luas yang dapat memenuhi tuntutan sehari-hari.

Karena begitu banyak orang di Indonesia memanfaatkan internet, tidak mungkin untuk mengabaikan pertumbuhan besar yang telah dilihat oleh industri pemasaran digital negara ini selama lima tahun terakhir. Setelah China, India, dan Jepang, Indonesia memiliki basis pengguna internet terbesar keempat di Asia. Dengan 30 juta pengguna internet, Indonesia berada di posisi ke-16 secara global dalam hal pengguna internet. Karena dampak internet yang signifikan terhadap kehidupan sosial masyarakat Indonesia, pemilik perusahaan didorong untuk menggunakan platform media sosial untuk perusahaan mereka.

Bahkan desain yang indah pada akhirnya akan menjadi kuno. Sebuah desain, betapapun bagusnya, hanyalah sementara. Terkadang desain harus diperiksa relevansi dan kepraktisannya. Hal ini dapat mengakibatkan lebih sedikit produk yang dijual karena target pelanggan yang lebih muda mungkin tidak memperhatikan produk karena desainnya. Sebagai konsekuensi dari melakukan penelitian pada media ini, desain ulang logo dibuat dan diimplementasikan ke berbagai platform komunikasi visual, termasuk set alat tulis, profil bisnis cetak, pedoman merek, dan merchandising. Fase desain meliputi sketsa, menggambar ulang digital dengan Adobe Illustrator CC, pewarnaan dan pengaturan objek, mencetak pada berbagai media, dan tenaga kerja konstruksi. Perpaduan bidang, warna, dan ukuran dalam elemen desain logo menghasilkan logotype yang menangkap esensi bisnis dengan sempurna. Tiga warna kuning, merah, dan biru yang digunakan dalam logotype membentuk komponen warna dalam desain ini.

Seorang desainer adalah orang kreatif yang menggunakan fashion untuk menyampaikan pikiran dan ide-idenya. Sebuah desain diproduksi dengan mengintegrasikan ilmu seni dan komponen tambahan - tambahan ke dalam proses pemikiran yang komprehensif. Komponen yang membentuk desain dan membuatnya dapat dibaca oleh orang lain. Di sini, "elemen" mengacu pada elemen yang terlihat, juga dikenal sebagai elemen visual. Garis, arah, bentuk, tekstur, ukuran, nilai, dan warna membentuk komponen desain ini. Seorang desainer dapat membuat visinya menjadi kenyataan dengan bantuan komponen grafis ini.

Menurut Suyanto (2004: 37), karya dua dimensi dengan beberapa fungsi yang terkait untuk membentuk keseluruhan terdiri dari komponen dasar desain. Komponen dasar desain adalah Nilai Kontras, Garis, Bentuk, Warna, dan Tekstur. Suyanto (2004: 190) mengidentifikasi keseimbangan, hierarki visual, kesatuan, dan ritme sebagai elemen dasar desain. Memahami ide-ide ini diperlukan untuk menciptakan desain grafis yang berkualitas.

Prinsip yang dikenal sebagai "hierarki visual" mengatur komponen yang terkait erat dengan titik utama dalam urutan perhatian. Mengutamakan kepentingan seseorang di atas orang lain dikenal sebagai titik fokus (Suyanto 2004: 61). Untuk menghasilkan bentuk dengan kesatuan arah dan gerak yang menunjukkan koherensi potongan-potongannya, ritme adalah pengaturan elemen visual yang berulang dan berkelanjutan (Sunaryo 2002: 35). Menurut Suyanto (2004:57), kesatuan dalam desain mengacu pada bagaimana semua komponen presentasi grafis disusun. Di antara dasar-dasar menciptakan kesatuan adalah aliran, grid, koneksi, dan penyelarasan.

## DAFTAR PUSTAKA

---

- Adelia, D., Muhammad Adil, and Amelia Rezky Amin, 'ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA CERMIN STAND KAYU Kurikulum Dan Teknologi Pendidikan', 8 (2020), 149–62
- Aini, Edlyn Khurotul, Ferina Nurlaili, and Priandhita Sukowidyanti Asmoro, 'Pengaruh Opportunity Recognition Dan Inovasi Model Bisnis Pada Kinerja Bisnis Industri Modest Fashion', *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.3 (2021), 805–14
- Aisyah, Esy Nur, Diah Ayu Septi Fauji, Ismayantika, Dyah Puspari, Erna Retno Rahadheng, Dewi Nurjanah, and others, *Transformasi Bisnis Digital*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI, 2021
- Amijaya Kamaluddin, Laode, 'YUME: Journal of Management Pengembangan Platform Bisnis Digital Terintegrasi Berbasis Komunitas Sebagai Perwujudan Costumer Relationship Management', *Journal of Management*, 4.2 (2020), 128–38  
<<https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>>
- Anwar, Khairul, and Afidah Rozi Anti, 'Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada Rumahgrafika Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam', *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6.2 (2023), 81–90 <<https://doi.org/10.30598/manis.6.2.81-90>>
- Aprillia, Nissa Mutia, Tarisya Ramadhan, and Haikal Ramdhan, 'Pendekatan Lean Startup Untuk Inovasi Dalam Model Bisnis Ramah Lingkungan Dan Kewirausahaan Digital Pendekatan Lean Startup Untuk Inovasi Dalam Model Bisnis Ramah Lingkungan Dan Kewirausahaan Digital'
- Arianto, Bambang, 'Pengembangan UMKM Digital Di Masa Pandemi Covid-19', *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 6.2 (2021), 233–47 <<https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i2.512>>
- Aribowo, Handy, and Alexander Wirapraja, 'Vuca 1', 9 (2018), 51–58
- Arifin, Irfan, Bakhrani A Rauf, Arifin Ahmad, and Universitas Negeri Makassar, 'Inovasi Melalui Desain : Model R & D Yang Diperbarui Dengan Metode Perancangan Desain Grafis Pada Konteks Pengembangan Buku Ajar Yang Kreatif', 10.2 (2023), 196–206
- Ariyani, Asri Dwi, Rosa Nikmatul Fajri, Nila Hidayah, Meutia Layli, Dani

- Fikri Setiawan, Silvia Waning, and others, 'Bisnis Digital Untuk Pelaku Umkm', 7.1 (2023), 5–12
- Aulia, Rizka, and Nuri Aslami, 'The Role of Change Management in Facing Challenges and Optimizing Opportunities in the Digital Age', *Journal of Nusantara Economic Science (JNES) e-ISSN*, 1.2 (2023), 2986–9463 <<https://nafatimahpustaka.org/jnes/article/download/90/47>>
- Avriyanti, Shinta, 'Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Bisnis Digital Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong )', *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5.1 (2021), 60–74 <<https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>>
- Azizah, Faridah Nur, and Maharani Ikaningtyas, 'Pengembangan Model Bisnis Berkelanjutan Untuk UMKM Kerupuk Udang Dan Payus Di Era Digital Development Of Sustainable Business Model For MSME of Shrimp Crackers And Payus In The Digital Era', *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 1.3 (2023)
- Berliandaldo, Mahardhika, Angga Wijaya Holman Fasa, Siti Kholiyah, Achmad Chodiq, and Tommy Hendrix, 'Transformasi Digital Dan Strategi Pengembangan Bisnis Umkm Yang Adaptif Dan Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19', *Jurnal Analis Kebijakan*, 4.2 (2021), 54–73 <<https://doi.org/10.37145/jak.v4i2.468>>
- Berliandika, Beata, Dessy Isfianadewi, and Anjar Priyono, 'Strategi Sustainable Business Model Innovation Pada Industri Fashion Digital Ilustrasi', *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13.1 (2021), 46–60 <<https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3798>>
- Christian, Sugiarto, and Devan, 'Perlukah Innovation Speed Bagi Keberlanjutan Bisnis Jangka Panjang Pada UMKM?', *Ekonomi Dan Bisnis*, 2018, 52–68
- Diandra, D, and E Syahputra, 'Covid-19 Dan Strategi Bertahan Bisnis Di Era Inovasi Digital: Dalam Perspektif Kapabilitas Digital Keunggulan Sumber Daya', *Prosiding Industrial Research ...*, 2021, 4–5 <<https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2887/2238>>
- Diva Nabilah, Larissa, Sonja Andarini Universitas Pembangunan Nasional, Jawa Timur Alamat, Jl Raya Rungkut Madya No, Gunung Anyar, and

- Jawa Timur, ‘Penyuluhan Tentang Pentingnya Inovasi Dan Kemasan Dalam Penerapan Digital Marketing Di Era Revolusi Industri 4.0 Pada UMKM Di Desa Ngepoh’, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2.3 (2023), 67–77
- Eman Sulaiman, Cucu Handayani, and Susi Widyastuti, ‘Transformasi Digital Technology-Organization-Environment (Toe) Dan Inovasi Difusi E-Business Untuk Umkm Yang Berkelanjutan: Model Konseptual’, *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7.1 (2021), 51–62 <<https://doi.org/10.36805/manajemen.v7i1.1947>>
- Epinda, Teguh, and Yuhendri LV, ‘Inovasi Dan Literasi Keuangan : Faktor Penting Untuk Keberlanjutan Usaha’, *Journal of Student Research (JSR)*, 1.4 (2023), 415–27
- Fathara, Richa Nahdalaily, Margo Purnomo, and Ratih Purbasari, ‘Society Social Model Corporate’, *Jimpa Stebis Igm*, 1.2 (2021), 225–38
- Firmansyah, Deri, and Dede, ‘Kinerja Kewirausahaan: Literasi Ekonomi, Literasi Digital Dan Peran Mediasi Inovasi’, *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1.5 (2022), 745–62 <<https://doi.org/10.55927/fjas.v1i5.1288>>
- Hadiono, Abdi Fauji, and Islamiatul Khasanah, ‘Analisis Brosur Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Ditinjau Dari Aspek Desain Grafis’, *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 15.1 (2023), 126–45 <<https://doi.org/10.30739/darussalam.v15i1.2539>>
- Hayati, Triyas Nur, ‘Financial Technology Sebagai Instrumen Inklusi Keuangan Menuju Bisnis Berkelanjutan Di Era Vuca’, *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 13.2 (2022), 1 <<https://doi.org/10.36694/jimat.v13i2.421>>
- Hendrian, Sukma, Arif Rohman Hakim, Akhmad Syafii, Universitas Catur, and Insan Cendekia, ‘STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS : STUDI KOMPARATIF PADA INDUSTRI RITEL’, 6 (2023), 2348–53
- Hiswara, Abrar, and Noeman Achmad, ‘Pelatihan Desain Grafis Bagi Siswa SMK Global Persada Mandiri Bekasi’, *Journal Of Computer Science Contributions (JUCOSCO)*, 2.1 (2022), 70–78 <<https://doi.org/10.31599/jucosco.v2i1.936>>
- Jamilati, Novia, Mahasiwa Manajemen, Universitas Trunojoyo Madura,

- Dosen Manajemen, and Universitas Trunojoyo Madura, 'Penggunaan Teknologi Digital Untuk Meningkatkan Kinerja Pengelola Pariwisata Berkelanjutan Studi Kasus Di Kabupaten Bangkalan', 3 (2023), 154–69
- Karyawan, Untuk, and Di Batam, 'Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Adobe Illustrator', 4.4 (2023), 3743–50
- Khomah, Isti, Mohamad Harisudin, Erlyna Wida Riptanti, and Nuning Setyowati, 'Implementasi Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UKM Peyek Bunder', 2022, 321–29
- Khourouh, Umu, Christina Sri Ratnaningsih, and Bayu Rahayudi, 'Inovasi Dan Daya Saing UMKM Di Era New Normal: Dari Triple Helix Model Ke Quadruple Helix Model', *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9.2 (2021), 152–62 <<https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.6718>>
- Kirana, Angelika, Yanuar, Mohamad Saifudin, Muhammad, Miftachul Mukhlisin, Nina Fatmawati, and Mochammad, Isa Ansori, 'Transformasi Digital Terhadap Sumber Daya Manusia Sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan', 2.4 (2023), 19–36 <<https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>>
- Limburg, Michael, 'Computer to Plate, Computer to Press', 1997, 49–63 <[https://doi.org/10.1007/978-3-642-59079-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-642-59079-5_3)>
- Mulyani, Yani Sri, Taufik Wibisono, and Agung Baitul Hikmah, 'Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi', *Penelitian Manfaat Media Sosial Untuk Pemasaran*, 11.1 (2022), 3 <<http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>>
- Nanda Hidayati, Esti Handayani, and Nur Wahyuning Sulistyowati, 'Inovasi Berkelanjutan: Pendekatan Kolaboratif Untuk Mengatasi Tantangan Sosial-Ekonomi Di Provinsi Jawa Barat', *Jurnal Pengabdian West Science*, 2.6 (2023), 460–67 <<https://doi.org/10.58812/jpws.v2i6.451>>
- Nasution, Shinta, and Riny Kusumawati, 'ANALISIS DAMPAK PEMANFAATAN INOVASI DIGITAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI KABUPATEN BOGOR TAHUN 2022 IMPACT ANALYSIS OF THE UTILIZATION OF DIGITAL INNOVATION ON THE QUALITY OF PUBLIC SERVICE IN BOGOR REGENCY IN 2022 Saat Ini , Inovasi Daerah Menja', *Bina: Jurnal Pembangunan Daerah*, 1.2 (2022)
- Nathaniela Christy, Thalea, Nur Afia, Nuzula Firdausi, Elsa Rosyidah, and

- Agung Purnomo, 'Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan', *Journal of Cleaner Production*, 45 (2022), 9–19
- Permana, Anju Oktaviandri, and Fuad Erdansyah, 'Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, Dan Warna Pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019', *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5.1 (2022), 102–10 <<https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>>
- Pertiwi, Annisa Bela, Mario Rinaldi, Budiman, Rudy Farid, and Muhammad Firdaus Benyamin, 'Peningkatan Promosi UMKM Desa Karyawan Parongpong Bandung Barat Melalui Pelatihan Poster "Canva"', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4.3 (2023), 2548–57
- Ph, Jl, H Mustofa No, and Kec Cibeunying Kaler, 'PENERAPAN IDENTITAS VISUAL PERUSAHAAN PT . BIO FARMA ( PERSERO ) MELALUI DESAIN GRAFIS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM', 3.2 (2023), 134–45
- Prasetyo, Sofyan Mufti, Helda Sanira, Dian Ismiyati, Muhammad Syaiful Karim, Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, and others, 'Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan', 01.6 (2022), 1006–9
- Putri, Meichya Nirmala, and Afrianti Elsy Vanomy, 'Analisis Peranan Korean Wave Terhadap Diversifikasi Produk Dalam Konteks Inovasi Bisnis Berkelanjutan', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11.12 (2022), 2040 <<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i12.p04>>
- Rakib, Muhammad, M Ihsan Said, and Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar, 'Analisis Pengembangan UMKM Melalui Digital Entrepreneurship Dengan Model Triplehelix Pada Pasar Hanggar Talasalapang Di Kota Makassar', *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4.1 (2023) <<https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>>
- Riptiono, Sulis, 'Literasi Bisnis Digital Untuk Meningkatkan', *Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia SEAN. (ABDIMAS SEAN)*, 1.02 (2023), 30–33 <<https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/abdimas>>
- Rochmawati, Dwi Robiul, Hani Hatimatunnisani, Mira Veranita, and Politeknik Pajajaran, 'Mengembangkan Strategi Bisnis Di Era Transformasi Digital', *COOPETITION: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14.1

- (2023), 101–8 <<https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>>
- Saehan, Andi, Sudi Suryadi, and Tatang Hidayat Pohan, ‘Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Canva Untuk Meningkatkan Promosi Produk UMKM’, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 3.2 (2023), 44–48 <<https://doi.org/10.58369/jpmg.v2i4.129>>
- Suhaeni, Tintin, ‘Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan Di Kota Bandung)’, *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4.1 (2018), 57 <<https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>>
- Suparyanto dan Rosad (2015, ‘Prinsip Pada Desain Grafis’, *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5.3 (2020), 248–53
- Timoer, F., and Trenggana. A., ‘This Work Is Licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial’, *Electronic Scientifical and Practical Journal*, 3.3 (2019), 31–34
- Tjahyadi, Surya, and Willy Antonio, ‘Analisa Pengaruh Desain Grafis Pada Konten Media Sosial Terhadap Daya Tarik Pengguna Dari Generasi Z Di Kota Batam’, *Journal on Education*, 5.3 (2023), 9523–39 <<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>>
- Triwijayati, Anna, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, and Achmad Zahruddin, ‘Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital’, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2.03 (2023), 306–14 <<https://doi.org/10.58812/jbmws.v2i03.564>>
- Untuk, Percetakan, Kelas Xi, Multimedia Di, Smks Ketintang, and Andi Kristanto, ‘Dengan Taraf Signifikan = 2,030. Karena T’
- Valentdra, Renaldo, Julio Christian Young, and Seng Hansun, ‘Pembangunan Aplikasi Pembelajaran Prinsip Desain Menggunakan Framework Gamifikasi Octalysis’, *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 17.1 (2023), 86–92 <<https://doi.org/10.33998/mediasisfo.2023.17.1.725>>
- Wahyuningsih, Winda Tri, ‘Demagogi Journal of Social Sciences , Economics and Education Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Pelaku Bisnis Dalam Bisnis Digital E-Commerce’, 1.1 (2023), 40–48
- Wijaya, Nur Qoudri, Moh. Baqir Ainun, and Dedy Arfiyanto, ‘Peningkatan Kesadaran Generasi Muda Akan Pentingnya Bisnis Digital Di Era Digital’, *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 7.1 (2023), 196



<<https://doi.org/10.36841/integritas.v7i1.2775>>

Wirapraja, Alexander, and Handy Aribowo, 'Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis', *Teknika*, 7.1 (2018), 66–72 <<https://doi.org/10.34148/teknika.v7i1.86>>

Wono, H Y, N Supriaddin, F Amin, and ..., 'Media Sosial, Literasi Digital, Dan Inovasi Bisnis Trikotomi Baru Dalam Manajemen Strategi', ... *Dan Bisnis*, October, 2023 <<https://doi.org/10.15575/jb.v2i1>>

Yudawisastra, Helin G, 'B Erkelanjutan : S Tudi Pada R Estoran Di K Abupaten B Adung Di M Asa P Andemi C Ovid -19', 1 (2021)

## PROFIL PENULIS

---



Kania Kurniastutik, lahir di Sukabumi pada 9 Juni 2003, adalah seorang mahasiswa semester 5 program studi Manajemen di fakultas bisnis dan humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi. Selain kesibukannya dalam akademisi, Kania memiliki minat dalam dunia bisnis. Hobi mendengarkan musik, kulineran, dan menonton film. Dengan semangatnya, Kania melibatkan diri dalam aktivitas bisnis dan masih mengeksplor dunia bisnis yang efektif dan efisien. Maka dari itu, minat bisnis Kania gambarkan ke dalam setiap yang ia tulis.



Fauzi Albas, seorang mahasiswa di Universitas Nusa Putra, sedang mengejar gelar Manajemen di Fakultas Bisnis dan Humaniora. Lahir pada tanggal 9 Desember 2003, Fauzi memiliki ketertarikan yang kuat terhadap K-pop khususnya dalam bidang musik. Di sela-sela kesibukannya dengan kuliah, dia menemukan kegembiraan dalam bermain game, mendengarkan musik, dan menikmati film. Sebagai seorang penulis, Fauzi senang untuk menyampaikan informasi dan pandangannya tentang tren musik, budaya K-pop, dan dinamika industri K-pop kepada pembaca dengan antusiasme yang luar biasa.



Mochamad Rijki Ramdani adalah seorang mahasiswa fakultas bisnis dan humaniora dengan jurusan manajemen di Universitas Nusa Putra Sukabumi yang lahir pada tanggal 18 November 2002 di Sukabumi. Di luar lingkup akademis, Rijki memiliki hobi dalam bidang otomotif dan senang touring. Selain itu Rijki juga tertarik dengan bisnis dan terus belajar dan berkontribusi dalam dunia bisnis. Sebagai seorang penulis sering kali Rijki menceritakan atau menggambarkan kegiatan yang sering Rijki lakukan di setiap tulisannya.



Dana Budiman adalah Dosen tetap Universitas Nusa Putra – Sukabumi Prodi Manajemen. Lahir di Bandung 16 Maret 1962. Selepas SMA tahun 1981 melanjutkan kuliah S1 di Fakultas Pertanian Universitas Jendral Soedirman Purwokerto, S2 di FISIP Universitas Padjajaran Bandung dan S3 di Sekolah Pasca Sarjana Universitas Pasundan Bandung dengan konsentrasi pada Manajemen Sumberdaya Manusia. Sebelum berkiprah sebagai Dosen, penulis adalah Birokrat di Jajaran Pemda Kab. Sukabumi antara lain sebagai Kadis Pertanian, Kepala Badan Penyuluhan Pertanian, Asisten Sekda Bid. Ekonomi dan Pembangunan, Staf Ahli Bupati Bid. SDM.



CV. Tahta Media Group  
Surakarta, Jawa Tengah  
Web : [www.tahtamedia.com](http://www.tahtamedia.com)  
Ig : tahtamedigroup  
Telp/WA : +62 896-5427-3996



62-415-4456-360