

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Kurang lebih 9,9 juta penduduk muda di Indonesia berusia 15-24 tahun yakni *gen z* termasuk ke dalam kategori pengangguran menurut data dari Badan Pusat Statistik tahun 2023. Pernyataan ini didukung pula dengan data bahwa *gen z* menjadi penyumbang terbesar angka pengangguran terbuka di Indonesia yaitu sebanyak 50 persen (Keparlemenan Badan Keahlian Setjen DPR RI, 2024). Tingkat pengangguran yang tinggi ini disebabkan oleh bermacam hal. Pertama, adanya ketidakcocokan antara kemampuan *gen z* dengan lapangan pekerjaan yang disediakan (Winurini dkk., 2024). Selain itu, *gen z* sebagai generasi produktif muda kerap kali memiliki pandangan yang berbeda dengan sistem kerja yang berlaku dan akhirnya memutuskan untuk *resign* (Rahmania, 2024). Hal ini didukung oleh pernyataan yang diberikan oleh Direktur *Corporate Affairs* GoTo Nila Marita (2024), yang mengatakan bahwa *gen z* lebih senang bekerja sekaligus memperhatikan keseimbangan kehidupan personal alias *work life balance*.

Permasalahan sekaligus keinginan tersebut membuat para generasi muda akhirnya tertarik untuk menjadi seorang *influencer*. Hal ini sangat mungkin terjadi, dimana, survei yang dilakukan kepada 1.155 responden membuktikan bahwa *gen z* merupakan generasi yang aktif menggunakan media sosial, 81% berada di Instagram, 70% berada di TikTok, dan 69% berada di Youtube. Adanya keinginan ini juga didukung oleh tren *influencer* yang terus meningkat di Indonesia (Machfir, 2024). Adapun berdasarkan data *pre-research* kuesioner yang dilakukan, 68,4% dari 57 *gen z* tertarik untuk menjadi *influencer*. Berdasarkan *pre-research Forum Group discussion* (FGD) dengan 5 peserta *gen z*, terdapat beberapa alasan yang melatarbelakangi ketertarikan tersebut antara lain, pendapatan yang dianggap besar jumlahnya, waktu kerja yang fleksibel, dan harapan untuk menjadi terkenal.

Meifitri (2020), menyatakan hal yang sama yakni, adanya peluang mendapatkan *income* yang besar membuat *gen z* tertarik untuk terjun ke dunia *influencer*. Pendapatan yang menjanjikan tersebut dibuktikan melalui hasil *interview* dengan seorang yang menjadikan *influencer* sebagai *side hustle* nya. Narasumber mengatakan bahwa penghasilan pekerjaan utama hanya mencapai Rp 48.000.000,00 di tahun 2022. Sedangkan pendapatan dari *endorsement* dan *affiliate* mencapai Rp 188.233.639,00 di tahun tersebut (Suhartiningsih dkk., 2023). Sebagian besar *gen z* pun akhirnya mulai beralih dari pekerjaan konvensional untuk menjadi seorang *influencer* (Meifitri, 2020).

Seorang yang memulai karirnya sebagai *influencer* akan mulai dari *tier* terendah yakni, *native nano influencer* yang memiliki 0–1.000 *followers*, kemudian *nano influencer* dengan 1.000 – 10.000 *followers*, *micro influencer* dengan 10.000 – 100.000 *followers*, dan seterusnya. *Nano* dan *micro influencer* sendiri saat ini menjadi pasar terbanyak di dunia *influencer*, dimana 77,4% nya merupakan *nano influencer* (Wardani, 2024). Adapun kenyataannya, *influencer* pada *tier* ini memiliki kemampuan pembuatan konten yang kurang mumpuni sehingga hasil konten kurang efektif dalam meningkatkan pertumbuhan akun (growandbless,2024). Konten yang dihasilkan tentunya harus berkualitas. Menurut Utami (2024), konten berkualitas merupakan konten yang memiliki *branding* yang kuat. Selain itu, konten berkualitas juga harus bisa membuat penonton berinteraksi dikarenakan terdapat hal yang menarik (Oktaga dkk., 2023).

Melihat potensi besar *gen z* dalam hal kreativitas dan inovasi di dunia *digital*, maka diperlukan adanya program yang bisa memfasilitasi *gen z* ke dunia kerja (Winurini dkk, 2024). Oleh karena ini, muncullah ide bisnis untuk membuat sebuah *platform* berbasis edukasi berupa *website* untuk *nano* dan *micro influencer* bisa belajar, berkembang, dan berkolaborasi guna meningkatkan kualitas konten dan memaksimalkan penghasilan.

## 1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Adapun rumusan masalah yang muncul adalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan strategi *website* Indefiniti untuk *nano* dan *micro influencer*?

### 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Batasan masalah MBKM *Cluster* Kewirausahaan diperlukan untuk mengarahkan perancangan *website* agar lebih terstruktur dan tepat sasaran. Adapun batasan tersebut sebagai berikut:

1. Demografis
  - a. Jenis Kelamin: Pria dan wanita
  - b. Usia: 18 - 24 tahun (*gen z*) (Primer), 25 - 34 tahun (*millennials*) (Sekunder)
  - c. Status ekonomi: SES A-B
  - d. Status Pendidikan: SMA & S1
  - e. Pekerjaan: Nano & micro influencer
  - f. Bahasa: Indonesia
2. Geografis
  - a. Negara: Indonesia
  - b. Kota: Jabodetabek
3. Psikografis
  - a. Gen Z dan millennials yang aktif di media sosial
  - b. Gen Z dan millennials yang suka mengekspresikan dirinya melalui konten.
  - c. Gen Z dan millennials yang up-to-date dan fomo

Secara demografis, target konsumen primer ditetapkan pada usia 18 - 24 tahun (*gen z*) dan target konsumen sekunder ditetapkan pada usia 25 - 34 tahun (*millennials*). Hal ini dikarenakan kedua generasi tersebut adalah generasi yang paling aktif di media sosial. Survei Goodstats (2025), membuktikan bahwa 63% dari 1.155 responden dari generasi muda menggunakan alias *scrolling* media sosial di waktu luang. Selain itu, kedua generasi ini juga memiliki ketertarikan untuk menjadi *influencer* terutama *gen z* (Meifitri, 2020).

Melihat *platform* yang harus digunakan berupa *website*, maka *user* sekiranya harus mempunyai gawai atau perangkat elektronik yang memadai untuk dapat berkomunikasi satu sama lain baik dengan komunitas maupun dengan mentor. Maka dari itu, *nano* dan *micro influencer* yang akan ditargetkan berada pada SES A-B. Keputusan ini juga didukung melalui data kuesioner yang disebarkan kepada 72 responden SES A-B, dimana 68,1% mau mengeluarkan biaya sebesar Rp 300.000,00 di luar biaya kebutuhan pokok yakni, untuk belajar dan meningkatkan kemampuan.

#### **1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, maka maksud dan tujuan dari MBKM Kewirausahaan ini adalah melakukan perancangan *strategic website Indfiniti* untuk *nano* dan *micro influencer*.

#### **1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan**

Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

##### **1. Penulis**

Perancangan *website* dan bisnis ini tidak hanya bermanfaat bagi penulis dari segi akademis dan teori, tetapi juga hal praktis dalam berwirausaha. Melalui perancangan ini, penulis semakin diperkaya wawasannya terkait dunia *influencer* dan media sosial melalui berbagai macam riset. Selain itu, menjadi ketua dalam kelompok bisnis MBKM kewirausahaan juga mempertajam *soft skill leadership* dari penulis. Kemampuan penulis dalam membuat *UI/UX* produk *digital* berupa *website* pun juga semakin dipertajam melalui perancangan ini.

##### **2. Nano dan Micro Influencer**

Perancangan *website* Indfiniti ini dapat memberikan manfaat secara langsung kepada *nano* dan *micro influencer* dalam hal meningkatkan jumlah *views*, *followers*, *engagement*, dan *income* melalui bantuan *practical experts* dan komunitas. Dari perancangan usaha ini, *nano* dan *micro*

*influencer* mendapatkan *insight* yang diperlukan serta analisis secara personal.

### 3. *Experts*

Perancangan *website* Indfiniti ini dapat memberikan manfaat secara langsung kepada *mega influencers* sebagai *experts* berupa *profit sharing* atau *income* tambahan, serta meningkatkan kredibilitasnya di pasar media sosial.

### 4. Universitas

Perancangan bisnis ini dapat bermanfaat bagi lingkungan Universitas Multimedia Nusantara baik sebagai referensi penelitian dalam sektor kreatif maupun sebagai referensi pengembangan ide bisnis program MBKM *Cluster* Kewirausahaan.

## 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan

Prosedur keseluruhan MBKM *Cluster* Kewirausahaan mencakup bobot 15 SKS yang setara dengan 640 jam kerja dan 8 kali bimbingan bersama dengan *supervisor internal*, 8 kali bimbingan dengan *dedicated mentor external*, serta 207 jam kerja yang disertai 8 kali bimbingan dengan dosen pembimbing sebagai *advisor*. Adapun penjabaran *timeline* MBKM Kewirausahaan selama 1 semester adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Skema Waktu MBKM *Cluster* Kewirausahaan

Waktu	Alur	Keterangan
1 November 2024	Sosialisasi <i>Cluster</i> MBKM	Koordinator prodi desain komunikasi visual melakukan sosialisasi di <i>Function Hall</i> Gedung A UMN terkait MBKM Semester 6.
November 2024	Penyerahan ide bisnis melalui <i>form</i> MBKM	Menjabarkan latar belakang ide bisnis dan juga solusi yang ditawarkan.

23 Desember 2024	Pemberitahuan hasil seleksi MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	Menerima informasi mengenai hasil seleksi dari Skystar Ventures.
20 – 21 Januari 2025	Pengisian KRS	Mengisi paket KRS MBKM Kewirausahaan di my.umn.
22 Januari 2025	<i>Briefing</i> MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	Mendengarkan <i>briefing</i> dari koordinator prodi terkait prosedur MBKM 2024/2025 melalui <i>zoom meeting</i> .
3 Februari 2025	Hari pertama perkuliahan MBKM Kewirausahaan	Mendengarkan seminar dari rektor UMN sekaligus <i>briefing</i> terkait MBKM Kewirausahaan dari Skystar Ventures.
3 Februari – 21 Maret 2025	Aktivitas MBKM Kewirausahaan sebelum UTS (Evaluasi 1)	Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing sebanyak 4 kali, bimbingan dengan <i>supervisor internal</i> sebanyak 5 kali, bimbingan dengan <i>dedicated mentor</i> sebanyak 4 kali, serta melakukan finalisasi <i>pitch deck</i> serta laporan.
24 Maret – 28 Maret 2025	Evaluasi 1 MBKM Kewirausahaan	Mengumpulkan <i>pitch deck</i> dan laporan serta mempresentasikan ide bisnis ke dewan juri.

7 April – 30 Mei 2025	Aktivitas MBKM Kewirausahaan sebelum UAS (Evaluasi 2)	Melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing sebanyak 4 kali, bimbingan dengan <i>supervisor internal</i> sebanyak 5 kali, bimbingan dengan <i>dedicated mentor</i> sebanyak 4 kali, serta melakukan finalisasi <i>prototype</i> serta laporan.
4 Juni – 5 Juni 2025	Evaluasi 2 MBKM Kewirausahaan	Mengumpulkan <i>prototype</i> dan laporan serta mempresentasikan <i>prototype</i> bisnis ke dewan juri.
9 Juni 2025	Pendaftaran Sidang MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	Melakukan registrasi untuk keperluan sidang MBKM.
11 Juni – 12 Juni 2025	Sidang MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan	Melakukan sidang bersama penguji
25 Juni – 26 Juni 2025	Pengumpulan laporan MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan final	Mengumpulkan laporan final MBKM setelah melakukan revisi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A