

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM *Cluster* Kewirausahaan

Program MBKM atau “Merdeka Belajar Kampus Merdeka” merupakan kebijakan peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan No. 3 Tahun 2020. MBKM terdiri dari beberapa bentuk kegiatan yang dapat dipilih, salah satunya adalah MBKM Kewirausahaan. Program MBKM Kewirausahaan dilaksanakan dengan melakukan bimbingan dari dosen internal maupun eksternal, sehingga diharapkan dapat memberikan pengalaman relevan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa.

Perawatan kulit kini menjadi hal yang sangat penting terutama bagi pemilik kulit wajah yang cenderung sensitif. Fajrin (2022) mengungkapkan bahwa tren *skincare* di Indonesia mulai meningkat saat pandemik COVID-19 pada tahun 2020. Hal ini terjadi karena adanya peningkatan kesadaran masyarakat terhadap bahaya *blue light* akibat terpapar gadget sepanjang hari. Mulai bermunculan produk *skincare* yang diklaim dapat melindungi kulit dari *blue light*, contohnya produk *Lightening Series* dari Wardah. Selama pandemi, masyarakat jadi mempunyai lebih banyak waktu untuk merawat kulit mereka dan mulai lebih mengenal jenis-jenis kandungan pada produk *skincare*. Hal ini didukung oleh meningkatnya popularitas dan relevansitas *influencer* di sosial media, yang memiliki peran penting dalam mempromosikan produk *skincare* lewat *endorse* dan meningkatkan minat juga kesadaran masyarakat terhadap produk kesehatan kulit. Adisty (2022) kemudian mencatat bahwa pada tahun 2021, industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat sebesar 7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Tren mengenai perawatan wajah banyak digemari serta diikuti kalangan remaja. Tren tersebut lahir karena keinginan para remaja untuk mengatasi permasalahan kulit dan mendapatkan kulit yang sehat. Para remaja seringkali mengalami permasalahan kulit akibat berbagai penyakit wajah, dan perawatan

wajah yang tidak sesuai dengan kondisi kulit dapat menimbulkan jerawat. Jerawat adalah penyakit kulit umum yang menyerang 85% populasi dunia yang berusia 11-30 tahun. Jumlah penderita jerawat di Indonesia berkisar 80-85% pada remaja dengan puncak insiden usia 15-18 tahun, 12% pada wanita usia > 25 tahun dan 3% pada usia 35-44 tahun (Retno Try Lestrari et al. 2021). Berdasarkan penelitian dari jurnal Riska Andriana (2014), mengatakan salah satu penyebab utama terjadinya permasalahan kulit adalah polusi udara dan juga radiasi matahari.

Masalah kulit yang umum terjadi akibat kedua faktor tersebut antara lain kulit wajah kusam, tekstur kulit kasar, dan kurang bersinar. Selain faktor eksternal tersebut, kondisi kulit seseorang juga dapat dipengaruhi faktor internal seperti faktor genetik, hormon, jenis kelamin, usia, dan penyakit yang diderita oleh individu masing-masing (Rahmawaty, 2020).

Melalui data yang menunjukkan bahwa adanya permasalahan kulit paling banyak dialami pada remaja dengan usia 15-18 tahun sebanyak 80-85%, terdapat urgensi yang ditemukan yaitu permasalahan kesehatan kulit remaja putri di Indonesia memerlukan penanganan yang lebih sesuai dengan selera remaja berumur 15-18 tahun. Topik ini menarik untuk diambil karena remaja sering kali memiliki perhatian pada penampilan termasuk kulit wajah mereka, sehingga kondisi kesehatan kulit yang baik dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka. Banyak remaja yang mengalami berbagai jenis permasalahan kulit sulit untuk mencari informasi dan solusi yang tepat untuk dapat merawat kulit mereka. Topik ini akan memanfaatkan media *social*/teknologi untuk memainkan peran besar untuk membantu para remaja putri menumbuhkan kesadaran tentang perawatan kulit.

Terdapat data sampel secara keseluruhan dari target pasar yang penulis ambil dari 51 responden, dari formulir yang telah disebarakan secara valid melalui *Google Form*. Dari 51 kuesioner didapatkan data sebanyak 86,3% dari responden formulir penulis adalah Perempuan, berumur 15-19 Tahun (primer) dan 20-24 tahun (sekunder). Besaran responden mengenai pemahaman responden tentang permasalahan kulit yang sedang dialami, sebanyak 35,3% dan kurang paham

sebanyak 27,5%. Banyak yang masih kurang mengetahui bagaimana cara yang benar untuk merawat kulit wajah sesuai jenis. Dari data-data secara keseluruhan diatas, ditemukan bahwa mereka, kurang paham bagaimana cara untuk bisa menjaga dan merawat kulit tersebut. Topik inilah yang mendorong penulis untuk merancang sebuah aplikasi yang bisa membantu para remaja putri di Indonesia untuk merawat kesehatan kulit wajah mereka.

Penulis dan kelompok mengembangkan ide bisnis bernama “*SKINTEREST*” untuk menjadi wadah solusi bagi target pasar penulis. Ide bisnis ini bertujuan agar remaja dapat mengenali dan mengatasi permasalahan kulit wajah mereka dimana saja. Ide bisnis ini akan berbentuk aplikasi *mobile application* yang terfokus terhadap teknologi kamera dengan fitur *skin analyzer*.

Menurut penelitian *website* RS EMC, *skin analyzer* adalah pemeriksaan awal untuk mengetahui kondisi kulit wajah dan perawatan yang tepat dan efektif untuk tiap pengguna. Teknologi ini merupakan teknologi analisis fotografi digital terbaru di dunia perawatan kulit wajah belakangan ini. Teknologi *skin analyzer* dapat mencakup beberapa area kulit dan mengenal jenis kulit mulai dari jerawat, pori-pori, hingga warna kulit. Hasil dari *skin analyzer* tersebut menghasilkan analisa kulit berupa penjelasan lebih lanjut mengenai kondisi kulit pengguna, disertai dengan solusi dan penanganan yang dapat dilakukan oleh pengguna apabila ingin memperbaiki wajah mereka. Maka dari adanya latar belakang tersebut, penulis mengeluarkan solusi desain dengan mengeluarkan aplikasi, lalu akan merancang desain *user interface* untuk aplikasi Skinterest. Penulis juga akan menciptakan media promosi lainnya untuk membantu Skinterest meraih audiens lebih banyak.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *user interface* aplikasi kecantikan wajah bernama Skinterest?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Untuk mencegah pembahasan yang terlalu luas, maka ditetapkan batasan masalah sebagai berikut:

1.3.1. Segmentasi Perancangan

Ide bisnis ini ingin menciptakan *user interface* aplikasi Skinterest. Target pasar kelompok merupakan remaja dengan usia 15-19 Tahun (primer) dan 20-24 tahun (sekunder) atau Gen Z. Berwilayah di area JABODETABEK (perkotaan) dan memiliki minat dalam merawat kulit wajah. Batasan topik perancangan ini hanya akan meliputi dalam bidang aplikasi kecantikan dan perawatan wajah.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ditetapkan tujuan perancangan sebagai berikut:

1. Merancang *user interface* aplikasi “Skinterest” yang akan membantu para pengguna untuk mengatasi permasalahan kulit pada wajah.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil program MBKM Cluster Kewirausahaan ini. Manfaat bisa berdampak

1. Bagi Penulis

Penulisan laporan ini memberi manfaat bagi penulis mengenai kondisi bagaimana cara untuk menciptakan *user interface* yang menarik dan efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Penulis juga mendapatkan pengetahuan mengenai cara yang tepat untuk merancang *user interface* yang mudah digunakan serta dapat memberikan solusi bagi para remaja di Indonesia mengatasi permasalahan kulitnya.

2. Bagi Orang Lain.

Penulisan laporan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan solusi yang tepat mengenai permasalahan kulit yang dialami oleh para remaja. Penulisan laporan bisnis ini juga diharapkan dapat meningkatkan minat pembaca mengenai pentingnya menjaga dan merawat kulit.

3. Bagi Universitas.

Penulisan laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada mahasiswa lain yang ingin mengembangkan topik kesehatan dan perawatan kulit serta, perancangan *user interface* di bidang perawatan kulit.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Berikut adalah tabel prosedur penjabaran alur Cluster MBKM Kewirausahaan hingga Evaluasi 2 MBKM Cluster Kewirausahaan.

Tabel 1.1 Tabel deskripsi waktu dan prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
13 November 2023	Sosialisasi MBKM	Dilakukan oleh Program Studi
27 November 2023	Pengisian <i>Form</i> MBKM	Mengisi <i>form</i> registrasi MBKM
22 Januari 2024	<i>Briefing</i> Pelaksanaan Cluster MBKM Genap 2023/2024	<i>Briefing</i> MBKM dilakukan oleh Program Studi
1 Februari 2024	<i>Kick-Off</i> MBKM Kewirausahaan	Dilakukan oleh Skystar Ventures
29 Januari – 15 Maret 2024	<i>Daily Task</i> MBKM	jam <i>Daily Task</i>
18 – 26 Maret 2024	Evaluasi 1 Cluster MBKM	
27 Maret – 24 Mei 2024	<i>Daily Task</i> MBKM	
27 – 31 Mei 2024	Evaluasi 2 Cluster MBKM	
7 Juni 2024	Pendaftaran Sidang Akhir Cluster MBKM	
12-14 Juni 2024	Sidang Akhir Cluster MBKM	
18-21 Juni 2024	Submit final Laporan Cluster MBKM	