

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM *Cluster Kewirausahaan*

Program MBKM *Cluster Kewirausahaan* merupakan kesempatan untuk belajar lebih lanjut mengenai bisnis dan mendapatkan *hands-on experience* dalam membangun bisnis. Ide bisnis yang telah didapatkan menjadi sebab dari partisipasi penulis dalam MBKM *Cluster Kewirausahaan*, serta telah mendapatkan tim yang dapat bekerja dengan optimal dan mudah untuk bekerja sama. Bidang yang diambil oleh penulis dan tim adalah di industry kreatif, khususnya seputaran produksi *merchandising*.

Merchandise merupakan produk yang dapat dijadikan strategi promosi *brand* yang dapat menampilkan nama perusahaan, logo, dan sebagainya (Pahira et al., 2022). *Merchandise* memiliki banyak jenis, baik produk yang digunakan sehari-hari seperti mug, kaos, botol minum, maupun aksesoris sebagai koleksi pribadi seperti gantungan kunci, stiker, *pin badge*, dan lainnya. *Custom merchandising* menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dalam mempromosikan suatu bisnis sehingga menjadi kalangan bisnis yang populer (Purwanto, 2023). Kalangan pengusaha muda mencari *custom merchandising* untuk keperluannya masing-masing, di kalangan komunitas tertentu dapat terhubung dengan hobi mereka sehingga mencari *merchandise* untuk koleksi atau pengusaha yang membutuhkan *merchandise* eksklusif untuk *brand* mereka.

Berdasarkan observasi pada media sosial, sebuah *trend* muncul dimana banyak Gen Z dan Alpha koleksi *trinkets* atau *merchandise* yang digunakan untuk menghias barang-barang yang digunakan dalam kegiatan sehari-hari mereka. Dengan itu, terdapat peluang bagi desainer dan ilustrator dalam produksi *merchandise*, seperti produksi *keychain*, pin, stiker, dan sebagainya (Grafis Masa Kini, 2024). Pertumbuhan pasar seni dalam bidang *merchandising* juga dapat dilihat dari banyaknya *art market* atau *convention* yang diadakan di Indonesia

dengan tujuan untuk mempromosikan *merchandise* mereka. Sebagai contoh adalah eksistensi Comifuro (*Comic Frontier*) yang diadakan 2 kali per tahun di ICE BSD, dipenuhi dengan perkiraan 1.000 lebih kreator yang merupakan kreator IP dan *fanartists* untuk *fandom anime* ataupun K-Pop (Comic Frontier, 2024). Tidak hanya Comifuro, namun masih banyak *art market* yang tersebar di Indonesia seperti Semasa, Kira Kira Market, Artket, dan lainnya.

Popularitas di bidang *merchandising* sedang marak, namun terdapat tantangan utama dalam industri ini yaitu komunikasi antara kreator dan vendor mengenai *detail* pesanan yang dapat dijembatani dengan tulisan, contoh produk yang serupa, atau *mock-up* produk. *Mock-up* banyak digunakan sebagai representasi visual oleh desainer untuk menyajikan, mendemonstrasikan, menguji, dan menyempurnakan konsep mereka (Interaction Design Foundation – IxDF, 2024). *Mock-up* dapat membantu memvisualisasikan desain produk sebelum diproduksi secara massal. Berdasarkan data yang didapatkan dari survey yang telah dilakukan oleh penulis dan tim, kendala utama yang dimiliki saat ini adalah bahwa terdapat kesulitan dalam mencari *template mock-up* yang sesuai dan pembuatan *mock-up* yang dilakukan secara manual masih membutuhkan waktu yang cukup lama. Hal ini dapat menjadi menghambat bagi pengusaha yang ingin mempercepat proses produksi dan berdampak pada kecepatan proses pemasaran produk mereka, sedangkan belum ada platform yang mempermudah proses tersebut.

Melihat peluang tersebut, untuk mempermudah komunikasi antara kreator dengan vendor, terinspirasi untuk membuat Cosmosize. Cosmosize memungkinkan kreator untuk mengunggah desain, bebas merubah maupun menambahkan elemen desain ke dalam *mock-up*, mendapatkan file berisi rincian cetak yang sesuai untuk dikirimkan kepada vendor, serta dapat membuat media promosi produknya dengan fitur *PhotoStudio*. Cosmosize akan berupa sebuah platform berbasis *website* sehingga perancangan UI/UX diperlukan untuk mewujudkan Cosmosize. Dengan adanya solusi ini, proses *custom merchandising* dapat menjadi lebih mudah, hemat waktu, dan terjangkau.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, mendapatkan beberapa masalah yang ditemukan yaitu:

1. Pencarian *template mock-up* yang sesuai sulit ditemukan dan proses pembuatannya menghabiskan banyak waktu.
2. Belum adanya platform yang memfasilitasi *template mock-up* khusus untuk *merchandise*.

Oleh karena itu, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana perancangan UI/UX pada *website* Cosmosize?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, terdapat beberapa batasan yang dirancang agar penelitian berjalan sesuai dengan tujuan utama. Batasan-batasan tersebut adalah:

1.3.1 Strategi Bisnis dan Desain

Perancangan dalam laporan mencakup pembahasan mengenai strategi bisnis dan *prototype* dari *website* Cosmosize. Dalam *prototype* yang dirancang, akan membahas proses pengerjaan dari membuat *user journey*, *information architecture*, dan *user flow*. Kemudian mendesain *prototype* dari membuat *wireframe*, *low fidelity*, *high fidelity* dengan interaksi yang diperlukan, hingga elemen-elemen UI yang diperlukan.

1.3.2 Khalayak Sasaran

A. Demografis

1. Usia
 - a. Primer : 23-28 tahun
 - b. Sekunder : 18-22 tahun
2. Jenis Kelamin : perempuan & laki-laki
3. Tingkat Ekonomi : menengah, SES A & B
4. Tingkat Pendidikan : S1
5. Pekerjaan : kreator *merchandise*,

desainer grafis, ilustrator, UMKM

B. Geografis

Dengan hasil akhir produk yang dirancang adalah sebuah *website*, maka tidak ada batasan wilayah. Namun, dikarenakan bisnis berbasis di Indonesia, maka batasan wilayah akan diutamakan untuk Indonesia, khususnya di Jabodetabek. Wilayah ditentukan dengan menimbang banyaknya *art market* yang tersebar mayoritas di Pulau Jawa, dengan itu Jabodetabek menjadi batasan wilayah dari Cosmosize.

C. Psikografis

1. Sikap : eksploratif, peduli kualitas
2. Gaya Hidup :
 - a. mengikuti perkembangan *trend*.
 - b. memiliki hobi menggambar maupun koleksi.
 - c. menyukai *merchandise*.
3. *Behavioral* :
 - a. Tingkat Pengguna : *regular user*
 - b. Tipe Loyalitas : *first timer, occasional user*

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud dan tujuan dari perancangan yang dilakukan adalah membuat perancangan UI/UX pada *website* Cosmosize. Hasil perancangan bertujuan untuk mempermudah komunikasi antara kreator dan vendor yang seringkali terdapat miskomunikasi dalam *detail* pesanan sehingga proses pembuatan *merchandise* dapat berjalan cepat dan lancar untuk lanjut ke tahap produksi massal.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Perancangan *website* Cosmosize dalam program MBKM Cluster Kewirausahaan diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Bagi Penulis

Perancangan dapat bermanfaat bagi penulis dalam merancang sebuah *website* sebagai proyek dalam MBKM Cluster Kewirausahaan. Penulis

dapat mendapatkan pengalaman dalam membangun sebuah usaha dengan menerapkan konsep model bisnis yang berfokus pada ekonomi kreatif.

2. Bagi Orang Lain

Perancangan *website* Cosmosize diharapkan dapat menjadi sebuah platform yang memudahkan para kreator muda dengan pembuatan *mock-up* yang lebih cepat dan efisien, dilengkapi dengan fitur-fitur yang memudahkan mode pengeditan, serta *user-friendly*.

3. Bagi Universitas

Dengan perancangan *website* Cosmosize, diharapkan dapat menjadi referensi akademik untuk proyek-proyek MBKM *Cluster* Kewirausahaan ke depannya, terkait pembuatan *mock-up* dan pembuatan *prototype website*. Perancangan juga diharapkan dapat menjadi bentuk kontribusi dalam meningkatkan citra Universitas Multimedia Nusantara dalam bidang inovasi *digital*.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM *Cluster* Kewirausahaan

Program MBKM *Cluster* Kewirausahaan memiliki *timeline* utama dimana tertera kegiatan yang akan dilakukan selama 4 bulan masa program MBKM. Program MBKM telah dimulai dari 1 November 2024 dimana diadakan sosialisasi untuk menginformasikan berbagai *cluster* yang dimiliki dan menjadi pertimbangan mahasiswa Angkatan 2022. Terdapat 2 periode bimbingan dalam prosedur MBKM *Cluster* Kewirausahaan yang terbagi pada bulan Februari-Maret dan April-Mei. Para kelompok MBKM *Cluster* Kewirausahaan wajib melakukan bimbingan minimal sebanyak 4 kali dalam 1 periode masing-masing dengan pembimbing eksternal (Skystar Ventures), pembimbing internal (dosen program studi), dan *dedicated mentor*. Selain itu, terdapat 2 sesi evaluasi di setiap akhir periode untuk menentukan kelayakan dari ide bisnis yang sedang dikembangkan.

Tabel 1.1 Tabel Prosedur MBKM *Cluster* Kewirausahaan

Waktu	Agenda	Keterangan
1 November 2024	Sosialisasi <i>Cluster</i> MBKM	Sosialisasi <i>Cluster</i> MBKM <i>Onsite</i> (luring).
1-6 Desember 2024	Registrasi <i>Cluster</i> MBKM	Pendaftaran anggota kelompok jenis MBKM, serta ide bisnis melalui form OneDrive.
23 Desember 2024	Pengumuman penerimaan MBKM	Pemberitahuan penerimaan ide bisnis yang telah diajukan.
20-21 Januari 2025	Pengisian KRS	Tahap pengisian KRS untuk Semester Genap 2024/2025 melalui <i>website</i> my.umn.ac.id
22 Januari 2025	<i>Kick-Off Meeting</i> Pelaksanaan MBKM Semester Genap 2024/2025	Pembahasan panduan pelaksanaan MBKM, pemetaan jam kegiatan, serta mekanisme <i>website</i> Merdeka secara <i>online</i> .
22 Januari – 2 Februari 2025	Periode Registrasi <i>Cluster</i> MBKM.	Registrasi dilakukan melalui <i>website</i> Merdeka.
3 Februari 2025	<i>Kick-Off Ideation Program</i> Klaster Kewirausahaan	<i>Briefing</i> dan pembekalan terkait kegiatan program MBKM <i>Cluster</i> Kewirausahaan oleh Skystar Ventures UMN, serta <i>Mini Workshop</i> dengan topik “ <i>The Entrepreneurship Mindset: Embracing Proactive and Innovation</i> ” dibawakan oleh Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. – Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3 Februari – 28 Maret 2025	Periode Bimbingan Tahap 1 <i>Cluster</i> MBKM	Periode bimbingan <i>Cluster</i> MBKM (mengisi <i>daily task</i> untuk supervisor dan <i>advisor</i> , serta <i>Counseling Meeting</i>).
24-28 Maret 2025	Evaluasi 1 <i>Cluster</i> MBKM	Periode pengumpulan laporan evaluasi 1 <i>Cluster</i> MBKM melalui <i>website</i> Merdeka.
7 April – 23 Mei 2025	Periode Bimbingan Tahap 2 <i>Cluster</i> MBKM	Periode bimbingan <i>Cluster</i> MBKM (mengisi <i>daily task</i> untuk supervisor dan <i>advisor</i> , serta <i>Counseling Meeting</i>).

13-16 Mei 2025	Periode Bimbingan Pra-Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Bimbingan wajib Pra-Pendaftaran Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM.
19-23 Mei 2025	Evaluasi 2 Cluster MBKM	Periode pengumpulan laporan evaluasi 2 Cluster MBKM melalui <i>website</i> Merdeka.
3-6 Juni 2025	Pengecekan Kelengkapan Dokumen Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Pengecekan laporan oleh dosen pembimbing internal sebelum registrasi sidang.
4 Juni 2025	<i>Deadline</i> Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Batas Akhir Registrasi Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM, pada pukul 17.00 WIB.
11-12 Juni 2025	Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM	Periode Sidang Evaluasi 2 Cluster MBKM secara <i>onsite</i> (luring).

Setelah melewati sidang evaluasi 2 cluster MBKM, laporan akan melalui proses revisi sebelum dikumpulkan. Laporan yang telah direvisi dan mendapatkan tanda tangan pengesahan dari Dewan Sidang akan dikumpulkan melalui *website* Merdeka. Periode pengumpulan akan berlangsung pada 24-25 Juni 2025 dan proses program MBKM Cluster Kewirausahaan selesai.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA