

Research / Review

Peluang Usaha Jasa Desain Grafis Freelance untuk UMKM dan Startup

Muhammad Aris Fachrizal^{1*}, Karsim², Yuyun Yunero³, Sri Murningsih⁴¹ Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia; Indramayu, Jawa Barat; Indonesia : arisfachriz@gmail.com² Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia; Indramayu, Jawa Barat; Indonesia: karsimbae1986@gmail.com³ Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia; Indramayu, Jawa Barat; Indonesia: yuyunyuneroh713@gmail.com⁴ Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia; Indramayu, Jawa Barat; Indonesia: srimurningsih1010@gmail.com

* Corresponding Author : Muhammad Aris Fachrizal

Abstract: The development of the digital economy in Indonesia has opened up great opportunities for the growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and startup companies. In an increasingly competitive market, visual identity and branding are crucial factors in attracting consumer attention and building brand loyalty. This study aims to analyze the business opportunities of freelance graphic design services as a solution to the branding needs of MSMEs and startups in Indonesia. The research method used is a literature review by analyzing various previous studies, secondary data, and case studies from freelance graphic design industry players. The results show that there is a very large market opportunity for freelance graphic design services because: the majority of MSMEs and startups need professional visual identity but have limited budgets to hire permanent designers, graphic design has been proven to increase product competitiveness through packaging, logos, and attractive promotional media, digital platforms make it easier for freelance designers to reach clients widely with low operational costs, and freelance work flexibility offers benefits for designers in determining rates and portfolios. The conclusion of this study confirms that freelance graphic design services have promising prospects as a sustainable business model, provided that designers are able to build a strong portfolio, understand the principles of rational pricing, and utilize digital technology optimally for marketing.

Keywords: Branding; Freelance; Graphic Design; MSMEs; Startup.

Abstrak: Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah membuka peluang besar bagi pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan perusahaan startup. Dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif, identitas visual dan branding menjadi faktor krusial untuk menarik perhatian konsumen dan membangun loyalitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang usaha jasa desain grafis freelance sebagai solusi kebutuhan branding UMKM dan startup di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kajian literatur dengan menganalisis berbagai penelitian terdahulu, data sekunder, dan studi kasus dari pelaku industri desain grafis freelance. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peluang pasar yang sangat besar untuk jasa desain grafis freelance karena: mayoritas UMKM dan startup membutuhkan identitas visual profesional namun memiliki keterbatasan anggaran untuk mempekerjakan desainer tetap, desain grafis terbukti meningkatkan daya saing produk melalui kemasan, logo, dan media promosi yang menarik, platform digital memudahkan desainer freelance untuk menjangkau klien secara luas dengan biaya operasional yang rendah, dan fleksibilitas kerja freelance menawarkan keuntungan bagi desainer dalam menentukan tarif dan portofolio. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa jasa desain grafis freelance memiliki prospek yang menjanjikan sebagai model bisnis yang berkelanjutan, dengan syarat desainer mampu membangun portofolio yang kuat, memahami prinsip penetapan harga yang rasional, dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk pemasaran.

Kata kunci: Branding; Desain Grafis; Freelance; Startup; UMKM.

1. Pendahuluan

Dalam era digital saat ini, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan perusahaan startup menghadapi tantangan besar dalam membangun identitas merek yang kuat di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam

Received: October 15, 2025

Revised: October 25, 2025

Accepted: November 08, 2025

Online Available : November 10, 2025

Curr. Ver.: November 10, 2025



Copyright: © 2025 by the authors.

Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

perekonomian Indonesia, tidak hanya dalam menyerap tenaga kerja tetapi juga dalam menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam aspek branding dan pemasaran produk mereka, terutama terkait dengan desain visual yang profesional dan menarik.

Desain grafis merupakan elemen strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai aspek estetika, tetapi juga memiliki peran vital dalam membangun identitas merek, menarik perhatian pelanggan, dan meningkatkan daya saing produk di pasar. Penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh elemen visual seperti ilustrasi, fotografi, dan tipografi pada kemasan dan media promosi produk. Kreativitas dan inovasi dalam desain grafis terbukti dapat meningkatkan brand awareness dan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM (Wahyuningtias et al., 2023).

Dari sisi lain, perkembangan teknologi digital dan platform online telah membuka peluang besar bagi para desainer grafis untuk bekerja secara freelance. Model kerja freelance menawarkan fleksibilitas waktu dan tempat kerja, serta memberikan kesempatan kepada desainer untuk melayani berbagai klien dari berbagai sektor industri tanpa terikat oleh kontrak kerja tetap. Platform digital seperti marketplace freelance memudahkan desainer untuk memasarkan jasa mereka dan menjangkau klien potensial, termasuk UMKM dan startup yang membutuhkan solusi desain dengan budget terbatas (Rambe & Irwansyah, 2024).

Meskipun peluang pasar sangat besar, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya peran branding dan desain grafis dalam meningkatkan penjualan produk mereka. Banyak UMKM yang enggan mempercayakan desain kemasan kepada desainer profesional karena ketidakpahaman tentang proses riset pasar dan analisis behavioral yang diperlukan dalam perancangan desain yang efektif. Selain itu, desainer grafis freelance pemula sering menghadapi kesulitan dalam menetapkan harga jasa yang rasional dan profesional (Atmaj, 2019).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang usaha jasa desain grafis freelance sebagai solusi kebutuhan branding UMKM dan startup di Indonesia. Kebaruan ilmiah dari penelitian ini terletak pada kajian komprehensif mengenai sinergi antara kebutuhan pasar (UMKM dan startup) dengan model bisnis freelance dalam industri desain grafis, serta analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha jasa desain grafis freelance di era ekonomi digital.

2. Kajian Pustaka

Kajian teori ini menguraikan landasan konseptual dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dalam menganalisis peluang usaha jasa desain grafis freelance yang menargetkan segmen UMKM dan startup di era digital.

Desain Grafis dalam Konteks Ekonomi Kreatif

Peluang usaha desain grafis berakar pada sektor ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas, inovasi, dan kecerdasan sebagai faktor produksi utama. Desain grafis termasuk salah satu subsektor yang mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kebutuhan visual dalam pemasaran digital (Riswanto et al., 2023). Menurut teori ekonomi kreatif, desain grafis berperan strategis dalam menciptakan nilai tambah suatu produk atau jasa melalui pengemasan visual yang inovatif (Syahbudi, 2021). Keahlian desainer freelance dalam mengonversi ide menjadi bentuk visual strategis merupakan bentuk kekayaan intelektual yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Penelitian Nurbadillah et al. (2025) menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi desain memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan branding UMKM, di mana desain yang unik dapat meningkatkan daya tarik produk hingga 84% serta memperkuat daya saing sebesar 86%.

Model Kerja Freelance dalam Gig Economy

Model kerja freelance merupakan bagian dari Gig Economy, yaitu sistem ekonomi yang berbasis proyek, fleksibel, dan non-tradisional. Dalam konteks ini, desainer grafis freelance memiliki kendali penuh atas jenis pekerjaan, volume proyek, dan waktu penyelesaian (Zaini et al., 2025). Perkembangan teknologi digital menjadi katalis utama tumbuhnya peluang freelance. Platform daring memberikan akses luas bagi desainer untuk menawarkan jasa ke

pasar global, sehingga memperluas jangkauan bisnis dan meningkatkan efisiensi biaya operasional (Man et al., 2025). Model kerja ini juga membuka peluang wirausaha baru bagi individu kreatif yang ingin mandiri secara profesional di sektor desain.

Target Pasar: UMKM dan Startup

UMKM dan startup merupakan segmen pasar potensial bagi jasa desain grafis karena kebutuhan mereka terhadap branding dan digitalisasi. Dalam konteks pascapandemi COVID-19, strategi branding digital menjadi instrumen vital untuk membangun brand equity melalui kesadaran merek, asosiasi positif, dan diferensiasi produk (Sary et al., 2025).

Desain grafis, terutama pada aspek logo, identitas visual, dan konten media sosial, menjadi elemen kunci dalam membangun citra profesional dan meningkatkan visibilitas usaha. Selain itu, jasa freelance dinilai lebih efisien bagi UMKM dan startup karena menawarkan solusi branding berkualitas dengan biaya yang lebih terjangkau dibandingkan jasa agensi besar (Nurbadillah et al., 2025).

Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Nurbadillah, Wiguna, Fadlurohman, dan Kuntari (2024) berjudul '*Pengaruh Kreativitas dan Inovasi dalam Desain Grafis sebagai Pendukung Branding UMKM*' menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi dalam desain grafis memiliki peran signifikan terhadap keberhasilan branding UMKM. Hasil penelitiannya menegaskan bahwa elemen desain seperti logo, kemasan, dan visual promosi yang kreatif dapat meningkatkan daya tarik produk, memperkuat citra merek, serta mendorong loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa keterbatasan akses terhadap teknologi dan perangkat lunak desain menjadi tantangan bagi pelaku UMKM. Temuan ini memperkuat relevansi pentingnya layanan jasa desain grafis, termasuk peluang bagi desainer grafis freelance untuk membantu UMKM mengembangkan branding yang lebih profesional dan kompetitif di era digital (Nurbadillah et al., 2025).

Kedua, Penelitian oleh Zaini, Miladiyah, dan Salim (2024) berjudul '*Eksplorasi Faktor Pendorong Mahasiswa untuk Terlibat dalam Aktivitas Ekonomi Berbasis Platform Digital (Gig Economy)*' membahas fenomena meningkatnya partisipasi generasi muda, khususnya mahasiswa, dalam kegiatan ekonomi digital non-tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mendorong keterlibatan tersebut meliputi motivasi ekonomi, fleksibilitas waktu, perkembangan keterampilan digital, serta kemudahan penggunaan platform digital. Temuan ini relevan dengan peluang usaha jasa desain grafis freelance, karena menunjukkan bahwa pekerjaan berbasis platform digital seperti desain grafis menawarkan fleksibilitas dan potensi pendapatan yang sesuai dengan kebutuhan tenaga kerja muda dan kreatif. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat dasar bahwa gig economy menjadi ekosistem yang mendukung berkembangnya profesi freelance, termasuk di bidang desain grafis untuk melayani kebutuhan UMKM dan startup (Zaini et al., 2025).

Dari kedua penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi dalam desain grafis berperan penting dalam meningkatkan branding dan daya saing UMKM, sementara perkembangan ekonomi digital dan gig economy membuka peluang baru bagi tenaga kerja muda untuk bekerja secara fleksibel dan mandiri melalui platform digital. Kombinasi temuan ini menunjukkan bahwa jasa desain grafis freelance memiliki prospek yang menjanjikan, karena tidak hanya mendukung kebutuhan branding UMKM dan startup, tetapi juga sejalan dengan tren kerja digital yang menawarkan fleksibilitas serta kemandirian bagi para pelaku kreatif.

Kesenjangan Penelitian (Research Gap)

Berdasarkan hasil telaah terhadap penelitian terdahulu, terlihat bahwa sebagian besar studi sebelumnya berfokus pada dua aspek yang terpisah. Pertama, penelitian seperti yang dilakukan oleh Nurbadillah et al. (2024) menekankan peran kreativitas dan inovasi desain grafis terhadap peningkatan branding UMKM, namun belum membahas secara mendalam bagaimana penyedia jasa desain, khususnya desainer grafis freelance, dapat berperan sebagai solusi strategis dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Kedua, penelitian oleh Zaini et al. (2024) mengulas dinamika gig economy dan faktor-faktor pendorong partisipasi tenaga kerja muda

dalam aktivitas ekonomi digital, tetapi belum mengaitkannya secara spesifik dengan bidang desain grafis sebagai sektor ekonomi kreatif yang potensial.

Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait bagaimana peluang usaha jasa desain grafis freelance dapat menjadi jembatan antara kebutuhan branding UMKM dan dinamika kerja fleksibel dalam gig economy. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan menganalisis keterkaitan antara permintaan desain grafis dari UMKM dan startup dengan potensi pengembangan bisnis freelance di era ekonomi digital, sehingga memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman model bisnis kreatif dan keberlanjutan usaha di sektor desain grafis.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur (*literature review*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih untuk mengumpulkan, menganalisis, dan mensintesis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik peluang usaha jasa desain grafis freelance untuk UMKM dan startup. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber, meliputi jurnal ilmiah terindeks, artikel penelitian, buku, dan publikasi akademik yang berkaitan dengan desain grafis, freelance, UMKM, startup, dan branding.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada database akademik seperti Google Scholar, portal jurnal elektronik, dan repositori institusi pendidikan tinggi. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian literatur meliputi "desain grafis freelance", "UMKM", "startup", "branding", "identitas visual", "digital marketing", dan kombinasi dari kata kunci tersebut. Kriteria inklusi untuk pemilihan literatur adalah publikasi dalam rentang waktu 2015-2025, relevansi dengan topik penelitian, dan kredibilitas sumber publikasi.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis konten (content analysis) terhadap literatur yang telah dikumpulkan. Tahapan analisis meliputi identifikasi tema-tema utama, kategorisasi temuan berdasarkan aspek-aspek yang diteliti, komparasi hasil penelitian dari berbagai sumber, dan sintesis untuk menghasilkan pemahaman komprehensif mengenai peluang usaha jasa desain grafis freelance. Validitas hasil analisis dijaga dengan menggunakan triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai literatur untuk memastikan konsistensi dan keakuratan temuan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Peran Desain Grafis dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM dan Startup

Desain grafis memiliki peran strategis dalam membangun identitas merek dan meningkatkan daya saing produk UMKM dan startup di pasar. Penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakui keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh identifikasi produk melalui ilustrasi yang dilihat (37,5%), fotografi yang ditampilkan (22,5%), dan pemilihan tipografi yang memudahkan konsumen untuk mengetahui informasi produk (25%). Temuan ini mengindikasikan bahwa desain grafis tidak hanya berperan sebagai elemen estetika, tetapi juga memiliki posisi strategis dalam usaha branding dan pemasaran UMKM.

Kemasan produk berfungsi sebagai "penjual tanpa suara" (silent salesman) yang menjadi faktor terakhir yang dapat mempengaruhi konsumen sebelum membuat keputusan pembelian. Desain grafis pada label dan kemasan membentuk kontak pribadi antara produsen dan konsumen serta menciptakan efek psikologis tertentu pada individu. Konsumen membutuhkan waktu rata-rata tujuh detik ketika membuat keputusan pembelian, sehingga tampilan visual yang menarik dan informatif menjadi sangat krusial dalam menarik perhatian konsumen.

Hasil penelitian terkini menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi dalam desain grafis memiliki pengaruh signifikan dalam mendukung branding UMKM. Desain grafis dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar dengan menambah nilai pada produk dan menciptakan citra merek yang konsisten. Sebagian besar responden percaya bahwa desain grafis memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian pelanggan, membangun citra merek yang kuat, dan meningkatkan daya saing di pasar.

Peluang Pasar Jasa Desain Grafis Freelance

Desain grafis Perkembangan ekonomi digital dan pertumbuhan UMKM serta startup di Indonesia menciptakan peluang pasar yang sangat besar bagi jasa desain grafis freelance. Berdasarkan berbagai penelitian, terdapat beberapa faktor yang mendorong tingginya permintaan terhadap jasa desain grafis freelance, yaitu:

Pertama, keterbatasan anggaran UMKM dan startup untuk mempekerjakan desainer grafis secara tetap. Mayoritas UMKM memiliki keterbatasan sumber daya finansial untuk menggaji desainer grafis full-time, sehingga mereka lebih memilih menggunakan jasa desainer freelance yang menawarkan fleksibilitas dalam sistem pembayaran berbasis proyek. Model pembayaran per proyek ini memungkinkan UMKM untuk mengontrol biaya branding sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Kedua, meningkatnya kesadaran pelaku UMKM tentang pentingnya branding dan desain visual profesional. Pelatihan dan sosialisasi yang dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk akademisi dan pemerintah, telah meningkatkan pemahaman UMKM mengenai peran desain grafis dalam peningkatan kualitas promosi dan pemasaran produk. UMKM mulai menyadari bahwa desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen dan membedakan produk mereka dari kompetitor.

Ketiga, kemudahan akses melalui platform digital. Platform marketplace freelance dan media sosial memudahkan desainer untuk memasarkan jasa mereka dan membangun portofolio online yang dapat diakses oleh calon klien dari berbagai lokasi. Platform-platform ini juga menyediakan sistem rating dan review yang membantu membangun kepercayaan dan reputasi desainer di mata klien potensial.

Tantangan dan Strategi Sukses dalam Bisnis Desain Grafis Freelance

Meskipun peluang pasar sangat besar, desainer grafis freelance menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Tantangan utama yang dihadapi adalah penetapan harga jasa yang rasional dan profesional. Desainer pemula sering mengalami kesulitan dalam menentukan tarif yang tepat karena klien cenderung hanya mempertimbangkan faktor fisik (ukuran, bahan, kuantitas) tanpa memperhitungkan aspek non-fisik seperti tingkat kesulitan, waktu yang dibutuhkan, dan kualitas karya.

Proses penetapan harga desain harus memperhatikan berbagai faktor meliputi kompleksitas proyek, waktu pengkerjaan, tingkat keahlian desainer, biaya operasional, dan nilai tambah yang diberikan kepada klien. Desainer freelance yang profesional perlu membuat rincian biaya yang jelas dan rasional untuk menghindari kesepakatan harga yang merugikan.

Tantangan lain yang dihadapi adalah fenomena fleksplorasi (flexible exploitation) melalui gamifikasi platform digital. Platform freelance sering menggunakan sistem gamifikasi yang membuat proses kerja seolah-olah seperti permainan, namun di balik itu terdapat ketimpangan kuasa dan lemahnya posisi tawar desainer. Manajemen algoritmik platform memberikan otoritas sentral kepada platform untuk menentukan alokasi proyek, pembagian keuntungan, dan aturan kerja yang tidak selalu menguntungkan desainer.

Untuk menghadapi tantangan tersebut, desainer freelance perlu mengembangkan strategi-strategi sebagai berikut:

Pertama, membangun portofolio yang kuat dan representatif. Portofolio harus menampilkan karya-karya terbaik dengan kualitas tinggi yang dapat merepresentasikan skill dan gaya desain. Tata letak portofolio harus rapi dan mudah dipahami sehingga calon klien dapat dengan mudah melihat beragam proyek yang telah dikerjakan.

Kedua, meningkatkan kemampuan dan kreativitas secara kontinyu. Desainer dapat mengikuti kursus, belajar secara otodidak melalui internet, bergabung dengan komunitas desainer, atau mengikuti pendidikan formal di jurusan desain grafis untuk terus mengembangkan kemampuan teknis dan wawasan kreatif.

Ketiga, melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan, masalah, dan preferensi pelanggan. Desainer juga perlu mengamati kompetitor terkait pelayanan, harga, strategi pemasaran, dan software yang digunakan untuk dapat menetapkan positioning yang tepat di pasar.

Keempat, memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk pemasaran. Desainer perlu aktif mempromosikan jasa mereka melalui berbagai kanal digital seperti Instagram, Behance, LinkedIn, dan platform marketplace freelance untuk memperluas jangkauan pasar.

Kelima, memberikan kualitas layanan yang konsisten dan membangun komunikasi yang baik dengan klien. Kepuasan klien menjadi kunci untuk mendapatkan proyek berulang dan referensi positif yang akan membantu membangun reputasi sebagai desainer profesional.

Prospek dan Keberlanjutan Bisnis Desain Grafis Freelance

Analisis terhadap berbagai sumber literatur menunjukkan bahwa bisnis jasa desain grafis freelance memiliki prospek yang sangat menjanjikan sebagai model bisnis yang berkelanjutan. Beberapa indikator yang mendukung prospek positif ini antara lain:

Pertama, tren transformasi digital yang terus berkembang mendorong pertumbuhan UMKM dan startup yang membutuhkan dukungan branding visual. Pandemi COVID-19 telah mempercepat adopsi teknologi digital oleh UMKM, dan hal ini meningkatkan kebutuhan akan desain grafis untuk media promosi digital seperti konten media sosial, website, dan e-commerce.

Kedua, fleksibilitas model bisnis freelance yang memungkinkan desainer untuk bekerja dengan berbagai klien dari berbagai sektor industri tanpa terikat oleh kontrak kerja tetap. Model ini memberikan keuntungan bagi desainer dalam menentukan sendiri waktu kerja, tarif, dan pemilihan proyek yang sesuai dengan minat dan keahlian mereka.

Ketiga, biaya operasional yang relatif rendah karena bisnis desain grafis freelance dapat dijalankan dari rumah dengan peralatan minimal berupa komputer dan software desain. Hal ini membuat barrier to entry yang rendah sehingga lebih banyak orang dapat memulai bisnis ini.

Namun, untuk mencapai keberlanjutan bisnis, desainer freelance perlu memperhatikan beberapa aspek penting. Pertama adalah manajemen keuangan yang baik, termasuk penetapan harga yang rasional, pengelolaan arus kas, dan perencanaan pajak. Kedua adalah pengembangan skill secara kontinyu untuk mengikuti perkembangan tren desain dan teknologi. Ketiga adalah membangun network dan relasi profesional yang kuat dengan sesama desainer, komunitas kreatif, dan asosiasi profesional.

5. Kesimpulan

Berdasarkan kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peluang usaha jasa desain grafis freelance untuk UMKM dan startup di Indonesia sangat besar dan menjanjikan. Desain grafis terbukti memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing produk melalui identitas visual yang kuat, kemasan yang menarik, dan media promosi yang efektif. Tingginya permintaan pasar terhadap jasa desain grafis freelance didorong oleh pertumbuhan UMKM dan startup, keterbatasan anggaran untuk mempekerjakan desainer tetap, serta kemudahan akses melalui platform digital.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti penetapan harga yang rasional, ketimpangan posisi tawar di platform digital, dan persaingan yang ketat, bisnis desain grafis freelance memiliki prospek keberlanjutan yang baik jika desainer mampu membangun portofolio yang kuat, meningkatkan kemampuan secara kontinyu, memahami kebutuhan pasar, dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi empiris dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara lebih spesifik besarnya peluang pasar, tingkat kepuasan klien terhadap jasa desainer freelance, dan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis desain grafis freelance. Selain itu, perlu dilakukan penelitian mengenai strategi penetapan harga yang ideal dan pengembangan model bisnis freelance yang lebih adil dan menguntungkan bagi kedua belah pihak, baik desainer maupun klien.

Daftar Pustaka

- Atmaji, L. T. (2019). Proses penentuan harga desain pada desainer grafis freelance. *Jurnal Tata Kelola Sesi*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.24821/jtks.v5i1.3144>
- Fenus, Y. R., Harnoko, I., & Widya, P. U. N. (2024). Pembuatan desain identitas visual sebagai salah satu kekuatan brand untuk mendukung daya saing produk pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 145–156. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7344>
- Kurniawan, A. (2020). Strategi digital branding pada startup social crowdfunding. *Jurnal Komunikatif*, 9(1), 19–33.

- Man, S., Harto, B., Judijanto, L., Kusumastuti, S. Y., Kurniati, Y., Meta, W., ... & Toii, I. E. W. (2025). *Entrepreneurship di era digital*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Noorwatha, I. K. D., & Wirawan, I. G. N. (2020). Strategi desain dari visual branding *The 6th International Seminar on Nusantara Heritage (ISoNH) 2017. Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni*, 8(1), 20–32. <https://doi.org/10.31091/sw.v8i1.720>
- Nurbadillah, N., Wiguna, I. M., Fadlurohman, R., & Kuntari, W. (2025). Pengaruh kreativitas dan inovasi dalam desain grafis sebagai pendukung branding UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis dan Teknologi*, 5(1), 419–426. <https://doi.org/10.56870/158k1d46>
- Prawesti, D. A. (2025). Penguatan citra merek melalui integrasi desain komunikasi visual dan strategi branding dalam media sosial @Prenagenworld. *Indonesian Journal of Digital Business*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.17509/ijdb.v5i1.84692>
- Prawita, R., Swasty, W., & Aditia, P. (2017). Membangun identitas visual untuk media promosi usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Sosioteknologi*, 16(1), 27–42. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.3>
- Putri, I. G. A. A. A., Yulianto, A., & Khaer, A. F. D. (2024). Pelatihan desain branding untuk membentuk identitas visual bagi siswa Sekolah Janji Baik. *Puan Indonesia*, 6(1), 11–20. <https://doi.org/10.37296/jpi.v6i1.271>
- Rambe, N. R., & Irwansyah, I. (2024). Resistansi pekerja lepas (freelance) desain grafis di Indonesia terhadap eksplorasi via proses gamifikasi digital platform. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 10(1), 80–95. <https://doi.org/10.23887/jiis.v10i1.78313>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah, A. N. (2023). *Ekonomi kreatif: Inovasi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sary, K. A., Boer, K. M., Agustian, J. F., Sanjaya, M. N., & Maudi, M. (2025). Perancangan visual branding untuk meningkatkan identitas dan daya saing UMKM binaan Otorita Ibu Kota Nusantara (IKN). *Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 9(1), 200–211. <https://doi.org/10.29407/ja.v9i1.24029>
- Setiadi, T., Rajendra, L., & Ilhami, S. D. (2023). Implementasi desain digital kreatif untuk branding produk berbasis mobile untuk pelaku UMKM Kecamatan Weleri Kabupaten Kendal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 3837–3842.
- Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi kreatif Indonesia: Strategi daya saing UMKM industri kreatif menuju go global (sebuah riset dengan model pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Wahyuningtias, F., Agustina, R., Ramadani, D. N., Palupi, J. I., Adhriani, S., Hidayati, R., & Nizah, B. L. (2023). Pelatihan desain grafis dan seminar kewirausahaan bagi UMKM sebagai upaya peningkatan kualitas promosi dan pemasaran produk pada masa Covid-19. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1–8. <https://doi.org/10.53088/penamas.v3i1.346>
- Zaini, M., Miladiyah, S. J., & Salim, A. (2025). Eksplorasi faktor pendorong mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi berbasis platform digital (gig economy). *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 322–331. <https://doi.org/10.59086/jam.v4i1.694>