

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Entrepreneurship and Innovation Program

Pada kali ini kami para Mahasiswa DKV diberi kesempatan untuk mendapatkan pengalaman belajar yang lebih fleksibel dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa di dunia kerja nanti. Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program yang dirancang oleh kementerian pendidikan, kebudayaan, riset dan, teknologi, program ini memberikan kesempatan kepada para mahasiswa untuk mengasah kemampuan mereka sesuai bakat dan minat sebagai bekal untuk memasuki ke dalam dunia kerja. Dengan program ini mahasiswa lebih bebas untuk memilih cara belajarnya yang bisa memenuhi kompetensi yang lebih komprehensif sesuai dengan kebutuhan perkembangan zaman (Sri Gunani Partiw,2023)

Penuaan penduduk merupakan suatu proses yang alamiah yang akan dialami oleh seluruh manusia, lanjut usia atau lansia adalah kelompok umur 60 tahun ke atas yang tidak lagi berada dalam usia produktif dan lebih rentan mengalami gangguan kesehatan (Tuwu & La Tarifu,2023), proses penuaan atau aging pada lansia menyebabkan penurunan berbagai fungsi sistem tubuh, termasuk dari kondisi fisik, kemampuan motorik, kekuatan otot, sistem keseimbangan, serta meningkatkan risiko kelelahan dan masalah psikologi maupun sosial yang dapat memicu berbagai masalah pada kesehatan (Mutnawasitoh & Mirawati, 2023). namun penuaan atau lansia juga menjadi sebuah tantangan, jumlah penduduk lanjut usia memberikan dampak positif jika penduduk lanjut usia berada dalam keadaan sehat, aktif, dan produktif. Namun penuaan penduduk tersebut juga dapat menimbulkan tantangan yang harus dihadapi juga, baik maupun dari lansia itu sendiri, keluarga lansia, masyarakat, dan pemerintah. Selain itu kesepian merupakan salah satu faktor yang sering dialami oleh lansia.

Menurut penelitian Zamaa et al. (2025) Kesepian merupakan hal yang seringkali mengancam bagi kehidupan lansia, mulai dari keluarga anggota tinggal

terpisah dari lansia, kehilangan pasangan, kehilangan sahabat, dan kehilangan kemampuan untuk hidup mandiri. Menurut Lasanuddin et al., (2024) kesepian yang dialami oleh lansia dapat diatasi dengan adanya interaksi antar lansia atau sebuah kelompok lansia. Dengan interaksi sosial maka dapat memungkinkan lansia untuk mendapatkan perasaan memiliki suatu kelompok yang dapat berbagi cerita, berbagi minat, serta bisa melakukan aktivitas Bersama – sama. Dampak dari permasalahan ini turut dirasakan oleh keluarga yang bertindak sebagai caregiver informal. Penelitian Putri et al. (2022) mengungkapkan bahwa minimnya dukungan profesional dan layanan formal memicu beban fisik serta psikologis yang berat bagi keluarga pendamping. Fenomena tersebut mengonfirmasi adanya kesenjangan nyata antara tingginya kebutuhan perawatan lansia dengan keterbatasan kapasitas keluarga dalam menyediakannya secara berkelanjutan.

Temani hadir sebagai elderly companionship & assisted mobility platform inovatif yang dikembangkan oleh penulis dan tim untuk mengatasi permasalahan tersebut. Platform ini mengintegrasikan tiga layanan yaitu pendampingan aktivitas (companionship), transportasi ramah lansia (assisted transportation), dan wadah komunitas (elderly social engagement). Fokus utama Temani adalah meningkatkan kualitas hidup lansia agar tetap aktif dan aman, sekaligus menjadi solusi menghindari bagi keluarga dari ancaman caregiver burden. Maka dari ide tersebut bisa diakses melalui aplikasi yang bernama “Temani” namun dibutuhkan marketing yang dapat menarik para perhatian konsumen. Dalam menciptakan sebuah bisnis tidak hanya berfokus dalam pembuatan sebuah produk namun marketing merupakan suatu hal yang penting dalam pengembangan bisnis yang baik, menurut Anjani (2024) yang dikutip oleh (Robby Aditya & R Yuniardi Rusdianto, 2023) Digital Marketing adalah serangkaian kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital, seperti internet, perangkat seluler. Dan platform online lainnya, untuk mempromosikan produk, layanan, serta merek. Digital marketing terdiri dari pemasaran yang interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen. Implementasi digital marketing dapat menjadi pilar utama dalam mengembangkan strategi bisnis di era transformasi digital Anjani (2024)

Menurut Anjani (2024) Peran Strategi digital marketing merupakan sesuatu hal penting untuk menarik konsumen dan mengarahkan untuk berkomunikasi secara elektronik dan konvensional kegiatan digital marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web ataupun media sosial. Strategi digital marketing menggunakan sosial sangat penting, karena memberi pengetahuan dan masukan kepada para pelaku usaha tentang bagaimana cara atau tahapan untuk memperluas jaringan melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan keunggulan bersaing bagi pelaku usaha (Syahputra, 2019).

1.2 Rumusan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Dari latar belakang yang sudah dilatarkan diatas, penulis menemukan beberapa indikator dari permasalahan tersebut sebagai berikut :

1. Kurangnya perhatian yang ketat terhadap lansia, karena menimbulkan beberapa gejala dari fisik maupun psikologis
2. Belum adanya platform/aplikasi yang terfokus kepada masalah - masalah yang sering kali dialami oleh para lansia
3. Membutuhkan perisetan mengenai marketing, tentang bagaimana cara membuat para masyarakat sadar akan bahwa masalah yang dialami lansia merupakan hal yang serius, serta betapa pentingnya aplikasi ini dalam menangani lansia

Oleh karena itu rumusan masalah utama sebagai berikut :

Bagaimana memasarkan bahwa aplikasi yang kami tawarkan itu sangat penting bagi lansia.

1.3 Batasan Masalah Entrepreneurship and Innovation Program,

Batasan topik atau pengertian yang akan dibahas atau dikemukakan dalam penulisan laporan perancangan. Hal ini membatasi pembahasan agar tidak melebar, menjadi fokus dan tertib dalam penjabarannya. Hal yang dikemukakan pada bagian ini adalah mempersempit atau membatasi variabel-variabel yang menjadi objek perancangan, subjek/khalayak sasaran atau lokasi yang berhubungan dengan perancangan. Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan pada latar belakang, batasan masalah yang ditetapkan oleh penulis yaitu:

1) Geografis

Segmentasi geografis mencakup negara, kota, dan status konsumen dari target yang dituju. Pada bagian ini, target pasar yang dituju oleh Temani merupakan para lansia yang ada di Indonesia. Berikut merupakan rincian segmentasi geografis yang diterapkan:

- a) Negara/Wilayah: Indonesia (Pulau Jawa)
- b) Kota/Desa: Urban dan Sub-urban
- c) Kepadatan Penduduk: Menengah dan Tinggi

2) Demografis

Segmentasi demografis mencakup jenis kelamin, usia, Tingkat ekonomi, pendidikan, status perkawinan, hingga lokasi geografis dari target pasar yang dituju. Pada bagian ini, para lansia yang merupakan target primer dari Temani dapat meliputi pria dan Wanita. Berikut merupakan rincian segmentasi demografis yang ditetapkan. Segmentasi Temani mencakup dua kelompok utama yaitu *primary user* (pengguna langsung)

- a) Jenis Kelamin: Pria dan Wanita
- b) Usia: 60-70 Tahun
- c) Tingkat ekonomi: SES A dan SES B
- d) Pendidikan: Pesiunan

Primary customer (Pengguna yang mengambil Keputusan) :

- a) Usia : 25 – 45 tahun
- b) Status : anak atau keluarga lansia yang aktif bekerja
- c) Lokasi : Jabodetabek (primer) dan pulau jawa

3) Psikografis

Segmentasi psikografis mencakup gaya hidup, kepribadian, dan minat dari target yang dituju. Pada bagian ini, gaya hidup dan kepribadian digunakan sebagai panduan untuk merancang user persona. Berikut merupakan rincian segmentasi psikografis yang ditetapkan:

- a) Gaya Hidup: Aktif (profil lansia)
- b) Kepribadian: ingin tetap aktif dan terhubung secara sosial di usia tua
- c) Kebutuhan: Ingin tetap aktif dan terhubung secara sosial di usia tua

4) Perilaku Konsumen

Fokus perancangan laporan ini terbatas pada elemen identitas visual Temani, mencakup logo, sistem warna, tipografi, ilustrasi visual, design system aplikasi mobile, dan brandbook. Sebaliknya, implementasi teknis sistem aplikasi serta pengembangan backend berada di luar batasan kerja penulis.

1.4 Maksud dan Tujuan Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation

Program

Program MBKM Cluster Kewirausahaan di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) hadir sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mewujudkan ide bisnisnya menjadi sebuah usaha nyata yang berkelanjutan (sustainable). Melalui program ini, mahasiswa tidak sekadar merancang konsep di atas kertas, tetapi juga mempraktikkan tahapan pengembangannya secara langsung ke dunia nyata. Selama prosesnya, Skystar Ventures turut mendampingi sebagai mitra inkubator yang membimbing tim melewati fase validasi ide, validasi model bisnis, hingga validasi produk. Program yang memiliki bobot 15 SKS ini juga menjadi salah satu syarat wajib kelulusan di UMN. Berbekal kesempatan dari program inilah, tim penulis merintis bisnis bernama Temani, sebuah platform aplikasi yang dirancang khusus untuk memudahkan lansia mendapatkan layanan transportasi kesehatan yang nyaman. Secara garis besar, tujuan dari pelaksanaan program MBKM dan perancangan Temani ini mencakup beberapa hal berikut:

1. Melatih pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset) dalam mengidentifikasi masalah di masyarakat dan merumuskan solusi yang tepat sasaran.
2. Menghadirkan alternatif transportasi yang lebih ramah dan nyaman, khususnya bagi lansia yang kerap kesulitan saat menggunakan layanan umum.
3. Menjamin rasa aman sekaligus memberikan ketenangan bagi para lansia selama perjalanan dalam mengurus berbagai kebutuhan medis mereka. Berisi maksud dan tujuan membuat bisnis di perusahaan yang penulis ajukan. Berisi poin permasalahan yang

ingin diciptakan solusinya menjadi suatu produk Entrepreneurship & Innovation Program.

1.5 Manfaat Melaksanakan Entrepreneurship and Innovation Program

Pelaksanaan program MBKM Cluster Kewirausahaan ini memberikan dampak positif bagi berbagai pihak, mulai dari tim penulis hingga masyarakat luas. Berikut adalah poin-poin manfaatnya:

1. Bagi Penulis

Program ini memberikan wawasan praktis mengenai dunia bisnis dan melatih kemampuan berpikir kritis dalam mencari solusi atas masalah di sekitar. Selain itu, selama lima bulan proses pengembangan, penulis juga mengasah soft skills penting seperti kepemimpinan, komunikasi, dan kerja sama tim dalam membangun sebuah usaha.

2. Bagi Lansia dan Keluarga

Melalui layanan Temani, lansia dalam perkembangan program ini diharapkan bisa mendapatkan perhatian yang ketat sehingga berkontribusi dalam mengembangkan kualitas hidup lansia. Dengan menyediakan layanan menemani yang terpercaya serta mudah diakses, maka temani ini berpotensi membantu lansia untuk tetap aktif dan terhubung secara sosial.

3. Bagi Universitas

Hasil proyek ini menjadi bukti nyata kreativitas mahasiswa sekaligus dokumentasi ilmiah yang sistematis, mulai dari tahap validasi hingga pembuatan prototype. Laporan ini diharapkan bisa menjadi referensi dan inspirasi bagi mahasiswa lain yang ingin mendalami bidang inovasi dan kewirausahaan. Bagi Orang lain.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur Entrepreneurship and Innovation Program

MBKM Cluster Kewirausahaan merupakan program akademik berbobot 15 SKS yang ditujukan bagi mahasiswa DKV semester 6 dengan durasi sekitar lima bulan setara 640 jam kegiatan. Dimulai dari 2 Februari hingga Juni 2026, program ini menggunakan metode pembelajaran hybrid yang menggabungkan materi dari

Skystar Ventures melalui Google Classroom dan pertemuan tatap muka. Selain fokus pada pengembangan bisnis, mahasiswa juga diwajibkan mengikuti bimbingan rutin dan progress review bersama mentor yang telah ditentukan.

Rangkaian kegiatan telah dimulai sejak sosialisasi pada 10 November 2025, yang kemudian dilanjutkan dengan proses pendaftaran proposal bisnis berbasis ICT. Proposal tersebut tidak hanya memaparkan solusi dan rencana monetisasi, tetapi juga rekam jejak bisnis serta portofolio mahasiswa. Setelah melewati tahap seleksi dan revisi pada Desember 2025, mahasiswa menyelesaikan administrasi melalui pengisian KRS dan registrasi di portal Merdeka UMN pada Januari 2026. Selama masa proyek, tim akan mendapatkan bimbingan intensif sebanyak delapan kali dari dosen internal DKV dan pembimbing eksternal dari Skystar Ventures untuk mempersiapkan dua tahapan evaluasi dan sidang akhir.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMN) is centered in the background of the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA