

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Pertumbuhan sektor makanan dan minuman (F&B) di Indonesia menunjukkan pertumbuhan positif yang ditandai dengan jumlah unit usaha yang mencapai angka kisaran 4,85 juta pada tahun 2023 yang meningkat sebanyak 21% sejak 2016 (BPS, 2024). Di Jabodetabek, Tangerang mendominasi 60% dari 18 ribu unit ruko yang digunakan sebagai bagian dari usaha F&B (Erawan, 2025). Menurut data dari survei Populix yang dilakukan kepada 3.000 responden dalam rentang usia 16-41 tahun menegaskan bahwa dominasi Gen Z dan milenial punya kecenderungan untuk membeli makanan di luar, secara *online* maupun kunjungan langsung (Siswadi, 2023). Fenomena ini mengindikasikan ekspansi bisnis F&B di kawasan urban yang memberikan kemudahan, namun di sisi lain masyarakat dihadapkan dengan kesulitan memilih karena banyaknya opsi kuliner.

Banyaknya opsi kuliner di kawasan urban cenderung memicu kebingungan dalam menyelaraskan preferensi, seperti *food craving*, anggaran dan lokasi, serta aspek kepraktisan. Fenomena ini selaras dengan konsep *less is better* dari Dar dan Gul dalam Kumala & Maizi (2025), yang menyatakan bahwa ketersediaan pilihan yang melampaui kapasitas cenderung memicu kebingungan dan mengurangi aspek kepuasan konsumen. Ini diperparah oleh berbagai factor tambahan seperti pertimbangan harga, keterbatasan waktu, rekomendasi sosial dan juga preferensi makanan yang subjektif (Ramadhani et al., 2024).

Terlepas dari proses memilih makanan yang dilakukan setiap hari secara berulang, proses ini tetap menjadi hambatan dalam proses pengambilan keputusan yang sering kali membuat individu terjebak pada pilihan yang monoton, di mana mereka mengulang pilihan yang tidak lagi relevan saat ini (Brasington et al., 2025). Ini berdampak kepada perilaku spontan dan ketergantungan pada rekomendasi eksternal akibat rendahnya tingkat keputusan mandiri (Albet, 2025). Ini

menunjukkan adanya urgensi untuk merancang sesuatu yang mampu mengoptimalkan efisiensi waktu dan juga kualitas keputusan dalam memilih.

Meskipun ekosistem digital dari perkembangan teknologi sudah sangat terintegrasi dan berbasis algoritma (Mawardah et al., 2026), platform seperti aplikasi pemesanan makanan menjadi platform utama yang digunakan oleh Gen Z dan milenial dalam mencari opsi kuliner (Wahyuningsih, 2026), disamping platform seperti Google Maps dan juga sosial media yang menjadi opsi lain. Namun, platform saat ini cenderung menyajikan data pilihan luas yang lebih sering digunakan untuk mencari lokasi yang sudah direncanakan. Ini menunjukkan kurangnya platform digital yang secara spesifik dirancang dalam mempermudah proses pemilihan opsi kuliner.

Mengingat pentingnya aspek *mood* terhadap perilaku memilih berdasarkan selera makanan, yang sekaligus sejalan dengan faktor harga, promo dan aksesibilitas (Ramadhani et al., 2024). Penulis dan tim menghadirkan Pilih.in sebagai solusi berbasis *mobile app* yang mengintegrasikan fitur-fitur utama untuk menyederhanakan proses memilih dan menjadi rekomendasi relevan yang mempertimbangkan preferensi, anggaran dan juga harga. Melalui fitur-fitur seperti *food matchmaker*, peta interaktif dan *gamified stamp* (O2O), Pilih.in menawarkan opsi kuliner yang lebih terpersonalisasi sesuai dengan kebutuhan pengguna. Ini selaras dengan studi yang menunjukkan bahwa kurasi yang ditampilkan oleh aplikasi lebih efektif dalam membantu proses mengambil keputusan (Kannia & Frieyadie, 2022) dan meningkatkan kenyamanan pengguna dengan menerapkan UI dan UX yang optimal (Silalahi et al., 2024). Melalui fenomena tersebut, penulis memilih program *Entrepreneurship and Innovation Program* pada semester genap dalam upaya untuk menghadirkan media aplikasi untuk pengguna sebagai inovasi berbasis data yang dapat membantu dalam menentukan pilihan kuliner.

1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah yang ditentukan Adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya opsi kuliner di kawasan urban terutama BSD, Gading Serpong dan Alam Sutera memicu kebingungan konsumen dalam memilih
2. Belum adanya platform digital berbasis aplikasi yang mampu membantu Gen Z dan Milenial awal dalam mengambil keputusan secara cepat.

Maka, pertanyaan dari penelitian ini adalah bagaimana merancang platform digital berbasis aplikasi yang efektif dalam mengatasi kebingungan dalam menentukan opsi kuliner?

1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program

Dalam memastikan strategi pengembangan bisnis berjalan secara efektif untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan harapan, berikut merupakan batasan masalah yang diterapkan dalam perancangan bisnis Pilih.in:

1. Target Pengguna dan Cakupan Wilayah

Target audiens utama dari platform ini adalah Gen Z dan Milenial awal dalam rentang usia 17-30 tahun dengan cakupan wilayah bisnis F&B di BSD, Gading Serpong dan Alam Sutera. Secara spesifik, platform ini berfokus pada pengguna dengan mobilitas tinggi yang mempertimbangkan efisiensi biaya.

2. Jenis Layanan dan Media

Platform ini dikembangkan ke dalam *mobile apps* yang dapat diakses melalui android maupun iOS dengan fokus dalam menyediakan rekomendasi kuliner berdasarkan *mood*, budget dan situasi. Platform akan memusatkan kegiatan promosi melalui media social dan tidak menggunakan platform lain seperti website.

3. Pendamping

Platform dirancang sebagai asisten digital yang membantu pengguna dalam menavigasi informasi dalam proses pemilihan opsi kuliner. Fokus utama platform juga bertindak sebagai sistem kurasi dan filtering yang efektif. Namun, pada tahap pengembangan, aplikasi ini tidak

mencakup fitur fungsional seperti layanan pesan antar, sistem pembayaran digital maupun fasilitas transaksi dalam platform.

1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation

Program

Maksud dari pembuatan bisnis ini adalah untuk menghadirkan platform digital berupa aplikasi yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, dengan tujuannya meliputi:

1. Membantu pengguna dalam menentukan tempat kuliner dalam waktu yang singkat berdasarkan jarak, budget, *mood* dan juga situasi lainnya secara lebih cepat.
2. Memberikan pengalaman dan juga rekomendasi yang telah dikurasi sesuai dengan kebutuhan dalam meminimalisir risiko *price-to-value* yang tidak sebanding.

Sehingga dapat dijabarkan bahwa bisnis ini diciptakan sebagai solusi dari beberapa masalah dan fenomena di kawasan BSD, Gading Serpong dan Alam Sutera sebagai berikut:

1. Banyaknya informasi kuliner yang tersebar di berbagai platform, ditambah dengan tingginya ketidakpastian dalam memilih akibat banyaknya opsi kuliner yang terus berkembang di kawasan tersebut memicu kebingungan memilih makanan.
2. Kurang tersedianya sistem kurasi kuliner yang mampu mengintegrasikan penilaian *value-per-price* yang akurat dengan personalisasi *hyperlocal* yang spesifik.

Bisnis ini diajukan dalam *Entrepreneurship & Innovation Program* dalam upaya untuk menjawab tantangan dalam mengambil keputusan dan juga mencari kuliner yang terus berekspansi di kawasan BSD, Gading Serpong, dan Alam Sutera.

1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Manfaat dan tujuan dari pelaksanaan *Entrepreneurship & Innovation Program* adalah untuk memberikan dampak berkelanjutan yang menyelesaikan

masalah dan membangun ekosistem digital di kawasan BSD, Gading Serpong dan Alam Sutera. Manfaat ini bisa berdampak:

1. Bagi Penulis

Melalui pelaksanaan *Entrepreneurship & Innovation Program*, penulis berkesempatan untuk mendapatkan pengalaman, mulai dari bagaimana cara membangun sebuah *start-up* melalui ide bisnis secara nyata. Penulis juga secara langsung mengimplementasikan ilmu desain dalam membangun identitas merek yang kuat dan merancang ekosistem sebuah aplikasi. Selain itu, keterlibatan dalam bisnis ini menjadi sarana validasi konsep bisnis dalam melakukan riset pasar dan analisis kompetitor dalam mencari solusi dari fenomena yang terjadi.

2. Bagi Orang Lain

Bagi orang lain, terutama pengguna, program ini memberikan manfaat dalam menyelesaikan masalah kebingungan dalam memilih makanan dengan membantu menentukan tempat kuliner dalam waktu yang singkat. Selain pengguna, bagi pelaku bisnis kuliner, platform ini menjadi pihak ketiga dalam mempromosikan dan menjangkau target market yang meningkatkan eksistensi bisnis mereka.

3. Bagi Universitas

Penulis berharap perancangan aplikasi ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa lainnya dalam menghadirkan ide bisnis yang relevan dengan masalah kehidupan sehari-hari. Dengan menjadikan masalah *decision fatigue* sebagai dasar inovasi, rancangan ini diharapkan mampu memicu lahirnya lulusan yang lebih kompetitif, kritis, dan kreatif dalam menjalankan program ini di masa depan.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation Program

Seiring dengan berjalannya kebijakan Kemendikbud, Universitas Multimedia Nusantara (UMN) mengimplementasikan kegiatan MBKM sejak Februari 2021. Program tersebut yang berganti nama sebagai PRO-STEP (Professional Skill Enhancement Program), yang dirancang untuk membekali

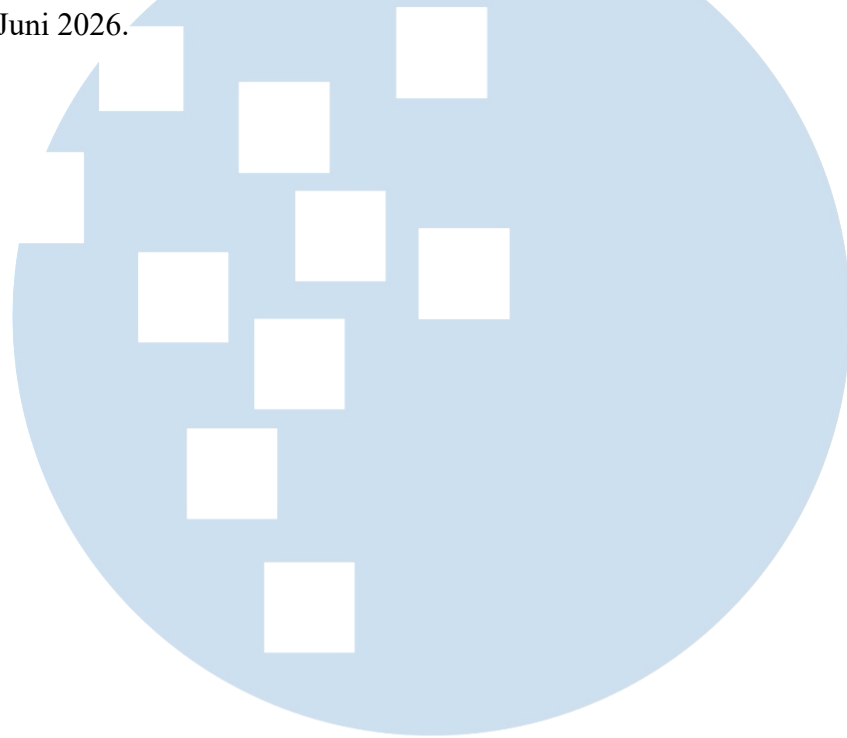
mahasiswa dengan pembelajaran *soft skill* dan *hard skill* melalui pembelajaran di luar kampus dalam upaya mempersiapkan diri untuk dunia kerja. Salah satu dari bentuk implementasi PRO-STEP adalah program *Entrepreneurship and Innovation Program* yang sebelumnya disebut Kewirausahaan yang diikuti oleh penulis yang didukung oleh Skystar Ventures selaku incubator bisnis *start-up*. Program ini didukung oleh bimbingan dengan advisor dan supervisor serta workshop dan mentoring dengan pembimbing eksternal di luar kampus.

Dalam skema program *Entrepreneurship and Innovation*, mahasiswa wajib menempuh beban studi sebesar 15 SKS yang dikonversikan ke dalam 640 jam kerja selama 20 minggu dari periode 2 Februari sampai dengan 12 Juni 2026. Program ini dimulai dengan proses pengembangan ide bisnis dan setiap individu wajib mengisi *daily task* yang terdiri dari supervisor task dan advisor task dengan durasi 640 jam kerja. Pengisian administrasi ini dilakukan melalui halaman *website* di prostep.umn.ac.id.

Kegiatan PRO-STEP *Entrepreneurship and Innovation Program* dimulai dari tahap persiapan yaitu pengenalan (sosialisasi) tentang program, yang dilanjutkan dengan proses pengajuan ide melalui seleksi dan keputusan penerimaan ide oleh Skystar Ventures pada tanggal 10 November 2025. Pengumuman seleksi diumumkan pada pertengahan Desember 2025, di mana memasuki awal tahun 2026 mahasiswa melakukan pengisian KRS sebesar 15 SKS dan sekaligus melakukan registrasi pada halaman *website* PRO-STEP. Tahap pertama pelaksanaan program berlangsung dari 2 Februari hingga 6 Maret 2026, yang berfokus pada pengembangan usaha, *workshop* dan pengajuan laporan bab 1-3 dengan syarat bimbingan sebanyak tiga kali bersama supervisor dan empat kali dengan advisor.

Program ini dilanjutkan dengan tahap awal evaluasi pertama pada pertengahan Maret 2026 melalui pengumpulan laporan yang meliputi bab 1-3 dan *pitchdeck*. Memasuki tahap kedua yang berlangsung dari 16 Maret hingga 26 Mei 2026, mahasiswa fokus dalam melakukan finalisasi laporan hingga bab 5 dan pengembangan bisnis yang matang. Tahapan terakhir dari program ini adalah pengumpulan seluruh draft laporan dan juga *pitchdeck* yang dikumpulkan pada akhir Mei 2026 untuk evaluasi kedua. Ini dilanjutkan dengan penyelesaian administrasi

dan ujian akhir berupa sidang akhir PRO-STEP yang dijadwalkan pada 4-5 Juni 2026. Setelah melewati proses sidang, mahasiswa diberikan waktu dalam melakukan revisi dan pengesahaan sebelum melakukan submisi laporan final pada 11-12 Juni 2026.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA