

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Cluster Kewirausahaan ini dipilih karena bidang Industri Kreatif dalam *gifting* memiliki potensi pasar yang besar yang menargetkan sisi emosional manusia dalam pembelian. Orang akan rela untuk mengeluarkan uangnya demi untuk menyenangkan orang - orang sekitarnya karena sikap peduli, perhatian dan juga rasa ingin diakui oleh orang lain. Hal ini terbukti berdasarkan *Media Out Reach*, hasil survei tren *gift giving* menunjukkan lebih dari 90% orang akan membeli hadiah menjelang tahun 2025. Kado menjadi salah satu bentuk kasih sayang seseorang. Hal ini tentunya menjadi sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan. Berdasarkan pengalaman pada bidang *entrepreneur* yang telah dilalui, didapat kesimpulan bahwa orang Indonesia menyukai barang yang dapat di fungsional dan lebih personal. Sebelum membeli sebuah hadiah, seseorang akan mempertimbangkan bagaimana tampilan kado tersebut dan makna yang terkandung dalam setiap kado (Nipuna, 2025).

Penelitian oleh IBM dan *National Retail Federation* menemukan bahwa 55% generasi Z tertarik untuk membuat hadiah yang unik dan sesuai dengan preferensi penerima (Lee, 2021). Tren personalisasi ini kemungkinan akan terus berlanjut di berbagai generasi, dengan generasi Z dan milenial sebagai pelopornya. Produk-produk seperti perhiasan yang dirancang secara khusus, casing ponsel yang dipersonalisasi, dan sejenisnya menjadi opsi favorit bagi generasi Z. Hal ini disebabkan oleh preferensi Gen Z saat ini yang lebih menyukai barang dengan narasi yang mendalam daripada produk mewah yang bersifat umum (Kumar, 2025). Selain itu, Fauzan (2025), menyatakan bahwa Gen Z mendominasi kategori *Giftbox* dalam memilih hadiah. Selain Gen Z, Maciver (2023) juga melaporkan bahwa 75% generasi milenial bersedia membayar ekstra untuk produk dan layanan yang berkelanjutan. Faktanya, 52% milenial khawatir hadiah mereka tidak disukai, dibandingkan dengan 38% baby boomer dan 46% generasi X. Oleh karena itu, *gift-*

*giving* menjadi sebuah media yang tepat untuk membangun hubungan yang baik antar sesama.

Dalam industri *gifting*, perancangan produk yang sesuai dengan preferensi dan kepribadian penerima menjadi faktor utama dalam menciptakan pengalaman pemberian hadiah yang lebih bermakna. *Box Of You* sebagai *brand* yang berfokus pada *giftbox* personal dan penuh cerita, memerlukan strategi perancangan produk *customize* yang menarik secara visual, tetapi juga mampu mencerminkan karakter penerima. Desain produk utama dalam *giftbox* memiliki peran sentral dalam meningkatkan nilai emosional serta eksklusivitas sebuah hadiah, sehingga diperlukan pendekatan perancangan yang detail dan berbasis kebutuhan *target market*. Dengan adanya produk *customize*, pengalaman *gifting* dapat menjadi lebih personal dan berkesan, memperkuat hubungan antara pemberi dan penerima. Oleh karena itu, penelitian dalam program MBKM ini bertujuan untuk mengembangkan konsep perancangan produk yang efektif bagi *Box Of You*, guna meningkatkan daya saing *brand* serta memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam memilih hadiah yang lebih relevan dan personal.

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

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Banyak orang yang kebingungan dan khawatir dalam mempersiapkan kado untuk orang tersayang.
2. Belum adanya *brand gifting* dengan produk yang lebih personal sesuai kepribadian setiap orang untuk memudahkan pemilihan kado.

Sehingga penulis memutuskan rumusan masalah sebagai berikut :

Bagaimana perancangan desain produk *Customize Gift Box Of You*?

## **1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan**

Batasan masalah berisi uraian dan daftar batasan-batasan penelitian desain yang akan dilakukan:

## **1. Demografis**

### **a. Primer (Generasi Z)**

Usia : 20–28 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan wanita

Kelas Ekonomi : SES A—B

### **b. Sekunder (Millennial)**

Usia : 29–35 tahun

Jenis Kelamin : Pria dan wanita

Kelas Ekonomi : SES A—B

## **2. Geografis**

### **a. Negara/wilayah : Indonesia**

### **b. Kota/desa : Urban**

### **c. Kepadatan Penduduk : Menengah dan Tinggi**

## **3. Psikografis**

a. Individu yang memiliki gaya hidup untuk mengutamakan pemberian hadiah yang unik, eksklusif, efisien dan berkesan kepada relasinya.

b. Individu yang menghargai personalisasi dan sentuhan emosional dalam memberikan hadiah kepada relasinya.

c. Individu yang memiliki minat dan familier terhadap zodiak, MBTI, *Four Tempraments* dan budaya populer yang berkaitan dengan kepribadian.

## **4. Perilaku Konsumen**

a. Individu yang memiliki motivasi untuk memberikan hadiah istimewa kepada orang tersayang.

b. Individu yang bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk produk yang dapat di *custom* dan memiliki kualitas premium.

c. Individu yang menyiapkan hadiah untuk acara perayaan seperti ulang tahun, Valentine, Hari Ibu, serta berbagai momen berharga lainnya.

## **5. Produk Kustomisasi**

a. Fokus pada produk *giftbox* kustom yang dapat dipersonalisasi sesuai dengan preferensi dan karakter penerima.

- b. Fokus utama ada pada bagaimana kustomisasi dapat meningkatkan daya tarik dan nilai personal sebuah *giftbox*, termasuk pilihan desain, warna, pesan khusus, serta elemen tambahan yang mendukung pengalaman gifting yang lebih berkesan.

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

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penulis memiliki maksud dan tujuan untuk membuat Perancangan Produk *Customized Gift* pada Brand Box Of You.

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

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil program MBKM Cluster Kewirausahaan ini. Manfaat bisa berdampak:

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

Menambah wawasan dan keterampilan dalam perancangan produk kustomisasi, khususnya dalam industri *gifting*.

##### **2. Bagi Orang Lain:**

Memberikan referensi bagi pelaku usaha di industri *gifting* mengenai pentingnya personalisasi dalam produk.

##### **3. Bagi Universitas:**

Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam ranah perancangan produk kustomisasi.

#### **1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan**

Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan telah dimulai sejak adanya *kickoff meeting* pada tanggal 22 Januari 2025, pukul 05.30 – 17.00 via *zoom meeting*. Pertemuan ini menjelaskan mengenai panduan pelaksanaan MBKM, Pemetaan jam MBKM, dan panduan mekanisme website merdeka. Panduan lengkap pelaksanaan MBKM disusun dalam link Folder Cluster MBKM yang dapat diakses oleh mahasiswa peserta. Folder tersebut berisi keseluruhan informasi meliputi data umum MBKM, LoA (Letter of Acceptance), LoC (Letter of Completion),

Handbook MBKM, template laporan MBKM, template poster sidang MBKM, dan turnitin laporan MBKM. Skema waktu kerja Cluster MBKM memiliki bobot 15 sks atau setara dengan 640 jam kerja bersama *supervisor* dan 207 jam kerja bersama *advisor* untuk 1 semester. Setelah itu, mahasiswa peserta diberi arahan untuk mengakses, registrasi kedalam website merdeka dan juga mengunduh *Letter Of Acceptance* untuk keperluan registrasi. Proses registrasi bertujuan untuk melengkapi detail kelompok, jabatan, dan ide bisnis yang diajukan selama mengikuti Cluster MBKM Kewirausahaan.

Program MBKM dalam cluster kewirausahaan ini memiliki alur yang sistematis untuk membentuk mahasiswa menjadi *entrepreneur* yang inovatif bersama Skystars Ventures. Program ini mencakup berbagai aktivitas utama, seperti *Workshop Session*, *Dedicated Mentoring Session*, *Asynchronous Learning*, *Progress Review and Evaluation*, serta *Business Exhibition*.

Pihak yang terlibat aktif dalam pelaksanaan MBKM yakni termasuk PIC Skystar Ventures sebagai *supervisor* yang bertanggung jawab atas administrasi, monitoring progres mahasiswa, serta bimbingan dalam aspek bisnis. Sementara itu, juga terdapat Dosen Pembimbing sebagai *advisor* memberikan bimbingan akademik serta arahan dalam penyusunan laporan. Selama pelaksanaan MBKM ini, kelompok penulis juga mengisi *daily task* setiap Senin - Jumat untuk memenuhi bobot jam kerja.

Tabel 1. Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.

| Topik                  | Materi                                                     | Tanggal          |
|------------------------|------------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Idea Generation</b> | <i>Entrepreneurship Mindset</i>                            | 3 Februari 2025  |
|                        | <i>Teamwork and Leadership</i>                             | 10 Februari 2025 |
|                        | <i>Root Cause Analysis</i>                                 | 17 Februari 2025 |
| <b>Idea Validation</b> | <i>Customer Development: Market Research &amp; Mapping</i> | 24 Februari 2025 |
|                        | <i>Business Pivot</i>                                      | 3 Maret 2025     |

|  |                                                        |               |
|--|--------------------------------------------------------|---------------|
|  | <i>Value Proposition Canvas</i>                        | 10 Maret 2025 |
|  | <i>Business Model Canvas &amp; Competitor Analysis</i> | 17 Maret 2025 |

Workshop pertama dimulai pada 3 Februari 2025 dengan alur penjelasan *Idea Generation*, di mana mahasiswa mendapatkan pemahaman tentang *entrepreneurship mindset*, *teamwork*, dan *root cause analysis*. Kemudian, berlanjut ke tahap *Idea Validation*, yang menekankan pada *market research*, *business pivot*, *value proposition canvas*, serta analisis model bisnis dan kompetitor. Evaluasi 1 MBKM dilaksanakan pada 24-28 Maret 2025 dengan syarat mahasiswa telah melakukan *Counselling Meeting* sebanyak 4x, menempuh 200 jam *Supervisor Daily Task*, 50 jam *Advisor Daily Task* dan melakukan submisi laporan Evaluasi 1 Cluster MBKM kedalam website merdeka.

Tabel 2. Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan.

|                            |                                                         |                  |
|----------------------------|---------------------------------------------------------|------------------|
| <b>Evaluasi 1 (UTS)</b>    | <i>Pre-Evaluation 1 &amp; Trivia Quiz</i>               | 24 Maret 2025    |
|                            | <i>Pitching Session</i>                                 | 25-26 Maret 2025 |
| <b>Product Prototyping</b> | <i>Usability Testing &amp; Prototype Iteration</i>      | 7 April 2025     |
|                            | <i>Production and Market Testing</i>                    | 14 April 2025    |
|                            | <i>Developing Visual Design (UI/UX &amp; Packaging)</i> | 21 April 2025    |
|                            | <i>How to Pitch</i>                                     | 28 April 2025    |
| <b>Evaluasi 2 (UAS)</b>    | <i>Pre-Evaluation 2 &amp; Trivia Quiz</i>               | 19 Mei 2025      |
|                            | <i>Exhibition &amp; Pitching Session</i>                | 4-5 Juni 2025    |

Setelah ide tervalidasi, mahasiswa memasuki tahap *Product Prototyping*, yang mencakup produksi dan pengujian, pengembangan desain visual (*UI/UX* dan *packaging*), serta teknik *pitching*. Pada fase implementasi, bisnis telah dijalankan dengan dukungan bimbingan berkala dari *supervisor*, *advisor* dan *dedicated mentor*. Pada tahap ini, dilakukan *monitoring* dan evaluasi rutin untuk memastikan perkembangan usaha sesuai dengan rencana bisnis yang telah disusun. Program MBKM memberikan teori pembelajaran, tetapi juga membimbing mahasiswa dalam mengembangkan dan mewujudkan ide bisnisnya hingga siap dipresentasikan dalam *Business Exhibition/Demo Day*. *Demo Day Entrepreneurship* dilaksanakan pada tanggal 4-5 Juni 2025, di Lobby B Universitas Multimedia Nusantara. Setiap kelompok mahasiswa diberi kesempatan untuk menampilkan produk dan *prototype* secara langsung dengan mendesain *booth* dan *display* selama *Demo Day*. Program ini diakhiri dengan tahap evaluasi akhir, hasil usaha disusun menjadi laporan pertanggungjawaban sebagai bentuk evaluasi dan dokumentasi pembelajaran. Pada minggu yang sama, Evaluasi 2 juga dilakukan dengan Pra syarat sudah menyelesaikan *Supervisor Daily Task* 640 jam, *Advisor Daily Task* 207 jam, menyelesaikan laporan MBKM bab 1-5 dan melakukan submisi laporan kedalam website merdeka.

Setelah periode evaluasi 2 telah selesai, dokumen untuk kelengkapan sidang evaluasi 2 cluster MBKM perlu dipersiapkan. Kerangka, konten, judul, hingga prasyarat akademis dan administratif diperlukan untuk melakukan registrasi sidang. Batas akhir registrasi sidang evaluasi 2 berada pada tanggal 9 Juni 2025. Sidang evaluasi 2 akan dilakukan pada 11-12 Juni 2025 secara onsite. Setelah itu, terdapat kesempatan untuk melakukan revisi hingga proses pengesahan laporan akhir dengan TTD Pengesahan dari dewan sidang hingga 24-25 Juni 2025.

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