

# Peran Desain Grafis Digital Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Digital Pada Pt Tratama Kreatif Indonesia

Rio Dwi Fikriansyah<sup>1</sup>, Edy Firmansyah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>. Universitas Putra Abadi Langkat

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received: May 15, 2025

Revised: May 28, 2026

Accepted: Jun 02, 2026

### Keywords:

Desain Grafis Digital;  
Digital Marketing;  
Kinerja Bisnis Digital;  
Komunikasi Visual;  
Media Sosial.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran desain grafis digital dalam meningkatkan kinerja bisnis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi bisnis mendorong perusahaan untuk memanfaatkan desain grafis digital sebagai media komunikasi visual dalam mendukung strategi pemasaran digital. Desain grafis digital digunakan untuk meningkatkan brand awareness, daya tarik konsumen, engagement media sosial, serta efektivitas promosi perusahaan di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini menganalisis model dan cara kerja desain grafis yang diterapkan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain grafis digital memiliki peran penting dalam membantu meningkatkan kinerja bisnis digital PT Tratama Kreatif Indonesia. Penggunaan desain visual yang menarik dan kreatif mampu meningkatkan identitas merek perusahaan, memperkuat strategi digital marketing, meningkatkan interaksi konsumen pada media sosial, serta membantu perusahaan menyampaikan informasi promosi secara lebih efektif dan profesional.

*This is an open access article under the CC BY-NC license.*



### Corresponding Author:

Rio Dwi Fikriansyah  
Universitas Putra Abadi Langkat  
Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Sumatera Utara. Indonesia 20814.  
Email: rioldwifikriansyah@gmail.com

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam dunia bisnis, khususnya pada sektor bisnis digital. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk memiliki produk atau jasa yang berkualitas, tetapi juga harus mampu menyajikan komunikasi visual yang menarik dan efektif (Wiguna, 2025). Dalam konteks ini, desain grafis digital memainkan peran strategis sebagai media komunikasi yang mampu mempengaruhi persepsi, minat, dan keputusan konsumen (Winata dan Jonathan, 2025).

PT Tratama Kreatif Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kreatif dan digital dituntut untuk terus berinovasi dalam menciptakan konten visual yang menarik dan relevan dengan perkembangan pasar. Desain grafis digital tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai alat untuk memperkuat branding, meningkatkan engagement pelanggan, serta mendorong konversi penjualan.

PT Tratama Kreatif Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan kreatif digital, khususnya dalam pengembangan desain visual dan media promosi digital untuk kebutuhan bisnis modern.

Secara umum, jasa desain grafis digital yang dapat ditemukan pada perusahaan kreatif digital seperti PT Tratama Kreatif Indonesia meliputi pembuatan identitas visual perusahaan seperti logo, warna brand, tipografi, dan brand guideline untuk membangun citra perusahaan yang profesional, penyusunan desain company profile digital maupun cetak yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan kepada klien atau investor, pembuatan media promosi visual untuk

kegiatan pemasaran, event, maupun kampanye produk secara online maupun offline, spanduk, kartu nama, ID Card, cetak oto, Sertifikat, Jam Promosi, Plakat, Name Tag, Tumbler, Mug dan PIN.

Peran desain grafis digital yang dikembangkan PT Tratama Kreatif Indonesia bertujuan meningkatkan bisnis digital sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kreatif digital mengembangkan berbagai layanan desain visual yang bertujuan membantu perusahaan meningkatkan daya saing, memperkuat identitas merek, serta memperluas jangkauan pemasaran digital.

Namun demikian, masih terdapat berbagai tantangan dalam implementasi desain grafis digital, seperti kurangnya pemanfaatan teknologi desain terbaru, keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten, serta belum optimalnya integrasi desain grafis dalam strategi bisnis digital secara menyeluruh (Nurjanah, 2025).

Sebagian besar penelitian hanya membahas desain grafis sebagai bagian dari komunikasi visual atau branding, bukan sebagai variabel strategis yang berdampak langsung pada kinerja bisnis digital (Marlina, 2025). Sedangkan pada penelitian ini menjelaskan bagaimana peran dan pengaruh desain grafis digital dalam peningkatan kinerja bisnis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia, serta model dan cara kerja desain grafis yang digunakan PT Tratama Kreatif Indonesia dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia.

Penelitian ini memiliki nilai originalitas sebagai berikut mengintegrasikan desain grafis digital sebagai variabel independen utama yang mempengaruhi kinerja bisnis digital, bukan sekadar variabel pendukung pemasaran, menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif berbasis kinerja bisnis (misalnya: peningkatan penjualan, engagement, brand awareness, dan produktivitas). Penelitian menggabungkan perspektif desain, teknologi digital, dan manajemen bisnis dalam satu model penelitian terpadu.

Hal ini berbeda dari penelitian (Valerry, Adele, 2024) menunjukkan bahwa desain grafis berpengaruh terhadap engagement dan konversi pengguna, tetapi belum mengkaji secara komprehensif terhadap indikator kinerja bisnis seperti profitabilitas, pertumbuhan, dan produktivitas. Objek Penelitiannya platform digital seperti website, e-commerce, landing page, atau aplikasi, menggunakan pendekatan kuantitatif melalui A/B testing, analisis konversi, dan data pengguna dan hasil penelitiannya desain visual yang efektif dalam meningkatkan hasil pemasaran digital.

Ada penelitian yang sesuai dengan penelitian ini adalah sebuah penelitian (Jonathan and Valentina, 2023) menjelaskan bahwa penelitian ini membahas bagaimana desain grafis digunakan untuk meningkatkan brand awareness melalui konten visual media sosial Instagram. Penelitian ini relevan karena sama-sama meneliti peran desain visual dalam mendukung bisnis digital

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut: 1. Belum optimalnya pemanfaatan desain grafis digital dalam strategi bisnis. 2. Kurangnya inovasi dalam konten visual yang dihasilkan. 3. Keterbatasan kompetensi sumber daya manusia di bidang desain grafis digital.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1. Bagaimana peran desain grafis digital dalam bisnis digital pada PT Trutama Kreatif Indonesia? 2. Bagaimana pengaruh desain grafis digital terhadap peningkatan kinerja bisnis digital? 3. Bagaimana model dan cara kerja desain grafis yang digunakan PT Tratama Kreatif Indonesia?

Tujuan penelitian ini adalah: 1. Menganalisis peran desain grafis digital dalam bisnis digital. 2. Menganalisis pengaruh desain grafis digital terhadap kinerja bisnis digital. 3. Mengidentifikasi model dan cara kerja desain grafis yang digunakan PT Tratama Kreatif Indonesia.

Adapun manfaat penelitian ini adalah: 1. Bagi PT Tratama Kreatif Indonesia, penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi dan bahan pembelajaran mengenai penerapan desain grafis digital dalam meningkatkan performa bisnis digital serta pengembangan penelitian di bidang bisnis digital dan desain komunikasi visual. 2. Bagi Penulis, penelitian ini menjadi sarana untuk menambah pengalaman, wawasan, dan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian ilmiah serta memahami penerapan desain grafis digital dalam dunia bisnis digital secara nyata.

## 2. METODE

Adapun metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif melalui analisa uji t dan analisa model dan cara kerja desain grafis. Populasi adalah keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Pranoto, Rahmat Eko, 2023). Dalam penelitian ini, populasi dan sampel yang digunakan adalah seluruh karyawan yang terlibat dalam aktivitas bisnis digital pada PT Tratama

Kreatif Indonesia yang berjumlah 60 orang karyawan di bidang desain grafis dan bisnis digital. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, yaitu karyawan yang bekerja di bidang desain grafis, digital marketing, atau konten digital dan memiliki pengalaman kerja minimal 1 tahun.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala likert, wawancara dilakukan sebagai metode pendukung untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam terkait implementasi desain grafis digital dan melalui observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas yang berkaitan dengan penggunaan desain grafis digital dalam perusahaan. Analisa data menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif.

### Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Penelitian ini memperkaya kajian dalam bidang manajemen bisnis digital dengan memasukkan desain grafis digital sebagai variabel strategis yang mempengaruhi kinerja bisnis.
2. Selama ini desain grafis lebih banyak diposisikan sebagai elemen estetika atau pendukung pemasaran. Penelitian ini menguatkan bahwa desain grafis digital memiliki peran penting dalam meningkatkan performa bisnis.
3. Meningkatkan pemahaman bahwa desain grafis memiliki dampak langsung terhadap performa bisnis.
4. Mendorong pembelajaran berbasis praktik dan kebutuhan industri.

### Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Tratama Kreatif Indonesia yang dilaksanakan pada bulan Februari sampai Maret 2026, yang beralamat di Jl. Pasar 1 Stabat Lama, Jentera Stabat, Kec. Wampu, Sumatera Utara.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu perusahaan, yaitu PT Tratama Kreatif Indonesia, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan untuk seluruh perusahaan di industri kreatif atau bisnis digital lainnya.
2. Indikator kinerja bisnis yang digunakan mungkin belum mencakup seluruh aspek performa bisnis secara komprehensif, seperti aspek keuangan detail dan retensi pelanggan jangka panjang.
3. Penelitian ini belum secara mendalam mengeksplorasi penggunaan teknologi terbaru dalam desain grafis digital seperti Artificial Intelligence (AI), automation tools, dan software desain berbasis cloud.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui hasil analisis kuantitatif melalui hubungan antara penerapan desain grafis digital dan kinerja bisnis digital melalui 60 karyawan di bidang desain grafis dan bisnis digital PT Tratama Kreatif Indonesia melalui uji t, maka terlebih dahulu kita akan tentukan uji valid dari 2 variabel, yaitu:

**Tabel 1.** Uji Valid Variabel Desain Grafis Digital

Question Items	Calculate r value (Corrected Total Item Correlations)	Table r Value	Information
Q1	0.564	0,254	Valid
Q2	0.652	0,254	Valid
Q3	0.591	0,254	Valid
Q4	0.534	0,254	Valid
Q5	0.643	0,254	Valid
Q6	0.576	0,254	Valid
Q7	0.228	0,254	Valid
Q8	0.210	0,254	Valid

Source: SPSS Data Processing Results. 2026

Berdasarkan tabel di atas, nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi untuk semua item variabel desain grafis digital lebih besar dari 0,254 ( $df = 60 - 2 = 58$ ). Dengan demikian, semua item kuesioner dinyatakan valid.

**Tabel 2.** Uji Valid Variabel Kinerja Bisnis Digital

Question Items	Calculate r value (Corrected Total Item Correlations)	Table r Value	Information
Q1	0.317	0,254	Valid
Q2	0.650	0,254	Valid
Q3	0.559	0,254	Valid
Q4	0.477	0,254	Valid
Q5	0.776	0,254	Valid
Q6	0.381	0,254	Valid
Q7	0.707	0,254	Valid
Q8	0.339	0,254	Valid

Source: SPSS Data Processing Results. 2026

Berdasarkan tabel di atas, nilai Korelasi Item-Total yang Dikoreksi untuk semua item variabel kinerja bisnis digital lebih besar dari 0,254 ( $df = 60 - 2 = 58$ ). Dengan demikian, semua item kuesioner dinyatakan valid. Nilai hasil uji t adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.** Uji t Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	33.942	4.644			7.308	.000		
X	.182	.163	6.145		3.118	.008	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Nilai t yang dihitung adalah 3.118, nilai ini lebih besar dari nilai t tabel ( $n-k-1 = 60-2-1 = 57$ ) yaitu 2,002, sedangkan nilai Sig sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05, yang menjelaskan bahwa variabel desain grafis digital memiliki pengaruh positif terhadap variabel kinerja bisnis digital di PT Tratama Kreatif Indonesia.

Dari hasil uji t tersebut, maka terdapat peran desain grafis digital dalam membantu meningkatkan kinerja bisnis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Brand Awareness, dimana desain grafis digital membantu perusahaan membangun identitas visual yang kuat melalui logo, warna, tipografi, dan konten visual yang konsisten.
2. Mendukung Strategi Digital Marketing, dimana desain grafis digital digunakan dalam berbagai media promosi seperti media sosial, website, banner digital, konten iklan, dan marketplace.
3. Meningkatkan Daya Tarik Konsumen, dimana konten visual yang kreatif dan profesional dapat menarik perhatian konsumen lebih cepat dibandingkan informasi berbentuk teks.
4. Meningkatkan Engagement Media Sosial, dimana Penggunaan desain visual yang menarik pada media sosial dapat meningkatkan jumlah interaksi pengguna seperti likes, komentar, shares, dan followers.

Dari hasil penelitian model dan cara kerja desain grafis yang digunakan PT Tratama Kreatif Indonesia adalah:

### Model Desain Grafis

#### 1. Model Brief Desain

Tim desain menerima kebutuhan klien terkait:

- a. Tujuan desain
- b. Target audiens
- c. Konsep visual
- d. Warna
- e. Branding
- f. Media publikasi

#### 2. Model Creative Concept

Desainer membuat konsep visual berupa:

- a. Sketsa desain menggunakan software desain grafis coreldraw
- b. Layout
- c. Tipografi
- d. Pemilihan warna
- e. Elemen visual.

#### 4. PEMBAHASAN

Menurut hasil penelitian desain grafis digital memiliki pengaruh positif terhadap variabel kinerja bisnis digital di PT Tratama Kreatif Indonesia, hal ini sesuai dengan penelitian (Vinastika, Baiq Yayi, 2024) yang menyatakan desain visual yang menarik mampu meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran, memperkuat identitas merek, meningkatkan interaksi konsumen, serta mendukung strategi promosi digital perusahaan.

Menurut hasil penelitian peran desain grafis digital dalam membantu meningkatkan kinerja bisnis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia adalah meningkatkan brand awareness, mendukung strategi digital marketing, meningkatkan daya tarik konsumen dan meningkatkan engagement media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian (Ginting dan Nasution, 2025) menjelaskan desain grafis digital digunakan untuk membangun identitas visual perusahaan melalui penggunaan logo, warna, tipografi, dan konten visual yang konsisten sehingga perusahaan lebih mudah dikenali oleh masyarakat dan konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat konsumen.

Hasil penelitian menyatakan model dan cara kerja desain grafis yang digunakan PT Tratama Kreatif Indonesia adalah model brief desain dan model creative concept. Hal ini sesuai dengan penelitian (Wahyuningsih dan Hikmah, 2026) menjelaskan konsep kreatif dari cara kerja desain grafis digital dibuat agar desain memiliki nilai estetika, komunikasi visual yang efektif, serta mampu menarik perhatian konsumen di media digital.

#### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai peran desain grafis digital pada PT Tratama Kreatif Indonesia, dapat disimpulkan bahwa desain grafis digital memiliki peran penting dalam membantu meningkatkan kinerja bisnis digital perusahaan. Penerapan desain grafis digital dilakukan melalui model brief desain dan model creative concept yang digunakan untuk menghasilkan komunikasi visual yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital perusahaan. Berdasarkan pembahasan desain grafis digital memiliki pengaruh positif terhadap variabel kinerja bisnis digital di PT Tratama Kreatif Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil t hitung 3.118, nilai ini lebih besar dari nilai t tabel ( $n-k-1 = 60-2-1 = 57$ ) yaitu 2,002, sedangkan nilai Sig sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. PT Tratama Kreatif Indonesia diharapkan terus meningkatkan kualitas desain grafis digital dengan mengikuti perkembangan tren desain dan teknologi digital agar mampu menghasilkan konten visual yang lebih kreatif, inovatif, dan menarik bagi konsumen. PT Tratama Kreatif Indonesia disarankan untuk lebih mengoptimalkan penggunaan desain grafis digital dalam berbagai media pemasaran online seperti media sosial, website, dan iklan digital agar jangkauan promosi semakin luas dan mampu meningkatkan engagement konsumen. Perusahaan disarankan melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas desain grafis digital yang digunakan agar dapat mengetahui kebutuhan pasar dan melakukan inovasi desain sesuai perkembangan bisnis digital. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kinerja bisnis digital, seperti kualitas konten digital, branding digital, perilaku konsumen, atau strategi pemasaran digital sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ginting dan Nasution. (2025). ORAHUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Canva Untuk UMKM di Era Digital 4 . 0 Abstrak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 129–136.
- Jonathan and Valentina. (2023). Peran Desain Grafis Pada Peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108–116.
- Marlina, S. (2025). Eksplorasi Desain Grafis Digital dalam Industri Kreatif Modern. *Jurnal Seni Dan Desain Kreatif*, 1(1), 1–7.
- Nurjanah, M. dan S. (2025). KEMAMPUAN LITERASI DIGITAL VISUAL PADA WARGA BELAJAR PAKET C DI PKBM NURUL ISLAM IMPLEMENTATION OF GRAPHIC DESIGN TRAINING TO IMPROVE VISUAL DIGITAL LITERACY SKILLS IN RESIDENTS LEARNING PACKAGE C AT PKBM. *Jurnal Obor Penmas*, 8(2), 149–158.
- Pranoto, Rahmat Eko, D. (2023). PEMASARAN DIGITAL UMKM MELALUI DESAIN LANDING PAGE. *JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA*, 8(1), 15–20.
- Purnomo, Susanto Yogo, D. (2025). Strategi Inovasi Dalam Pengelolaan Bisnis UMKM (Studi Kasus

- Pada Sektor Kreatif Di Indonesia). *Jurnal TADBIR PERADABAN*, 5(2), 198–219.
- Rofiah, C. (2022). ANALISIS DATA KUALITATIF : MANUAL ATAU DENGAN APLIKASI? *Develop*, 6(1), 33–46.
- Valerry, Adele, D. (2024). Optimasi Desain Visual untuk Peningkatan Tingkat Konversi pada Platform Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin (ABDI Jurnal)*, 5(2), 64–71.
- Vinastika, Baiq Yayi, D. (2024). Pentingnya elemen estetika dalam desain logo untuk meningkatkan daya saing bisnis digital. *Seminar Nasional Teknologi, Inovasi Dan Ekonomi*, 19–25.
- Wahyuningsih dan Hikmah. (2026). Optimalisasi Program Magang Terhadap Kinerja Operasional dan Pemasaran Digital UMKM Percetakan di CV Prima Grafika Dolopo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1224–1229.
- Wiguna, F. dan K. (2025). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi dalam Desain Grafis sebagai Pendukung Branding UMKM. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 5(1), 419–426.
- Winata dan Jonathan. (2025). DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PENGEMBANGAN IDENTITAS BISNIS DI ERA DIGITAL. *VISIKOM: Visual Komunikasi Dan Media Studi*, 1(1), 1–10.
- Yuliana, Novita, D. (2024). PEMBERDAYAAN SDM UMKM DALAM MENUNJANG WIRAUUSAHA : PELATIHAN DESAIN KREATIF DAN PROMOSI DIGITAL. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Ekonomi Dan Bisnis Digital (JPMEBD)*, 1(3), 259–266.