

EVALUASI MODEL BISNIS ANGELINA ZANISA LEATHERWORKS DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA *BUSINESS MODEL* *CANVAS*

EVALUATION OF ANGELINA ZANISA LEATHERWORKS BUSINESS MODEL USING CANVAS BUSINESS MODEL APPROACH

Erik Rakha Rizqullah¹, Ir. Farda Hasun, M.Sc.², Bobby Hera Sagita, SE, MM.³

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom
erikrakha@gmail.com, fardahasun@gmail.com, bobyhs.telkomu@gmail.com

Abstrak

Angelina Zanisa Leatherworks merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri produk kulit seperti tas kulit, dompet kulit, *id card holder* berbahan kulit, dan lain-lain. Segmen pelanggan yang menjadi target Angelina Zanisa Leatherworks adalah pelanggan individu dan pelanggan bisnis. Segmen pelanggan individu yang menjadikan produk kulit seperti tas dan dompet sebagai *life style*. Segmen pelanggan bisnis merupakan kelompok pelanggan korporat yang menginginkan produk kulit seperti *id card holder* untuk memenuhi kebutuhan sekunder sebuah kelompok perusahaan. Dalam sebuah aktivitas bisnis, terdapat banyak cara bagi perusahaan untuk menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang digambarkan dalam sebuah model bisnis. Evaluasi model bisnis merupakan salah satu cara yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis Angelina Zanisa Leatherworks menggunakan kerangka *Business Model Canvas*. Langkah awal penelitian ini adalah memetakan model bisnis saat ini dari perusahaan di mana data didapatkan melalui observasi dan wawancara, lalu melakukan *customer profiling* dengan melakukan wawancara terhadap konsumen dari Angelina Zanisa Leatherworks, dan melakukan analisis lingkungan bisnis dengan menggunakan data dari studi literatur. Langkah selanjutnya adalah analisis SWOT untuk merancang strategi untuk masing-masing blok sebagai pertimbangan untuk melakukan perancangan model bisnis, di mana data yang didapatkan menggunakan kuisioner terhadap pihak perusahaan. Setelah perancangan strategi, dapat dilakukan perancangan *value propositions canvas* di mana dilakukan proses *fit* antara *value propositions* dengan *customer profile*. Setelah *value propositions*, maka langkah selanjutnya adalah merancang model bisnis yang baru untuk Angelina Zanisa Leatherworks. Beberapa hal yang diusulkan sebagai perbaikan diantaranya menambahkan jenis dan variasi pada produk, menciptakan dan meningkatkan layanan ke segmen pelanggan, menciptakan sertifikasi halal pada produk, meningkatkan harga produk berdasarkan permintaan desain pelanggan, menerapkan pemasaran digital, melakukan *maintenance* terhadap alat produksi, membuat saluran baru yaitu program *memberships* dan meningkatkan transaksi *e-commerce*.

Kata Kunci : Angelina Zanisa Leatherworks, *Business Model Canvas*, Analisis Lingkungan Bisnis, *Customer Profiling*, Analisis SWOT, *Value Propositions Canvas*.

