

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Kewirausahaan merupakan salah satu program MBKM yang dapat diambil oleh mahasiswa UMN. Program MBKM Kewirausahaan ini diambil penulis agar penulis dapat memiliki pengalaman dalam perencanaan dan penerapan suatu bisnis kewirausahaan. Selain dari hal tersebut, penulis mengambil jenis usaha kreatif dari program MBKM ini karena peminatan penulis sendiri terhadap konsep usaha kreatif yang ditentukan oleh saya bersama dengan kelompok MBKM Kewirausahaan ini.

Custom merchandising adalah kegiatan mendesain dan merancang suatu produk sesuai keinginan pengguna (Petas, 2024). Hasil kostumisasi ini lalu dapat digunakan untuk kepentingan pribadi ataupun untuk dijual. *Merchandise* yang dirancang dapat berupa produk sehari-hari seperti botol minum, *mug*, kaos, hingga aksesoris seperti *keychain*. *Trend* koleksi *merchandise* di Indonesia juga diketahui memiliki kenaikan peminat terutama bagi para remaja serta dewasa muda (GMK, 2024). Peminat koleksi *merchandise* banyak menumbuhkan popularitas bisnis dalam bidang *custom merchandising*, hal ini dapat dilihat melalui kepopuleritas *convention* seperti Comic Frontier, Artmarket, JICAF, Kira Kira Art Market, Semasa, P-land, serta Anime Festival Asia di Indonesia. Popularitas kalangan bisnis *merchandising* ini adalah karena *custom merchandising* merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif dalam mempromosikan suatu bisnis (Purwanto, 2023). Perancangan *custom merchandising* ini biasa dirancang dengan bantuan para vendor yang terdapat pada toko *e-commerce*.

Menurut Tebe (2025), E-commerce merupakan kegiatan transaksi jual beli yang melibatkan interaksi pelanggan, kolaborasi bisnis, serta inovasi teknologi. E-commerce ini menjadi alternatif pilihan orang-orang yang ingin membeli suatu produk dengan mudah. Berdasarkan data *e-Conomy SEA 2024*, ekonomi digital atau

e-commerce Indonesia bertumbuh sebesar \$90 miliar dan dikategorikan sebagai negara dengan pertumbuhan *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara (Utami, 2024). Para desainer *merchandise* ini memerlukan sebuah jasa yang dapat mengubah desain mereka menjadi *merchandise*, maka mereka beralih kepada *vendor custom merchandising* melalui *e-commerce*. Karena itu, desainer membutuhkan *mock-up* produk mereka untuk mengkomunikasikan ide produk *merchandise* mereka kepada *vendor*.

Tantangan utama dalam industri ini adalah komunikasi antara kreator dan *vendor* mengenai detail pesanan melalui *mock-up* produk. Menurut Siang (2024), *mock-up* adalah representasi visual yang digunakan desainer untuk menyajikan, mendemonstrasikan, menguji, serta menyempurnakan konsep mereka. Dengan adanya *mock-up*, desain produk dapat divisualisasikan sebelum melakukan proses produksi. Namun, proses pembuatan *mock-up* secara manual memerlukan waktu yang cukup lama. Terlebih lagi berdasarkan riset, di Indonesia diketahui tidak terdapat *platform mock up* sehingga para kreator harus mengandalkan platform dari luar Indonesia yang mayoritas terbilang mahal.

Melihat peluang tersebut, untuk mempermudah komunikasi antara kreator dan *vendor*, hadirlah Cosmosize yaitu sebuah *platform* pembuatan *mock up* yang dikhususkan untuk pembuatan *mock up merchandise*. Cosmosize ini menawarkan kemudahan dalam pembuatan *mock up merchandise* serta memberikan detail informasi mengenai *mock up*. Hal tersebut adalah untuk mencegah terjadinya kesalahan dalam proses percetakan.

Dalam perancangan *platform* Cosmosize, dibutuhkannya kampanye promosi agar *platform* tersebut dapat dikenal oleh masyarakat. Kampanye promosi adalah suatu perancangan yang membantu mempromosikan suatu produk (Tasim, 2024). Maka dari itu, penulis akan merancang kampanye promosi untuk *platform* bisnis Cosmosize agar dapat mencapai target market kami.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, berikut merupakan masalah yang ditemukan oleh penulis:

1. Agar dapat memproduksi suatu produk *merchandise*, maka kreator beralih kepada *vendor* percetakan *e-commerce*, maka dari itu diperlukannya sebuah *mock up*. Tetapi, proses dalam pembuatan *mock up merchandise* secara manual memerlukan waktu yang lama.
2. Tidak terdapat *platform* pembuatan *mock up* produk *merchandise* yang berpusat di Indonesia.

Berdasarkan dari masalah yang telah dijabarkan oleh penulis, dapat disusun suatu rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana perancangan kampanye promosi *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 kampanye promosi dari *website* Cosmosize. Dalam perancangan media promosi, penulis akan membahas mengenai jenis-jenis media promosi yang akan digunakan serta *timeline* dalam pengerjaan media promosi tersebut.

1.3.2 Khalayak Sasaran

1. Demografis

- a. Usia:
 - 1) Primer: 23-28 tahun
 - 2) Sekunder: 18-22 tahun
- b. Jenis Kelamin: Perempuan dan laki-laki
- c. Tingkat Ekonomi: Menengah

- d. Tingkat Pendidikan: S1
- e. Pekerjaan: Kreator *merchandise*, desainer grafis, ilustrator, UMKM
- f. *Social Ekonomi Status*: A dan B

2. Geografis

Bisnis kami berupa suatu website sehingga tidak terjadi batasan wilayah. Maka dari itu, target bisnis kami adalah seluruh Indonesia.

3. Psikografis

- a. Sikap/*Personality*:
 - 1) Eksploratif
 - 2) *Introverted*

4. Gaya Hidup

- a. Terbuka dalam mengikuti perkembangan trend
- b. Mengikuti berbagai fandom
- c. Memiliki hobi menggambar
- d. Menyukai kegiatan membeli dan membuat *merchandise*

5. Behavioral

- a. Tingkat Pengguna: *Regular user*
- b. Tipe Loyalitas: *first timer, occasional user*

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud dan tujuan perancangan adalah untuk membuat perancangan strategi bisnis dan media promosi *website* Cosmosize. Hasil perancangan adalah untuk mempermudah komunikasi antar kreator dan vendor agar proses pembuatan *merchandise* dapat berjalan dengan lancar.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Perancangan *website* Cosmosize dalam program MBKM Cluster Kewirausahaan ini, diharapkan akan memberikan manfaat:

1. Bagi Penulis

Perancangan ini meningkatkan kemampuan penulis dalam merancang sebuah media promosi untuk sebuah proyek kewirausahaan. Penulis juga mendapatkan ilmu serta pengalaman dalam menerapkan konsep bisnis ekonomi kreatif.

2. Bagi Orang Lain

Perancangan Cosmosize diharapkan dapat membantu pengguna yaitu para kreator muda dalam pembuatan *mock-up* dengan penyajian pilihan-pilihan kostumisasi yang beragam serta penyajian *website* yang *user-friendly*.

3. Bagi Universitas

Perancangan media promosi *website* Cosmosize diharapkan dapat menjadi referensi akademik terkait media *mock-up* serta perancangan media promosi dalam pelaksanaan MBKM Kewirausahaan. Perancangan ini juga menunjukkan dukungan Universitas di bidang inovasi digital.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Agar proses MBKM Kewirausahaan dapat berjalan dengan baik, maka diperlukan deskripsi waktu dan prosedur. Seperti halnya kelompok MBKM Kewirausahaan, Cosmosize juga memiliki kegiatan MBKM yang wajib diikuti oleh anggota kelompok. Maka dari itu dilakukannya penjabaran deskripsi waktu dan prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan untuk kelompok bisnis Cosmosize.

Pada 1 November 2024, MBKM dimulai dengan sosialisasi Cluster MBKM secara *onsite*. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan *briefing* mengenai pendaftaran kelompok MBKM. Pada 1 sampai 6 Desember 2024, penulis bersama anggota kelompok melakukan pendaftaran kelompok MBKM serta melakukan finalisasi ide bisnis yang dikumpulkan melalui OneDrive. Pada 23 Desember 2024, diumumkan mengenai penerimaan kelompok MBKM atas ide bisnis yang diajukan. Diketahui juga bahwa penulis bersama dengan kelompok, disetujui atas ide bisnis yang diajukan.

Pada 20-21 Januari 2024, penulis bersama kelompok melakukan pengisian KRS untuk MBKM Kewirausahaan berserta mata kuliah lainnya yang akan diambil pada semester 6 pada *website* my.umn. Pada 22 Januari 2025, dilakukannya *Kickoff Meeting* Pelaksanaan MBKM semester Genap 2024/2025. Meeting tersebut membahas mengenai Paduan pelaksanaan MBKM, pemetaan jam, serta menjelaskan mengenai cara untuk menggunakan *website* Merdeka. Pada 3 Februari sampai 28 Maret 2025, melakukan bimbingan pada tahap 1 Cluster MBKM. Bimbingan tersebut mencakup pengisian *website* Merdeka seperti pengisian *Supervisor, Advisor, Daily Task*, dan *Counselling Meeting*. Pada 24-28 Maret 2025, melakukan evaluasi pertama Cluster MBKM dimana dilakukan pengumpulan laporan serta presentasi *pitchdeck* kelompok.

Pada 7 April sampai 23 Mei 2025, dilakukannya periode bimbingan untuk tahap kedua Cluster MBKM. Periode tersebut mencakup lanjutan pengisian *Supervisor, Advisor Daily Task*, dan *Counselling Meeting* pada *website* Merdeka. Pada 19 sampai 23 Mei 2025, penulis bersama kelompok melakukan evaluasi 2 Cluster MBKM dimana dilakukan pengumpulan laporan evaluasi 2 MBKM Wirausaha melalui *website* Merdeka. Pada 3 sampai 6 Juni 2025, pengecekan kelengkapan dokumen oleh dosen pembimbing internal sebelum melakukan registrasi sidang evaluasi 2 cluster MBKM.

Pada 4 Juni 2025, merupakan deadline untuk registrasi sidang evaluasi 2 cluster MBKM. Pada 11 sampai 12 Juni 2025 sidang untuk evaluasi kedua dimulai secara *onsite*. Setelah evaluasi kedua tersebut juga dilakukan revisi laporan. Pada 24 sampai 25 Juni 2025, dilakukan pengumpulan laporan setelah revisi yang dilakukan serta mendapatkan tanda tangan pengesahan dari sidang.

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