

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Di era digital, industri kreatif berkembang pesat dan menjadi salah satu pilar utama perekonomian global, termasuk di Indonesia. Menurut data Bekraf dan BPS, sektor ini menyumbang 7,8% terhadap PDB Indonesia pada 2023 dan diproyeksikan meningkat menjadi 9% pada 2025 (Kodrat, 2024). Seiring dengan pertumbuhan industri kreatif, jumlah pengguna internet di Indonesia juga mengalami lonjakan signifikan. Menurut data dari Kemenkominfo dan APJII, jumlah pengguna internet mencapai 196,7 juta pada 2020 dengan peningkatan sebanyak 25,5 juta dari tahun sebelumnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin pesat turut mendorong para *freelancer* untuk memanfaatkan internet sebagai sarana utama dalam menjalankan profesinya. Mereka menggunakannya untuk berkomunikasi, mempromosikan diri, serta mencari peluang kerja yang sesuai dengan keahlian masing-masing (Widodo, 2019). Meningkatnya permintaan layanan daring juga mendorong munculnya berbagai platform digital yang menghubungkan *freelancer* dengan klien, menciptakan lebih banyak peluang kerja dan membentuk ekosistem yang lebih terstruktur bagi pekerja kreatif.

Meski penggunaan internet dan tren *freelance* terus berkembang, Indonesia masih belum memiliki platform lokal khusus yang menghubungkan *freelancer* dengan klien. Hal ini menjadi tantangan bagi *freelancer* pemula dalam menemukan serta menjangkau klien baru. Banyak desainer asal Indonesia masih mengandalkan fitur pesan pribadi di aplikasi media sosial atau grup komunitas yang sebenarnya tidak dirancang untuk transaksi jual beli. Hal ini seringkali menimbulkan risiko penipuan atau kecurangan dalam bertransaksi, karena sistem yang digunakan tidak memiliki cukup keamanan, atau bahkan sama sekali tidak menyediakan perlindungan untuk proses jual beli karya (Ramdani, 2023).

Salah satu platform yang saat ini populer digunakan untuk tujuan yang serupa adalah VGEN. Namun, berdasarkan hasil interview, ditemukan beberapa keluhan dalam aspek *user interface* (UI) dan maskot VGEN. Dari segi UI, meskipun tampilannya modern dan cukup konsisten, beberapa fitur masih membingungkan bagi pengguna baru, seperti navigasi *dashboard* dan profil yang terasa terpisah serta ikon yang kurang bervariasi. Selain itu, fitur pencarian menyulitkan pengguna dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Sementara itu, maskot VGEN dinilai sesuai dengan identitas platform secara visual, tetapi kurang ikonik dan tidak memiliki peran signifikan dalam pengalaman pengguna. Maskot lebih berfungsi sebagai elemen estetika daripada fitur interaktif, sehingga keberadaannya di *website* dianggap tidak memberikan dampak besar. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan dalam navigasi UI serta optimalisasi maskot agar lebih interaktif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memperkuat identitas brand.

Desainer *freelance* semakin mudah menemukan klien melalui media sosial seperti Instagram atau Twitter, tetapi platform tersebut tidak dirancang khusus untuk mendukung transaksi *art commission* (Ramdani, 2023). Keterbatasan *user interface* pada media sosial membuat proses pemesanan dan pembayaran kurang terstruktur serta berisiko bagi kedua belah pihak. Meskipun telah ada beberapa platform khusus untuk *art commission*, aksesibilitasnya bagi masyarakat Indonesia masih terbatas. Akibatnya, banyak desainer tetap bergantung pada media sosial, meskipun sistemnya tidak sepenuhnya mendukung kebutuhan mereka dalam bertransaksi secara efisien dan aman.

Berdasarkan permasalahan yang dipaparkan, solusi yang ditawarkan adalah perancangan sebuah platform digital berbasis *website* yang dirancang untuk memudahkan transaksi karya *commission* antara klien dan desainer, khususnya para *freelancer* di bidang kreatif. Melalui perancangan ini, penulis dan tim berkolaborasi untuk mengembangkan Inkora sebagai proyek kewirausahaan. Dalam proyek ini, penulis berperan sebagai perancang *user interface website*, serta sebagai ilustrator untuk maskot dan elemen visual seperti environment di dalam platform.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah untuk perancangan media interaktif sebagai berikut:

“Bagaimana perancangan *user interface website* dan ilustrasi untuk Inkora?”.

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berikut merupakan target pengguna *website* Inkora yang dibatasi sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah:

1. Geografis: Indonesia
2. Demografis:
 - a. Usia: 18–25 tahun
 - b. Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
 - c. Pendidikan: Minimal SMA/SMK
 - e. Kelas ekonomi: SES B-A
 - f. Pekerjaan utama: Freelance designer
 - g. Pekerjaan sekunder: Mahasiswa dan pekerja kantor
3. Psikografis:
 - a. Memiliki niat untuk bekerja dan mengembangkan karir berdasarkan kemampuan menggambar dan desain.
 - b. Memiliki minat dan bakat yang kuat di bidang seni dan desain.
 - c. Senang berkarya dan mengekspresikan ide-ide kreatif yang tidak terbatas.
4. Perilaku:

Tingkat penggunaan target cenderung berada pada level sedang dengan tipe loyalitas premium, di mana mereka merasa puas dan bangga ketika menemukan serta menggunakan produk atau jasa tertentu. Selain itu, target memiliki kecenderungan untuk melakukan pemesanan ulang repeat order dan merekomendasikan jasa tersebut kepada teman, keluarga, atau orang lain.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Dari rumusan masalah dan batasan masalah yang telah ditentukan, tujuan MBKM cluster kewirausahaan adalah merancang UI dan ilustrasi untuk *website* Inkora.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan perancangan UI dan Ilustrasi untuk *website* Inkora, bagian ini merupakan manfaat yang penulis berikan bagi:

1. Bagi Penulis:

Penulis dapat mengimplementasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam pengembangan *website* Inkora. Selain itu, penulis dapat meningkatkan pengalaman, keahlian, dan kemampuan bekerja dalam tim untuk merancang *website*.

2. Bagi Orang Lain:

Website yang dibuat diharapkan untuk dapat menciptakan lapangan kerja bagi seniman dan *freelancer*, sekaligus memudahkan klien dalam membeli karya seni berkualitas.

3. Bagi Universitas:

Penelitian dan perancangan yang telah dilakukan diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang ingin meneliti topik atau media serupa di masa mendatang.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Cluster Kewirausahaan yang diikuti oleh penulis dan tim pada semester 6 memiliki beban studi sebesar 20 SKS. Program ini memiliki syarat penyelesaian 800 jam kerja, yang setara dengan durasi sekitar 20 -21 minggu.

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan MBKM Kewirausahaan

Tanggal	Agenda	Keterangan
1 November 2024	Sosialisasi Cluster MBKM	Sosialisasi dilakukan secara luring

20-21 Januari 2025	Pengisian KRS	Dilakukan pada situs my.umn.ac.id
1 November 2024 - 21 Januari 2025	Periode Registrasi Cluster MBKM	Melakukan registrasi cluster MBKM melalui <i>website</i> merdeka
3 Februari - 28 Maret 2025	Bimbingan - Tahap 1 Cluster MBKM	Mengisi supervisor, advisor daily task, dan counseling meeting
24 - 28 Maret 2025	Evaluasi 1 Cluster MBKM	Mengumpulkan laporan evaluasi 1
7 April -23 Mei 2025	Bimbingan – Tahap 2 Cluster MBKM	Mengisi supervisor, advisor daily task, dan counseling meeting
13 - 16 Mei 2025	Bimbingan Pra-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Pengecekan konten final laporan sidang evaluasi 2 dan kelengkapan dokumen dalam laporan
19-23Mei 2025	Evaluasi 2 Cluster MBKM	Mengumpulkan laporan evaluasi 2
3-6 Juni 2024	Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Pengecekan laporan oleh dosen pembimbing
4 Juni 2025	Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Batas akhir registrasi sidang evaluasi 2 jam 17.00
11-12 Juni 2025	Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Periode sidang evaluasi 2

24-25 Juni 2025	Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM s/d Submit Kedalam <i>Website</i> Merdeka	Pengumpulan laporan sidang evaluasi 2 yang telah direvisi
-----------------	---	---

