

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Literasi adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan bahasa untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam berpikir, bertanya, dan mencipta sehingga dapat membantu mereka lebih sadar akan dunia dan berpartisipasi lebih efektif dalam masyarakat (Ismayani, 2017). UNESCO menegaskan bahwa literasi merupakan integrasi dalam kegiatan mendengarkan, berbicara tentang suatu topik, membaca paragraf, menulis kreatif, dan berpikir kritis. Sehingga literasi menjadi kemampuan yang wajib dimiliki oleh setiap orang, terutama bagi kalangan generasi penerus bangsa (Efendi, 2023). Berdasarkan survei Tingkat Gemar Membaca (TGM) Indonesia mengalami peningkatan literasi, yaitu 66,70 pada tahun 2023 menjadi 72,44 pada tahun 2024. Peningkatan ini menjadi peluang untuk semakin mendukung gerakan membaca bagi kalangan muda sehingga masih tetap relevan.

Peningkatan gemar membaca dapat menjadi acuan untuk semakin meningkatkan fasilitas dan sarana yang mendukung bagi pembaca. Permasalahan yang terjadi adalah sulitnya akses ke perpustakaan (Rieswansyah, 2021), buku-buku dengan harga mahal dan kurangnya daya beli masyarakat, serta buku-buku yang kurang variatif dan tidak sesuai dengan minat baca masyarakat terutama kalangan muda (Efendi, 2023). Apabila terdapat permintaan namun tidak dapat terpenuhi karena fasilitas yang kurang memadai, maka akan sangat berdampak pada industri buku dan minat pembaca itu sendiri. Berdasarkan survei IKAPI pada 2023, ditemukan 54,2% penerbit menemukan bukunya dibajak di *online marketplace*. Hal ini menciptakan paradoks yaitu tingkat literasi semakin meningkat di Indonesia, begitu pula dengan kasus pelanggaran HKI pembajakan buku. Apabila hal ini terus terjadi, maka semakin lama industri buku di Indonesia semakin mati. Tercatat semenjak tahun 2021, Indonesia mengalami penurunan 55,7% jumlah ISBN yang terdaftar, yaitu 159.328 ISBN pada tahun 2021 menjadi 70.582 pada 2024.

Perlu diketahui bahwa kalangan muda memiliki karakteristik dan minatnya tersendiri terhadap jenis bacaan yang dikonsumsi. Minat dan kebiasaan memiliki hubungan timbal balik yang erat (Mustika & Lestari, 2017). Seseorang yang memiliki minat dan perhatian yang tinggi terhadap suatu genre tertentu akan selalu berusaha meluangkan waktu untuk membaca dan memahami lebih dalam dibanding orang yang tidak memiliki motivasi yang cukup untuk membaca. Genre fiksi dapat menjadi pemicu untuk meningkatkan minat baca kalangan muda, khususnya mahasiswa. Dengan cerita yang lebih ringan dan mudah dipahami yang terdiri dari berbagai tema seperti romansa, misteri, horor, komedi, dan masih banyak lagi. Maka, meningkatnya minat terhadap bacaan fiksi, meningkat pula budaya literasi mahasiswa (Ihsania, 2020). Sehingga dapat menjadi langkah awal untuk menumbuhkan budaya literasi itu sendiri ke dalam kalangan muda di era digital ini.

Dilansir dari BBC.com, minat membaca di Indonesia tidaklah rendah, melainkan kurang adanya akses buku yang memadai, juga dengan adanya komunitas buku untuk membaca dan *sharing* bersama, dapat meningkatkan motivasi seseorang dalam membaca. Keberadaan komunitas membaca ini sangat penting dalam menumbuhkan minat dan motivasi membaca. Adanya kegiatan seperti tantangan membaca, *giveaway*, berkumpul bersama, mendiskusikan buku dapat menjadi sarana untuk mendorong kalangan muda untuk membaca (Mauliawati, 2025).

Melihat adanya permasalahan yang dialami oleh para pembaca di Indonesia, yaitu akses terhadap buku, maka penulis dan tim membuat sebuah platform untuk mengisi celah permasalahan tersebut. Platform yang dimaksud adalah aplikasi Book Wrm sebagai aplikasi *all in one app* bagi para pembaca. Pengguna dapat mengakses berbagai macam pilihan judul buku dengan harga yang lebih terjangkau melalui sistem sewa, juga akses terhadap buku lebih luas dengan adanya pengiriman melalui ekspedisi. Book Wrm merupakan aplikasi yang dibuat dari pembaca untuk pembaca, maka dari itu Book Wrm dapat menjadi teman bagi para pembaca dan meningkatkan semangat serta motivasi dalam membaca.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan penjabaran latar belakang, dibutuhkan adanya sebuah *platform* yang memberikan akses terhadap buku berkualitas, terjangkau, dan merangkul pembaca serta meningkatkan motivasi membaca. Dalam perencanaan tersebut juga dibutuhkan modal serta strategi untuk merealisasikannya. Maka dari itu dirumuskan suatu masalah sebagai berikut;

Bagaimana perancangan strategi *branding* pada aplikasi Book Wrm?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

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.

A. Geografis

Wilayah: Jabodetabek

Ukuran Kota: tengah kota

B. Demografis

Usia: 18 - 23 tahu

Gender: Perempuan (primer) dan laki-laki (sekunder)

Pekerjaan: mahasiswa

Pendapatan: Rp0 - Rp2.000.000

SES: A - B

Bahasa: Indonesia

C. Psikografis

Sikap / Attitude: FOMO, serba instan dan praktis, mudah merasa bosan, terikat dengan gawai

Gaya Hidup: *digital native*, konsumtif namun selektif, individualis

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Maksud dan tujuan dari bisnis yang dibentuk adalah menyediakan layanan B2B dengan perpustakaan di Jabodetabek dan menyalurkannya kepada customer Gen Z sehingga memiliki akses yang lebih luas, simpel, dan *affordable*. Sehingga dengan itu, tujuannya adalah meningkatkan minat baca di kalangan Gen Z dapat semakin meningkat dengan *make reading fun and accessible*.

Adapun tujuan dari bisnis ini adalah;

1. Book Wrm dapat menghadapi tantangan dan meningkatkan minat baca generasi muda Indonesia dengan adanya akses yang mudah ke perpustakaan.
2. Gen Z memiliki ketertarikan untuk membaca buku sehingga dapat meningkatkan literasi Indonesia

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Menjelaskan tujuan yang lebih meluas dari adanya hasil program MBKM Cluster Kewirausahaan ini. Manfaat bisa berdampak:

1. Bagi Penulis, penulisan laporan perancangan usaha Book Wrm dapat memberikan peluang untuk mengembangkan keterampilan penulisan serta memperdalam pengalaman dan pemahaman dalam membangun sebuah *startup* yang dapat diaplikasikan ke bisnis pribadi lainnya.
2. Bagi Orang Lain, laporan ini memberikan panduan dan pemahaman yang mendalam mengenai pembangunan bisnis Book Wrm dari berbagai aspek, berfungsi sebagai panduan bagi mahasiswa dan masyarakat umum.
3. Bagi Universitas, penulisan laporan mengenai pembangunan *startup* bisnis Book Wrm dapat menjadi kontribusi dalam mewujudkan visi UMN yaitu memiliki jiwa wirausaha dan meningkatkan reputasi universitas dalam hal kewirausahaan dan ICT.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

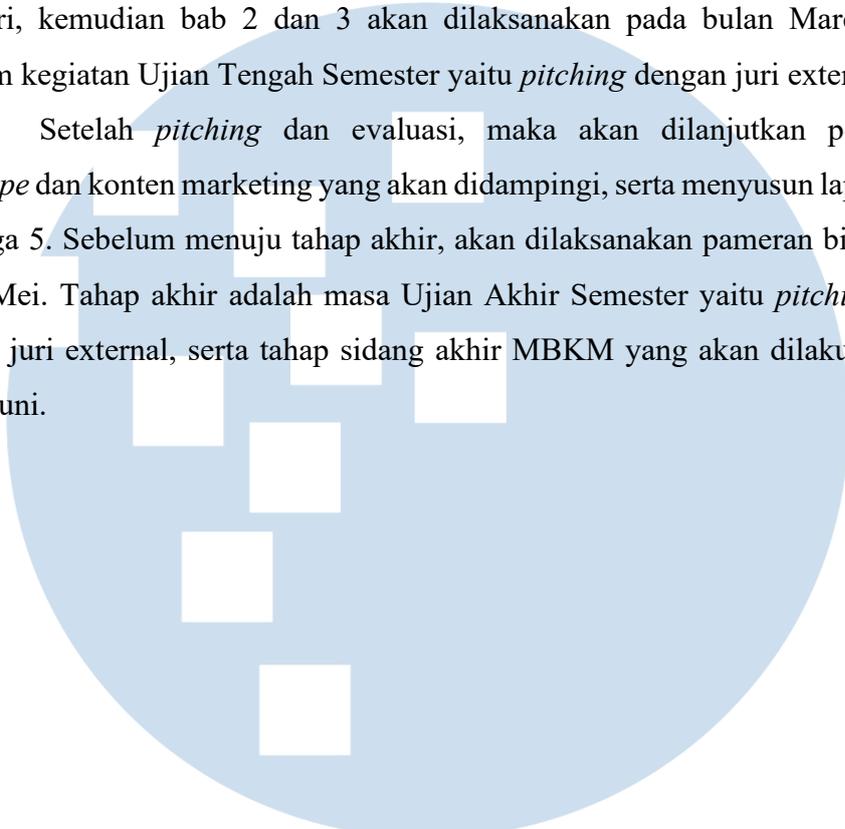
Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan MBKM

No.	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Memperjelas ide bisnis	■	■				
2	Pivot dan validasi ide bisnis		■				
3	Membuat latar belakang bisnis dan Bab 1		■				
4	Mengumpulkan data di lapangan		■				
5	Mengerjakan bab 2		■	■			
6	Mengerjakan bab 3		■	■			
7	Membuat prototype		■	■	■		
8	Evaluasi 1			■			
9	Marketing			■	■	■	
9	Mengerjakan bab 4			■	■	■	
10	Mengerjakan Bab 5					■	
11	Testing produk					■	
12	Evaluasi 2						■

Kegiatan MBKM berlangsung selama enam bulan sesuai dengan durasi satu semester MBKM Wirausaha, dengan bobot 18 SKS dan 640 jam kerja. Kegiatan dimulai pada bulan Januari sebagai sosialisasi pelaksanaan MBKM. Proses pencarian ide bisnis, validasi, pengumpulan data, dan keperluan penunjang bisnis lainnya mengenai penyediaan layanan peminjaman buku yang dapat diantar ke rumah, akan dijalankan selama bulan Februari. Pada tahap awal ini, ide bisnis divalidasi dengan survei langsung ke lapangan seperti perpustakaan daerah dan nasional. Penentuan dan validasi ide bisnis dilakukan hingga akhir bulan Februari. Pada bulan Maret, ide bisnis yang sudah divalidasi akan dieksekusi mulai dari bagian *branding*, *marketing*, dan pengembangan *prototype* aplikasi. Pada bulan Maret akan dilakukan pengumpulan data kualitatif dari target audiens meliputi

FGD, *interview*, dan kuesioner. Pengerjaan laporan bab 1 dilaksanakan pada bulan Februari, kemudian bab 2 dan 3 akan dilaksanakan pada bulan Maret hingga sebelum kegiatan Ujian Tengah Semester yaitu *pitching* dengan juri external.

Setelah *pitching* dan evaluasi, maka akan dilanjutkan pembuatan *prototype* dan konten marketing yang akan didampingi, serta menyusun laporan bab 4 hingga 5. Sebelum menuju tahap akhir, akan dilaksanakan pameran bisnis pada bulan Mei. Tahap akhir adalah masa Ujian Akhir Semester yaitu *pitching* kedua dengan juri external, serta tahap sidang akhir MBKM yang akan dilakukan pada bulan Juni.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered in the background. It features a stylized globe with a grid of white squares and the acronym 'UMMN' in a bold, rounded font.

UMMN

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