

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Industri ekonomi kreatif, termasuk seni digital dan desain grafis, menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan di Indonesia. Menurut data yang diperoleh Kemendikbud (2022), produk domestik bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2022 mencapai Rp1.280 triliun, melampaui capaian tahun-tahun sebelumnya, dengan total 93.522 pekerja di subsektor Desain dan Seni Rupa (Ahdiat, 2024). Meski mengalami kenaikan, para seniman dan desainer masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka. Salah satu masalah utamanya adalah kesulitan dalam menjangkau audiens yang tepat, terutama karena biaya jasa desain yang relatif tinggi (Fridayanthie et al., 2023). Padahal, menurut riset dari Sribulancer, terdapat sekitar 55.425 *freelancer* di bidang desain dan multimedia, dengan tingkat permintaan yang cukup besar, yakni sekitar 5.419 klien dan perusahaan yang membutuhkan layanan desain, multimedia, dan ilustrasi (Ahdiyat et al., 2024). Sayangnya, hingga kini belum ada platform lokal yang dapat secara khusus menghubungkan *freelancer* desain dengan klien, sehingga hal ini menyulitkan *freelancer* baru untuk mendapatkan proyek dan mempromosikan karya mereka.

Berdasarkan survei Data Reportal pada Januari 2025, media sosial menjadi layanan berbasis internet yang paling populer di Indonesia, digunakan oleh 50,2% dari total populasi (Kemp, 2025). Dengan jumlah pengguna yang besar, media sosial dapat membantu seniman dan desainer menjangkau lebih banyak target audiens. Meskipun demikian, media sosial tidak dirancang khusus untuk keperluan pemasaran dan transaksi (Lahida & Sulistiyono, 2024). Akibatnya, fitur-fitur yang tersedia masih memiliki keterbatasan dalam mendukung kebutuhan proses transaksi seniman dan desainer.

Instagram, media sosial dengan pengguna keempat terbanyak di Indonesia (Yonatan, 2024), menjadi salah satu platform yang sering digunakan untuk transaksi *digital art commission*. Namun, transaksi melalui Instagram masih menghadapi berbagai kendala, seperti ketidakjelasan permintaan dari klien yang kerap berubah, sehingga memperpanjang waktu pengerjaan, bahkan terkadang berujung pada pembatalan sepihak. Hal ini merugikan seniman dari segi finansial, waktu, dan tenaga, serta berpotensi memicu konflik dengan klien (Mukmin, 2025). Kendala tersebut disebabkan oleh keterbatasan fitur Instagram dalam mendukung transaksi seni secara profesional, sehingga menghambat pengalaman seniman dan desainer dalam menjalankan bisnis. Misalnya, tidak adanya sistem pemesanan yang terstruktur membuat seluruh proses harus dilakukan melalui *Direct Message* (DM), yang rentan menimbulkan miskomunikasi. Selain itu, Instagram juga tidak menyediakan sistem khusus yang mengatur batasan revisi, sehingga klien dapat dengan mudah mengubah permintaan tanpa kejelasan. Lebih lanjut, tidak adanya mekanisme *escrow* atau sistem pembayaran yang terjamin memungkinkan klien membatalkan pesanan kapan saja tanpa konsekuensi. Jika terus berlanjut, kondisi ini akan semakin merugikan para desainer dan seniman.

Selain Instagram, VGen juga menjadi platform bagi seniman dan desainer di Indonesia untuk melakukan transaksi. Berbeda dengan Instagram, VGen dirancang khusus sebagai *online marketplace* industri seni yang beroperasi secara internasional. Dengan antarmuka yang sederhana dan cukup intuitif, VGen membantu seniman dalam mempromosikan serta mengelola karya dan bisnis mereka, sekaligus menjadi penghubung dengan klien. Meski demikian, VGen tetap memiliki sejumlah kekurangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua seniman pengguna aktif VGen, beberapa fitur masih dinilai kurang optimal. Misalnya, ikon untuk mengakses *artist dashboard* ditempatkan di lokasi yang kurang strategis, sehingga menyulitkan pengguna untuk mengaksesnya dengan cepat. Selain itu, fitur pembuatan proposal juga dianggap membingungkan. Lebih lanjut, saat pertama kali menerima komisi, pengguna mengalami kesulitan dalam menemukan halaman *client to-do list*, sehingga mengira bahwa pesanan komisi dibatalkan oleh klien.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis memilih untuk mengambil program MBKM Cluster Kewirausahaan Universitas Multimedia Nusantara. Pemilihan program ini didasarkan pada hasil riset yang menunjukkan kebutuhan akan platform khusus yang dapat menghubungkan seniman digital dan desainer grafis dengan klien di Indonesia. Hal ini mendorong penulis untuk merancang sebuah media digital berbasis *website e-commerce* sebagai solusi untuk transaksi jual beli seni digital dan desain.

Proyek MBKM ini dikerjakan secara kolaboratif oleh kelompok yang terdiri dari empat orang. Penulis memilih untuk berfokus pada aspek *user experience* karena memiliki ketertarikan dan keterampilan, seperti kemampuan memecahkan permasalahan, memahami kebutuhan pengguna dari berbagai sudut pandang (sikap empati), serta merancang *low-fidelity wireframe*. Dengan keterampilan tersebut, penulis berharap dapat berkontribusi dalam proyek ini untuk membuat perancangan *website* yang tidak hanya fungsional, tetapi juga dapat memudahkan para seniman dan desainer menjangkau lebih banyak klien serta meningkatkan penghasilan lewat karya yang dijual.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Rumusan masalah yang disampaikan dalam penulisan laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan *user experience* untuk *website* Inkora?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Batasan masalah yang ditentukan dalam penulisan laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah perancangan yang ditujukan untuk *freelance designer* berusia 18-25 tahun di Indonesia, SES A, yang memiliki perangkat *digital* dan internet, melalui *website e-commerce*. Ruang lingkup perancangan akan dibatasi pada *user experience* dari *website*.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Tujuan penelitian yang ditentukan dalam penulisan penulisan laporan MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah membuat perancangan *user experience* untuk *website* Inkora.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Cluster Kewirausahaan memberikan berbagai manfaat, baik kepada penulis, orang lain, maupun universitas sebagai berikut.

1. Bagi penulis, program ini memberikan kesempatan untuk mengembangkan keterampilan khususnya di bidang *user experience*, seperti memahami kebutuhan pengguna, merancang pengalaman media digital berbasis *website* yang intuitif, serta mengaplikasikan prinsip desain pada proyek yang nyata. Selain itu, melalui program ini, penulis juga dapat mengasah kemampuan memecahkan masalah, kerjasama, serta komunikasi dalam tim.
2. Bagi orang lain, khususnya seniman dan desainer, program ini dapat menciptakan sebuah platform yang mempermudah mereka menjangkau lebih banyak klien di Indonesia dan meningkatkan penghasilan lewat karya yang dijual.
3. Bagi universitas, penulis berharap agar program MBKM Cluster Kewirausahaan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain dalam mengembangkan proyek media digital serupa, sehingga dapat melahirkan lulusan yang kompeten dan berjiwa wirausaha.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Penulis mengikuti program MBKM Kewirausahaan selama satu semester dengan beban studi sebesar 20 SKS. Berikut merupakan waktu pelaksanaan dan prosedur yang dijalani:

Tabel 1.1 Tabel Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Agenda	Waktu	Keterangan
Sosialisasi Cluster MBKM	01 November 2024	Melakukan Sosialisasi Cluster MBKM secara luring
Periode Registrasi Cluster MBKM	01 November 2024 - 21 Januari 2025	Melakukan registrasi akun melalui website merdeka untuk Cluster MBKM
Bimbingan – Tahap 1 Cluster MBKM	3 Februari - 28 Maret 2025	Periode bimbingan untuk Cluster MBKM
Evaluasi 1 Cluster MBKM	24 - 28 Maret 2025	Periode penilaian Evaluasi 1 Cluster MBKM. Penilaian ini dilakukan secara individu
Bimbingan – Tahap 2 Cluster MBKM	7 April - 23 Mei 2025	Periode bimbingan Cluster MBKM
Bimbingan PRA-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	13 - 16 Mei 2025	Melakukan Bimbingan wajib Pra Pendaftaran Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM
Evaluasi 2 Cluster MBKM	19 - 23 Mei 2025	Periode Penilaian Evaluasi 2 Cluster MBKM. Penilaian ini dilakukan secara individu
Pengecekan Kelengkapan Dokumen	3 - 6 Juni 2025	Pengecekan terkait Laporan Sidang Cluster MBKM yang dilakukan

Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM		oleh Dosen Pembimbing Internal
Deadline Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	4 Juni 2025	Batas Akhir Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM
Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	11 - 12 Juni 2025	Periode Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM (<i>offline/onsite</i>)
Revisi dan Pengesahan Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM s/d Submit Ke Dalam Website Merdeka	24 - 25 Juni 2025	Periode Pengumpulan Laporan Sidang Evaluasi 2 yang sudah di-revisi dan telah mendapatkan TTD Pengesahan dari Dewan Sidang
Batas Akhir Submisi Laporan Akhir (Final) Sidang Cluster MBKM	2 minggu setelah tanggal Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	-

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA