

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM *Cluster* Kewirausahaan

Berkembangnya era digitalisasi, hampir semua lapisan masyarakat tidak dapat menghindari mengikuti arus perkembangan tersebut khususnya mahasiswa. Dalam pencarian magang, digitalisasi mempengaruhi mahasiswa dalam mencari tempat magang. Hal ini dapat digunakan untuk membantu mahasiswa menemukan magang dan mendapatkan pengalaman kerja selama kuliah (Bakhtiar, 2019). Magang merupakan pelatihan kerja langsung untuk mempelajari keterampilan atau keahlian tertentu sehingga mereka memenuhi syarat untuk menghasilkan barang atau jasa di bawah pengawasan orang yang memiliki posisi lebih tinggi atau lebih berpengalaman dalam posisi mereka yang diselenggarakan oleh lembaga pelatihan dengan mitra kerja (Samidjo, 2017). Melalui magang, mahasiswa dapat mengasah kemampuan dimulai dari *hard skill* hingga *soft skill*. Berdasarkan penelitian telah dibuktikan bahwa dengan mengikuti magang sebelum lulus kuliah dapat meningkatkan kompetensi (Rahadi, 2020).

Penting bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilannya dengan baik serta memperbanyak pengalaman melalui magang. Hal tersebut juga dikarenakan meningkatnya jumlah lulusan perguruan tinggi setiap tahunnya sehingga persaingan antar mahasiswa saat mencari kerja cukup ketat (Rahadi, 2020). Pada sisi lain meningkatnya peminatan magang khususnya *startup* memberikan dampak positif kepada mahasiswa. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu *startup* dapat berasal dari aspek eksternal dan internal. Dalam konteks ini, peran tim atau sumber daya manusia (SDM) di dalam *startup*, struktur organisasi, proses operasional, dan dinamika lingkungan bisnis menjadi faktor penentu keberhasilan (Maulana, 2021).

Tingginya kebutuhan SDM oleh Perusahaan *startup* dan tingginya jumlah peminatan mahasiswa dalam mencari magang memberikan keuntungan bagi kedua

belah pihak. Oleh karena itu, ide bisnis yang saya rancang adalah *platform* media informasi yang akan untuk mempertemukan kedua belah pihak dengan kebutuhan yang bervariasi. Mahasiswa akan dipandu juga dalam peningkatan kualitas untuk memenuhi syarat dari perusahaan. *Platform* media ini bernama "AyoIntern" dan seluruh solusi untuk mahasiswa dan perusahaan akan tersedia dalam satu *platform*.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang didapatkan adalah:

- 1) Produk apa yang cocok untuk target *market platform* "AyoIntern"?
- 2) Bagaimana perancangan *UIUX website* untuk media *platform* magang AyoIntern?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang permasalahan mengenai kebutuhan dari mahasiswa dan perusahaan *startup* yang saling menguntungkan satu sama lain oleh karena itu, batasan masalah yang didapatkan adalah:

1.3.1 Primer

- 1) Geografis:

Indonesia, Jabodetabek

- 2) Demografis:

- a) Usia :19-22 tahun

Berdasarkan peraturan MSIB (Magang Merdeka), peserta yang dapat mendaftar dalam program magang minimal berada di semester 4 dan berusia minimal 19 tahun dan 22 tahun merupakan umur ketika mahasiswa lulus.

- b) *Gender* : Laki - laki dan perempuan

- c) Tingkat pendidikan: S1 - *UNDERGRADUATE*

d) SES B-A1

Berdasarkan data dari Indonesia data, dengan pendapatan dan penghasilan di atas menunjukkan bahwa segmentasi AyoIntern untuk mahasiswa dan gen z adalah SES B (Rp 3.000.000,00 – 5.000.000,00). AyoIntern juga menetapkan SES A1 sebagai batasan target *market* dengan pendapatan di atas Rp.7.500,000 berdasarkan pernyataan yang berfokus pada kemudahan aksesibilitas bagi setiap mahasiswa menengah ke atas

e) Bahasa : Bahasa Indonesia

f) Pengeluaran : Rp300.000,00 – Rp2.000.000,00

Data pengeluaran mahasiswa per bulan dengan pengeluaran tertinggi sebesar 2.000.000 dan yang terendah 300.000 dengan rata-rata mahasiswa dengan pengeluaran paling banyak adalah dari rentang 600.000-800.000 (Nurjanah, 2023)

g) Pemasukan : Rp3.000.000,00 – Rp7.500.000,00

Berdasarkan data dari Indonesia data, mahasiswa dan gen z memiliki pemasukan yang berkisar antara Rp 3.000.000,00 – Rp7.500.000,00

h) Pekerjaan: Mahasiswa

3) Psikografis:

a) Sikap/*Attitude* : Eksploratif, mencari dan mengeksplorasi kesempatan untuk mendapatkan pengalaman pekerjaan.

b) Gaya hidup : *Work Life Balance* dan *Career Growth*, karena berdasarkan data dari gen z mengutamakan *work life balance* sebagai prioritas utamanya (Deloitte, 2024).

4) *Geodemographics*:

Tipe Hunian: nomaden

5) *Behavioral:*

- a) Tingkat pengguna: medium
- b) Tipe loyalitas terhadap merek: medium

1.3.2 Sekunder

1) Geografis:

Indonesia, Jabodetabek

2) Demografis:

- a) Usia : 25-38 tahun

Berdasarkan data, pendiri *startup* didominasi oleh usia dari 25-38 tahun atau generasi Y

- b) *Gender* : laki-laki dan perempuan

- c) Tingkat pendidikan: S1-S2

- d) SES A1

Berdasarkan data dari Indonesia data, dengan pendapatan dan penghasilan di atas menunjukkan bahwa segmentasi AyoIntern untuk pengusaha *startup* adalah SES A1 (> Rp7.500.000,00)

- e) Bahasa : Bahasa Indonesia

- f) Pemasukan : Rp100.000.000,00

- g) Pekerjaan : *Founder startup*

3) Psikografis:

- a) Sikap/*Attitude* : Eksploratif

- b) Gaya hidup : *Flexible* dan *trendy*

4) *Geodemographics:*

Tipe hunian: Nomaden

5) *Behavioral:*

- a) Tingkat pengguna: Medium

- b) Tipe loyalitas terhadap merek: Medium

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud bisnis “AyoIntern” adalah untuk membantu mahasiswa dalam mencari tempat magang yang sesuai dengan kebutuhan dan keterampilannya. “AyoIntern” juga bertujuan membantu *startup* dalam memenuhi kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas.

Permasalahan:

- 1) Kesulitan mahasiswa mendapatkan tempat magang yang sesuai dengan kebutuhan dan keterampilannya.
- 2) Tidak ada media yang secara spesifik membantu untuk mencari tempat magang
- 3) Kesulitan perusahaan *startup* mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

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

- 1) Bagi Penulis, menambah wawasan dan keterampilan dalam membuat desain produk
- 2) Bagi Orang Lain, memberikan wawasan mengenai cara mendesain produk yang sesuai khususnya tempat magang.
- 3) Bagi universitas, berkontribusi dalam meningkatkan reputasi universitas serta bagi mahasiswa dalam dunia desain produk.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Skema pembuatan AyoIntern pada bulan Januari difokuskan dalam memaparkan ide bisnis mulai dari target market, BMC, visi dan misi, business scope, dan dasar produk.

Tabel 1. 1 Deskripsi waktu dan prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

No	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli
1.	Memperjelas ide bisnis							
2.	Membuat laporan bab 1-3							

3.	Membuat <i>Design Thinking</i> Produk							
4.	Evaluasi 1							
5.	Membuat laporan bab 4-5							
6.	Membuat <i>prototype</i>							
7.	Persiapan evaluasi 2							
8.	Evaluasi 2							

Pada bulan Februari digunakan untuk menyusun laporan bab 1-3. Pada bulan ini dibentuknya design thinking produk. Berikut ini merupakan tabel deskripsi waktu dan prosedur MBKM Kewirausahaan:

