

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Bagian dari program Kampus Merdeka Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia adalah Wirausaha Merdeka, yang menyediakan pilihan dan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar menjadi calon wirausahawan melalui aktivitas di luar kampus (Kemdikbud, 2022). Program ini disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual pada perkuliahan semester genap 2023/2024 dengan nama “MBKM Cluster Kewirausahaan”. Penulis mengikuti program tersebut dengan tujuan untuk memperdalam ilmu bisnis, mempelajari cara berwirausaha dengan profesional, dan mengembangkan ide bisnis yang berfokus pada seni dan desain untuk memperkuat ekonomi kreatif di Indonesia.

Di Indonesia, masalah utama yang dihadapi oleh banyak pekerja seni muda adalah kurangnya eksposur. Meskipun bakat-bakat lokal mampu bersaing dengan seniman internasional, mereka sering kali tidak mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan potensi mereka secara luas (Syahbudi & Ma, 2021). Sektor seni di Indonesia hanya menerima skor 4,9% dari sektor lainnya di Indonesia, menunjukkan rendahnya perhatian terhadap pengembangan seni dan budaya di negara ini (Filantropi Indonesia, 2022). Hal ini tidak hanya merugikan para pekerja seni, tetapi juga mengurangi kesempatan bagi Indonesia untuk dikenal di dunia seni secara global.

Keterbatasan ini juga didorong oleh minimnya platform yang mendukung pekerja seni muda untuk mempromosikan karya ilustrasi mereka. Meskipun acara *bazaar* seni seperti Semasa Market dan Jakarta Art Book Fair menjadi wadah tahunan bagi pekerja seni lokal, acara tersebut hanya diadakan secara *offline* dalam durasi yang terbatas (Whiteboard Journal, 2022). Akibatnya, pekerja seni yang

belum memiliki eksposur besar dan kesulitan untuk memperluas jangkauan pasar mereka, mengakibatkan potensi bisnis seni mereka tidak tergali sepenuhnya.

Dalam konteks ini, penulis mengembangkan solusi yang memanfaatkan teknologi digital berupa aplikasi *e-commerce* dan media sosial untuk mendukung pekerja seni Indonesia. Berdasarkan survei data oleh Raya (dalam Kemenkeu, 2024), seiring dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia, yang mencapai lebih dari 77% populasi pada tahun 2023, media sosial menjadi sarana yang sangat potensial untuk mempromosikan aplikasi *e-commerce* yang dirancang sehingga jangkauan pasar seni menjadi lebih luas. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat digunakan untuk mempromosikan aplikasi *e-commerce* dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan promosi konvensional.

Desain *booth* yang menarik dan efektif juga menjadi elemen kunci dalam memaksimalkan kehadiran fisik di acara peluncuran aplikasi dan acara terkait lainnya. Dengan adanya *booth*, aplikasi *e-commerce* dapat menciptakan pengalaman interaktif yang mengundang minat pengunjung untuk mengunduh dan memakai aplikasi. *Booth* dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk menarik perhatian publik dan memperluas basis pengguna aplikasi.

Oleh karena itu, perancangan media promosi *booth* dan media sosial untuk mendukung aplikasi *e-commerce* bernama “Warni” menjadi strategi yang sangat dibutuhkan. Tujuannya adalah untuk memperluas eksposur dan meningkatkan kesadaran akan seni ilustrasi di Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi dan kreativitas dalam desain *booth* dan konten media sosial, Warni memiliki potensi untuk tidak hanya menjadi platform jual-beli karya seni, tetapi juga sebagai wadah apresiasi terhadap seni ilustrasi Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan peristiwa yang telah dijabarkan pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara merancang media promosi *booth* dan media sosial untuk aplikasi *e-commerce* karya seni “Warni”?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, bisnis Warni berkonsentrasi pada optimalisasi strategi perancangan platform penjualan karya seni berbasis aplikasi *e-commerce* dan media promosinya. Ada batasan khusus berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis. Demografisnya mencakup individu berusia 18-26 tahun, baik pria maupun wanita, dengan pendapatan SES B-A, pendidikan minimal SMA, dan status lajang atau menikah. Secara geografis, bisnis ini menargetkan wilayah perkotaan di seluruh Indonesia. Secara psikografis, bisnis menargetkan individu yang memiliki ketertarikan dengan aneka macam seni atau pecinta seni dan memiliki kegiatan sehari-hari sebagai pekerja seni, produktif, serta kreatif.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud dan tujuan bisnis Warni adalah untuk membangun media promosi untuk penjualan karya seni ilustrasi berbasis aplikasi *e-commerce* yang memberikan wadah bagi pekerja seni Indonesia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk dan eksposur sebagai pekerja seni dengan banyaknya jumlah pekerja seni lainnya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan maksud dan tujuan bisnis yang telah ditetapkan, manfaat pelaksanaan bisnis Warni adalah sebagai berikut.

1. Memungkinkan para seniman, ilustrator, dan pekerja seni Indonesia untuk mengembangkan bisnis seni mereka dengan lebih baik.
2. Mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.
3. Memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mengapresiasi seni dan budaya karya lokal pekerja seni Indonesia.
4. Meningkatkan eksposur karya seni Indonesia di kancah global.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Task	Months of the Year					
	January	February	March	April	May	June
TAHAP 1						
Riset pasar dan analisis kompetitor	■					
Finalisasi penentuan produk atau layanan yang ditawarkan	■					
Bimbingan 1						
TAHAP 2						
Pengembangan rencana bisnis		■				
Penentuan nama bisnis		■				
Bimbingan 2		■				
Pencarian data modal dan investasi		■				
TAHAP 3						
Bimbingan 3			■			
Pengembangan produk atau layanan			■			
Bimbingan 4			■			
TAHAP 4						
Perencanaan pemasaran atau branding				■		
Pembuatan dan media sosial				■		
Bimbingan 5				■		
TAHAP 5						
Pelatihan team					■	
Bimbingan 6					■	
Uji coba produk atau layanan					■	
TAHAP 6						
Peluncuran resmi produk atau layanan						■
Bimbingan 7						■
Evaluasi dan perbaikan						■
Bimbingan 8						■
Peninjauan lagi rencana bisnis						■

Tabel 1.1 Tabel Timeline Pengerjaan MBKM Kewirausahaan

Proses pengerjaan kewirausahaan dimulai pada bulan Januari dengan fokus utama pada riset pasar dan analisis kompetitor. Hal ini penting untuk memahami pasar dan persaingan yang ada sebelum menentukan langkah selanjutnya. Kemudian, tahap selanjutnya adalah menentukan produk atau layanan yang akan ditawarkan.

Bulan Februari menandai fase pengembangan rencana bisnis, yang melibatkan penentuan strategi bisnis, model pendapatan, dan perencanaan operasional. Lalu, fokus beralih ke pencarian modal dan investasi yang diperlukan untuk mendukung perusahaan. Bulan Maret dimulai dengan langkah pendaftaran perusahaan dan penyelesaian aspek legalitas, yang merupakan langkah krusial untuk memastikan keberlanjutan bisnis secara resmi. Setelah itu, proses pengembangan produk atau layanan dimulai, yang melibatkan penyesuaian dan penyempurnaan konsep.

Bulan April dimulai dengan perencanaan pemasaran atau *branding*, yang merupakan langkah penting untuk memperkenalkan bisnis kepada pasar.

Kemudian, fokus bergeser ke pembuatan aplikasi dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bisnis. Bulan Mei menandai uji coba produk atau layanan dilakukan untuk mengidentifikasi kekurangan dan kesempurnaan yang diperlukan sebelum peluncuran resmi.

Bulan Juni dimulai dengan peluncuran resmi produk atau layanan, yang menandai awal dari operasi komersial. Kemudian, dilakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan untuk memastikan kesuksesan jangka panjang. Bulan ini ditutup dengan peninjauan kembali rencana bisnis dengan tujuan untuk menyesuaikan strategi dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Dengan demikian, setiap langkah dalam proses ini bertujuan untuk memastikan kelancaran dan kesuksesan bisnis kewirausahaan dari awal hingga akhir.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA