



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Dengan banyaknya pilihan kluster MBKM, penulis memilih MBKM Cluster Kewirausahaan pada semester genap 2023/2024. Hal tersebut dikarenakan para penulis yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi untuk belajar dalam segi bisnis dan keinginan besar penulis dalam menggali dunia bisnis. Bersama dengan pengetahuan dan kemampuan penulis dalam desain komunikasi visual, penulis percaya mampu menciptakan dan mengembangkan sebuah ide bisnis yang memiliki korelasi dengan bidang seni dan desain untuk meningkatkan perekonomian kreatif di Indonesia. Tidak hanya itu, penulis sadar akan permasalahan pemikiran masyarakat Indonesia yang kurang mengapresiasi seni sehingga sering menganggap rendah karya para pencipta kreatif Indonesia. Maka dari itu, penulis ingin membuat sebuah bisnis dalam lini bisnis kreatif yang dapat mengubah persepsi masyarakat Indonesia dan membawa eksposur *creative creators* di Indonesia hingga mendunia.

Indonesia dikenal dengan kekayaan budayanya yang melimpah, termasuk beragam karya seni yang dihasilkan oleh para pencipta kreatif lokal. Seniman Indonesia terus menerus berinovasi, menciptakan karya yang unik dan beragam, yang mencerminkan kekayaan tradisi dan kearifan lokal. Meskipun memiliki potensi yang besar, para seniman di Indonesia seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan serta mengenalkan hasil karya mereka. Berdasarkan data dari Indonesia *Philanthropy Outlook 2022*, kegiatan seni hanya memperoleh skor 4,9 persen dan ditempatkan pada posisi ke-12 (Filantropi Indonesia, 2022). Kegiatan seni Indonesia tidak menjadi pusat perhatian masyarakat karena kurangnya kesadaran dan dukungan. Berdasarkan Direktur Jenderal Kebudayaan Kemendikbud Ristek Hilmar Farid, masyarakat masih belum sepenuhnya memahami timbal balik yang akan dikontribusikan oleh sektor seni dan budaya

Indonesia karena belum memiliki gambaran terkait pengembalian kultural atau sosial. Kegiatan seni memiliki potensi untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat, sebagaimana dibuktikan oleh program “*After School Matters*” di Chicago. Program ini memberikan kesempatan kepada anak-anak muda untuk terlibat dalam berbagai aktivitas seni. Hasil dari partisipasi ini membantu mereka menjadi individu yang kreatif dan inovatif..

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi digital telah membuka peluang bagi berbagai sektor, termasuk industri seni. Aplikasi *e-commerce* menjadi salah satu solusi yang dapat membantu seniman dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan karya mereka. Tantangan yang seringkali dihadapi adalah bagaimana membuat aplikasi yang telah dirancang lebih dikenali dan diminati oleh target audiens. Dibutuhkan strategi promosi dan media yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap aplikasi jual beli karya seni. Perancangan media promosi yang tepat memiliki peran yang sangat penting agar aplikasi yang dirancang dapat mencapai potensinya dalam mendukung seniman lokal. Tanpa strategi dan media promosi yang baik, maka penggunaan dari aplikasi tersebut mungkin tidak akan digunakan secara maksimal, sehingga tidak dapat memberikan dampak yang signifikan bagi para seniman.

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 bagi aplikasi penjualan karya seni berbasis aplikasi dan web *E-commerce* sebagai media pemasaran untuk memberikan wadah bagi pencipta kreatif Indonesia sehingga mereka dapat meningkatkan penjualan produk dan eksposur kepada masyarakat Indonesia?

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*. Ada batasan khusus berdasarkan demografis, geografis, dan psikografis. Demografisnya mencakup individu berusia 18-26 tahun, baik pria maupun wanita, dengan pendapatan SES B, 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 *art enthusiast* 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 platform penjualan karya seni yang berbasis aplikasi *E-commerce* sebagai media pemasaran untuk memberikan wadah bagi pencipta kreatif Indonesia. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk dan eksposur sebagai kreator dengan banyaknya jumlah pencipta kreatif 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, *illustrator*, dan *creative creators* 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 seniman 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. 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 dan branding, yang merupakan langkah penting untuk memperkenalkan merek kepada pasar. Kemudian, fokus bergeser ke pembuatan website dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bisnis. Bulan Mei menandai tahap rekrutmen dan pelatihan tim, langkah ini merupakan langkah yang penting untuk membangun tim yang solid dan terampil. Tahap selanjutnya adalah 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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA