

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Kemampuan literasi merupakan salah satu faktor utama dalam pengembangan diri dan meningkatkan kualitas hidup manusia. Tidak hanya meningkatkan pengetahuan, literasi juga berperan penting dalam menciptakan sumber daya manusia yang lebih adaptif terhadap tantangan dunia kerja yang terus berkembang. Secara luas, literasi merupakan kemampuan yang berkaitan dengan membaca, berpikir, dan menulis, dimana bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam memahami informasi secara kritis, kreatif, dan reflektif (Gogahu dan Prasetyo, 2020). Sehubungan dengan hal ini, masyarakat Indonesia pun menunjukkan tren positif dalam hal kegemaran membaca.

Berdasarkan Perpustakaan Nasional Indonesia, Tingkat Kegemaran Membaca (TGM) masyarakat Indonesia menunjukkan kategori tinggi dan telah mengalami kenaikan pada tahun 2023 yaitu pada angka 66,77 (Fauzi, 2024). Dalam Publikasi Hasil Kajian Perpustakaan Indonesia 2024, juga terjadi peningkatan nilai Indeks Pembangunan Literasi Masyarakat (IPLM) dari tahun 2023 yaitu 69,42 yang naik sebesar 5,9% menjadi 73,52 pada tahun 2024 (Lisnawati, 2024). Sebagai upaya meningkatkan kualitas dan kapasitas anak bangsa, kenaikan minat membaca harus disertai dengan akses terhadap bahan bacaan yang memadai. Namun sayangnya tidak semua orang dapat mengakses buku karena beberapa hal seperti jumlah cetak yang terbatas, penyebaran koleksi yang tidak merata, serta harga buku yang tergolong relatif mahal di Indonesia (Azwar *et al.*, 2024).

Keterbatasan akses inilah yang mendorong masyarakat untuk mencari alternatif lain yaitu membeli buku bajakan sebagai solusinya. Berdasarkan survei Ikapi (Ikatan Penerbit Indonesia) pada tahun 2021 yang melibatkan 130 penerbit, ditemukan bahwa sekitar 75% bukunya dibajak dan dijual di lokapasar. Selain itu, banyak penerbit menemukan terjadinya pembajakan buku yang dilakukan melalui

penyebaran buku PDF baik secara gratis maupun diperjualbelikan di *e-commerce*. Rata-rata penjual buku bajakan biasanya menawarkan sepertujuh dari harga buku aslinya, sehingga penulis dan penerbit aslinya pun kehilangan potensi pendapatan mereka (Rejeki *et al.*, 2023). Pembelian buku bajakan ini dapat terjadi karena beberapa alasan seperti harga yang murah, kemudahan mengakses buku bajakan, kurangnya pemahaman terkait hak cipta, serta faktor ekonomi untuk menghemat uang bulanan terutama bagi mahasiswa (Sani dan Yani, 2023).

Mauliawati dan Shoheh (2025) menyampaikan bahwa salah satu faktor yang sangat mempengaruhi minat baca adalah lingkungan, seperti adanya komunitas buku. Kehadiran komunitas buku dapat memotivasi mereka melalui interaksi antar anggota untuk bertukar bacaan dan membentuk lingkungan yang mendukung dalam membaca. Hal ini terbukti dengan munculnya tren BookTok di platform Tiktok yang merupakan tempat dimana para pembaca buku membagikan video seputar buku seperti pengalaman membaca, mengulas buku, dan diskusi mengenai sastra. Tren ini pun menyebabkan pembaca menjadi lebih terlibat dan lebih aktif membaca buku (Christie *et al.*, 2024). Tren ini juga telah dibuktikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebiasaan membaca Gen Z di Indonesia, dimana berkaitan dengan peningkatan frekuensi membaca mereka (Judijanto *et al.*, 2025).

Pemanfaatan fenomena ini juga didukung oleh meningkatnya minat baca terhadap buku fiksi terutama di kalangan muda. Budaya literasi mahasiswa akan bertumbuh secara positif jika cerita fiksi bertambah (Ihsania *et al.*, 2020). Dengan kata lain mahasiswa lebih menyukai buku bacaan dengan genre fiksi dengan berbagai tema dan sifatnya yang ringan dibaca, yang menjadi pemicu minat baca, khususnya kegemaran mereka yang cenderung mengarah kepada novel. Maka dari itu, minat baca generasi muda di Indonesia tidaklah rendah tetapi terhambat akibat keterbatasan akses. Melalui fenomena ini, penulis dan tim melihat adanya peluang untuk mendukung minat baca tersebut melalui sebuah platform yang bisa menyediakan segala keperluan para pembaca buku dalam satu aplikasi bernama Book Wrm. Melalui Book Wrm, *user* dapat mengakses buku bacaan original

dengan menyewa, membeli, ataupun mendonasikan buku mereka kapanpun dan dimanapun. Dengan kata lain, Book Wrm menjadi teman pembaca yang akan memotivasi mereka untuk lebih aktif membaca dengan fitur yang ada di dalamnya.

Bagi bisnis yang baru berkembang atau *startup* (*small medium business*), salah satu faktor keberhasilan yang sangat berpengaruh adalah *branding* dan manajemen *brand* (Hidayanto dan Kartosapetro, 2020). Setiap *startup* perlu membangun *brand* yang berbeda di antara pesaingnya dan membutuhkan identitas *brand* yang jelas agar mudah dikenali serta diingat oleh pelanggan. Diperlukan *branding* sebagai proses untuk membangun *awareness*, menarik pelanggan baru, dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Wheeler, 2017). Oleh karena itu, perancangan aplikasi Book Wrm harus disertai dengan *brand identity* yang bertujuan untuk membangun daya tarik, meningkatkan kepercayaan dan membangun ikatan dengan audiensnya.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa diperlukan sebuah *platform* yang menawarkan kemudahan akses buku, yang memungkinkan user untuk menyewa, membeli, dan menjual koleksi pribadinya. Dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan suatu masalah yaitu:

Bagaimana perancangan *brand identity* untuk platform aplikasi Book Wrm?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Diperlukan batasan-batasan masalah yang akan ditentukan agar perancangan proyek tidak terlalu luas dan menyimpang sehingga akan lebih terarah dan mencapai tujuan perancangan. Berikut batasan masalah yang ditentukan:

1.3.1 Target perancangan

A) Geografis

Wilayah : Jabodetabek

Tingkat kepadatan : Padat

B) Demografis

Usia : 18 – 23 tahun

Jenis kelamin	: Perempuan (primer), laki-laki (sekunder)
Pekerjaan	: Mahasiswa
Penghasilan	: Rp2.200.000 – Rp3.400.000
SES	: B
C) Psikografis	
Sikap	: FOMO, menyukai hal yang serba instan karena mengutamakan kepraktisan, aktif di media sosial, mudah bosan, mencari opsi buku bacaan original yang lebih terjangkau.
Gaya hidup	: Terbiasa dengan teknologi (<i>digital native</i>), cenderung konsumtif namun juga ingin berhemat, mengutamakan aksesibilitas dan fleksibilitas.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Tujuan yang ingin dicapai dalam pembuatan bisnis aplikasi Book Wrm adalah untuk menyediakan akses terhadap buku bacaan *original* yang lebih terjangkau dan menjadi platform yang menyediakan berbagai kebutuhan mereka dalam membaca. Terciptanya aplikasi Book Wrm ini didasari oleh beberapa temuan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Minat baca yang tinggi tetapi sarana dan aksesibilitas terhadap buku belum mendukung sehingga banyak buku bajakan yang beredar di pasar.
2. Kesulitan dalam mengakses ke perpustakaan umum dalam hal jarak, waktu, dan biaya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program MBKM Cluster Kewirausahaan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam berpikir secara inovatif dan kritis dalam aspek bisnis,

keterampilan dalam bidang *branding* serta meningkatkan keterampilan dalam penyusunan laporan secara sistematis. Pengembangan bisnis ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam perancangan desain dan pengembangan UI/UX aplikasi.

2. Bagi Orang Lain

Perancangan aplikasi ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para penggemar buku untuk memenuhi kebutuhan hobi mereka yang digabungkan menjadi satu aplikasi. Adapun penulisan laporan ini diharapkan mampu memberikan wawasan mendalam mengenai pengembangan bisnis aplikasi Book Wrm bagi mahasiswa maupun masyarakat umum.

3. Bagi Universitas

Perancangan bisnis aplikasi ini menjadi salah satu kontribusi dalam rangka mewujudkan visi UMN yaitu dalam bidang ICT dan memiliki jiwa wirausaha. Laporan dan perancangan aplikasi ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya yang ingin mengembangkan aplikasi dan/atau mengikuti program MBKM Kewirausahaan.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Cluster MBKM Kewirausahaan berjalan selama 6 bulan atau selama 1 semester, diawali pada Januari 2025 hingga Juni 2025 dengan bobot sebesar 18 SKS yang setara dengan 640 jam kerja. Berikut ini penjabaran waktu dan prosedur pelaksanaan MBKM Kewirausahaan:

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

Tabel 1.1 Tabel Waktu Pelaksanaan MBKM Cluster Kewirausahaan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan					
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Melakukan riset masalah dan menentukan ide bisnis.	■	■				
2	Revisi (<i>pivot</i>) dan memvalidasi ide bisnis,		■				
3	Menyusun latar belakang dan mengerjakan bagian Bab 1.		■				
4	Perancangan <i>brand identity</i> .		■	■			
5	Pengumpulan data (observasi, wawancara, FGD, dan kuesioner).		■				
6	Pengerjaan Bab 2 (finalisasi bisnis beserta fiturnya).		■	■			
7	Merangkum hasil riset dan mengerjakan laporan Bab 3.		■	■			
8	Perancangan <i>prototype</i> aplikasi.		■		■		
9	Pelaksanaan evaluasi 1 (UTS dan <i>pitching</i>).			■			
10	Perancangan konten <i>marketing</i> dan media <i>collateral</i> .			■	■	■	
11	Pengerjaan Bab 4 dengan memasukkan proses dan hasil desain.			■	■	■	
12	Pengerjaan laporan Bab 5.					■	
13	Uji coba <i>prototype</i> aplikasi (<i>user testing</i>).					■	
14	Evaluasi 2 (UAS dan <i>pitching</i>).						■

Alur pelaksanaan kegiatan MBKM Cluster Kewirausahaan berawal dari sosialisasi awal mengenai pelaksanaan MBKM Kewirausahaan pada bulan Januari, dimana pengerjaan laporan dan pengembangan bisnis bersama kelompok akan dimulai. Pada bulan Januari hingga pertengahan Februari, digunakan untuk memperdalam dasar dari bisnis seperti melakukan finalisasi ide dan konsep bisnis, pengembangan BMC, profil bisnis (visi, misi, tujuan), *brand identity*, *business scope*, dan riset pasar sebagai data sekunder. Dilanjutkan dengan validasi ide bisnis dengan pengumpulan data primer melalui observasi lapangan yaitu melakukan kunjungan langsung ke beberapa perpustakaan nasional dan perpustakaan daerah. Proses ini dilakukan bersamaan dengan penulisan laporan Bab 1 yang dibimbing oleh dosen *advisor*, *supervisor*, dan *mentor*.

Data yang diperoleh kemudian berpengaruh terhadap penyesuaian ide bisnis hingga menjadi platform peminjaman dan penyewaan buku serta menjadi teman dalam membaca buku. Riset pasar pun kembali diperkuat dengan pengumpulan data dari FGD, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Pada bulan ini juga dilakukan dengan *progress* penyusunan laporan Bab 2 dan Bab 3 sebagai syarat pengumpulan Ujian Tengah Semester. Setelah semua konsep bisnis mulai final, proses pengembangan bisnis dilanjutkan dengan proses desain dan eksekusi dalam hal *branding*, *marketing*, pengembangan terhadap *prototype* aplikasi, yang disertai dengan persiapan untuk *pitching* kepada juri dari pihak eksternal. Setelah pelaksanaan evaluasi 1, tahapan selanjutnya adalah pengerjaan laporan Bab 4 dan Bab 5 pada bulan Maret hingga April yang dilakukan seiring pengembangan *prototype*, konten *marketing*, dan keperluan desain lainnya. *Prototype* tersebut akan disebarluaskan pada hari pameran yang dilaksanakan pada bulan Mei. Tahapan terakhir yaitu pada bulan Mei yaitu pelaksanaan *pitching* kedua, yang dilanjutkan dengan sidang akhir MBKM pada bulan Juni.