

ANALISIS KELAYAKAN DAN KEBERLANJUTAN USAHA PADA NOTIONBOX CV KOTAK KREATIF INDONESIA

ANALYSIS OF BUSINESS FESIBILITY AND SUSTAINABILITY AT NOTIONBOX CV KOTAK KREATIF INDONESIA

Siti Zalsadila Dwi Nadya.S¹ dan Ashar Muhammad²

¹ Politeknik STIA LAN Makassar

email: zalsadilanadya@gmail.com

² Politeknik STIA LAN Makassar

email: asharalhe@stialanmakassar.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan dan keberlanjutan usaha pada NotionBox CV Kotak Kreatif Indonesia sebagai agensi kreatif berbasis digital yang beroperasi di Kota Makassar. Penelitian dilatarbelakangi oleh tingginya dinamika industri kreatif yang menuntut tidak hanya kelayakan finansial, tetapi juga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan kombinasi analisis kualitatif dan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan lima aspek studi kelayakan usaha, yaitu aspek hukum, pasar dan pemasaran, teknis dan operasional, manajemen dan organisasi, serta keuangan, serta ditinjau dari tiga pilar keberlanjutan usaha meliputi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NotionBox dinilai layak untuk dikembangkan, ditunjukkan oleh terpenuhinya legalitas usaha, potensi pasar yang menjanjikan, kesiapan operasional, serta struktur manajemen yang mendukung. Secara finansial, usaha ini menunjukkan kinerja yang layak dengan nilai Net Present Value (NPV) positif sebesar Rp526.111.625, Internal Rate of Return (IRR) sebesar 79,39 persen, dan Payback Period selama 1,24 tahun. Dari sisi keberlanjutan, NotionBox memiliki fondasi ekonomi yang cukup kuat, berkontribusi pada pemberdayaan sumber daya manusia muda, serta menerapkan praktik kerja digital yang relatif ramah lingkungan. Penelitian ini menegaskan bahwa integrasi analisis kelayakan dan keberlanjutan memberikan gambaran yang lebih komprehensif dalam menilai prospek usaha agensi kreatif.

Kata kunci: Studi Kelayakan, Keberlanjutan Usaha, Agensi Kreatif, Industri Kreatif, Notionbox.

Abstract

This study aims to analyze the feasibility and sustainability of NotionBox CV Kotak Kreatif Indonesia, a digital-based creative agency operating in Makassar. The research is motivated by the highly dynamic nature of the creative industry, which requires not only financial feasibility but also long-term business sustainability. A descriptive approach with a combination of qualitative and quantitative analysis was employed. Data were collected through in-depth interviews, observation, and document analysis, and examined based on five business feasibility aspects—legal, market and marketing, technical and operational, management and organization, and financial—along with three pillars of sustainability: economic, social, and environmental. The findings indicate that NotionBox is feasible for further development, as reflected in its legal compliance, promising market potential, operational readiness, and supportive managerial structure. Financial analysis shows strong feasibility with a positive Net Present Value (NPV) of IDR 526,111,625, an Internal Rate of Return (IRR) of 79.39 percent, and a Payback Period of 1.24 years. In terms of sustainability, NotionBox demonstrates a solid economic

foundation, contributes to the empowerment of young human resources, and applies relatively environmentally friendly digital working practices. This study highlights that integrating feasibility and sustainability analysis provides a more comprehensive assessment of creative agency business prospects.

Keywords: Feasibility Study, Business Sustainability, Creative Agency, Creative Industry, Notionbox.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep yang semakin banyak diperbincangkan karena dianggap memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Konsep ini menekankan pada kegiatan yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan ekspresi budaya sebagai kekuatan utama dalam menciptakan nilai ekonomi (Abdullah, 2023). Ekonomi kreatif telah menjadi perhatian utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sari Lenggogeni, seorang pakar pariwisata dan ekonomi kreatif dari Universitas Andalas, menyatakan bahwa bonus demografi semakin memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pemain utama dalam industri kreatif global. Ia juga mengungkapkan bahwa generasi muda yang terampil dalam teknologi dan memiliki semangat kewirausahaan telah menciptakan gelombang baru dalam ekonomi kreatif (Nasrul., 2025). Menurut data dari Kemenparekraf, Indonesia memiliki 17 subsektor ekonomi kreatif yang menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas. Keseluruhan subsektor ini menunjukkan keterpaduan antara kreativitas, nilai budaya, dan pemanfaatan teknologi digital. Menteri Ekonomi Kreatif, Teuku Riefky Harsya, menjelaskan pertumbuhan yang signifikan dalam sektor ekonomi kreatif Indonesia selama 11 tahun terakhir. Ini termasuk kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang diperkirakan mencapai 1.500 triliun pada tahun 2024 (Arini., 2024).

Industri kreatif yang merupakan pilar utama penggerak ekonomi kreatif (Kemenperin RI, 2017) turut terdampak dan sekaligus diuntungkan oleh transformasi digital. Industri kreatif hadir sebagai sektor yang memainkan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif (Muzakkir, dkk., 2024). Istilah industri kreatif secara umum digambarkan sebagai bisnis dengan kreativitas yang menjadi pusatnya (Matiza, 2020). Hubungan antara industri kreatif dan pertumbuhan ekonomi telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian, seperti penelitian oleh Abdullah (2023) yang meneliti potensi industri kreatif bisa mendorong pertumbuhan ekonomi. Sektor ini mencakup berbagai bidang seperti seni, budaya, media, dan teknologi kreatif, yang semuanya berpotensi memberikan dampak ekonomi besar lewat penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, dan dorongan terhadap inovasi. Di bidang-bidang tertentu seperti desain

dan periklanan, industri kreatif sering dijalankan oleh individu secara mandiri (freelancer) maupun oleh agensi kreatif yang lebih terorganisir.

Agensi Kreatif merupakan subbagian yang berfokus pada seni desain, hiburan, dan periklanan. Agensi kreatif adalah perusahaan yang menyediakan layanan dalam pengelolaan hal-hal kreatif termasuk desain. Contohnya pembuatan konten, *image brand*, video promosi, dan masih banyak lagi (Putra, dkk., 2023). Agensi kreatif dapat diposisikan sebagai salah satu bentuk nyata dari implementasi industri kreatif dalam ranah komunikasi dan media kreatif digital. Jasa yang ditawarkan oleh agensi kreatif sangat beragam, seperti *content development*, *social media management*, *branding* dan *identity design*, *creative content production*, *digital advertising*, dan *digital consulting and training* (Putra, dkk., 2023). Layanan dari berbagai agensi yang bergerak di bidang ini telah berkembang pesat di Indonesia. Pertumbuhan ini didukung oleh empat pusat ekonomi utama, yaitu Medan, Jakarta, Surabaya, dan Makassar (Aziz dan Djunaedi, 2022). Sebuah agensi kreatif harus memiliki reputasi yang baik agar dipercaya publik. Kepercayaan ini dibangun dengan komitmen yang kuat untuk menyelesaikan setiap permintaan klien (Permana, dkk., 2021). Tren positif pada sektor ekonomi kreatif di Makassar dapat dikatakan cukup berkembang, hal ini didukung dengan dinobatkannya Kota Makassar sebagai kota kreatif Indonesia oleh kemenparekraf tahun 2023 (Yudiarti., 2023).

NotionBox CV Kotak Kreatif Indonesia yang merupakan salah satu agensi kreatif yang ada di Makassar, berisi sejak tahun 2021, dengan tujuan membantu UMKM, individu maupun organisasi melalui penyediaan jasa *social media management* Seiring dengan berbagai peluang yang terbuka bagi agensi NotionBox, sejalan juga dengan berbagai tantangan. Agensi harus mampu menyesuaikan pendekatan untuk memenuhi ekspektasi klien yang beragam. Dalam menghadapi tantangan yang ada, NotionBox tetap melakukan rencana pengembangan keberlanjutan usaha untuk kedepannya

Di tengah berbagai tantangan, maka diperlukan analisis kelayakan usaha yang mencakup evaluasi terhadap berbagai aspek untuk memastikan rencana pengembangan ini layak dijalankan dan usaha memiliki prospek pertumbuhan kedepannya. Untuk terus menjalankan kegiatan kreatif yang ada di dalam perusahaan, memperluas cakupan usaha, mengembangkan potensi dalam perusahaan serta memenuhi permintaan pasar terhadap kegiatan kreatif yang dijalankan, maka dibutuhkan analisis kelayakan bisnis (Dwi, dkk., 2016). Namun melihat dinamika industri yang sangat cepat berubah kelayakan usaha saja tidak cukup di sisi lain penting pula dilakukan analisis keberlanjutan usaha guna memastikan bahwa usaha yang

dijalankan mampu bertahan dalam jangka panjang tidak hanya dari sisi ekonomi saja tetapi juga secara sosial dan lingkungan (Supinardi, dkk., 2024). Penelitian dikakukan dengan menggabungkan kedua pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik bisnis dalam sektor industri kreatif. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik bisnis dalam sektor industri kreatif, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat langsung bagi NotionBox sebagai lokus penelitian. Temuan terkait kelayakan dan keberlanjutan usaha pada berbagai aspek digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rencana pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kelayakan dan keberlanjutan usaha NotionBox CV. Kotak Kreatif Indonesia, dengan menganalisis kelayakan usaha berdasarkan aspek umum kelayakan usaha kemudian mengkaji keberlanjutan usaha dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Hal ini diharapkan memberikan pendekatan yang lebih baik dalam menilai kelayakan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga berdampak positif pada ekonomi, sosial dan lingkungan dimasa yang akan datang.

Meskipun kajian mengenai industri kreatif dan studi kelayakan usaha telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada sektor manufaktur, perdagangan, atau UMKM konvensional, dengan penekanan utama pada aspek finansial semata. Penelitian yang secara simultan mengkaji kelayakan usaha dan keberlanjutan bisnis pada agensi kreatif berbasis digital masih relatif terbatas, khususnya pada konteks daerah di luar pusat ekonomi nasional. Padahal, karakteristik agensi kreatif yang mengandalkan modal intelektual, fleksibilitas kerja, serta teknologi digital menuntut pendekatan analisis yang berbeda dibandingkan usaha konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengintegrasikan analisis kelayakan usaha dan keberlanjutan bisnis pada NotionBox CV Kotak Kreatif Indonesia sebagai representasi agensi kreatif lokal di Kota Makassar.

KAJIAN LITERATUR

Industri kreatif adalah proses menghasilkan karya yang lahir dari ide dan kreativitas individu maupun kelompok. Sektor ini tidak bergantung pada eksplorasi sumber daya alam, melainkan justru membuka peluang kerja baru melalui pemanfaatan gagasan dan inovasi (Uddin, 2022). Menurut definisi yang diungkapkan oleh UK *Department of Culture, Media*

and Sports (DCMS), industri kreatif adalah kegiatan yang bersumber dari kreativitas, keterampilan, serta bakat individu yang berpotensi untuk mencapai kemakmuran dan lapangan pekerjaan melalui pembuatan dan eksploitasi kekayaan intelektual (Subagja, 2017).

Menurut Putra, dkk., (2023) agensi kreatif adalah perusahaan yang menyediakan layanan dalam pengelolaan hal-hal kreatif termasuk desain. Kemudian, menurut Permana, dkk., (2021) agensi kreatif dapat dilihat sebagai subbagian yang berfokus pada, misalnya, seni desain, hiburan, dan periklanan. Dilansir dari hanindo communication (2022) terdapat beberapa jenis jasa agensi kreatif yang bergerak di bidang berbeda-beda dengan cara kerja yang juga beragam. Beberapa jenis *creative agency* di Indonesia yaitu, *Digital agency*, *Advertising agency*, *Marketing agency*, *Entertainment agency*, *Public relation agency*, *Branding agency*.

Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) studi kelayakan bisnis adalah suatu kegiatan yang mempelajari secara mendalam tentang usaha atau bisnis yang akan dijalankan, dalam rangka menentukan layak atau tidak usaha tersebut dijalankan.. Studi kelayakan bisnis merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari suatu usaha atau proyek. Penilaian ini meliputi analisis berbagai aspek, termasuk keuntungan finansial dan sosial yang diperoleh dari proyek tersebut (Karo dkk., 2025). Menurut Kasmir dan Jakfar (2017) tahapan dalam studi kelayakan dilakukan untuk mempermudah pelaksanaan studi kelayakan dan keakuratan dalam penilaian. Ada beberapa aspek yang perlu dilakukan studi untuk menentukan kelayakan suatu usaha. Masing-masing aspek tidak berdiri sendiri, akan tetapi saling berkaitan (Sobana, 2018) Urutan penilaian aspek mana yang harus didahului tergantung dari kesiapan penilai dan kelengkapan data yang ada.

Aspek legalitas hukum adalah identitas yang melegalkan atau mengesahkan suatu perusahaan sehingga diakui oleh masyarakat yang sah menurut undang-undang dan peraturan, dan dilindungi oleh berbagai dokumen yang sah oleh pemerintah (Fitriani, 2017). Aspek hukum menurut Syarbaini (2015), dalam analisis studi kelayakan bisnis parameter layak tidaknya suatu usaha jika dilihat dari aspek hukum adalah apakah usaha tersebut memiliki izin usaha legal secara hukum atau tidak.

Pasar dan pemasaran adalah dua hal yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Keduanya memiliki ketergantungan yang sangat tinggi dan saling memengaruhi (Azzahra, 2023). Segmentasi pasar ialah membagi beberapa kelompok konsumen yang dilihat dari sisi demografi, geografi, dan psikografi. Segmen pasar perlu dikelompokkan agar perusahaan dapat fokus pada bisnis utamanya sehingga produk yang dijual sesuai dengan permintaan konsumen

(Putri, dkk., 2019). Penargetan pasar adalah proses memilih satu atau lebih kelompok konsumen yang akan menjadi fokus utama dari kegiatan pemasaran (Alexander, dkk., 2022). Posisi pasar yakni menentukan posisi perusahaan agar dapat membangun strategi bersaing dan menentukan keunggulan produk ke dalam pasar.

Aspek teknis dan operasional adalah serangkaian proses analisis untuk memastikan ketersediaan teknis dan teknologi yang diperlukan untuk menjalankan kegiatan bisnis (Agustin, dkk., 2024). Adapun menurut Edema dkk. (2018) bagian ini berfokus pada apakah produk dapat dirancang dan diproduksi dengan biaya yang masuk akal di lokasi tertentu. Bagian ini juga menilai ketersediaan fasilitas dan teknologi yang dibutuhkan.

Aspek manajemen dan organisasi menganalisis tahap-tahap pelaksanaan bisnis dan kesiapan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan bisnis (Agustin, dkk., 2024). Analisis aspek manajemen dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai bentuk organisasi yang akan dibentuk (Azzahra, 2023). Ada beberapa unsur yang perlu dianalisis dalam aspek manajemen dan organisasi, yaitu fungsi-fungsi manajemen, manajemen proyek, struktur organisasi, dan manajemen sumber daya manusia.

Aspek keuangan digunakan untuk menilai dan mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh (Azzahra, 2023). Analisis aspek keuangan bertujuan untuk menghitung biaya investasi dan modal kerja, serta memperkirakan tingkat pengembalian investasi dari suatu bisnis (Agustin, dkk., 2024). Penilaian aspek keuangan mencakup berbagai hal, mulai dari mengidentifikasi sumber dan kebutuhan dana, hingga membuat proyeksi keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan arus kas. Untuk menentukan kelayakan suatu usaha, analisis juga dilakukan dengan menggunakan kriteria investasi seperti Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Average Rate of Return (ARR), Profitability Index (PI), dan Internal Rate of Return (IRR).

Analisis Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merujuk pada kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan dan terus berkembang dalam jangka waktu yang panjang, meskipun menghadapi perubahan pasar yang dinamis (Ahmadi, dkk. 2025). Kemudian menurut Rachmasari (2024), konsep keberlanjutan usaha ini memandang bahwa usaha/bisnis yang dimiliki individu/perusahaan akan tetap beroperasi berada dalam bisnisnya di masa mendatang. Kemudian menurut Rachmasari (2024), konsep keberlanjutan usaha ini memandang bahwa usaha/bisnis yang dimiliki individu/perusahaan akan tetap beroperasi berada dalam bisnisnya di masa mendatang.

Sejalan dengan Ahmadi dan Rahmasari, menurut Saerang, dkk (2024) nilai jangka panjang tersebut dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimplementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Keberlanjutan ekonomi mencakup tiga aspek utama yaitu efisiensi ekonomi, kesejahteraan ekonomi, dan pemerataan distribusi kemakmuran. Selain itu, pembangunan ekonomi harus mampu menjaga serta meningkatkan kualitas sumber daya alam. Hal ini dapat dicapai melalui pengelolaan yang lebih baik, penerapan teknologi, peningkatan efisiensi, dan perubahan pola hidup (Pertiwi, 2020). Keberlanjutan sosial dapat diukur dari sejauh mana terwujudnya keadilan sosial, penghormatan terhadap martabat manusia, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat (Pertiwi, 2020). Menurut Pertiwi (2020) Pembangunan manusia yang berkelanjutan dapat dicapai melalui empat hal yaitu meningkatkan produktivitas, menciptakan pemerataan, menjaga kesinambungan, dan mendorong pemberdayaan masyarakat. Sementara itu, aspek lingkungan berfokus pada upaya perusahaan untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini dilakukan dengan meminimalkan penggunaan energi, mengurangi produksi limbah, dan menurunkan jejak ekologis (Correia., 2018).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa studi kelayakan bisnis umumnya menempatkan aspek keuangan sebagai indikator utama dalam pengambilan keputusan investasi, sementara dimensi keberlanjutan sering kali diposisikan sebagai aspek pelengkap. Padahal, dalam konteks industri kreatif digital, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh profitabilitas, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam mempertahankan sumber daya manusia kreatif, membangun relasi jangka panjang dengan klien, serta mengelola dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas digitalnya. Dengan demikian, penggabungan pendekatan studi kelayakan dan keberlanjutan usaha dalam penelitian ini memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam menilai prospek bisnis agensi kreatif, sekaligus memperkuat kontribusi teoretis penelitian pada pengembangan kajian industri kreatif berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, pada penelitian ini akan menganalisis data dengan menjelaskan atau mendeskripsikan data, informasi dan fenomena yang terjadi di dalam penelitian ini. Pada penelitian ini juga menggunakan data kuantitatif yang terletak pada aspek keuangan dan pada ketiga aspek keberlanjutan usaha yang berisikan

pengolahan angka, walaupun demikian yang bersifat kuantitatif tersebut tetap akan diuraikan secara deskriptif sesuai dengan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua data primer dan data sekunder (Rahman, 2021), data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan CEO juga CFO NotionBox juga observasi langsung terhadap situasi yang berhubungan dengan proses kerja. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui jurnal, website, buku, artikel berita internet dan sumber informasi lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui berbagai cara pertama melalui, wawancara mendalam yang menggali informasi terkait pasar, teknis, manajemen, juga keuangan. Kedua, observasi langsung mengenai kegiatan kerja. Ketiga, studi dokumen mengumpulkan dokumen-dokumen penting yang dibutuhkan dalam proses penelitian diantaranya data keuangan dan data pendukung lainnya seperti melalui jurnal, website, buku, artikel berita internet dan sumber informasi lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Keempat, dokumentasi, pengambilan gambar yang berkaitan dengan proses penelitian baik itu mendokumentasikan dokumen perusahaan, ataupun dokumentasi kegiatan pengambilan data.

Analisis kelayakan usaha melibatkan dua tahapan utama, tahap pertama adalah mengkaji aspek non-finansial, yang meliputi manajemen, sumber daya manusia, aspek teknis, pasar dan pemasaran, hukum, serta ketiga aspek keberlanjutan usaha. Tahap kedua adalah analisis finansial, di mana data diolah menggunakan berbagai metode seperti Net Present Value (NPV), Payback Period (PP), Internal Rate of Return (IRR), Profitability Index (PI), Average Rate of Return (ARR), dan Break Even Point (BEP). Seluruh proses analisis ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu usaha layak untuk dilanjutkan dan dikembangkan di masa depan.

Penggunaan kombinasi analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai kondisi usaha NotionBox. Analisis kualitatif digunakan untuk memahami dinamika manajerial, operasional, serta praktik keberlanjutan usaha, sementara analisis kuantitatif diterapkan untuk menilai kelayakan finansial secara objektif melalui indikator investasi. Pendekatan ini memungkinkan hasil penelitian tidak hanya bersifat naratif, tetapi juga didukung oleh bukti numerik yang dapat menjadi dasar pertimbangan praktis dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha.

HASIL PENELITIAN

Kelayakan Usaha

Dalam studi kelayakan bisnis, kelayakan usaha umumnya dinilai melalui lima aspek, yaitu aspek pasar dan pemasaran, aspek manajemen dan organisasi, aspek hukum, aspek teknis dan operasional serta aspek keuangan. Analisis kelayakan usaha pada umumnya menggunakan penilaian dari masing-masing aspek tersebut. analisis yang dilakukan untuk menentukan layak atau tidaknya proyek tersebut didirikan atau dikembangkan. Studi kelayakan bisnis ini berperan dalam pengambilan keputusan investasi (Syawal et al., 2020).

Aspek Hukum

Hasil analisis terhadap aspek hukum menunjukkan bahwa NotionBox telah memenuhi ketentuan legalitas usaha sesuai regulasi yang berlaku, yang dibuktikan dengan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kepatuhan terhadap perizinan ini mencerminkan kesiapan NotionBox dalam menjalankan kegiatan usaha secara formal dan legal, serta menjadi indikator penting bahwa usaha ini layak untuk dikembangkan dari segi hukum. Legalitas yang dimiliki juga memberikan dasar yang kuat bagi pengembangan usaha ke depan, khususnya dalam membangun kredibilitas dan menjalin kerja sama dengan mitra eksternal.

Aspek Pasar dan Pemasaran

Hasil dari analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa NotionBox memiliki pasar yang alami untuk berkembang. Ini disebabkan oleh fakta bahwa klien sebelumnya hanya membutuhkan layanan pengelolaan media sosial dan kemudian meminta layanan branding seperti desain logo. Hal ini mendorong terbentuknya pasar untuk layanan pengelolaan media sosial dan memiliki potensi untuk terus berkembang. Dalam aspek pasar pemasaran digunakan pendekatan analisis *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* (STP), konsumen dibagi menjadi kelompok berdasarkan demografi, geografi, dan psikografis dalam melakukan penentuan segmentasi. Kemudian target pasar ditentukan sesuai segmen yang paling sesuai dengan layanan yang diberikan. Dengan penentuan posisi, NotionBox membangun citra sebagai agensi kreatif yang tidak hanya menyediakan layanan desain tetapi juga produk digital seperti manajemen media sosial yang sesuai dengan kebutuhan klien saat ini. Ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2023) yang menggunakan analisis *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* (STP) dalam aspek pasar dan pemasaran dalam penilaian kelayakan bisnis.

Selain menggunakan analisis *Segmenting, Targeting* dan *Positioning* (STP), peneliti juga menggunakan bauran pemasaran jasa (7P) yang terdiri dari *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*. Hasil analisis dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa produk Notion Box adalah layanan pengelolaan media sosial yang mencakup pembuatan konten digital dan layanan serupa. Harga yang ditawarkan juga cukup kompetitif, dengan harga Rp 3.000.000 per bulan. Dari segi tempat, kantor yang dimiliki masih belum ideal, tetapi rencana untuk pindah ke wilayah yang lebih strategis dianggap cukup menjanjikan untuk masa depan. Selain itu, Notion Box saat ini melakukan promosi melalui email dan Instagram; namun, dia berencana untuk mengembangkan promosi melalui website dan LinkedIn untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Untuk menghindari kesalahpahaman dan menjaga kepercayaan pelanggan dengan melakukan evaluasi atas hasil kerja sebelum dilaporkan kepada klien, proses atau prosedur yang diterapkan di Notion Box juga dilaksanakan secara sistematis. Namun, masih ada beberapa hal yang harus dibenahi terkait dengan bukti fisik, terutama yang berkaitan dengan kantor dan fasilitas lainnya yang mendukung operasional Notion Box, tetapi hal ini sudah diantisipasi dengan rencana pembangunan studio baru di wilayah yang lebih strategis dan dengan fasilitas yang memadai. Hasil penelitian ini sesuai dengan (Setiyawan et al., 2023) yang menyatakan *marketing mix* berperan untuk membentuk, mengembangkan, mengarahkan pertukaran yang saling menguntungkan dalam jangka panjang antara produsen dan konsumen

Aspek Teknis dan Operasional

NotionBox menjalankan operasional jasa dengan mengedepankan efisiensi dan fleksibilitas. NotionBox memiliki kantor (milik pribadi CEO) yang digunakan untuk proses bisnis namun saat terdapat proyek, tim tidak diwajibkan bekerja dari kantor secara penuh. Hal ini karena sebagian anggota tim berdomisili cukup jauh. meskipun saat ini NotionBox masih beroperasi di bangunan milik pribadi yang belum sepenuhnya memenuhi standar kantor dan studio profesional, perusahaan telah memiliki rencana pengembangan yang realistik, mulai dari penetapan lokasi strategis di Jl. Perintis Kemerdekaan, hingga penyediaan sarana dan prasarana penunjang kerja. Selain itu, pengadaan peralatan produksi dilakukan secara bertahap, menunjukkan komitmen perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan. Didukung oleh sistem kerja fleksibel serta struktur tim yang terorganisir, NotionBox memiliki fondasi operasional yang cukup kuat.

Gambar 1 Instagram NotionBox



Sumber: Instagram, 2025

Aspek Manajemen dan Organisasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa fungsi manajemen di NotionBox telah berjalan sesuai prinsip POAC. Dalam perencanaan (*planning*), strategi disusun berdasarkan kebutuhan klien, dengan CEO dan project manager merancang pendekatan kreatif yang sesuai dengan target dan anggaran. Pada pengorganisasian (*organizing*), struktur dibagi menjadi tim manajemen (CEO, COO, CFO, CMO, HR) dan tim operasional (*project manager, copywriter, fotografer/videografer, editor, dan desain grafis*), menunjukkan pembagian tugas yang jelas. Proses pelaksanaan (*actuating*) dilakukan melalui kerja berbasis proyek, dengan koordinasi langsung antaranggota tim sesuai keahlian. Sedangkan pengawasan (*controlling*) dilakukan secara berkala melalui evaluasi internal dan umpan balik klien, meskipun belum didukung sistem digital formal. Secara keseluruhan, aspek manajemen dan organisasi di NotionBox dinilai layak dan mendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan.

Aspek manajemen dan organisasi ditunjukkan melalui struktur organisasi yang jelas, sistem kerja kolaboratif antara manajemen dan tim operasional, proses rekrutmen yang selektif dan adaptif, serta gaya kepemimpinan yang partisipatif dan mendukung pengembangan SDM. Keseluruhan ini mencerminkan kesiapan manajerial NotionBox dalam mendukung rencana pengembangan usaha dan menjaga keberlanjutan operasional ke depan. Berdasarkan uraian hasil wawancara beberapa indikator pada aspek manajemen dan organisasi di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek manajemen dan organisasi di NotionBox dinilai layak.

Aspek Keuangan

Menurut Agustin, dkk., (2024) aspek keuangan menganalisis besarnya biaya investasi dan modal kerja serta tingkat pengembalian investasi dari bisnis yang dijalankan. Sejalan

dengan pendapat tersebut peneliti telah melakukan analisis tersebut dimana telah ditemui Kebutuhan Modal investasi awal dari . Aspek ini sama pentingnya dengan aspek lain, secara keseluruhan penilaian dalam aspek keuangan meliputi hal-hal (Kasmir dan Jakfar, 2017) seperti sumber dana, kebutuhan dana, proyeksi neraca dan laba rugi, proyeksi arus kas dan analisis kelayakan usaha.

Perencanaan pengembangan usaha NotionBox, khususnya pendirian kantor dan studio baru, membutuhkan total modal awal sebesar Rp229.772.000, yang terdiri atas biaya investasi tetap sebesar Rp172.710.000 dan modal kerja sebesar Rp57.062.000. Dana ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan operasional dasar serta pengadaan fasilitas seperti peralatan produksi, perangkat lunak, dan perlengkapan studio. Dalam merencanakan kelayakan finansial, dilakukan proyeksi pendapatan dan biaya selama lima tahun dengan memperhitungkan pertumbuhan 2% per tahun. Proyeksi ini dilengkapi dengan laporan proyeksi laba rugi, neraca, serta arus kas untuk mengevaluasi kemampuan usaha menghasilkan keuntungan dan memenuhi kewajiban finansialnya kedepannya

Berikut ini adalah analisis kelayakan finansial berdasarkan lima metode: *Net Present Value* (NPV), *Payback Period* (PP), *Average Rate of Return* (ARR), *Profitability Index* (PI), dan *Internal Rate of Return* (IRR):

Tabel 1 Net Present Value

Tahun	EAT	Penyusutan	Proceed	DF (10%)	PV Kas Bersih
1	158.938.000	24.542.000	183.480.000	0,91	166.800.000
2	169.087.600	24.542.000	193.629.600	0,83	160.024.463
3	179.764.192	24.542.000	204.306.192	0,75	153.498.266
4	190.994.516	24.542.000	215.536.516	0,68	147.214.340
5	182.161.412	24.542.000	206.703.412	0,62	128.346.556
Jumlah PV Kas Bersih					755.883.625
Investasi					229.772.000
NPV (Total PV Kas Bersih - PV Investasi)					526.111.625

Sumber : Data diolah, 2025

$$NPV = 755.883.625 - 229.772.000 = \mathbf{526.111.625}$$

Hasil NPV NotionBox sebesar **526.111.625** yang mempunyai nilai positif, artinya NotionBox layak untuk berinvestasi.

Tabel 2 Analisis *Payback Period*

Proceed	Jumlah Proceed Kumulatif
183.480.000	183.480.000
193.629.600	377.109.600
204.306.192	581.415.792
215.536.516	796.952.308
206.703.412	1.003.655.720

Sumber : Data diolah, 2025

$$PP = 1 + \left(\frac{229.772.000 - 183.480.000}{377.109.600 - 183.480.000} \right) \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = 1 + \left(\frac{46.292.000}{193.629.600} \right) \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = 1 + 0,24 \times 1 = 1,24 \text{ Tahun}$$

Payback period dari penelitian ini adalah 1,24 tahun lebih kecil dari (<) umur investasi yaitu 5 tahun, maka dapat disimpulkan bahwa usaha NotionBox LAYAK.

Tabel 3 Average Rate Of Return (ARR)

Rata-rata EAT	176.189.144
Rata-rata investasi	114.886.000
ARR	1,53
Perbandingan	229.772.000
perbandingan	352.378.288

Sumber : Data diolah, 2025

Perbandingan = Total Investasi Awal x Persentase ARR

Perbandingan = 229.772.000 x 1,53

Perbandingan = 352.378.288

Persentase ARR pada perhitungan adalah sebesar **1,53** sehingga nilai perbandingan lebih besar dari total investasi awal sehingga dianggap LAYAK

Tabel 4 Profitability Indeks

Profitability Indeks	
Total PV Kas Bersih	PV Investasi
755.883.625	229.772.000
3,29 > 1	

Sumber : Data diolah, 2025

$$PI = (755.883.625) / (229.772.000)$$

$$PI = 3,29$$

Pada hasil perhitungan didapatkan bahwa nilai *profitability index* lebih besar dari 1 sehingga usaha NotionBox LAYAK.

Tabel 5 Internal Rate of Return (IRR)

TAHUN	EAT	Penyusutan	Proceed	DF (79%)	PV KAS BERSIH
1	158.938.000	24.542.000	183.480.000	0,56	102.502.793
2	169.087.600	24.542.000	193.629.600	0,31	60.431.822
3	179.764.192	24.542.000	204.306.192	0,17	35.622.339
4	190.994.516	24.542.000	215.536.516	0,10	20.994.655
5	182.161.412	24.542.000	206.703.412	0,05	11.248.186
Jumlah PV Kas Bersih					230.799.795
Investasi					229.772.000
TAHUN	EAT	PENYUSUTAN	PROCEED	DF (80%)	PV KAS BERSIH
1	158.938.000	24.542.000	183.480.000	0,56	101.933.333
2	169.087.600	24.542.000	193.629.600	0,31	59.762.222
3	179.764.192	24.542.000	204.306.192	0,17	35.031.926
4	190.994.516	24.542.000	215.536.516	0,10	20.531.980
5	182.161.412	24.542.000	206.703.412	0,05	10.939.189
Jumlah PV Kas Bersih					228.198.651
Investasi					229.772.000

Sumber: Data Diolah, 2025

$$IRR = 75\% + \frac{230.799.795 - 229.772.000}{230.799.795 - 228.198.651} \times (80\% - 79\%)$$

$$IRR = 79\% + \frac{1.027.795}{2.601.144} \times (80\% - 79\%)$$

$$IRR = 79\% + 0,39 \times 1\%$$

$$IRR = 79,39\%$$

Internal rate of return lebih besar (>) dari tingkat pengembalian sebesar 10% yaitu sebesar 79,39 % sehingga dianggap LAYAK

Keberlanjutan Usaha

Menurut Rachmasari (2024), konsep keberlanjutan usaha ini memandang bahwa usaha/bisnis yang dimiliki individu/perusahaan akan tetap beroperasi berada dalam bisnisnya di masa mendatang

Aspek Ekonomi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa NotionBox memiliki potensi keberlanjutan ekonomi yang kuat. Meskipun sempat mengalami hambatan serius pada tahun 2023 akibat krisis internal dalam manajemen tim, perusahaan berhasil pulih dengan memperoleh kembali kepercayaan pasar melalui proyek berskala besar, termasuk kontrak kerja sama dengan instansi pemerintah senilai Rp80 juta. Pemulihan ini mencerminkan ketangguhan finansial dan kemampuan adaptasi yang tinggi.

Strategi efisiensi biaya yang diterapkan melalui pemanfaatan perangkat pribadi dan digitalisasi proses bisnis hingga tak menghasil limbah, turut memperkuat fondasi keberlanjutan ekonomi. Hal ini selaras dengan konsep keberlanjutan ekonomi menurut Ade (2025), yang menekankan pentingnya sistem ekonomi yang tangguh dan berkembang secara berkelanjutan. Selain itu, langkah NotionBox dalam membuka kesempatan kerja berbasis potensi dan pelatihan internal, serta inisiasi pencatatan keuangan (meskipun masih manual), menunjukkan arah perbaikan tata kelola dan profesionalisasi. Jika dilihat dari indikator seperti kemampuan mengatur biaya, menjaga pendapatan, mempertahankan klien, dan fleksibel dalam strategi, maka NotionBox dinilai memiliki fondasi ekonomi yang cukup kuat untuk terus bertahan dan berkembang.

Aspek Sosial

NotionBox menunjukkan komitmen terhadap pemberdayaan sumber daya manusia melalui rekrutmen berbasis karakter dan pelatihan intensif. Agensi ini memberikan ruang bagi individu tanpa pengalaman untuk berkembang melalui bimbingan langsung, yang mencerminkan semangat keadilan sosial dan peningkatan kualitas hidup, NotionBox juga mendorong retensi karyawan melalui pendekatan relasi dan sistem kerja yang fleksibel, seperti pemberlakuan jam kerja yang adaptif dan pengembangan lingkungan kerja yang nyaman. Hal ini sesuai dengan indikator keberlanjutan sosial yang dilansir dari KlikHijau (2024)yaitu retensi dan partisipasi dan partisipasi sosial sebagai cermin sistem kerja yang manusiawi dan berkelanjutan. Dengan memenuhi indikator pemberdayaan , kesinambungan, partisipasi dan

pemerataan seperti yang dijelaskan Pertiwi (2020), Dengan demikian, praktik sosial yang diterapkan NotionBox seperti pelatihan, kerja sama tim, dan perhatian pada kenyamanan kerja sudah sesuai dengan prinsip keberlanjutan sosial dan memberikan dampak positif bagi perkembangan manusia di dalam perusahaan

Aspek Lingkungan

Meski tidak menjadi fokus utama, praktik operasional NotionBox telah mengarah pada prinsip keberlanjutan lingkungan. Digitalisasi menyeluruh dalam komunikasi, produksi, dan distribusi konten mengurangi kebutuhan terhadap kertas dan sumber daya fisik lainnya. Selain itu, pola kerja fleksibel seperti remote working dan work from café (WFC) berkontribusi pada efisiensi energi dan penurunan emisi karbon dari aktivitas transportasi harian. Sebagaimana dijelaskan dalam teori Correia (2018) dan KlikHijau (2024), keberlanjutan lingkungan meliputi efisiensi energi, pengurangan polusi, dan pengelolaan sumber daya yang bijak. NotionBox secara tidak langsung sudah menerapkan prinsip ramah lingkungan lewat cara kerja yang berbasis teknologi dan tidak banyak menggunakan sumber daya alam. Karena itu, meskipun NotionBox belum secara langsung menjadikan isu lingkungan sebagai strategi utama, cara kerjanya sudah sesuai dengan prinsip keberlanjutan lingkungan dan ikut mendukung terciptanya usaha digital yang lebih ramah lingkungan.

Temuan penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa industri kreatif berbasis jasa memiliki tingkat fleksibilitas operasional dan efisiensi biaya yang relatif tinggi dibandingkan usaha berbasis aset fisik. Nilai NPV yang positif, IRR yang jauh melebihi tingkat diskonto, serta periode pengembalian modal yang singkat menunjukkan bahwa model bisnis NotionBox tidak hanya layak secara finansial, tetapi juga adaptif terhadap dinamika pasar. Namun demikian, keberlanjutan usaha dalam jangka panjang tetap bergantung pada penguatan sistem manajemen internal, formalitas pencatatan keuangan, serta konsistensi strategi pemasaran digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya bersifat konfirmatif, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan agensi kreatif skala lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa NotionBox adalah usaha yang layak untuk dijalankan dan dikembangkan. Dari sisi hukum, usaha ini sudah memiliki izin yang sah. Pasarnya pun cukup menjanjikan karena banyak klien yang membutuhkan layanan

mereka, dan strategi pemasaran yang digunakan juga cukup efektif. Dalam hal operasional, NotionBox sudah memiliki sistem kerja yang efisien dan fleksibel, meskipun masih terus berbenah. Struktur organisasinya jelas, timnya bekerja sama dengan baik, dan proses manajemennya sudah berjalan cukup baik.

Dari sisi keuangan, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha ini bisa memberikan keuntungan dan mampu mengembalikan modal dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, NotionBox juga memperhatikan keberlanjutan usaha. Secara ekonomi, mereka bisa bertahan dan tumbuh dengan baik. Secara sosial, mereka memberi peluang kerja dan pelatihan kepada orang-orang yang ingin berkembang. Dari sisi lingkungan, mereka sudah menjalankan praktik ramah lingkungan dengan mengurangi penggunaan kertas dan mendukung kerja jarak jauh. Secara keseluruhan, NotionBox bukan hanya bisnis yang menguntungkan secara finansial, tetapi juga punya dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, peneliti merekomendasikan agar NotionBox memperkuat pengelolaan aspek keuangan sebagai dasar penting untuk keberlanjutan usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan membangun sistem pembukuan yang lebih tertib, melakukan pencatatan arus kas secara konsisten, serta menyusun laporan keuangan secara berkala untuk memudahkan evaluasi profitabilitas dan efisiensi operasional. Melalui penguatan aspek ini, NotionBox tidak hanya mampu menjaga kestabilan keuangannya, tetapi juga dapat lebih siap menghadapi rencana pengembangan dan peluang usaha di masa depan secara lebih terukur dan berkelanjutan.

Secara konseptual, penelitian ini menunjukkan bahwa pendekatan kelayakan usaha yang dikombinasikan dengan perspektif keberlanjutan mampu memberikan penilaian bisnis yang lebih holistik. Kelayakan finansial tanpa keberlanjutan sosial dan lingkungan berpotensi menimbulkan risiko jangka panjang, khususnya pada industri kreatif yang sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia dan reputasi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan usaha agensi kreatif tidak hanya ditentukan oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh kemampuan usaha dalam membangun ekosistem kerja yang adaptif, inklusif, dan ramah lingkungan.

REFERENSI

- Abdullah, R. M. Y. (2023). Ekonomi Kreatif Dan Potensi Pertumbuhan Ekonomi Berbasis Industri Kreatif. *JMEB: Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2).

- Ade. (2025, March 17). *Sustainability: Apa Yang Dimaksud Dengan Keberlanjutan Dalam Bisnis?* National Geographic Indonesia. <Https://Nationalgeographic.Grid.Id/Read/134227581/Sustainability-Apa-Yang-Dimaksud-Dengan-Keberlanjutan-Dalam-Bisnis?Page=All>
- Agustin, R., Aini, S. N., Romaisyah, L., Rizky, S., & Lestari, M. (2024). Analisis Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Dalam Keputusan Ekspansi (Studi Kasus Batik Lochatara Kediri). *Jurnal Management Ekonomi Dan Akuntansi*, 13, 2.
- Ahmadi, A. K., Fakhira, D., Sahfira, N. I., Siahaan, R. N., Syahputri, N., & Sihotang, M. K. (2025). Analisis Aspek Pasar Sebagai Pilar Utama Dalam Studi Kelayakan Bisnis Untuk Mendukung Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 3(1), 209–221. <Https://Doi.Org/10.59024/Jumek.V3i1.530>
- Alexander, M. J. S., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2022). STRATEGI SEGMENTING TARGETING POSITIONING TERHADAP VOLUME PENJUALAN UNIT MOBIL MITSUBISHI XPANDER DI PT. BOSOWA BERLIAN MOTOR MANADO. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(1).
- Aziz, M. A., & Djunaedi, A. (2022). Tahapan Perkembangan Kota Makassar Menuju Smart City Tahun 2015-2020. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(02).
- Azzahra, R. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis cv. Walattasi Berkah Utama*. Politeknik STIA LAN Makassar.
- Correia, M. S. (2018). Sustainability: An Overview Of The Triple Bottom Line And Sustainability Implementation. *International Journal Of Strategic Engineering*, 2(1), 29–38. <Https://Doi.Org/10.4018/Ijose.2019010103>
- Dwi Kristanto, F., Susyanti, J., & Salim, M. A. (2016). *Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau Dari Aspek Keuangan Produk Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Distro Powernoise Merch) Kabupaten Malang*. <Www.Fe.Unisma.Ac.Id>
- Edema, A. J., Abosede, U. A., & Edet, S. E. (2018). An Exploration Of Practical Challenges Of Implementing Feasibility Studies In Smes In Cross River State, Nigeria. In *International Journal Of Small Business And Entrepreneurship Research* (Vol. 6, Issue 1). Online. <Www.Eajournals.Org>
- Fitriani, R. (2017). Aspek Hukum Legalitas Perusahaan Atau Badan Usaha Dalam Kegiatan Bisnis. *Jurnal Hukum Samudera Keadilan*, 12.
- Hanindo Communication. (2022). *7 Creative Agency Untuk Membantu Marketing Kreatif Bisnis Anda*. Hanindo Communication. <Https://Www.Hanindo.Co.Id/Post/7-Creative-Agency-Untuk-Membantu-Marketing-Kreatif-Bisnis-Anda>
- Ismail, A. H. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis Untuk Pengembangan Usaha Pada Pt. Talenta International Tourism*. Politeknik STIA LAN Makassar.
- Karo Karo, J. K., Siagian, Y., Hidayat, N., Aprianti Sinurat, N., & Angkat, F. (2025). Studi Kelayakan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang “Berkah Water.” *Jurnal Cendekia Ilmiah*,

4(2).

Kasmir, & Jakfar. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis* (13th Ed.).

Kemenparekraf. (N.D.). *Subsektor Ekonomi Kreatif*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif.

Kemenperin RI. (2017, September 29). *Mengawinkan Budaya Dan Teknologi Dalam Industri Kreatif*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <Https://Bdiyogyakarta.Kemenperin.Go.Id/Blog/Post/2017/09/10/24/Mengawinkan-Budaya-Dan-Teknologi-Dalam-Industri-Kreatif>

Klikhijau. (2024). *Mengenal 3 Pilar Utama Sustainability (Keberlanjutan)* • *Klik Hijau*. Klikhijau.Com. <Https://Klikhijau.Com/Mengenal-3-Pilar-Utama-Sustainability-Keberlanjutan/>

Matiza, V. M. (2020). The Role Of Creative Industries In Economic Development: The Human Factor Development Approach. *African Journal Of Inter/Multidisciplinary Studies*.

Muzakkir, Ahmad, Naim, Y., & Yusri. (2024). The Impact Of Digital Transformation On The Creative Economy: Opportunities And Challenges For Small And Medium Enterprises. *Jurnal Ekonomi*, 13. <Https://Doi.Org/10.54209/Ekonomi.V13i04>

Nasrul, E. (2025, April 11). *RI 3 Besar Ekonomi Kreatif Dunia, Pengamat: Gen Z Penggerak Utama Inovasi | Republika Online*. <Https://News.Republika.Co.Id/Berita/Suiwd451/Ri-3-Besar-Ekonomi-Kreatif-Dunia-Pengamat-Gen-Z-Penggerak-Utama-Inovasi-Part3>

Permana, R. M. T., Rohandi, M. M. A., & Nugraha, Y. D. (2021). New Business Model For Creative Agency Through Influencer Marketing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis: Performa*, 18(2). <Https://Doi.Org/10.29313/Performa.V17i1.8101>

Pertiwi, N. (2020). *Penilaian Tingkat Keberlanjutan Permukiman Di Kelurahan Manggar Baru*. Institut Teknologi Kalimantan.

Putra, K. S. W., Udayana, A. A. G. B., & Trinawindu, I. B. K. (2023). *Peran Agensi Kreatif Sebagai Marketing Dan Branding Perusahaan Atau Umkm Di Era Digital*.

Putri, M. K., Rahman, J. S. F. R., Nursyifa', F. A., Alfarisi, S., Putro, T. G. S., & Agustin, R. (2019). *Analisis Segmentasi Pasar Dalam Penggunaan Produk Viefresh Di Wilayah Sekitar Kampus Universitas Muhammadiyah Surabaya: Vol. Xvii (Issue 2)*.

Rachmasari, D. (2024). Keberlanjutan Bisnis Di New Normal Dengan Instagram Marketing. *Jurnal Bisnis Perspektif (BIP's)*, 16(1), 41–52. <Http://Jurnal.Ukdc.Ac.Id/Index.Php/BIP>

Rahman, J. (2021). *Jenisdatapenelitianjamalhabiburrahman*.

Saerang, R. T., Gunawan, E. M., & Rogi, M. (2024). *Peranan Transformasi Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM Di Kota Manado*. 2024(2), 169–184. <Https://Doi.Org/10.52682/Mk.V5i2.10527>

- Setiyawan, A. N., Utami, I. W., & Saputro, F. W. (2023). *Pengaruh Marketing Mix 7P Terhadap Minat Beli Konsumen Di Dodolan Coffee Solo.* 1(3).
- Sobana, D. H. (2018). *Studi Kelayakan Bisnis.*
- Subagja, I. K. (2017). *Creative Industry Competitiveness In Indonesia (Study On Creative Industry Map).*
- Supinardi, B., & Purwantoro, N. (2024). Analisis Bibliometrik Industri Kreatif Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital (EKOBIL)*, 3(2), 23–31. <Https://Jurnal.Smartindo.Org/Index.Php/Ekobil>
- Syawal, L. M., Hidayat, M., & Latief, F. (2020). *ANALISIS KELAYAKAN PENGEMBANGAN USAHA "LAODE GALERI" DI MAKASSAR.* <Https://E-Jurnal.Stienobel-Indonesia.Ac.Id/Index.Php/Jbk>
- Uddin, S. (2022). *Industri Kreatif.* <Https://Www.Researchgate.Net/Publication/358901068>