

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Lebih Dari empat juta usaha kuliner tersebar di Indonesia pada 2023 (Badan Pusat Statistik, 2024). Mulai dari kategori restoran, catering, kedai makan, dan lainnya, industri kuliner menjadi salah satu penopang ekonomi kreatif Indonesia (Purwanto & Pancawati, 2024). Banyaknya bisnis di bidang ini menyebabkan masyarakat memiliki beragam jenis pilihan makanan dari segi kultur, suasana, rasa, dan harga. Ada pun keberadaan layanan pesan-antar makanan di platform digital mendorong aksesibilitas masyarakat untuk mengetahui berbagai opsi kuliner yang ada (Az-zahra et al, 2021).

Sayangnya, menurut Schwartz (2004) banyaknya pilihan dapat menghadirkan situasi *paradox of choice*. Istilah ini merujuk pada kondisi kebingungan konsumen ketika terlalu banyak pilihan, sehingga sulit menentukan keputusan. Hal ini pun berlaku ketika ingin memilih makanan secara sendiri ataupun bersama kerabat dan kerap menjadi masalah sehari-hari. Dilema seperti ini terjadi karena adanya beberapa faktor pertimbangan, mulai dari harga, suasana hati, preferensi, dan pengaruh media sosial (Spleman dalam Henderson, 2022). Dengan demikian, proses keputusan memilih makanan dapat berubah menjadi lama, tidak efisien, dan mengganggu aktivitas lain dengan hasil yang kurang ideal.

Saat ini, telah tersedia platform PergiKuliner yang menyediakan informasi mengenai berbagai restoran di area Jabodetabek, Bandung, dan Surabaya. Namun, platform tersebut lebih ditujukan kepada audiens yang telah mengetahui maupun menyepakati restoran yang ingin dicoba. Padahal, sebelum masuk dalam titik keputusan, audiens membutuhkan pemicu atau panduan karena faktor kompleksitas dan dinamika perilaku individu (Wulandari & Mulyanto, 2024). Faktor ini dipengaruhi oleh *choice overload*, tekanan dan opini kelompok, dan perasaan emosional. Sayangnya, masih belum ada platform yang menyelesaikan

kompleksitas ini untuk memudahkan pengguna dalam menentukan pilihan makanan dengan efisien.

Untuk mengatasi masalah tersebut, dibutuhkan suatu media informasi yang dapat membantu pengguna untuk menentukan pilihan makanan mereka secara efisien. Media ini akan berbasis *website* untuk mendorong keterlibatan pengguna dengan konten yang disediakan sehingga memicu interaksi dua arah antara teknologi dan audiens (Biznet Gio, 2025). *Website* merupakan kumpulan halaman yang menyediakan informasi secara statis maupun dinamis, dan dapat diakses melalui internet (Yusuf, 2024). Maka dari itu, platform FixMakan! akan berbasis *website* yang akan menampilkan berbagai informasi berupa gambar, video, teks, suara, ataupun tautan yang menghubungkan ke domain lain.

Perancangan *website* yang baik didasari pada informasi yang jelas, kenyamanan penggunaan, dan aksesibilitas optimal di berbagai perangkat (Noviah, 2023). Kemudian, tingginya jumlah pengguna internet yang mengakses melalui perangkat *mobile* semakin menekankan pentingnya aksesibilitas. Nisa (2020) menunjukkan bahwa sekitar 171 juta masyarakat Indonesia menggunakan perangkat *mobile* untuk menjelajahi internet. Angka tersebut menunjukkan 98% dari total pengguna internet bergantung pada perangkat seluler dalam aktivitas *online* mereka. Dengan demikian, diperlukannya perancangan *mobile website* FixMakan! untuk mempermudah pengguna dalam mengakses platform penentu makanan ini.

## **1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dapat disusun sebagai berikut.

1. Keragaman kuliner di Indonesia memicu munculnya fenomena *paradox of choice*, di mana banyaknya pilihan justru membuat proses pemilihan makanan menjadi lebih lama dan kurang efisien.
2. Masyarakat belum familiar dengan *mobile website* yang membantu mereka dalam menentukan pilihan makanan dengan lebih optimal.

Merujuk pada rumusan tersebut, maka penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut, “Bagaimana perancangan *mobile website* yang mampu membantu pengguna untuk memilih makanan dengan efisien dan sesuai preferensi?”

### 1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Dalam perancangan MBKM Kewirausahaan ini, penulis akan menentukan batasan masalah sebagai berikut.

#### 1. Segmentasi

##### ▪ Demografis

Usia : 18-28 tahun

Gender : Laki-laki dan Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa, karyawan swasta, *influencer*

Pendidikan : S1 atau lebih tinggi

SES : B

Penghasilan : Rp 2.000.000- Rp 5.000.000

Agama : Semua agama

Suku : Semua suku

##### ▪ Geografis

Provinsi : Jabodetabek

Jenis daerah : Perkotaan

##### ▪ Psikografis

Sikap : Labil dalam menentukan keputusan, mudah terbawa arus, mudah terdistraksi, dan lebih memilih untuk mengikuti suara terbanyak dalam diskusi.

*Lifestyle* : Sering membeli makanan dari luar, menggunakan platform *digital*, menyukai informasi singkat.

##### ▪ Behaviour

Tingkat Pengguna : *Medium to high engagement*

Tingkat Loyalitas Pengguna : Loyalitas bergilir

Tipe Kesiapan Konsumsi : *Early adopters*

## **2. Targeting**

Platform FixMakan! menyasar ke mahasiswa laki-laki maupun perempuan dengan rentang usia 18 sampai 22 tahun SES B yang tinggal di kos area Jabodetabek. Selain itu, target audiens merupakan golongan individu yang sering membeli makanan di luar menggunakan layanan pesan-antar maupun pergi ke restoran dan kerap menghabiskan waktu lama sebelum memutuskan makanan yang ingin dibeli.

## **3. Positioning**

Platform yang membantu pengguna dalam menentukan makanan dengan cepat dan efisien melalui rekomendasi personal yang relevan.

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

Dari penjabaran rumusan masalah dan batasan masalah yang telah dirumuskan, maksud MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah membuat perancangan *mobile website* yang dapat meningkatkan aksesibilitas ke platform FixMakan! Dengan tujuan, memudahkan aksesibilitas pengguna yang bingung dalam menentukan makanan yang ingin dikonsumsi, membantu mengerucutkan preferensi pengguna dari banyaknya pilihan yang ada, dan memastikan pengguna dapat menemukan makanan terjangkau untuk sehari-harinya.

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

Manfaat dari kegiatan kewirausahaan ini dapat memberikan dampak bagi berbagai pihak, termasuk penulis, orang lain, dan institusi pendidikan sebagai berikut.

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

Sebagai peserta program MBKM Kewirausahaan, penulis mendapatkan pengalaman dalam merancang *mobile website* yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam menentukan makanan yang ingin dikonsumsi secara efisien. Tidak hanya itu, penulis pun dapat meningkatkan kemampuan teknis maupun non teknis seperti *critical thinking* dan *problem solving* untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

## 2. Bagi Orang Lain

Program ini berdampak positif bagi masyarakat luas, khususnya konsumen di industri kuliner dalam memilih makanan sesuai dengan preferensi mereka secara efisien.

## 3. Bagi Universitas

Universitas akan memperoleh manfaat dari program MKBKM Kewirausahaan ini dengan adanya asupan penelitian yang berhubungan dengan desain, teknologi, dan sektor FnB untuk dijadikan referensi dalam perpustakaan Universitas Multimedia Nusantara.

### 1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Untuk mendukung kelancaran program MBKM Kewirausahaan, dosen koordinator telah menyusun *timeline* dan prosedur kegiatan yang terstruktur selama satu semester. Program ini memiliki total waktu 807 jam kerja dengan bobot 15 SKS. Selama periode ini, penulis bertanggung jawab dalam mengikuti *workshop* yang diadakan pihak Skystar Ventures, mempelajari materi asinkron, menyelesaikan tugas individu maupun kelompok, membuat laporan MBKM, dan melakukan bimbingan bersama *supervisor*, *advisor*, dan mentor.

Tahapan program ini dimulai pada awal November melalui sosialisasi yang diadakan secara luring di ruangan *Function Hall* UMN untuk memperkenalkan program MBKM. Setelah itu, adanya periode registrasi melalui *website* Merdeka pada awal November sampai pertengahan Januari untuk mendapatkan status resmi sebagai peserta MBKM. Setelah terdaftar, penulis memulai bimbingan tahap pertama, yang berlangsung dari awal Februari hingga akhir Maret. Dalam tahap ini, penulis diwajibkan untuk mengisi *daily task* bersama *supervisor* dan *advisor*. *Supervisor* bertanggung jawab atas 640 jam kerja, yang harus diisi setiap hari dengan durasi sembilan jam per hari, mulai pukul 08.00 hingga 18.00 WIB. Sementara itu, *daily task advisor* harus diisi sebanyak 2-3 kali dalam seminggu, dengan total 207 jam kerja selama program berlangsung.

Pada akhir Maret, akan ada evaluasi 1 bagi peserta MBKM. Evaluasi ini dapat diikuti apabila telah mengikuti semua prasyarat yang ada, yaitu bimbingan

minimal tiga kali bersama *supervisor*, *advisor*, dan mentor sebelum periode ujian tengah semester (UTS). Laporan evaluasi pun nantinya akan diunggah di *website* Merdeka. Setelah evaluasi pertama selesai, peserta memasuki bimbingan tahap kedua, yang berlangsung dari awal April hingga pertengahan Mei. Selama periode ini, penulis tetap diwajibkan mengisi *daily task* dan melakukan bimbingan rutin dengan *supervisor* serta *advisor* untuk mempersiapkan tahap akhir program.

Menjelang pertengahan Mei, penulis mengikuti bimbingan pra-sidang evaluasi 2, yang berfokus pada pengecekan konten laporan dan kelengkapan dokumen bersama dosen pembimbing. Setelah itu, pada akhir Mei, peserta mengikuti evaluasi 2, yang dilakukan secara individu. Dalam tahap ini, penulis juga wajib mengunggah laporan evaluasi 2. Kemudian, pada awal Juni, penulis memasuki tahap pengecekan kelengkapan dokumen sidang, yang mencakup verifikasi konten, judul, serta dokumen administrasi sebelum registrasi sidang evaluasi akhir. Batas akhir registrasi sidang ditetapkan pada awal Juni, dengan sidang dilakukan secara *onsite* pada pertengahan Juni. Setelah sidang selesai, penulis perlu melakukan revisi dan mengunggah laporan final yang telah mendapatkan tanda tangan pengesahan dari dewan sidang pada akhir Juni.

