

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS GRANYSEI DESIGN

Ahmad Marzuki ¹, Rahma Widyawati ²

^{1,2} Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta

email: marzukiahmad@students.amikom.ac.id

ABSTRACT

Keywords: *Granysei Studio is a creative industry Small and Medium-sized Enterprise (SME) that offers illustration design services for merchandise, integrating Japanese culture and anime characters with artistic and aesthetic value to enhance the visual quality of its products, thereby providing an engaging experience for fans. However, several issues have been identified from the fans' perspective, including: visual design quality that does not fully meet expectations, generic and underdeveloped visual concepts for the merchandise illustrations, inadequate access to ordering services, and service rates perceived as less affordable. This research aims to develop the business of Granysei Studio by employing the SWOT analysis method (Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats) to examine the business environment, encompassing both internal and external factors. The study also utilizes the Business Model Canvas (BMC) method to visualize a structured strategic framework for identifying business opportunities and challenges. Through the application of SWOT and BMC, Granysei Studio can identify more mature strategic plans for its business development and sustainability. The findings indicate that Granysei Studio can adapt to market preferences regarding visual design quality and service access, and has received positive reception for its pricing. However, continuous efforts are still required to enhance the quality of its service products and customer support. The main challenge lies in its weak business branding, which impacts revenue instability. Based on these findings, recommendations for sustainable business development strategies were formulated by leveraging the identified SWOT strategies.*

ABSTRAK

Article Info:
Submitted:

Granysei Studio merupakan UMKM industri kreatif yang menawarkan jasa desain ilustrasi merchandise kultur Jepang dan

20/10/2024
Revised:
24/10/2024
Published:
11/11/2024

karakter anime dengan seni yang bernilai estetika untuk menambah kualitas visual merchandise dalam memberikan pengalaman menarik bagi penggemar. Beberapa permasalahan penggemar yang diantaranya: kualitas visual desain merchandise kurang sesuai ekspektasi, konsep visual ilustrasi merchandise yang pasaran, ketersediaan akses pelayanan dalam pemesanan desain yang kurang memadai, dan tarif harga layanan jasa yang dinilai kurang terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis Granysei Studio dengan menggunakan metode analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, dan threats*) untuk menganalisis lingkungan bisnis dalam lingkup faktor internal dan faktor eksternal. Penelitian juga menggunakan metode BMC (*Business Model Canvas*) dalam memvisualkan kerangka strategi yang terstruktur untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan bisnis. Melalui metode analisis SWOT dan BMC tersebut, Granysei Studio dapat mengidentifikasi perencanaan strategi yang lebih matang dalam pengembangan dan keberlanjutan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Granysei Studio mampu beradaptasi dengan preferensi pasar dalam hal kualitas visual desain dan akses pelayanan, serta mendapatkan penerimaan yang positif terkait harga yang ditawarkan, namun tetap diperlukan upaya dalam pengembangan kualitas produk jasa dan pelayanan. Tantangan utama masih terletak pada lemahnya kualitas branding bisnis, yang berimbas pada ketidakstabilan pendapatan. Berdasarkan temuan tersebut, maka disusun rekomendasi strategi pengembangan bisnis yang berkelanjutan dengan memanfaatkan hasil identifikasi strategi SWOT.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan globalisasi dan kemajuan transformasi digital, popularitas budaya pop seperti film anime dan kultur Jepang telah berkembang secara global, termasuk di Indonesia. Keberadaan seperti platform Netflix, Crunchroll, dan Disney+ telah membuka peluang dalam perluasan jangkauan dan aksesibilitas terhadap konten film anime seperti One Piece, Naruto, maupun Dragon Ball, yang telah mengubah dari sektor hiburan menjadi sebuah bagian dari gaya hidup yang mempengaruhi identitas dan pola konsumsi penggemar generasi muda.

Indonesia menjadi salah satu sebagai negara dengan jumlah penggemar anime maupun kultur Jepang yang besar. Dari sumber Google Trends (dalam kurun waktu 12 bulan terakhir: September 2025) menunjukkan bahwa trend minat masyarakat Indonesia konsisten tinggi terhadap minatnya pada film anime maupun manga yang juga disertai dengan perkembangan merchandise animenya di berbagai regional. Minat penggemar tidak hanya tercermin pada konten pasif anime lainnya, tetapi juga memunculkan partisipasi aktif dalam bentuk ajang cosplay, koleksi barang anime merchandise, serta produksi karya lainnya seperti ilustrasi fan art dan konten kreatif lain, yang semakin memperkuat anime sebagai salah satu fenomena perkembangan budaya dan ekonomi

Dengan kondisi adanya pasar yang potensial tersebut, Granysei Studio hadir sebagai

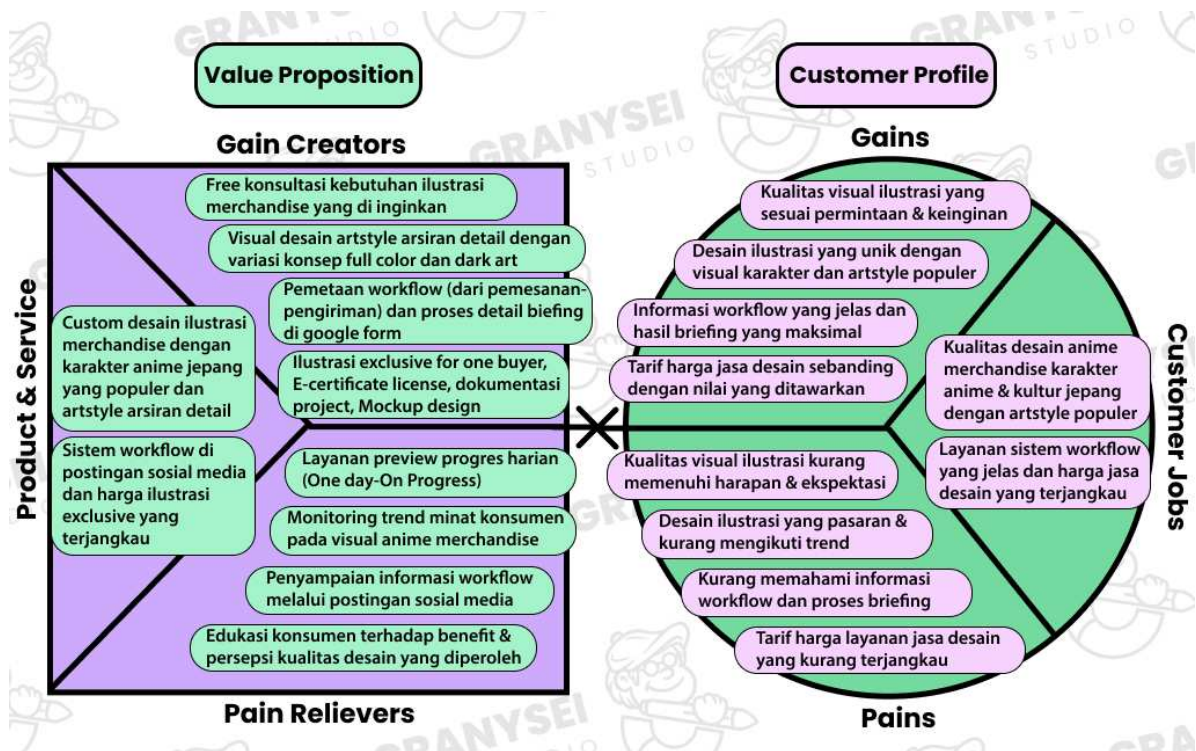
industri kreatif yang berfokus menyediakan layanan jasa desain ilustrasi merchandise tema anime dan kultur Jepang. Granysei Studio berkomitmen menciptakan karya seni ilustrasi yang detail dan bernilai estetika yang dirancang untuk diaplikasikan pada berbagai merchandise, seperti kaos, totebag, maupun poster. Granysei Studio juga berkontribusi nyata dalam mendorong pertumbuhan dan daya saing industri kreatif lokal.

Beberapa permasalahan muncul yang dialami oleh para penggemar sebagai penikmat maupun pengguna jasa desain ilustrasi merchandise, terutama pada pendekatan kualitas desain yang tidak sesuai ekspektasi dari preferensi konsumen, hal lainnya juga pada aspek ketersediaan akses pelayanan dari studio. Penelitian ini menjadi dasar untuk merumuskan strategi pengembangan produk jasa pada kualitas visual desain yang adaptif terhadap trend pasar. Berdasarkan survei yang dilakukan pada periode bulan Juli 2025 sampai September 2025, Granysei Studio menemukan beberapa permasalahan dari calon konsumen dengan ketertarikan terhadap anime maupun kultur Jepang. Dari total 48 responden yang diperoleh, ditemukan beberapa permasalahan konsumen di pasar yang dialami sebagai berikut:

1. Kualitas visual desain, Sebesar 58,3% responden merasa seringkali menemui desain ilustrasi merchandise anime dengan kualitas visual yang kurang memenuhi ekspektasinya. Hal lainnya juga, sebesar 70,8% responden menganggap bahwa desain ilustrasi merchandise anime yang tersedia di pasar saat ini kurang mengikuti perkembangan terhadap trend dan sudah terlihat umum/pasaran
2. Ketersediaan dan akses pelayanan, Sebesar 77,1% merasa kurang memahami sistem dari alur kerja yang disampaikan pada proses pemesanan jasa desain ilustrasi oleh studio.
3. Harga layanan jasa desain, Sebesar 64,6% sebagian responden masih menganggap bahwa tarif layanan jasa desain ilustrasi di harga Rp500.000-Rp700.00 dinilai relatif kurang terjangkau.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari temuan terkait beberapa permasalahan yang dialami oleh konsumen di pasar, maka Granysei Studio berusaha untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen dengan melalui beberapa penawaran alternatif solusi sebagai upaya dalam proses pengembangan bisnisnya. Berikut beberapa solusi dan nilai lebih yang ditawarkan:



Gambar 1 Value Proposition Canvas (VPC) Granysei Studio


Dari hasil pemetaan VPC, diperoleh beberapa solusi yang mampu ditawarkan oleh Granysei Studio, diantaranya:

1. Penerapan layanan preview progres harian (*one day-on progress*) untuk memastikan konsep visual desain yang dibuat sesuai kebutuhan konsumen dan meminimalisir banyaknya permintaan revisi. Hal lainnya juga Granysei Studio selalu berupaya untuk terus terupdate dan adaptif terhadap trend pasar dengan selalu memonitoring trend minat konsumen terhadap visual anime merchandise di pasaran.
2. Penyampaian informasi alur kerja (*work flow*) dengan melalui postingan sosial media yang sudah tersematkan, sehingga sejak awal konsumen mengetahui layanan jasa Granysei Studio sudah memperoleh detail informasi workflow dan tahap progresnya. Hal lainnya juga ditawarkan opsi *fast briefing* melalui google form sebagai langkah awal penyampaian konsep ide secara jelas dan sistematis.
3. Mengedukasi konsumen terhadap benefit dan persepsi kualitas desain dari tarif harga layanan jasa desain yang sudah ditawarkan. Edukasi tersebut bertujuan untuk membangun kesadaran konsumen akan kualitas dan benefit yang akan diperoleh dari pelayanan jasa Granysei Studio.

Bisnis Model Kanvas (*Business Model Canvas*)

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat yang digunakan untuk memvisualkan dari kerangka berpikir dalam proses perancangan strategi usaha bisnis, yang berguna dalam penyusunan rencana strategi usaha bisnis yang baru dan membantu usaha dalam mencapai tujuan keberhasilan dari visi dan misinya (Sukarno dan Ahsan, 2021).

Berikut merupakan hasil dari rancangan BMC yang diterapkan untuk membantu Granysei Studio dalam memvisualkan model bisnisnya secara keseluruhan, untuk meningkatkan fokus utama tujuan bisnis, dan memperjelas strategi pengembangan bisnis.

Business Model Canvas			GRANYSEI STUDIO 	
Key Partner <ol style="list-style-type: none"> Media pemasaran <ul style="list-style-type: none"> Instagram Business Tiktok Business Figma Mitra Studio Ilustrasi Media komunikasi <ul style="list-style-type: none"> WhatsApp Business Zoom Meet & Google Meet Media pembayaran <ul style="list-style-type: none"> PayPal (internasional) Bank VA BRI, VA BCA, Bank JAGO, Go-Pay, DANA, Shopee Pay (lokal) Media produksi <ul style="list-style-type: none"> Clip Studio Paint Krita Medibang Paint Figma Media pengiriman <ul style="list-style-type: none"> Email Gmail Google Drive Sumber informasi <ul style="list-style-type: none"> Komunitas ilustrator Fanbase Anime Jepang 	Key Activities <ol style="list-style-type: none"> Produksi <ul style="list-style-type: none"> Briefing konsep desain Pembayaran (full/DP) Pembuatan sketsa Preview sketsa ke klien Tahap Inking (penintaan) Tahap coloring Finishing (revisi) Pemasaran <ul style="list-style-type: none"> Pembuatan konten medsos Evaluasi dan rencana pengembangan kualitas konten 	Value Proposition <ol style="list-style-type: none"> Free konsultasi kebutuhan ilustrasi merchandise yang diinginkan Visual desain artstyle arsiran detail dengan variasi konsep full color dan dark art Pemetaan workflow dari pemesanan-pengiriman, dan proses detail briefing di google form Ilustrasi exclusive for one buyer, E-certificate, Dokumentasi project, dan Mockup design 	Customer Relationship <ol style="list-style-type: none"> Sharing informasi tentang kualitas dan trend perkembangan desain pada ilustrasi merch Pemberian reward penawaran berupa potongan harga desain untuk pembelian desain bundling 	Customer Segment <ol style="list-style-type: none"> Demografi: <ul style="list-style-type: none"> 15-39 thn (L & P) Geografi: <ul style="list-style-type: none"> Indonesia (Magelang, D.I.Yogyakarta, Semarang, Solo) Psikografi: <ul style="list-style-type: none"> Mengetahui film anime/ manga/ dan kultur Jepang Peminat/penggemar Anime, Manga, dan kultur Jepang Penyuka trend desain merch (pakaian) Penggemar yang fomo pada perkembangan animerch Behaviour: <ul style="list-style-type: none"> Trend fashion Memakai pakaian dengan style desain yang trendi Minat & selera konsumen dengan seni visual yang kreatif & inovatif
Cost Structure <ol style="list-style-type: none"> Upah tenaga kerja Biaya Operasional <ul style="list-style-type: none"> Internet Listrik 		Revenue Stream <ol style="list-style-type: none"> Penjualan jasa desain custom ilustrasi merch (commision artwork) Penjualan desain (artwork forsale / Pre-Made) 		

Gambar 2 *Business Model Canvas* (BMC) Granysei Studio

Pemetaan BMC digunakan sebagai pedoman Granysei Studio dalam proses pengembangannya yang dimana untuk target konsumennya bagi para penggemar anime dan kultur Jepang di Indonesia, terutama untuk Kabupaten Magelang, Kabupaten Semarang, Kota Surakarta (Solo), dan Provinsi D.I.Yogyakarta, dari kalangan usia 15-39 tahun. Untuk menjangkau target konsumen tersebut digunakan media sosial Instagram dan TikTok, dalam membangun komunitas dan hubungan dengan konsumen melalui sharing informasi

perkembangan trend desain ilustrasi ataupun pemberian reward penawaran menarik melalui konten media sosial, untuk memperluas cakupan pemasaran dan mendapatkan revenue dari penjualan layanan jasa. Kepemilikan sumber daya seperti tenaga kerja (ilustrator), material aset (*hardware* dan *software*), dan tentunya modal pemilik, menjadi faktor terpenting untuk memastikan aktivitas operasional produksi dan pemasaran tetap berjalan dengan melalui jalinan *partnership* yang sangat bermanfaat untuk Granysei Studio sebagai media pemasaran, media komunikasi, media pembayaran, media produksi, media pengiriman, serta sumber informasi dari komunitas ilustrator maupun fanbase anime. Kemudian dari rancangan struktur biaya yang memberikan gambaran secara jelas terhadap rincian pengeluaran biaya untuk membiayai aktivitas operasional agar tetap efektif dan efisien dalam penggunaannya.

Ukuran Pasar (*Market Size*)

Market size (ukuran pasar) merupakan total maksimum dari penjualan dan jumlah pelanggan dalam kurun waktu satu tahun yang dapat diakses oleh perusahaan maupun bisnis dalam mengetahui nilai dan kemampuan dari bisnis tersebut. Memahami *market size*, perusahaan mampu mendapatkan informasi mengenai potensi penggunaan dan juga perkiraan dari keuntungan yang akan diperoleh dari produk (Herawati, 2024).

Dalam menentukan ukuran dari target pasar Granysei Studio, penulis menggunakan metode penghitungan TAM, SAM, dan SOM. Metode tersebut dipilih untuk memudahkan dalam memetakan jumlah konsumen potensialnya dari sebuah usaha bisnis. Berikut merupakan penghitungan dari target pasarnya Granysei Studio:

1. **TAM (*Total Addressable Market*)**, adalah total dari keseluruhan pasar potensial yang dapat dijangkau dari suatu produk maupun layanan, yang didalamnya mencakup seluruh individu maupun organisasi yang dapat memungkinkan menjadi konsumen potensialnya tanpa mempertimbangkan kendala atau batasan tertentu (Januaji, 2023). Berikut adalah tabel data penduduk Indonesia dari total keseluruhan pasar TAM.

Tabel 1 Data Penduduk Indonesia Tahun 2022

PENDUDUK INDONESIA 2022			
UMUR	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
15-19	11,432,945	10,730,583	22,163,528
20-24	11,553,101	10,937,327	22,490,428
25-29	11,485,755	10,977,945	22,463,700
30-34	11,215,437	10,851,398	22,066,835
35-39	10,743,266	10,504,708	21,247,974
TOTAL			110,432,465

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2022

Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Pada tahun 2022, jumlah penduduk Indonesia mencapai sekitar 275.773.774 jiwa. Dari jumlah tersebut, kelompok untuk usia 15–39 tahun mencakup sekitar 110.432.465 jiwa, yang berarti berdasarkan distribusi penduduk untuk usia yang menjadi segmen targetnya mencapai sekitar 40,04% dari total penduduk

2. **SAM (*Serviceable Available Market*)**, SAM (*Serviceable Available Market*) merupakan segmen dari perolehan pasar TAM yang dapat dijangkau secara realistis oleh perusahaan dengan melalui produk atau layanannya, dengan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya: faktor geografis, demografis, maupun ekonomi yang dapat mempengaruhi penetrasi pasar dari perusahaan (Januaji, 2023). Berikut adalah tabel data penduduk Indonesia berdasarkan wilayah operasionalnya yang dapat dijangkau dari total keseluruhan pasar SAM.

Tabel 2 Total Data Wilayah Regional Penduduk Tahun 2022

TOTAL DATA WILAYAH PENDUDUK 2022				
WILAYAH	UMUR	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
PROVINSI D.I.YOGYAKARTA	15-39	690,640	677,362	1,368,002
KABUPATEN & KOTA MAGELANG	15-39	270,821	256,658	527,479
KABUPATEN & KOTA SEMARANG	15-39	530,351	524,995	1,055,346
KOTA SURAKARTA (SOLO)	15-39	99,007	96,728	195,735
TOTAL				3,146,562

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2022

Berdasarkan sumber dari data penduduk Provinsi D.I.Yogyakarta, Kabupaten & Kota Magelang, Kabupaten & Kota Semarang, dan Kota Surakarta (Solo) dari sensus BPS kabupaten/kota tahun 2022. Pada wilayah operasional yang mencakup jumlah populasi gabungan dari keempat wilayah berdasarkan data BPS terbaru adalah sekitar 9.896.804 jiwa. Dari jumlah tersebut, untuk kelompok usia 15–39 tahun diperkirakan juga mencakup sekitar 31,78%, sehingga jumlahnya menjadi sekitar 3.146.562 jiwa.

3. **SOM (*Serviceable Obtainable Market*)**, SOM (*Serviceable Obtainable Market*) merupakan bagian dari pasar SAM yang dapat diakses atau dikuasai oleh perusahaan dengan melalui strategi dan sumber dayanya, yang mencakup dari pasar yang dapat dicapai dan dijangkau secara realistis (Januaji, 2023). Berikut adalah perolehan untuk hasil SOM berdasarkan kemampuan bisnis:

Dengan data yang diperoleh dari SAM, Granysei Studio menargetkan sebanyak 48 desain (dalam setahun). Maka jumlah pasar yang dapat dicapai untuk SOM adalah:

$$\text{SOM} = 48 / 3.146.562 \times 100\% = 0,00153\%$$

Artinya, dengan target penjualan desain sebanyak 48 desain, Granysei Studio mampu melayani sekitar 0,00153% (berdasarkan kemampuan yang dapat dilayani di tahun pertama) dari total pasar yang tersedia (SAM) pada tahun pertama. Dapat disimpulkan bahwa:

$$\text{Jumlah Orang} = 3.146.562 \times 0,00153 / 100$$

$$\text{Jumlah Orang} = 3.146.562 \times 0,0000153$$

$$3.146.562 \times 0,0000153 = 48,142 \text{ (48 jiwa)}$$

Strategi Pengelolaan Bisnis Granysei Studio

1. Strategi pemasaran

Untuk mencapai keunggulan kompetitif di industri kreatif, khususnya di segmen jasa desain ilustrasi merchandise bertema anime dan kultur Jepang, Granysei Studio menerapkan strategi pemasaran berbasis konsep *7P Marketing Mix* (bauran pemasaran) yang disesuaikan dengan karakteristik pasar dan kebutuhan konsumennya. Berikut adalah strategi *Marketing Mix* yang diterapkan Granysei Studio:

Product (Produk), Keunggulan dari jasa desain ilustrasi Granysei Studio tidak hanya terletak pada nilai estetika saja, tapi juga ada pada kemudahan personalisasi terhadap kebutuhan dari konsumen dan *Art Style* ilustrasi dengan visual yang kompleks dan detail, disertai komposisi warna yang dinamis dengan proporsi variasi gaya karakter yang semi realis dan chibi

Tabel 3 Produk Layanan Jasa Desain Ilustrasi Merchandise

Jenis Produk yang Ditawarkan	Inovasi pada produk	Harga jasa yang ditawarkan
Desain T-Shirt (karakter anime jepang) <i>(desain forsale/ desain commission)</i>	Desain fanart anime jepang dengan style arsiran detail sebagai ciri khas dari Granysei Studio, desain anime dengan karakter yang populer mudah diterima oleh sebagian masyarakat umum sebagai penikmat desain	Rp500.000-700.000

 <p>Sumber: Dokumen Pribadi</p>		
<p>Desain T-Shirt (karakter Kultur Jepang) (<i>desain forsale/ desain commission</i>)</p>  <p>Sumber: Dokumen Pribadi</p>	<p>Desain Kultur Jepang dengan style arsiran detail ciri khas Granysei Studio, artwork di desain semenarik mungkin agar mudah diterima dan diminati masyarakat umum sebagai penikmat seni dengan mengusung karakter dari tema kebudayaan di negara Jepang baik budaya tradisional masa lampau maupun budaya pop masa kini.</p>	<p>Rp500.000-700.000</p>

Price (Harga), Strategi penetapan harga di Granysei Studio menggunakan pendekatan value-based pricing, di mana harga disesuaikan dengan nilai seni, kompleksitas desain, serta waktu pengerjaan. Granysei Studio mengambil tarif layanan jasa dari rata-rata harga pasar, yaitu di kisaran Rp500.000–Rp700.000 per-desain. Tarif tersebut tergantung jumlah karakter dan permintaan khusus dari klien. Jika klien menginginkan pengerjaan artwork dengan waktu yang lebih cepat (di luar durasi standar normal pengerjaan studio) dan tetap dengan artwork yang detail, bisa memungkinkan konsumen akan dikenakan charge tambahan biaya untuk tarif harga jasa desainnya. Tentunya untuk merealisasikan layanan tambahan tersebut tetap memperhatikan tingkat kemampuan dari sumber daya internal studio. berikut adalah katalog layanan jasa desain dari Granysei Studio:



Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar 3 Katalog Layanan Jasa Desain Granysei Studio

Place (Tempat), Granysei Studio saat ini menjalankan model bisnisnya berbasis digital, yang memungkinkan layanan desain dapat diakses oleh klien dari berbagai wilayah. Tempat offline digunakan hanya sebagai rumah produksi saja bagi owner (sebagai ilustrator), dikarenakan lokasi offline yang saat ini belum sepenuhnya dapat memenuhi kegiatan untuk kepentingan seluruh operasional bisnis. Beberapa saluran yang digunakan untuk mendukung dalam aktivitas pemasaran diantaranya:

Tabel 4 Saluran Pemasaran Granysei Studio (*Place*)

Tempat/Media	Saluran	Keterangan
Tempat rumah produksi/kantor (offline)	Alamat: RT.01/RW.09, Gadingan, Ngluwar, Kec. Ngluwar, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah 56485	Tempat fisik utama yang dipakai sebagai studio untuk rumah produksi desain ilustrasi merchandise
Tempat/Media pemasaran (online)	Instagram: @granysei.dsg instagram.com/granysei.std TikTok: @granysei tiktok.com/@granysei	Platform Instagram dan TikTok sebagai media pemasaran utama untuk mengenalkan jasa desain ilustrasi kepada calon konsumen dalam area cakupan yang luas dengan melalui konten postingan yang interaktif
Tempat/Media komunikasi (online)	WhatsApp Chat: +6282328606987 Google Meet	Platform whatsapp untuk media komunikasi antara konsumen dan studio selama project masih

	Zoom Meet	berjalan, dan platform Google Meet/Zoom meet sebagai media untuk melakukan briefing project
Tempat/Media pengiriman (online)	Gmail: granysei@gmail.com Google Drive	Platform Gmail sebagai media dalam pengiriman file hasil desain ilustrasi, dengan melalui platform Google Drive sebagai media untuk menyimpan semua file project dalam <i>size</i> besar

Promotion (Promosi), Penerapan dalam aktivitas promosi Granysei Studio difokuskan pada pemasaran digital berbasis konten dan komunitas dengan menggunakan media sosial Instagram (@granysei.std) dan TikTok (@granysei). Penggunaan dari sosial media Instagram dan TikTok tersebut bertujuan untuk mempublikasikan karya terbaru, menampilkan proses kreatif dengan cara story telling, menampilkan testimoni hasil karya setelah diterapkan di merchandise, mengidentifikasi dan menarik calon konsumen (audiens), meningkatkan jumlah audiens, followers, dan fans, menyampaikan informasi broadcasting, promosi, ataupun streaming, meningkatkan brand awareness dan mitra/kolaborasi dengan usaha lain.

People (Orang), Peran Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi komponen penting dalam membangun citra profesional, menjangkau pasar, serta menjaga kualitas layanan. Tim pemasaran terdiri dari enam peran kunci, yaitu Illustrator, Content Creator, Desainer Grafis, Video Editor, Customer Service, dan Admin yang masing-masing memiliki kontribusi strategis dalam melayani dan memberikan kepuasan konsumen.


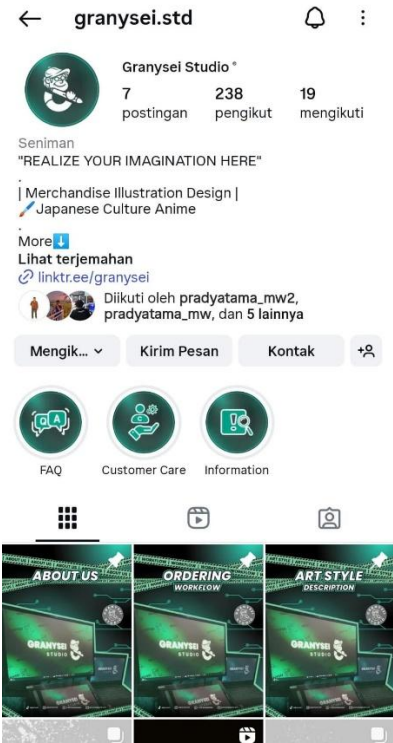
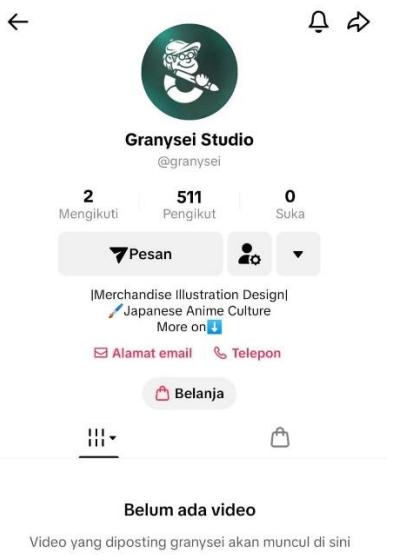
Process (Proses), Untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas dalam pemasaran, maka digunakan pemetaan menggunakan *Customer Journey Mapping*. Berikut Tabel 5 *Customer Journey Mapping* adalah alur dari proses aktivitas pemasaran Granysei Studio dimulai dari konsumen menemukan penawaran jasa desain ilustrasi merchandise melalui saluran pemasaran, sampai konsumen memutuskan tertarik untuk memesan/menggunakan layanan desain ilustrasi, dan memberikan penilaian dari kualitas pelayanan Granysei Studio.

Tabel 5 Customer Journey Mapping

No	Tahapan	Perilaku Konsumen	Kebutuhan Konsumen	Touchpoint	Respon Granysei Studio	Tujuan Strategi Bisnis
1	Awareness	Menemukan konten dari Granysei Studio di Instagram / TikTok.	Tertarik pada desain yang unik, profesional, dan sesuai minat.	Instagram, TikTok, Feed, Reels, Postingan	Menampilkan desain bernilai dan berkualitas tinggi, desain sesuai tren visual, branding konsisten.	Membangun first impression konsumen dan mengenalkan identitas brand.
2	Interest	Membaca caption, cek portofolio, tonton proses desain, cek informasi pemesanan.	Percaya pada Granysei Studio bisa diandalkan (profesional, punya ciri khas, berkualitas, dan on time).	IG Story, Highlight, Postingan Tersepat, Bio	Upload konten proses desain, portofolio desain.	Menumbuhkan rasa percaya calon konsumen untuk minat untuk lanjut pesan desain.
3	Consideration	DM untuk menanyakan harga, layanan jasa desain ilustrasi merch, dan benefit yang diperoleh.	Ingin hasil desain sesuai ekspektasi, jaminan komunikasi dan progres project lancar.	WhatsApp, DM Instagram, DM TikTok	Customer service fast respond, menjawab info detail layanan jasa dan benefit.	Membantu calon konsumen merasa yakin untuk lanjut menggunakan layanan jasa Granysei Studio.
4	Consultation & Briefing	Briefing ide konsep desain dan kebutuhan visual desain yang diinginkan.	Proses briefing yang jelas untuk hasil yang sesuai harapan.	Google Form, Google Meet/Zoom, WhatsApp (Chat/Call)	Admin menyusun brief visual via Google Meet/Chat/Form, dan membantu ilustrator untuk menghasilkan konsep visual ilustrasi yang dibutuhkan.	Membangun proses briefing yang jelas untuk menentukan arah project secara jelas.
6	Design Process	Menerima update progress harian (sketching > inking/shading > coloring > finishing) & proses revisi.	Dapat memantau progress project desain, proses revisi bila perlu, hasil progres sesuai ekspektasi.	WhatsApp (update harian)	Update harian melalui via WhatsApp, dapat bantu untuk melayani revisi mayor (sketching) & minor (coloring/finishing).	Meningkatkan keterlibatan klien dalam pengerjaan project agar semakin terjaga kepercayaan klien.
7	Delivery & Feedback	Terima file hasil akhir project sesuai pesanan, memberi feedback.	File berkualitas, sesuai revisi, dan hasil akhir sesuai permintaan.	WhatsApp, Google Drive, Email	Kirim file via Drive/email (mockup design, final artwork, project certificate artwork).	Memastikan kepuasan klien yang maksimal dan menjaga kualitas hasil project.
8	Retention & Loyalty	Repeat order dan merekomendasikan ke orang lain jika puas.	Diingat, dihargai, diajak kolaborasi ulang untuk project selanjutnya.	Broadcast IG, WhatsApp Story, Instagram Story, Mention Tag	Follow-up via DM, memberi apresiasi pelanggan bila repeat order, post hasil karya pelanggan (bila perlu hasil cetak desainnya).	Membangun komunitas & database pelanggan setia, mendorong repeat order.

Physical Evidence (Bukti fisik), Granysei Studio menggunakan bukti fisik digital yang digunakan sebagai alat branding bisnis untuk berinteraksi dengan konsumen, berkomunikasi untuk menyampaikan nilai, mempengaruhi persepsi konsumen, dan membangun kepercayaan konsumen yang berdampak dalam keputusan pembelian/penggunaan jasa






Tabel 6 *Physical Evidence*

<p>Logo Bisnis</p>  <p>Sumber: Dokumen Pribadi</p>	
<p>Sosial Media Instagram</p>  <p>Sumber: Dokumen Pribadi</p>	<p>Sosial Media TikTok</p>  <p>Sumber: Dokumen Pribadi</p>

2. Strategi Operasional dan Produksi

Dalam mendukung aktivitas produksi desain ilustrasi merchandise, Granysei Studio menggunakan media teknologi sebagai peralatan penunjang produksi. Alat dan teknologi yang dipergunakan dibagi menjadi dua jenis, yaitu perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Berikut adalah *hardware* dan *software* yang dipergunakan:

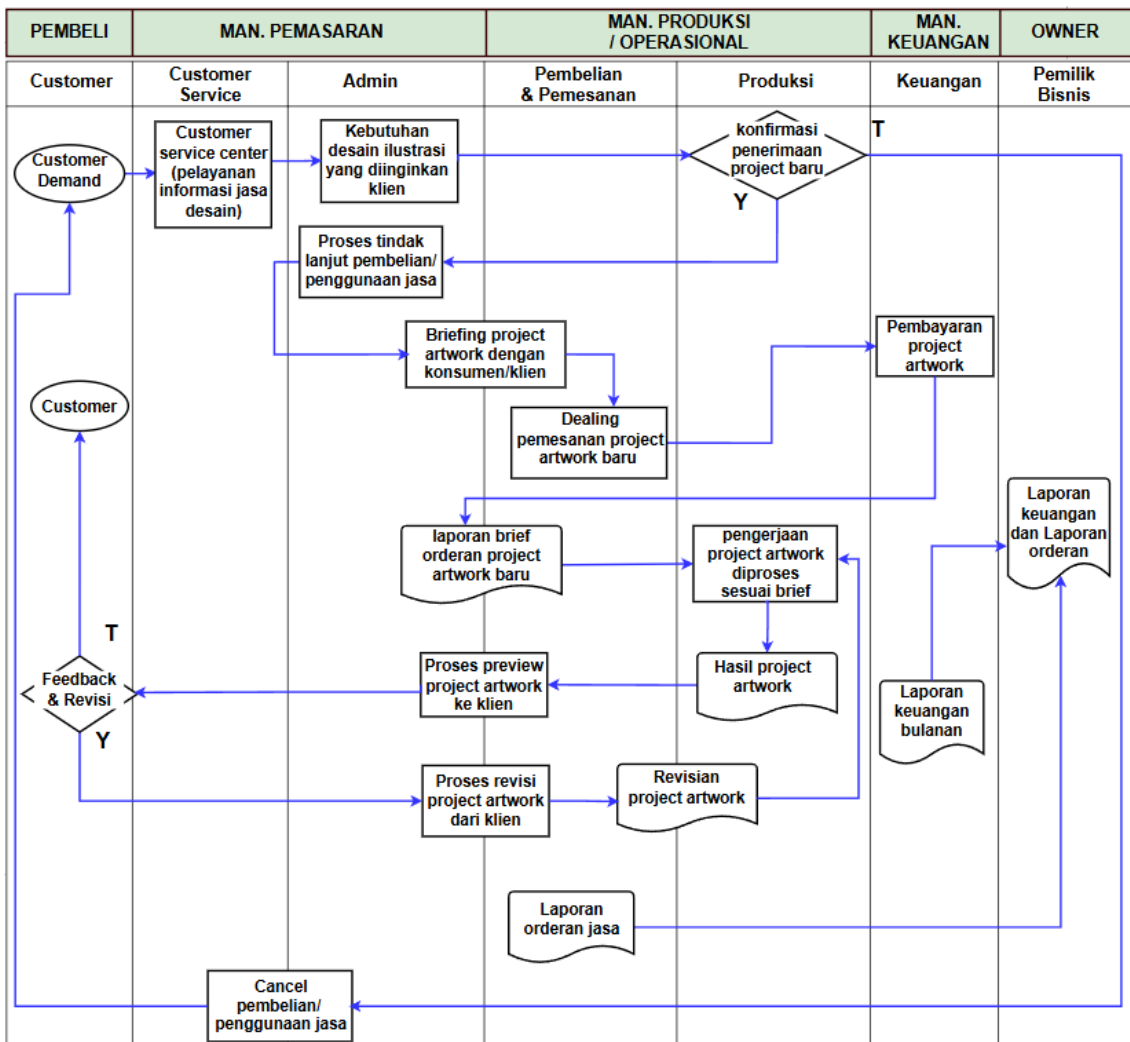
Tabel 7 Perangkat Media Produksi

No.	Perangkat Keras (Hardware)	No.	Perangkat Lunak (Software)
1.	<p>Laptop Lenovo Ideapad 330 (RAM: 8GB, Prosesor AMD A9) Tahun rilis 2017/2018</p>  <p>Sumber: laroslaptop.com</p>	1.	<p>Software Figma dan Canva</p>  <p>Sumber: public.canva.site Sumber: pngall.com</p>
2.	<p>Pen Tablet Huion Inspiroy H640P (Pen resolution: 5080 LPI, Pen Pressure: 8192 Levels) Tahun rilis 2017</p>  <p>Sumber: store.huion.com</p>	2.	<p>Software Clip Studio Paint, Krita, atau Medibang Paint Pro</p>  <p>Sumber: macupdate.com Sumber: clipartmax.com Sumber: pngegg.com</p>
3.	<p>Handphone Redmi Note 8 (RAM: 4GB, Storage: 64 GB, Prosesor: Snapdragon 665, Kamera: 48MP) Tahun rilis 2019</p> 		

	Sumber: id.aliexpress.com		
4.	Listrik PLN		
5.	Internet Telkomsel (100 GB 30 hari)		

Dalam menjalankan aktivitas proses produksi desain ilustrasi, membutuhkan keterlibatan beberapa departemen/divisi yang diantaranya divisi *marketing management*, *operational & production management*, dan *finance management*. Agar lebih jelas untuk pemetaan sistem kerjanya masing-masing divisi, maka dibuat *flowchart* (bagan alir) untuk proses operasionalnya. Berikut pada Tabel 8 *Flowchart Sistem Operasional Produksi Granysei* adalah alur dalam proses produksi jasa desain ilustrasi merchandise dari Granysei Studio:

Tabel 8 *Flowchart* Sistem Operasional Produksi Granysei



Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan dalam mengidentifikasi terhadap *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman) yang dihadapi oleh suatu bisnis/perusahaan, maupun organisasi. Analisis SWOT bertujuan untuk merumuskan strategi dan memahami faktor kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi terhadap visi perusahaan (Januaji, 2024). Berikut adalah hasil temuan dari rancangan analisis SWOT Granysei Studio sesuai dengan kondisi bisnis saat ini:

Tabel 9 Analisis SWOT Granysei Studio

		MEMBANTU	MENGHAMBAT
		STRENGTHS (KEKUATAN)	WEAKNESSES (KELEMAHAN)
INTERNAL	1	Desain ilustrasi exclusive for one buyer & limited edition	1 Artstyle yang ditawarkan kurang bervariasi (hanya menawarkan 1 artstyle yaitu arsiran detail)
	2	Include file e-certificate license penggunaan desain, dokumentasi project, dan mockup design	2 Layanan proses briefing project hanya melalui online/daring (belum menyediakan briefing secara langsung)
	3	Artstyle (gaya visual ilustrasi) dengan arsiran detail yang mengunggulkan nilai seni dan variasi konsep gaya desain full color dan dark art	3 Kualitas branding bisnis yang belum kuat bersaing dipasaran
	4	Penyampaian informasi workflow yang jelas dari (proses pemesanan, produksi, pengiriman desain) melalui sosial media	4 Penyampaian value produk dan layanan yang ditawarkan kurang optimal
	5	Pelayanan preview progres harian (one day-on progress) dalam proses produksi	5 Strategi pemasaran yang belum berjalan maksimal
	6	Penerapan opsi fast briefing melalui google form dalam penyampaian ide konsep ilustrasi dari konsumen	6 Kualitas desain ilustrasi yang diproduksi belum konsisten sesuai SOP
	7	Free konsultasi kebutuhan ilustrasi dari konsumen sesuai perkembangan trend minat pasar	7 Proses pengerjaan yang sepenuhnya belum sesuai time line produksi
EKSTERNAL	OPPORTUNITIES (PELUANG)		THREATS (ANCAMAN)
	1	Popularitas trend anime lovers, manga lovers, dan kultur pop Jepang yang semakin meningkat	1 Persepsi konsumen terhadap tarif harga jasa studio lain yang lebih terjangkau dengan pengerjaan cepat
	2	Peningkatan industri kreatif yang menghasilkan karya fan art, ajang cosplay, dan viralitas konten kreatif	2 Penawaran artstyle milik kompetitor lebih bervariasi
	3	Kualitas visual desain merchandise di pasaran kurang memenuhi kebutuhan konsumen	3 Kondisi pasar yang sudah banyak kompetitor bisnis sejenisnya
	4	Konsep artistik desain ilustrasi merchandise yang tersedia kurang mengikuti perkembangan trend dan sudah pasaran	4 Branding bisnis kompetitor yang sudah dikenal pasar secara luas
	5	Pengalaman konsumen yang kurang memahami sistem workflow dalam pemesanan desain	5 Perkembangan teknologi AI yang mempengaruhi pemahaman masyarakat mengenai kualitas desain ilustrasi handmade (Non-AI generate)
			6 Resiko orderan fiktif (fake order) ataupun tindakan seperti penipuan yang merugikan terhadap bisnis
		7 Hasil karya desain ilustrasi yang dibuat rawan dijiplak, diplagiat, dan diperbanyak yang merugikan bagi bisnis dan klien	

Sumber: Data primer diolah (2025)

Tabel 10 Strategi SWOT Granysei Studio

STRENGTHS (S) & OPPORTUNITIES (O)	WEAKNESSES (W) & OPPORTUNITIES (O)
(S1;O1) Produksi ilustrasi anime dengan artstyle khas sesuai tren untuk memenuhi minat pasar dan meningkatkan daya tarik brand	(W1;O1,O2) Peningkatan identitas brand yang lebih kuat melalui pembaruan kualitas pportofolio dan brand guideline agar kompetitif di tren anime/manga.
(S1;O2) Layanan ilustrasi fan art dan anime eksklusif sesuai kebutuhan pasar merchandise untuk memperkuat positioning brand	(W2;O2,O3) Meningkatkan penyampaian value produk lewat konten promosi digital serta pemanfaatan platform komunitas anime fanbase untuk memperluas jangkauan.
(S1;O4) Benchmarking dan pengembangan artstyle Studio besar (Sultan Desain) agar selalu relevan dengan tren industri anime, baik gaya chibi maupun semi-realis.	(W3;O1,O5) Pengoptimalan strategi pemasaran komunitas lewat event anime/manga dan riset tren konsumen
(S2;O5) Workflow transparan melalui postingan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperjelas timeline	(W4;O2,O3) Menetapkan standar kualitas SOP konsistensi kualitas ilustrasi dengan quality control, benchmarking standar kualitas desain, dan database artstyle.
(S3;O3) Optimisasi sistem preview harian tiap tahap (sketch, inking, coloring) untuk feedback cepat dan meminimalkan revisi dan kualitas hasil maksimal.	(W5;O4,O5) Integrasi manajemen project dengan timeline jelas, prioritas pesanan, dan pembagian tahap kerja yang terukur (sketching, inking, coloring)
(S4;O3) Mengoptimalkan opsi fast briefing melalui Google Form sebagai media penyampaian ide awal yang terstruktur agar konsep desain lebih tepat sesuai kebutuhan konsumen.	
(S5;O4) Sharing pemahaman tren ilustrasi anime dari perspektif konsumen dan seniman untuk menciptakan konsep visual yang sesuai dengan popularitas pasar	
STRENGTHS (S) & THREATS (T)	WEAKNESSES (W) & THREATS (T)
(S1;T1, T2) Diferensiasi produk lewat artstyle khas dan berkualitas untuk keunggulan kompetitif.	(W1;T1, T2) Membangun branding dan identitas visual profesional melalui portofolio dan brand guideline konsisten agar mampu bersaing.
(S2;T3, T5) Menguatkan persepsi orisinalitas karya handmade melalui dokumentasi proses di media sosial, sebagai antisipasi plagiarisme dan dampak adanya teknologi AI.	(W2;T3) Mengoptimalkan penyampaian value produk ilustrasi handmade melalui konten edukasi interaktif di media sosial, untuk meningkatkan kesadaran konsumen akan kualitas desain handmade dibandingkan karya berbasis AI.
(S3;T4) Menerapkan sistem pembayaran jelas (full payment/down payment) setelah briefing untuk memastikan komitmen klien dan menghindari pesanan fiktif.	(W3;T1, T2) Menghadapi persaingan pasar dengan kolaborasi strategis bersama pelaku industri kreatif dan distro untuk memperluas jaringan pasar dan menciptakan peluang bisnis baru.
(S4;T1, T3) Memperkuat layanan fast briefing dan SOP internal agar kualitas desain konsisten dan reputasi brand tetap terjaga.	(W4;T3, T5) Menerapkan SOP kualitas dan kontrol internal di tiap tahap produksi agar reputasi terjaga dan hasil sesuai standar.
(S5;T2, T5) Membangun loyalitas konsumen melalui konsultasi intensif dan komunikasi personal untuk mencegah peralihan ke kompetitor.	(W5;T4) Mengimplementasikan sistem kontrak kerja dan mekanisme pembayaran yang transparan (konsumen dan penyedia jasa) guna menjamin keamanan transaksi dan melindungi hak cipta karya
(S1,S3;T4, T5) Mengarsipkan atau memamerkan bukti proses setiap karya untuk melindungi orisinalitas dari penjiplakan dan penyalahgunaan desain	

Sumber: Data primer diolah (2025)

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan penelitian dalam Strategi Pengembangan Bisnis Granysei Studio dengan melalui pendekatan metode Analisis SWOT dan BMC (*Business Model Canvas*) dapat disimpulkan bahwa, Granysei Studio melakukan analisa permasalahan konsumen guna untuk mengetahui preferensi pasar terhadap ketertarikannya pada ilustrasi merchandise anime. Dengan melalui kuesioner, hasil analisa permasalahan konsumen berguna untuk mengukur dan membandingkan kualitas produk jasa maupun akses pelayanan terhadap kebutuhan dan permintaan dalam memperoleh kepuasan segmentasi pasar untuk menciptakan solusi dalam permasalahan tersebut sebagai bentuk peningkatan kualitas bisnis.

Granysei Studio mengusung strategi untuk meningkatkan kualitas dan konsep visual desain yang sesuai dengan preferensi minat dan kebutuhan segmentasi pasar, pengembangan akses pelayanan dalam proses pemesanan desain oleh konsumen juga ditingkatkan untuk memperoleh pengalaman dan kepuasan konsumen, serta peningkatan branding bisnis untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap tarif harga jasa dengan hasil desain yang berkualitas dan benefit lebih yang akan diperoleh.

Lebih dari sekedar untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Granysei Studio juga memiliki visi positif untuk berkontribusi dalam upaya membangun pertumbuhan perekonomian negeri pada sektor industri kreatif maupun industri konveksi terutama bagi para pelaku UMKM di bisnis distro clothing. Dengan demikian, selain membangun bisnis yang bersaing dan keberlanjutan, Granysei Studio juga berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kreativitas lokal khususnya para pegiat seni

DAFTAR PUSTAKA

- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Herawati, N. (2024). Market Size: Pentingnya Bagi Perkembangan Bisnis Anda. HASHMICRO. <https://www.hashmicro.com/id/blog/market-size/>
- Januaji, D. (2023). Pengertian Strategi Bisnis TAM SAM SOM dan Cara Hitungnya. Accurate.id. <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-strategi-tam-sam-som/>
- BPS Indonesia (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, INDONESIA, 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/1/0>
- BPS D.I.Yogyakarta (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, Provinsi D. I. YOGYAKARTA. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/15/0>
- BPS Kota Magelang (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, MAGELANG, Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/252/0>
- BPS Kabupaten Magelang (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, MAGELANG, Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/230/0>
- BPS Kabupaten Semarang (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, SEMARANG, Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/244/0>
- BPS Kota Semarang (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, SEMARANG, Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/255/0>
- BPS Kota Surakarta (2022). Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, SURAKARTA, Tahun 2022. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2022/188/253/0>
- Januaji, D. (2024). Analisis SWOT : Pengertian, Penerapan, dan Contohnya dalam Bisnis. Accurate.id. <https://accurate.id/bisnis-ukm/apa-itu-analisis-swot/>