

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagai negara berkembang telah menarik perhatian internasional. Hal ini dapat diwujudkan berkat peranan penting dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang mampu menciptakan peluang kerja, memperkuat perekonomian lokal, serta merangsang inovasi. Demi mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan bagi Indonesia, sebagai warga negara, kita memiliki tanggung jawab untuk terus memberikan dukungan kepada perkembangan UMKM.

Menurut Mucharomah (2023), salah satu hambatan utama yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pemahaman mereka tentang *branding*. Untuk bersaing secara efektif di era *digital*, UMKM perlu memiliki citra merek yang kuat agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Namun, sangat disayangkan sebagian besar pelaku UMKM masih belum memahami sepenuhnya konsep *branding*. Mereka cenderung percaya bahwa dengan memiliki logo dan label produk sudah cukup untuk mewakili identitas merek dari usaha mereka (Hidayat, 2021). Untuk membangun identitas merek yang kuat bagi UMKM, dasar bisnis yang kuat juga sangat penting. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang bagaimana mempromosikan usaha secara efektif di media sosial juga masih menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh UMKM. Padahal saat ini, keputusan konsumen dalam membeli produk seringkali dipengaruhi oleh faktor visual seperti desain tampilan sosial media, kemasan, logo, dan lainnya (Mucharomah, 2023).

Desain komunikasi visual memegang peran penting dalam industri kreatif, di mana *branding* dan desain menjadi elemen kunci. UMKM perlu memahami pentingnya membangun identitas merek yang kuat serta menciptakan produk atau layanan yang dapat dinilai menarik oleh pelanggan. Untuk mengatasi tantangan

tersebut, pendekatan *branding* diperlukan untuk pengembangan strategi pemasaran yang inovatif, dan desain visual yang menarik. Dengan akses yang lebih baik terhadap pengetahuan dan dukungan komprehensif, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengembangkan bisnis, meningkatkan daya saing, dan memberikan kontribusi yang lebih besar pada pertumbuhan ekonomi nasional (Bolhuis et al., 2015). Perlu ditekankan bahwa adanya identitas visual memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan keputusan pembelian konsumen, karena seringkali menjadi titik awal yang diperhatikan oleh konsumen (Bolhuis et al., 2015).

Sebagai bentuk dukungan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penulis dan tim memutuskan untuk menciptakan solusi dari permasalahan *branding* yang kerap dialami UMKM. Solusi tersebut berupa aplikasi yang dapat mengelola *branding* dan strategi pemasaran dengan penyesuaian yang tepat terhadap kebutuhan dan anggaran yang dimiliki oleh UMKM. Melalui aplikasi ini, diharapkan pemilik UMKM dapat memperoleh layanan konsultasi pribadi yang akan membantu mereka dalam mengembangkan identitas merek yang efektif untuk memasarkan produk-produk mereka secara maksimal di ranah digital. Adanya kesadaran yang kurang terhadap pentingnya strategi *branding* dan pemasaran seringkali membuat UMKM tidak mendapat perhatian yang memadai dari masyarakat luas. Oleh karena itu, aplikasi "Bersinar (Bersama UMKM Pintar)" diinisiasikan sebagai sebuah solusi, yang menyajikan angin segar berupa layanan kreatif dan panduan yang berfokus dalam membantu UMKM untuk mengoptimalkan bisnis mereka melalui strategi visual, kerjasama dengan pelaku bisnis lain, serta penawaran paket desain yang terjangkau. Dengan demikian, diharapkan aplikasi ini dapat menjadi sarana yang berdaya guna untuk meningkatkan efisiensi bisnis bagi UMKM dan pelaku bisnis muda.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berisi Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana cara penulis dapat menciptakan *media collateral* yang mampu meningkatkan *awareness* aplikasi Bersinar di kalangan pemilik UMKM?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, penulis dan tim kemudian menentukan batasan permasalahan agar solusi yang diberikan dapat berjalan secara optimal. Batasan permasalahan yang ada disegmentasikan sebagai berikut:

1.3.1 Geografis

Penulis menentukan batasan geografis berdasarkan lokasi wilayah target audiens, adapun pembagian batasan tersebut sebagai berikut:

- i) Negara: Indonesia
- ii) Wilayah: Jabodetabek
- iii) Kota/Desa: Urban-Sub urban

1.3.2 Demografis

Penulis menentukan batasan demografis berdasarkan karakteristik target audiens, adapun pembagian batasan tersebut sebagai berikut:

- i) Usia: 18-35 Tahun
- ii) Jenis Kelamin: Pria & Wanita
- iii) Pendapatan: SES B—C
- iv) Pendidikan: SMA & Sarjana
- v) Pekerjaan: Pemilik bisnis (UMKM)
- vi) Status Perkawinan: Kawin

1.3.3 Psikografis

Pada perancangan aplikasi branding dan pemasaran untuk pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) penulis menentukan batasan psikografis yang ditargetkan kepada individu yang memiliki gaya hidup aktif, mandiri dan kreatif. Batasan psikografis yang telah ditentukan dalam perancangan ini adalah untuk pelaku UMKM yang memiliki kepribadian yang dinamis, inovatif, dan ingin berkembang. Penulis menentukan bahwa mereka adalah pengguna berat (*heavy user*) aplikasi dengan harapan layanan yang ditawarkan oleh Bersinar

dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mengembangkan usaha, meskipun mereka termasuk ke dalam golongan yang baru pertama kali (*first timers*) menggunakan aplikasi Bersinar.

1.3.4 Behavioral

Penulis juga menentukan Batasan *behavioral* yang berisikan perilaku atau tanggapan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. *Behavioral* ditujukan untuk menganalisa perilaku konsumen terhadap merek, sehingga penulis dapat menentukan user persona yang tepat. Berikut merupakan *behavioral* yang ditentukan oleh penulis:

- i) Penggunaan Produk/Layanan: Menggunakan layanan jasa yang Dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
- ii) Tingkat Pengguna: *Heavy Users*
- iii) Sikap terhadap Merek/Produk: *First Timers*
- iv) Respon terhadap Promosi: Mempercepat keputusan pembelian

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud dan tujuan penulis dalam mengikuti MBKM Cluster Kewirausahaan adalah tidak lain untuk memenuhi kewajiban akademis sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara pada semester 6 yang berbobot 20 SKS selama kurun waktu tiga bulan atau enam ratus empat puluh jam kerja untuk *supervisor* (pihak Skystar) dan dua ratus tujuh jam kerja untuk *advisor* (dosen pembimbing) menjadi salah satu syarat kelulusan sarjana Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.

Adapun penulis tidak hanya sekedar mendapatkan pengetahuan yang bersifat teoritis namun penulis juga memperoleh pengalaman bekerja dalam suatu organisasi serta menambah pengalaman dalam membangun bisnis *startup*. Penulis juga mempelajari mengenai kendala yang kerap kali dialami UMKM dalam mengembangkan bisnis. Terdapat banyak ilmu baru yang diperoleh dari pihak Skystar yang telah membantu dan membimbing tim mulai dari pengembangan ide bisnis, pengerjaan ide bisnis serta realisasi ide bisnis. Penulis juga mendapatkan

banyak relasi baru baik dari pihak Skystar maupun rekan MBKM Cluster Kewirausahaan yang berada di bawah naungan *Skystar Ventures*.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Tujuan dari pelaksanaan program MBKM Cluster Kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis tidak lain adalah sebagai syarat kelulusan mahasiswa semester 6 pada program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, dengan mengikuti program MBKM. Selain itu, penulis juga mampu menambah wawasan serta pengetahuan penulis dalam membangun serta mengembangkan bisnis start-up di bawah naungan *Skystar Ventures*. Penulis juga mempelajari hal-hal baru mulai dari *jobdesk* baru serta menjalin kerjasama dan menjalin hubungan baik dengan klien (UMKM). Dengan bimbingan dari Tim *Skystar Ventures*, penulis juga menambah relasi baru dengan lingkungan baru di *Skystar Ventures* serta menambah pengalaman bekerja dalam suatu organisasi untuk bekal dimasa depan.

1.5.2 Bagi Orang Lain

Melalui program MBKM Cluster Kewirausahaan, penulis dan tim memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kemajuan ekonomi negara. Di era digital saat ini, strategi pemasaran digital menjadi kunci utama dalam mencapai target pasar yang lebih luas dan efektif. Program MBKM ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dan praktik kewirausahaan, tetapi juga membangkitkan minat baru dalam dunia bisnis serta memberikan inspirasi untuk mengeksplorasi peluang wirausaha. Melalui pemahaman strategi perencanaan bisnis, pemasaran digital, manajemen keuangan, dan inovasi, pelaku UMKM dapat mengembangkan ide bisnis kreatif mereka sendiri dan merancang strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuan melalui aplikasi Bersinar yang penulis dan tim rancang.

1.5.3 Bagi Universitas

Melalui partisipasi dalam program MBKM Cluster Kewirausahaan, penulis dan tim bertanggung jawab dalam menyusun laporan sebagai bagian dari pelaksanaan program. Laporan yang disusun tidak hanya memenuhi tanggung jawab tersebut, tetapi juga memiliki nilai lebih sebagai sumber ilmu pengetahuan yang dapat dimanfaatkan oleh almamater.

Selain itu, implementasi program MBKM Cluster Kewirausahaan memungkinkan Universitas Multimedia Nusantara untuk menghasilkan mahasiswa yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki keterampilan inovatif, adaptif, dan memiliki pengalaman nyata dalam membangun bisnis, menjadikan mereka siap untuk berkontribusi dalam dunia kewirausahaan dan pasar kerja yang kompetitif.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Dalam tahap awal mengikuti *cluster* kewirausahaan di UMN, mahasiswa yang tergabung dalam program bekerja sama dengan rekan tim untuk membentuk kelompok yang bertujuan untuk perancangan bisnis. Proses ini dimulai dengan mengisi formulir ide bisnis yang telah disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara tepatnya *Skystar Ventures* sebagai koordinator. Setelah melewati proses seleksi, kelompok yang terpilih dapat mulai merealisasikan ide bisnis yang mereka ajukan. Ketika diterima dalam *cluster* kewirausahaan, mahasiswa kemudian diberikan kesempatan dalam mengikuti program pelatihan dan pembelajaran yang mencakup kuliah asinkron, seminar, serta bimbingan yang diberikan baik dari pihak *supervisor* dan *advisor*. Materi pelatihan meliputi perencanaan bisnis, *marketing*, manajemen keuangan, inovasi, dan keterampilan manajemen yang relevan dalam pembentukan bisnis. Penulis dan tim menjalankan diskusi, perencanaan dan pengerjaan proyek secara daring melalui beberapa aplikasi seperti LINE, Canva, Google Docs, Keep notes. Diskusi dan pengerjaan dilakukan mayoritas secara daring karena mempertimbangkan kesibukan dan jadwal yang berbeda-beda di antara anggota kelompok.

Program MBKM *Cluster* Kewirausahaan di UMN bekerja sama dengan *Skystar Ventures* sebagai koordinator juga menetapkan syarat durasi kerja bagi

mahasiswa. Durasi kerja yang ada meliputi pengumpulan *daily task* yang harus dilaporkan kepada *supervisor* dan *advisor* melalui situs resmi Merdeka UMN. Daily task tersebut meliputi *supervisor daily task* sebanyak 640 jam dan *advisor daily task* sebanyak 207 jam, dengan bobot 20 SKS. Waktu pengerjaan meliputi 9 jam kerja untuk *Supervisor* dan 4 jam kerja untuk *Advisor*, terhitung sejak 29 Januari 2024. Penting untuk mencapai durasi kerja minimal 847 jam agar peserta dapat memenuhi syarat untuk Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM. Program dimulai dengan acara sosialisasi dan briefing pada 13 November 2023 yang dilaksanakan di gedung kampus UMN, kemudian diikuti dengan proses seleksi dan pengumuman pada 6 Desember 2023. Seleksi ini dilengkapi dengan revisi dari *feedback* yang diberikan oleh pihak koordinator dan harus diserahkan selambat-lambatnya pada 16 Desember 2023. Hasil akhir dari seleksi kemudian diumumkan pada 21 Desember 2023. Selama program, ide bisnis dikembangkan melalui tahapan perancangan ide bisnis, *product validation*, dan *business validation* dengan bimbingan dari pihak *Skystar Ventures* serta mentor eksternal. Evaluasi dilakukan secara berkala melalui laporan tertulis dan sidang MBKM pada bulan Juni 2024 untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang perkembangan dan kualitas karya mahasiswa selama program berlangsung.