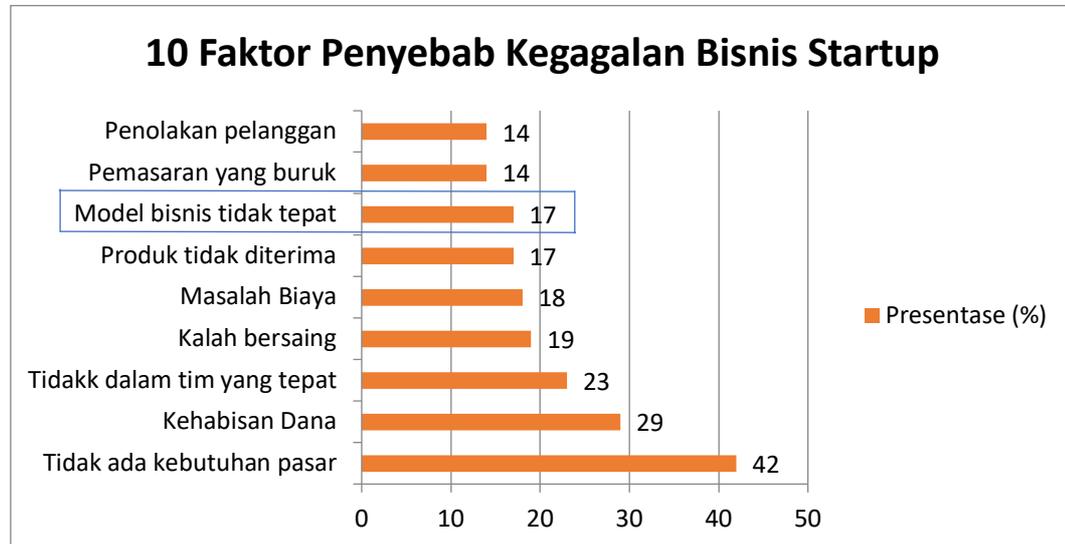
Abstract

Angelina Zanisa Leatherworks is a company engaged in the leather products industry such as leather bags, leather wallets, leather id card holders, and others. The target segments of Angelina Zanisa Leatherworks are individual customers and business customers. Individual customer segments that make leather products such as bags and wallets a life style. The business customer segment is a group of corporate customers who want leather products such as ID card holders to meet the secondary needs of a group of companies. In a business activity, there are many ways for companies to create, deliver and capture the value described in a business model. Evaluation of business models is one of the ways companies need to improve their competitiveness. This study aims to evaluate the business model of Angelina Zanisa Leatherworks using the Business Model Canvas framework. The initial step of this research is mapping the current business model of the company, then conducting customer profiling and analyzing the business environment. The next step is a SWOT analysis to design strategies for each block as a consideration for designing a business model. After a SWOT analysis, a value proposition canvas design can be carried out where a fit process is carried out between the value propositions and the customer profile. After the value propositions, the next step is to design a new business model for Angelina Zanisa Leatherworks. Some things that are proposed as improvements include adding types and variations of products, creating and improving services to customer segments, creating halal certification of products, increasing product prices based on customer design requests, implementing digital marketing, maintaining equipment, creating new channels through programs memberships and enhance e-commerce transactions.

Keywords: Angelina Zanisa Leatherworks, *Business Model Canvas*, *Business Environment Analysis*, *Customer Profiling*, *SWOT Analysis*, *Value Propositions Canvas*.

1. Pendahuluan

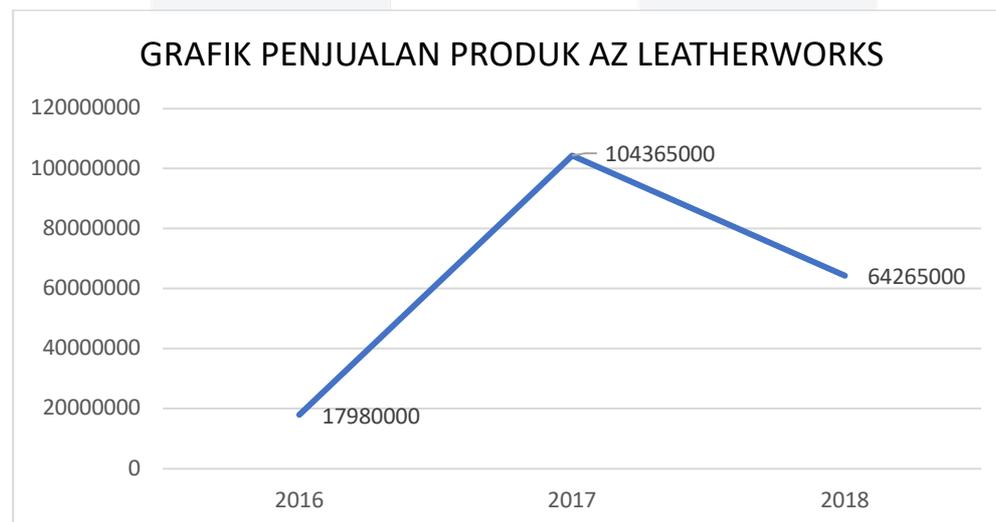
Bisnis kerajinan kulit di Indonesia memiliki pertumbuhan yang dapat dikatakan cukup pesat. Bahan kulit dapat menambah ketertarikan konsumen dikarenakan daya tahan dan kekuatan bahan tersebut. Terlebih lagi produk berbahan jenis kulit asli tidak pernah ketinggalan zaman. Dalam perkembangan industri kecil kerajinan kulit di Indonesia, Angelina Zanisa Leatherworks diharuskan untuk dapat menciptakan model bisnis yang inovatif untuk dapat bertahan dalam berkembangnya zaman dan juga berkembangnya pemikiran dan gaya hidup masyarakat. Berikut ini merupakan Gambar 1 yang menunjukkan faktor penyebab kegagalan bisnis *startup*.



Gambar 1 Sepuluh Faktor Penyebab Kegagalan Bisnis Startup

Sumber: (Cbinsights, 2018)

Angelina Zanisa Leatherworks bergerak di industri produk berbahan kulit. Angelina Zanisa Leatherworks memulai bisnisnya pada tahun 2016, diawali dengan 4 orang diantaranya ada CEO, bagian produksi, marketing dan keuangan. Jenis produk yang dipasarkan Angelina Zanisa Leatherworks beragam, mulai dari *journal book*, dompet, tas, *passport case*, *card holder*, dan lain-lain. Sistem pemesanan yang diterapkan Angelina Zanisa Leatherworks kepada pelanggannya adalah *custom order*. Berikut ini merupakan Gambar 2 yang menunjukkan grafik penjualan produk Angelina Zanisa Leatherworks dari tahun 2016 sampai 2018.



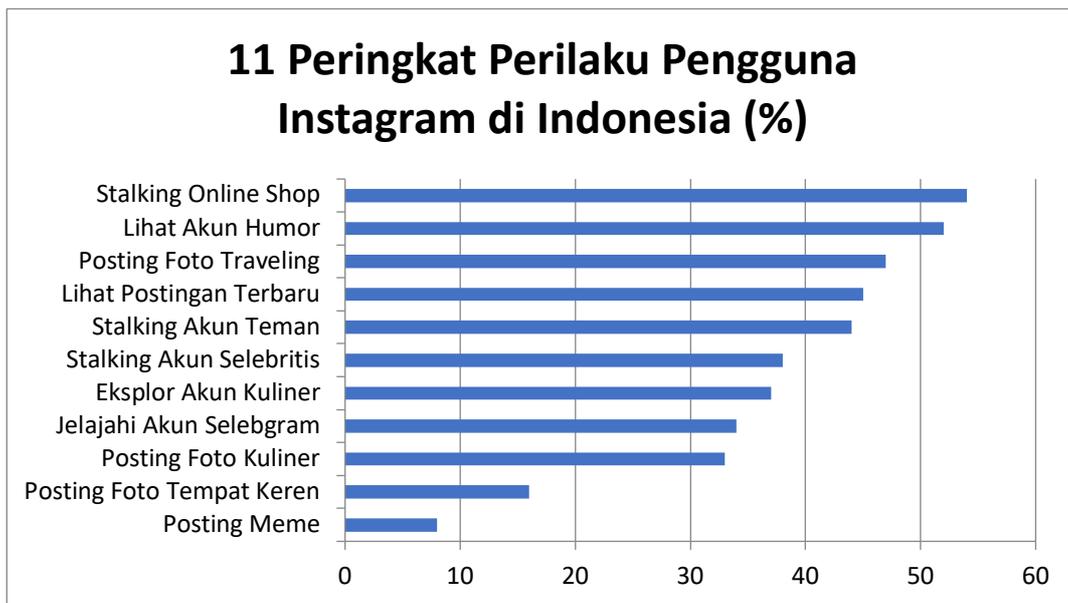
Gambar 2 Grafik Penjualan Produk AZ Leatherworks (2016-2018)

Sumber: (Data Pendapatan Perusahaan)

Sesuai grafik dari gambar 2 data kenaikan permintaan produk Angelina Zanisa Leatherworks tahun 2016 hingga 2018 menunjukkan bahwa terdapat ketidakpastian pendapatan perusahaan terhadap produk yang dipasarkan kepada pelanggan.

Pada era digital seperti sekarang ini, banyak cara dapat dilakukan dalam memasarkan produk maupun jasa dengan menggunakan internet ataupun *platform* media sosial seperti instagram contohnya. Banyak orang

memanfaatkan *platform* tersebut sebagai sarana menciptakan peluang bisnis yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Berikut ini merupakan Gambar 3 yang menunjukkan peringkat perilaku pengguna instagram di Indonesia.



Gambar 3 Grafik Aktifitas Pengguna Instagram di Indonesia

Sumber: (Emarketers, 2017)

Model bisnis merupakan penggambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai [1]. Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, Angelina Zanisa Leatherworks akan mudah menggambarkan permasalahan yang ada serta dapat menganalisis faktor terkait sehingga Angelina Zanisa Leatherworks dapat mencegah kegagalan bisnis dan mempertahankan bisnisnya dalam persaingan yang tinggi. Dengan melakukan evaluasi model bisnis eksisting dari Angelina Zanisa Leatherworks, penentuan strategi pada model bisnis kanvas usulan dikaitkan dengan analisis lingkungan dan analisis SWOT. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan membahas masalah pada bisnis Angelina Zanisa Leatherworks yang berjudul “Evaluasi Model Bisnis Angelina Zanisa Leatherworks Dengan Menggunakan Kerangka *Business Model Canvas*”.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Perancangan model bisnis saat ini Angelina Zanisa Leatherworks

Perancangan model bisnis saat ini dilakukan untuk mengevaluasi aspek bisnis Angelina Zanisa Leatherworks secara keseluruhan. Data model bisnis saat ini didapat dari hasil wawancara kepada pihak perusahaan lalu dipetakan dalam sembilan blok bisnis model kanvas.

2.2 Customer Profile

Customer profile merupakan sebuah alat yang dapat menjelaskan segmen pelanggan tertentu dalam model bisnis perusahaan dengan lebih terstruktur dan rinci. *Customer profile* dibagi menjadi tiga bagian yaitu *customer jobs, pains dan gains*. Berikut ini merupakan penjelasan dari ketiga bagian dari customer profile:

1. *Customer Jobs* menggambarkan hal-hal yang pelanggan coba lakukan dalam pekerjaan mereka.
2. *Pains* menggambarkan hasil buruk, risiko dan hambatan yang terkait dengan pekerjaan pelanggan.
3. *Gains* menggambarkan apa yang ingin dicapai pelanggan atau manfaat konkret yang mereka cari.

Data konsumen digunakan untuk mendefinisikan *customer profile* untuk meningkatkan pemahaman mengenai keinginan dan keluhan konsumen Angelina Zanisa Leatherworks.

2.3 Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis digunakan untuk mengetahui pengaruh eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi penentuan strategi usulan model bisnis yang akan dibuat. Dalam memahami lingkungan eksternal sebagai macam ruang desain, yang berarti memahami sebuah konteks atau mengadaptasi model bisnis dengan pemicu desain seperti permintaan pelanggan baru, perkembangan teknologi baru, dan lain-lain. Ruang desain dalam aspek lingkungan eksternal dibagi menjadi empat, yaitu kekuatan pasar, kekuatan industri, tren-tren kunci dan kekuatan ekonomi makro.

2.4 Analisis SWOT dan Perancangan Strategi Usulan

Analisis SWOT ini dimaksudkan untuk menentukan tujuan usaha bisnis dan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang menguntungkan dan tidak menguntungkan untuk mencapai tujuan tersebut. Data

yang digunakan pada analisis SWOT menggunakan kuisioner yang diberikan kepada 3 orang yang mengetahui proses bisnis yang ada pada Angelina Zanisa Leatherworks. Untuk faktor internal dapat dikategorikan dalam *Strength* dan *Weakness*, sedangkan faktor eksternal dikategorikan dalam *Weakness* dan *Opportunities*. Berdasarkan buku Business Model Generation terdapat 4 sub-variabel dalam analisis SWOT, 4 sub-variabel tersebut adalah proposisi nilai, biaya dan pendapatan yang terdiri dari *cost structure* dan *revenue streams*, infrastruktur yang terdiri dari *Key Resources*, *Key Activities* dan *Key Partnership*, dan hubungan pelanggan yang terdiri dari *Customer Relationship*, *Channel*, dan *Customer Segment* [1]. Setelah seluruh indikator pada variabel SWOT ditentukan, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah menentukan bobot, rating, dan skor. Bobot tersebut didapatkan dari perhitungan kuisioner pembobotan berdasarkan tingkat kepentingan atau nilai tertinggi penanganan dengan skala 1 sampai 5.

2.5 Value Proposition Canvas

Value propositions canvas merupakan sebuah alat untuk mendeskripsikan manfaat yang dapat diharapkan pelanggan dari produk dan layanan yang pelanggan butuhkan. *Value propositions canvas* memiliki dua sisi, diantaranya adalah *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* merupakan sebuah alat yang dapat menjelaskan segmen pelanggan tertentu dalam model bisnis perusahaan dengan lebih terstruktur dan rinci. *Customer profile* dibagi menjadi tiga bagian yaitu *customer jobs*, *pains* dan *gains*. Sedangkan *value map* merupakan sebuah alat yang menjelaskan fitur proporsi nilai tertentu dalam model bisnis perusahaan dengan cara yang terstruktur dan terperinci. *Value map* sendiri dibagi tiga bagian yaitu *products and services*, *pain relievers* dan *gain creators*. Tahap selanjutnya adalah menggambarkan *fit* atau hubungan antara *value map* dan *customer profile*. *Fit* atau hubungan pelanggan berguna untuk mencapai kesesuaian ketika pelanggan bersemangat tentang *value propositions* yang ditawarkan oleh perusahaan. Hubungan tersebut dapat menangani *customer jobs*, mengurangi *pains* yang dirasakan pelanggan dan menciptakan keuntungan penting yang diinginkan pelanggan [2].

2.6 Perancangan Model Bisnis Usulan

Setelah mendefinisikan strategi yang telah dirumuskan, selanjutnya dilakukan evaluasi model bisnis usulan yang dipetakan kedalam sembilan blok *business model canvas*. Selanjutnya variabel-variabel pada tiap blok *business model canvas* tersebut akan diciptakan, ditingkatkan, atau dikurangi.

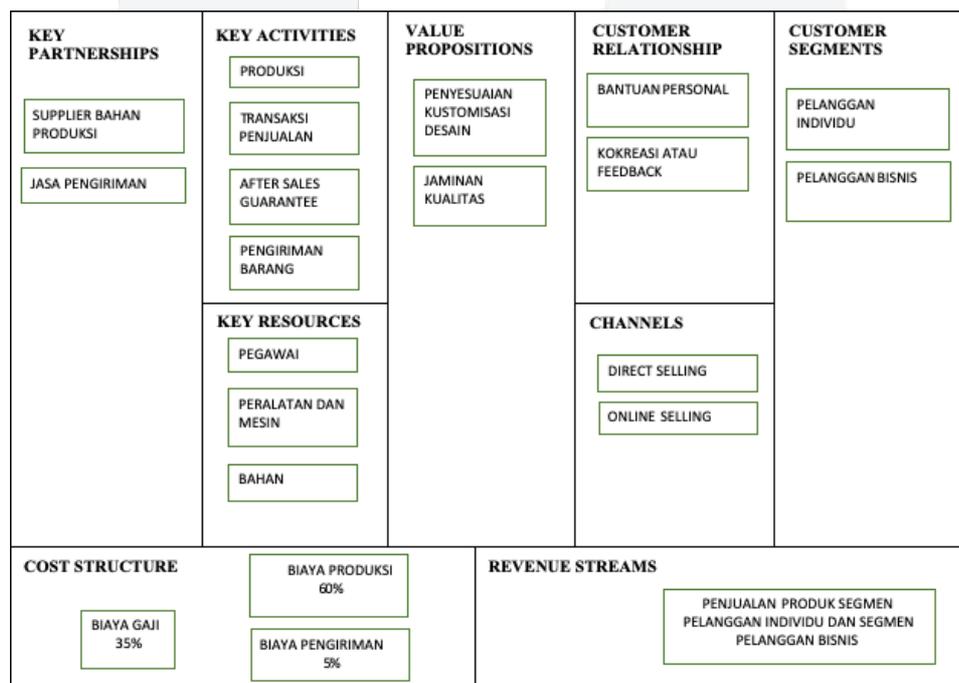
2.7 Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir adalah membuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil perancangan model bisnis yang akan diusulkan kepada Angelina Zanisa Leatherworks.

3. Pembahasan

3.1 Model Bisnis Saat Ini Angelina Zanisa Leatherworks

Berikut merupakan model bisnis saat ini Angelina Zanisa Leatherworks:



Gambar 4 *Business Model Canvas* Saat Ini Angelina Zanisa Leatherworks

3.2 Customer Profile

Pada penelitian ini terdapat dua segmen pelanggan, yaitu segmen pelanggan individu dan segmen pelanggan bisnis. Berikut ini merupakan *customer profile* segmen pelanggan individu Angelina Zanisa Leatherworks:

1. *Customer Jobs*
 - a. Untuk memenuhi kebutuhan pakaian pribadi
 - b. Dapat berbelanja dengan praktis
 - c. Membeli barang dengan kualitas yang terjangkau
 - d. Memiliki barang dengan model yang unik dan modern sesuai dengan keinginan
2. *Pains*
 - a. Pelanggan khawatir akan penggunaan bahan yang tidak halal untuk produk
 - b. Proses pemesanan dan transaksi yang lama atau tidak praktis
 - c. Barang tidak sesuai dengan gambar yang disediakan untuk pelanggan
 - d. Model dari produk yang ditawarkan kurang unik dan modern
3. *Gains*
 - a. Menjalin komunikasi yang baik kepada pihak Angelina Zanisa Leatherworks
 - b. Kemudahan dalam pemesanan dan transaksi
 - c. Harga produk terjangkau
 - d. Penjaminan kualitas produk
 - e. Menambah keunikan barang yang ditawarkan

Berikut ini merupakan *customer profile* segmen pelanggan bisnis Angelina Zanisa Leatherworks:

1. *Customer Jobs*
 - a. Memenuhi kebutuhan sekunder perusahaan seperti *id card holder* pegawai
 - b. Melakukan pemesanan barang dengan mudah dan praktis
 - c. Memesan barang dengan kualitas yang baik
 - d. Memesan barang yang diantar dalam keadaan tidak rusak
2. *Pains*
 - a. Kepercayaan perusahaan terhadap toko
 - b. Barang tidak berkualitas baik
 - c. Kuantitas barang tidak sesuai dengan pesanan diawal kesepakatan
 - d. Barang sampai tidak dalam keadaan baik setelah pengiriman
3. *Gains*
 - a. Menjalin komunikasi yang baik kepada pihak Angelina Zanisa Leatherworks
 - b. Penjaminan kualitas produk
 - c. Melakukan pengecekan ulang terhadap kondisi produk yang dipesan perusahaan
 - d. Harga produk terjangkau
 - e. Transaksi praktis dan mudah

3.3 Analisis Lingkungan Bisnis

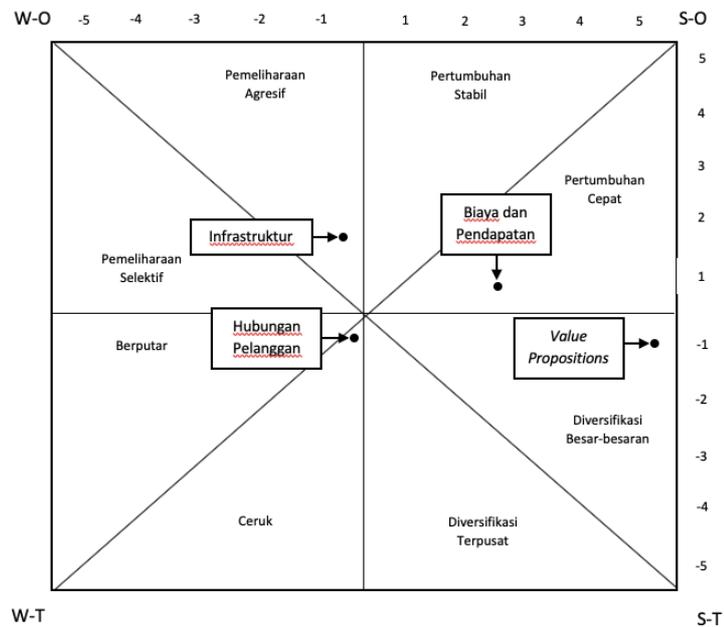
Berikut merupakan hasil analisis lingkungan bisnis Angelina Zanisa Leatherworks:

1. *Market Forces*
 - a. Busana berbahan kulit sebagai *life style*
 - b. Kemudahan berbelanja melalui transaksi *online*
 - c. Adanya kebutuhan sekunder perusahaan
 - d. Terdapat segmen pelanggan baru
 - e. Pendapatan perusahaan untuk produk kulit meningkat
2. *Industry Forces*
 - a. Semakin banyak pesaing
 - b. Bahan pengganti kulit
 - c. Keluhan atas kualitas pengiriman
 - d. Pelanggan lebih memilih produk pesaing dibandingkan produk Angelina Zanisa Leatherworks
3. *Key Trends*
 - a. Tren pecinta produk kulit
 - b. Tren berbelanja secara *online*
 - c. Tren regulasi industri kulit di Indonesia
 - d. Tren sosio-ekonomi sertifikasi halal produk
4. *Macro Economic Forces*

- Dukungan pemerintah terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia
- Pembangunan dan pemberdayaan ekonomi industri kreatif sektor produk kulit meningkat
- Harga bahan kulit tidak menentu
- Peningkatan jumlah investor lokal

3.4 Analisis SWOT dan Strategi

Berikut ini merupakan matrix analisis 4 sub variabel SWOT dan strategi usulan terhadap model bisnis Angelina Zanisa Leatherworks:



Gambar 5 Matrix SWOT

1. Variabel *Value Propositions*

Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh Angelina Zanisa Leatherworks yang mengacu pada variabel *value propositions* antara lain:

- Menambah jenis atau variasi produk kulit yang dipasarkan ke pelanggan
- Menciptakan layanan baru yaitu “*create your own leatherworks*”
- Meningkatkan layanan personalisasi kepada pelanggan bisnis
- Menciptakan sertifikasi halal pada produk

2. Biaya dan Pendapatan

Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh Angelina Zanisa Leatherworks yang mengacu pada variabel biaya dan pendapatan antara lain:

- Menaikkan harga produk berdasarkan *request design* oleh pelanggan

3. Infrastruktur

Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh Angelina Zanisa Leatherworks yang mengacu pada variabel infrastruktur antara lain:

- Meningkatkan kolaborasi produk terhadap pesaing maupun pemain lainnya
- Menerapkan *digital marketing*
- Melakukan *maintenance* secara rutin

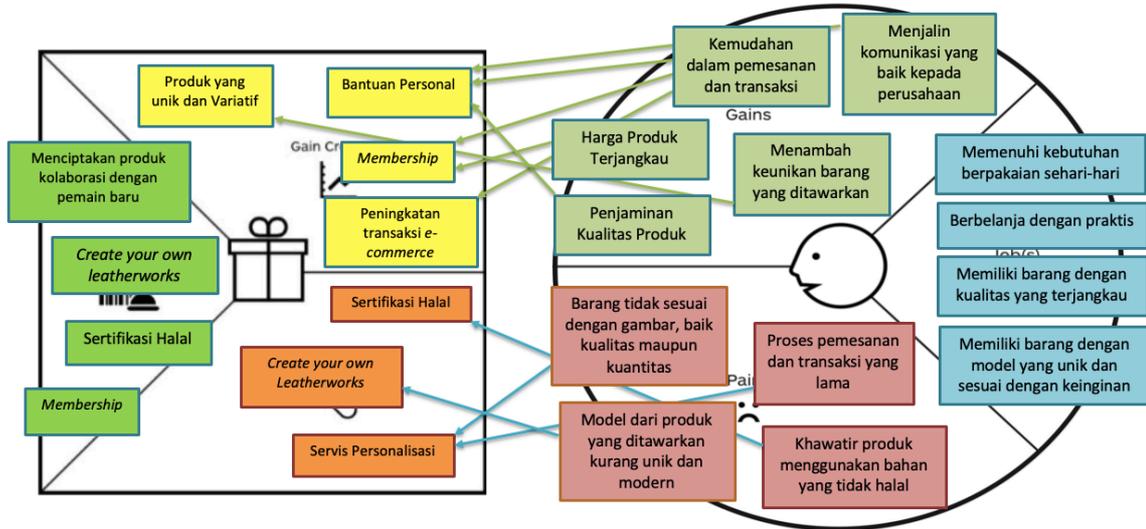
4. Hubungan Pelanggan

Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh Angelina Zanisa Leatherworks yang mengacu pada variabel hubungan pelanggan antara lain:

- Menciptakan saluran baru melalui program *memberships*
- Melakukan peningkatan bantuan personal
- Meningkatkan transaksi *e-commerce*

3.5 *Value Proposition Canvas*

1. Berdasarkan strategi dari analisis SWOT, berikut merupakan *value proposition canvas* Angelina Zanisa Leatherworks untuk segmen pelanggan individu yang dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini.



Gambar 6 Fit value propositions canvas segmen pelanggan individu

a. Product and services

Produk kolaborasi, sertifikasi halal produk dan layanan *create your own leatherworks* merupakan sebuah usulan yang dapat Angelina Zanisa Leatherworks lakukan dalam menangkap dan memberi nilai baru kepada segmen pelanggan individu mereka

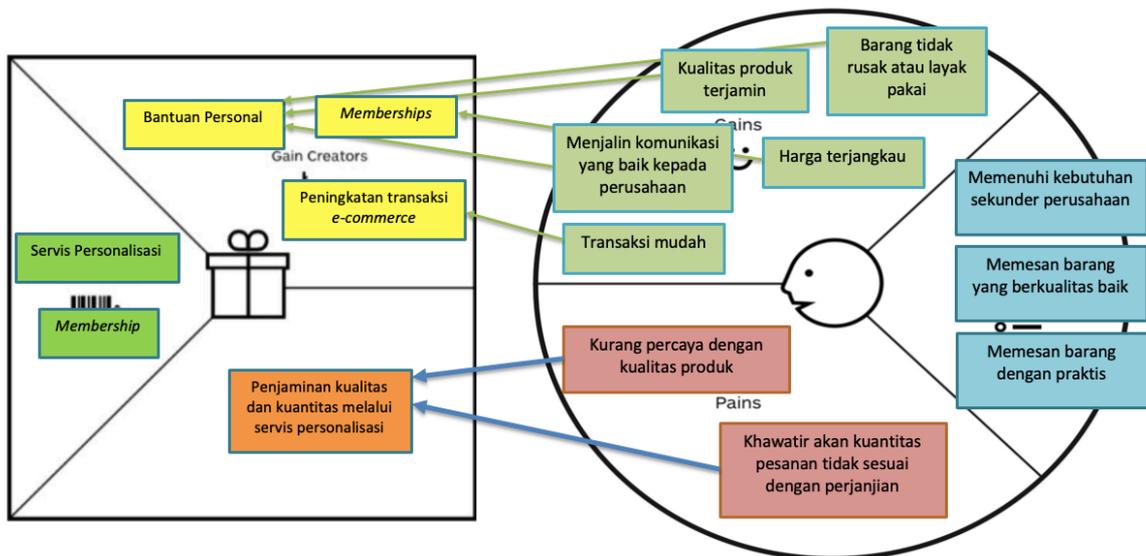
b. Gains creators

Berdasarkan *gains* yang ingin dicapai pelanggan, Angelina Zanisa Leatherworks menawarkan bantuan personal, *memberships*, kolaborasi produk dengan pemain lain, peningkatan transaksi *e-commerce* dan penambahan jenis dan variasi produk.

c. Pain relievers

Berdasarkan *pains* yang dialami pelanggan, Angelina Zanisa Leatherworks menawarkan produk yang memiliki sertifikasi halal, layanan *create your own leatherworks* dan servis personalisasi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

2. Berikut ini merupakan *fit value propositions canvas* Angelina Zanisa Leatherworks untuk segmen pelanggan bisnis yang dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini.



Gambar 7 Fit value propositions canvas segmen pelanggan bisnis

a. Product and services

Perusahaan dapat meningkatkan pelayanan personalisasi kepada pelanggan bisnis untuk menambah kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan dari Angelina Zanisa Leatherworks.

b. *Gain creators*

Berdasarkan *gains* yang ingin dicapai segmen pelanggan bisnis, Angelina Zanisa Leatherworks menawarkan bantuan personal, *memberships* dan peningkatan transaksi *e-commerce*.

c. *Pain relievers*

Berdasarkan *pains* yang dialami segmen pelanggan bisnis, Angelina Zanisa Leatherworks menawarkan servis personalisasi untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

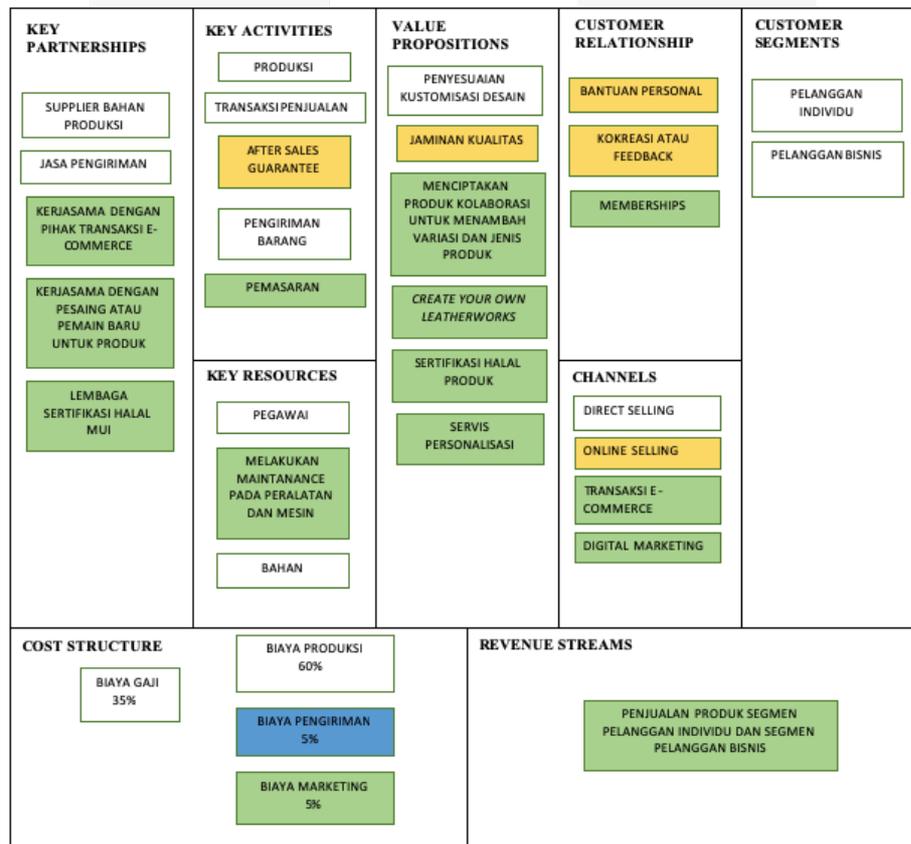
3.6 Perancangan Model Bisnis Usulan

Berikut merupakan hasil usulan model bisnis untuk Angelina Zanisa Leatherworks:

1. *Customer Segments*: Pelanggan Individu dan Pelanggan Bisnis.
2. *Value Propositions*: Penyesuaian kustomisasi desain, jaminan kualitas, menciptakan produk kolaborasi untuk menambah variasi dan jenis produk, *create your own leatherworks*, sertifikasi halal produk dan servis personalisasi.
3. *Channels*: *Direct selling*, *online selling*, transaksi *e-commerce* dan *digital marketing*.
4. *Customer Relationships*: Bantuan personal, kokreasi atau *feedback* pelanggan terhadap produk dan *memberships*.
5. *Revenue Streams*: Meningkatkan penjualan produk segmen pelanggan individu dan penjualan produk segmen pelanggan bisnis.
6. *Key Resources*: Pegawai, *maintenance* pada peralatan dan mesin, dan bahan.
7. *Key Activities*: Produksi, transaksi penjualan, *after sales guarantee*, pengiriman barang dan pemasaran
8. *Key Partnerships*: *Supplier* bahan produksi, jasa pengiriman, kerjasama dengan pihak transaksi *e-commerce*, kerjasama dengan pesaing untuk produk kolaborasi dan lembaga sertifikasi halal MUI.
9. *Cost Structure*: Biaya produksi sebesar 60%, biaya gaji sebesar 35%, biaya *marketing* 5% dan menghilangkan biaya pengiriman 5%.

4. Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan dari penelitian ini yang berupa rancangan model bisnis Angelina Zanisa Leatherworks menggunakan *Business Model Canvas*.



Gambar 8 *Business Model Canvas* Usulan Angelina Zanisa Leatherworks

Keterangan: Diciptakan, Ditingkatkan, Dikurangi, Tetap

Daftar Pustaka

- [1] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Cbinsights. (2018, February 2). *The Top 20 Reasons Startups Fail*. Retrieved from cbinsights.com: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>
- [4] Emarketers, I. S. (2017, April 21). *11 Peringkat Perilaku Pengguna Instagram di Indonesia*. Retrieved from kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/mmabrurlbanuna/58fa02993493737c1eb4f5_e1/agar-kita-tidak-kalah-dengan-barangbarang-itu
- [5] Kemenperin. (2016). *Perkembangan Ekspor Indonesia Berdasarkan Sektor*. Retrieved from kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/statistik/peran.php?ekspor=1>
- [6] Katadata. (2018, March 27). *Berapa Pembeli Digital Indonesia?* Retrieved from databoks.katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/03/27/berapa-pembeli-digital-indonesia>
- [7] Potensilokal. (2016, June 28). *Jenis Bahan yang Digunakan Online Shop*. Retrieved from potensilokal.com: <https://www.potensilokal.com/jenis-bahan-yang-digunakan-online-shop.html>
- [8] Rizal, A. (2019, January 27). *6 Tren Perdagangan Digital di Indonesia Tahun ini*. Retrieved from infokomputer.grid.id: <https://infokomputer.grid.id/read/121616860/6-tren-perdagangan-digital-di-indonesia-tahun-ini?page=all>
- [9] Yudistira, A. B. (2016, September 20). *Regulasi Untuk Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif*. Retrieved from bekraf.go.id: <http://www.bekraf.go.id/berita/page/8/regulasi-untuk-mendukung-pengembangan-ekonomi-kreatif>
- [10] Septyaningsih, L., & Zuraya, N. (2018, September 23). *BEI Sebut Jumlah Investor Lokal Capai 50 Persen Lebih*. Retrieved from republika.co.id: <https://republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/18/09/23/pfhw8d383-bei-sebut-jumlah-investor-lokal-capai-50-persen-lebih>
- [11] Bahti, G. L. (2019). *Dukungan Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia. Dukungan Pemerintah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Indonesia*, 1-2.
- [12] Alamsyah, I. E. (2019, Februari 7). *KEIN: Industri Jadi Penopang Pertumbuhan Ekonomi 2018*. Retrieved from republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/19/02/07/pmken9349-kein-industri-jadi-penopang-pertumbuhan-ekonomi-2018>
- [13] Kemenperin. (2016). *Industri Kreatif dan Infrastruktur Jadi Tumpuan*. Retrieved from kemenperin.go.id: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/13841/Industri-Kreatif-dan-Infrastruktur-Jadi-Tumpuan>