

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Proyek Desa

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang dikenal dengan UMKM merupakan salah satu fondasi utama Indonesia di bagian sektor perekonomian masyarakat. Mayoritas penduduk Indonesia mengandalkan UMKM sebagai bentuk usaha ekonomi mereka agar dapat bertahan hidup dan memiliki kehidupan yang layak (Mawarsari, 2023). Melihat dari kacamata pemerintah, UMKM tidak hanya menjadi alat tempur masyarakat, namun juga memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan ekonomi negara. Mengutip data yang diperoleh dari MSME Empowerment Report, tercatat sekitar 65,4 juta unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah mempekerjakan 114,7 juta individu di Indonesia pada tahun 2020. Disisi lain, lebih dari 60% hasil sektor UMKM disumbangkan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara (MSME Empowerment Report, 2022:5, seperti yang dikutip dalam, Geraldo & Kusuma, 2023). Pertumbuhan yang signifikan dalam sektor usaha mikro membawa dampak positif, yaitu semakin terbukanya peluang kerja bagi masyarakat yang dapat membantu mengurangi angka kemiskinan di Indonesia (Amrullah & Zumrotussaadah, 2021). Oleh karena hal tersebut, perlu dilakukan upaya untuk terus mengembangkan sektor UMKM di Indonesia.

Saat ini, Indonesia telah memasuki masa revolusi industri 4.0 yang ditandai oleh kemajuan teknologi internet yang sangat signifikan, sehingga persaingan dunia global dalam sebagian besar bidang usaha menjadi semakin besar dan kompetitif. Maka dari itu, model kewirausahaan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi sangatlah penting agar dapat melahirkan model kewirausahaan digital (Sumadi, 2021). Di lain sisi, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022 - 2023 memperoleh hasil data pengguna internet di Indonesia yang mencapai sekitar 215,63 juta. Jika dibandingkan dari tahun sebelumnya, angka survei tersebut

meningkat 2,67% atau sekitar 5,6 juta pengguna internet baru pada periode 2022 - 2023. Saat ini, total populasi Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa, yang berarti 78,19% tersebut merupakan pengguna internet (Diskominfo, 2023). Hal ini dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM di Indonesia.

Sayangnya, menurut data statistik *e-commerce* BPS Juni 2021, dari 8,2 juta unit usaha yang disurvei, hanya 29% yang telah mengimplementasikan usahanya ke dalam *e-commerce* atau *platform* digital lainnya. Data lain yang diperoleh per Agustus 2022, tercatat sekitar 20,24 juta UMKM telah terdaftar dalam ekosistem digitalisasi. Angka tersebut tentu masih tertinggal jauh dari target pemerintah yang mengharapkan 30 juta UMKM dapat terlibat pada *platform* digital (Sugihartati, 2023). Terdapat beberapa *platform* yang dapat dimanfaatkan sebagai media informasi dan promosi pada era digital kini, salah satunya adalah *website*. *Website* adalah kumpulan halaman yang terhubung satu sama lain yang berisi berbagai elemen, seperti dokumen dan gambar, yang disimpan di dalam *server web* (Sebok, Vermat, 2018 : 70). *Website* memiliki beberapa peran yang dapat membantu UMKM berkembang di era masa kini, diantaranya adalah memaksimalkan penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) atau pengoptimalan mesin telusur dengan menggunakan *keyword* relevan, serta meningkatkan struktur *website* agar responsif. Adanya *website* yang terlihat profesional memberikan kesan serius dan dapat dipercaya bagi *user*. *Website* dengan konten yang relevan, rapi dan terstruktur dapat memberi persepsi bahwa UMKM menyediakan layanan atau produk yang berkualitas (Sutandar, 2023).

Fayaz Craft merupakan UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tangan mode sejak tahun 2018 oleh Lely Lidyasari. Sebagian besar produk yang dihasilkan oleh Fayaz Craft adalah tas dengan berbagai jenis model serta aksen motif batik pada produknya. Namun, terdapat masalah desain pada Fayaz Craft yang ditemukan juga pada UMKM Chick N Pepper (*food and baverage*) dan Loyalista (*jasa desain*), yaitu tidak tersedia *website* sebagai *platform* profesional yang menunjang informasi mengenai UKMM nya masing-masing. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, didapatkan pernyataan dari pelaku UMKM Chick N Pepper, Loyalista dan Fayaz Craft yang memiliki rencana ingin mengoperasikan *website* di masa

mendatang agar citra UMKM lebih kredibel dan calon konsumen dapat lebih mudah untuk mencari informasi UMKM terkait.

Mempertimbangkan masalah diatas, diperlukan perancangan media informasi interaktif dalam bentuk *website* yang bertujuan untuk menaikkan kredibilitas dan aksesibilitas dari UMKM Chick N Pepper, Loyalista dan Fayaz Craft dengan mengimplementasikan menggunakan teori Human Centered Design, serta berasaskan *user interface* dan *user experience* yang baik.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, dapat disusun rumusan masalah adalah sebagai berikut : Bagaimana merancang UI/UX *website* untuk UMKM Fayaz Craft sebagai media informasi yang lebih interaktif dan menarik bagi pengguna?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Proyek Desa

Batasan masalah pada perancangan tampilan *website* untuk UMKM Fayaz Craft di Pokdarwis Desa Medang adalah sebagai berikut :

1.3.1 Geografis

- a. Wilayah : Jabodetabek
- b. Kota : Metropolitan
- c. Kepadatan penduduk : Urban

1.3.2 Demografis

- a. Usia : Dewasa muda berusia 20 - 28 tahun
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. Pekerjaan : Mahasiswa, karyawan korporat, ibu rumah tangga
- d. Tingkat ekonomi : SES B - SES A

1.3.3 Psikografis

- a. Sikap : Percaya diri, mudah bergaul, nasionalis.
- b. Gaya hidup : Menyukai hal unik, mengoleksi produk mode produksi lokal, serta pengguna aktif internet.

1.3.4 Behavioral

- a. Tipe loyalitas : Tingkat loyalitas tinggi karena target market dari SES B - SES A, sehingga pada saat target menyukai produk, maka besar kemungkinan kalangan tersebut dapat menjadi konsumen tetap.
- b. Tipe pengambilan keputusan : Pengambilan keputusan yang lebih tinggi karena target lebih mengutamakan fungsional dan model produk daripada harga jual produk terkait.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Proyek Desa

Melalui program MBKM ini, penulis mempraktekkan ilmu yang sudah dipelajari dengan merancang *website* untuk UMKM Chick N Pepper, Loyalista dan Fayaz Craft sebagai bentuk pengabdian masyarakat di desa Medang. Sedangkan tujuan dari pelaksanaan Program MBKM Proyek Desa bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM Chick N Pepper, Loyalista, dan Fayaz Craft melalui perancangan website yang memiliki *user interface* (UI) yang menarik dan *user experience* (UX) yang baik. *Website* ini diharapkan dapat menjadi media penyampaian informasi yang lebih jelas, terstruktur, dan interaktif kepada para pengguna.

Berikut beberapa pencapaian yang diharapkan dapat terpenuhi setelah berakhirnya Program MBKM Proyek Desa melalui solusi desain yang telah ditawarkan dari permasalahan pada UMKM Chick N Pepper, Loyalista dan Fayaz Craft :

1. Peningkatan kredibilitas dan profesionalisme melalui konten *website* yang informatif dan lengkap yang menyertakan testimoni pelanggan yang puas
2. Dapat memperkuat *brand identity* dengan pengaplikasian visual yang konsisten pada *website*
3. Peningkatan pelayanan atau *customer service* yang baik dengan penambahan *section Frequently Ask Question (FAQ)*, sistem *live chat*, ataupun menyediakan formulir kontak yang mudah digunakan pada *website*

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Proyek Desa

Manfaat dari pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa ini diharapkan dapat memberikan dampak baik untuk beberapa pihak, yaitu :

1.5.1 Bagi Penulis

- a. Mendapatkan kesempatan dan pengalaman untuk mengimplementasikan pengetahuan UI/UX serta ilmu lain selama perkuliahan melalui real case study.
- b. Menambah ilmu soft skill dan hard skill.
- c. Hasil karya website dapat menjadi portofolio pribadi penulis.
- d. Berkontribusi dalam pengembangan UMKM dan pemberdayaan masyarakat desa.

1.5.2 Bagi Orang Lain

- a. Meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasarnya secara luring melalui *website*.
- b. Menaikkan citra kredibel UMKM melalui tampilan *website* yang telah dirancang sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
- c. Memudahkan calon konsumen untuk mengakses informasi dari UMKM karena informasi tertata / tervisualisasikan dengan jelas.

1.5.3 Bagi Universitas

- a. Menjadi bahan evaluasi terkait pemilihan daftar UMKM bagi peserta MBKM Cluster Proyek Desa untuk mencegah kejadian seperti pekerjaan tertunda karena mengumpulkan data dari UMKM yang ternyata sudah tidak beroperasi lagi.
- b. Memperkuat kerjasama dengan desa dan UMKM, yang dapat membuka peluang kolaborasi di bidang lain di masa depan.
- c. Memberikan tambahan referensi serta kontribusi bagi Universitas dan diharapkan dapat menambah referensi Pustaka di Perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara.

1.6 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan MBKM Cluster Proyek Desa

MBKM Cluster Proyek Desa adalah salah satu program yang dikoordinasi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Multimedia Nusantara serta dilaksanakan oleh mahasiswa semester 6 dengan bobot 20 SKS atau setara dengan 800 jam kerja, yang dikerjakan dalam kurun waktu 20-21 minggu selama satu semester. Program MBKM Cluster Proyek Desa dimulai dengan sosialisasi besar pada tanggal 13 November 2023 yang melibatkan semua peserta MBKM yang kemudian dilanjutkan dengan registrasi pendaftaran MBKM Cluster Proyek Desa tahap 01 dan tahap 02 pada periode 11 Desember 2023 – 16 Januari 2024 melalui *website* Merdeka. MBKM Cluster Proyek Desa melibatkan 4 tahapan, yaitu MBKM tahap 01 hingga MBKM tahap 04.

Pada tahap 01, peserta MBKM melakukan proses registrasi untuk memperoleh *Cover Letter* atau Surat Pengantar MBKM sebagai kepentingan dokumen dalam laporan sidang MBKM Cluster Proyek Desa. Dilanjutkan pada tahap 02, peserta MBKM akan menyelesaikan proses registrasi kemudian peserta mendapatkan *form* MBKM 02. Setelah menyelesaikan tahap 01 dan tahap 02, peserta MBKM menghadiri *briefing* oleh koordinator MBKM mengenai pelaksanaan MBKM secara daring melalui *platform zoom* pada tanggal 22 Januari 2024. Program MBKM Cluster Proyek Desa resmi dimulai saat tahun ajaran semester genap 2023 / 2024 pada tanggal 29 Januari 2024.

Dalam pelaksanaan MBKM Proyek Desa, peserta MBKM menjalankan tahap 03 yaitu peserta wajib memenuhi pengisian *Supervisor daily task* minimal 640 jam kerja dan *Advisor daily task* minimal 207 jam kerja di *website* Merdeka. Untuk mencapai target jam kerja tersebut, peserta mengisi *Supervisor daily task* 9 jam kerja setiap hari Senin hingga Jumat dengan pengecualian tanggal merah, serta mengisi *Advisor daily task* 3 – 4 jam kerja setiap 2 – 3 hari sekali. Adapun yang dimaksud dengan *Supervisor* adalah dosen pembimbing eksternal yang membimbing peserta MBKM terkait proyek desain yang dirancang, dan *Advisor* adalah dosen pembimbing internal yang membimbing peserta MBKM dalam pengerjaan laporan MBKM Cluster Proyek Desa. Peserta MBKM Cluster Proyek Desa wajib melakukan bimbingan dengan *Advisor* sebanyak 8 kali selama

berjalannya program, yaitu minimal 4 kali sebelum Evaluasi 1 yang dilaksanakan pada tanggal 18 - 26 Maret 2024 dan minimal 4 kali sebelum Evaluasi 2 pada tanggal 27 – 31 Mei 2024. Peserta akan mengumpulkan laporan MBKM Cluster Proyek Desa BAB 1 – BAB 3 pada Evaluasi 1 dan mengumpulkan keseluruhan Laporan MBKM Proyek Desa pada Evaluasi 2 melalui *website* Merdeka. Setelah memenuhi jam kerja *daily task* yang sudah ditentukan, peserta dapat mengunduh *supervisor daily task* di *website* Merdeka untuk dilampirkan pada laporan.

Memasuki MBKM tahap 04, peserta melakukan daftar sidang pada tanggal 7 Juni 2024 di *website* Merdeka untuk memperoleh lembar verifikasi laporan. Sidang bagi peserta Cluster MBKM akan diselenggarakan pada 12 – 14 Juni 2024 secara luring di ruang sidang yang akan ditentukan. Setelah mendapat saran dari dosen penguji dan dosen pembimbing selama sidang berlangsung, peserta akan melakukan perbaikan atau revisi hingga akhirnya laporan MBKM akan dikumpulkan pada tanggal 18 – 21 Juni 2024.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA