

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Menurut Alberta (2009), Literasi merupakan sebuah kemampuan dalam membaca dan menulis, memperluas pengetahuan dan keterampilan, berpikir kritis dalam memecahkan masalah, serta kemampuan berkomunikasi secara efektif yang dapat mengembangkan potensi dan berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat. Literasi kerap kali disebut sebagai jendela dari pengetahuan, dengan membaca suatu hal manusia dapat lebih cepat mengerti dan meresapi inti dari ilmu tersebut. Kebiasaan dalam membaca merupakan sebuah hal penting dan fundamental yang harus ditingkatkan sejak dini sebagai peran dalam meningkatkan kualitas penyelenggaraan pendidikan (Aswat & Nurmaya G, 2019). Peningkatan ilmu pengetahuan dapat dilakukan dengan melalui banyak membaca buku-buku serta diikuti oleh latihan secara berkelanjutan dan terus-menerus (Subakti et al., 2021). Perkembangan minat literasi di Indonesia menunjukkan tren positif dalam beberapa tahun terakhir. Sebagai hasil dari survei Tingkat Gemar Membaca (TGM) yang dilakukan di Indonesia, literasi telah meningkat dari 66,70 pada tahun 2023 menjadi 72,44 pada tahun 2024. Dengan peningkatan ini, gerakan membaca bagi kalangan muda dapat tetap relevan.

Generasi muda memiliki preferensi dan kebiasaan membaca yang unik. Minat terhadap suatu genre bacaan berkaitan erat dengan kebiasaan membaca, mereka yang memiliki antusiasme tinggi terhadap jenis bacaan atau genre tertentu akan lebih termotivasi untuk menghabiskan waktu dalam memahami isi buku dibandingkan mereka yang kurang memiliki minat. Salah satu jenis bacaan yang dapat meningkatkan minat baca, khususnya di kalangan mahasiswa, adalah bacaan bergenre fiksi. Dengan alur cerita yang lebih ringan dan mudah diikuti oleh orang awam, genre ini mencakup berbagai tema seperti komedi, romansa, misteri, hingga horor, yang dapat menarik minat pembaca muda. Peningkatan ketertarikan terhadap

bacaan fiksi ini berkontribusi pada pertumbuhan budaya literasi di kalangan siswa (Ihsania, 2020). Oleh karena itu, fiksi dapat menjadi langkah utama dalam membangun kebiasaan membaca di era digital.

Minat membaca yang semakin meningkat seharusnya diimbangi dengan penyediaan sarana dan fasilitas yang memadai bagi para pembaca. Namun, kenyataannya masih terdapat berbagai kendala dalam mengakses sumber bacaan. Menurut Rieswansyah (2021), keterbatasan akses ke perpustakaan menjadi salah satu faktor utama yang menghambat masyarakat untuk mendapatkan bahan bacaan. Selain itu, harga buku yang tinggi membuatnya sulit dijangkau oleh banyak orang, sementara variasi buku yang tersedia sering kali tidak sesuai dengan minat, terutama di kalangan generasi muda (Efendi, 2023). Oleh sebab itu, muncul sebuah ketidakseimbangan antara minat membaca yang bertambah dan keterbatasan fasilitas yang tersedia dapat berdampak negatif pada industri perbukuan. Salah satu konsekuensi serius adalah meningkatnya angka pembajakan. Survei IKAPI tahun 2023 mengungkapkan bahwa 54,2% penerbit mengalami pembajakan buku mereka di platform daring. Jika kondisi ini terus berlanjut, industri perbukuan di Indonesia akan semakin terpuruk. Dampak dari situasi ini dapat terlihat dari penurunan jumlah ISBN yang terdaftar. Pada tahun 2021, tercatat sebanyak 159.328 ISBN, namun jumlah ini menurun drastis hingga 70.582 ISBN pada tahun 2024, menunjukkan penurunan sebesar 55,7%.

Melihat akar dari permasalahan tersebut, diperlukan solusi yang tidak hanya menyediakan akses terhadap buku, tetapi juga mampu menjawab isu keterjangkauan, variasi konten, dan komunitas. Dalam konteks ini, penulis dan tim menggagaskan sebuah aplikasi literasi berbasis digital yang dirancang sebagai *platform all in one app* untuk mendukung aktivitas membaca. Di mana, aplikasi ini hadir dengan sistem sewa dan beli buku *preloved*, serta layanan antar-jemput buku yang memungkinkan pengguna membaca tanpa harus hadir secara fisik ke perpustakaan atau toko buku serta berkontribusi dalam penyebaran buku legal di Indonesia guna mengatasi kasus pembajakan buku yang marak terjadi.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah sosial dan budaya yang ditemukan adalah sebagai berikut:

1. Secara sosial, minat baca generasi muda meningkat, namun tidak diimbangi dengan akses, keterjangkauan, dan variasi buku yang memadai.
2. Secara desain, belum ada solusi digital dengan UI/UX yang sesuai kebutuhan, kebiasaan, dan preferensi Gen Z dalam membaca.

Sehingga dari permasalahan tersebut, dapat dihasilkan rumusan masalah seperti berikut:

Bagaimana perancangan UI/UX untuk aplikasi “Book Wrm”?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Batasan topik merujuk pada cakupan dan ruang lingkup pembahasan dalam laporan perancangan. Tujuan utama dari batasan ini adalah untuk memastikan pembahasan tetap terarah, tidak melebar, serta tersusun secara sistematis. Dalam bagian ini, variabel-variabel yang menjadi objek perancangan akan dipersempit, termasuk aspek subjek atau audiens yang ditargetkan serta lokasi yang relevan dengan proyek perancangan.

1.3.1 Batasan Masalah Utama

A. Geografis

- Wilayah: Jabodetabek
- Kategori Kota: Kawasan pusat kota

B. Demografis

- Usia: 18 - 23 tahun

Target utama adalah Generasi Z yang telah berusia 18 tahun ke atas karena sudah memiliki KTP, yang diperlukan untuk proses pendaftaran dalam aplikasi. Rentang usia ini dipilih untuk menjaga kesamaan pola pikir, preferensi, serta referensi di antara pengguna.

- Jenis Kelamin: Perempuan (primer) dan laki-laki (sekunder)

- Tingkat Pendidikan: SMA/K dan S1
- Pekerjaan: Mahasiswa
- Pendapatan: Rp0 - Rp2.000.000

C. Psikografis

- Sikap / Attitude: *Fear of Missing Out* (FOMO), serba instan dan praktis, mudah merasa bosan, terikat dengan gadget
- Gaya Hidup: *digital native*, konsumtif namun selektif, individualis

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

Bisnis ini dibentuk dengan tujuan utama untuk menyediakan layanan B2B yang bekerja sama dengan perpustakaan di wilayah Jabodetabek, kemudian menyalurkan layanan tersebut kepada pelanggan dari kalangan Gen Z. Dengan cara ini, akses terhadap buku menjadi lebih luas, praktis, serta terjangkau. Harapannya, minat baca di kalangan Gen Z semakin meningkat dengan pendekatan “*make reading fun and accessible.*”

Adapula tujuan dari bisnis ini, yakni:

1. Membantu Book Wrm menghadapi tantangan dalam meningkatkan minat baca generasi muda Indonesia dengan menyediakan akses yang lebih fleksibel ke berbagai perpustakaan.
2. Memfasilitasi ketertarikan Gen Z terhadap buku dengan cara yang lebih menarik, sehingga dapat berkontribusi dalam meningkatkan tingkat literasi di Indonesia.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tujuan utamanya ialah Perancangan UI/UX untuk Aplikasi Book Wrm.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Manfaat dari pelaksanaan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Cluster Kewirausahaan mengenai perancangan strategi bisnis dan UI/UX dalam aplikasi “Book Wrm” adalah:

1. Bagi Penulis, penulis dapat menerapkan ilmu dan keterampilan yang didapatkan dari perkuliahan untuk merancang aplikasi Book Wrm. Bagi penulis, laporan perancangan usaha Book Wrm menjadi kesempatan untuk mengasah keterampilan menulis serta memperluas wawasan dan pengalaman dalam merintis sebuah startup, yang nantinya dapat diterapkan dalam bisnis pribadi lainnya.
2. Bagi Orang Lain, laporan berikut dapat berfungsi sebagai panduan komprehensif dalam memahami proses pembangunan bisnis Book Wrm dari berbagai perspektif, sehingga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa maupun kalangan umum yang tertarik pada dunia kewirausahaan.
3. Bagi Universitas, dapat menjadi arsip data bagi Universitas Multimedia Nusantara dalam pelaksanaan MBKM Kewirausahaan. Penyusunan laporan mengenai pengembangan startup Book Wrm turut berkontribusi dalam mendukung visi UMN untuk membentuk jiwa wirausaha di kalangan mahasiswa, sekaligus memperkuat reputasi institusi dalam bidang kewirausahaan dan teknologi informasi.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Program MBKM Wirausaha berlangsung selama satu semester, yaitu enam bulan, dengan total beban 18 SKS dan 640 jam kerja. Di bawah ini merupakan tabel deskripsi waktu dan prosedur dari MBKM Kewirausahaan yang telah dirancang oleh tim Book Wrm.

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 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Kewirausahaan

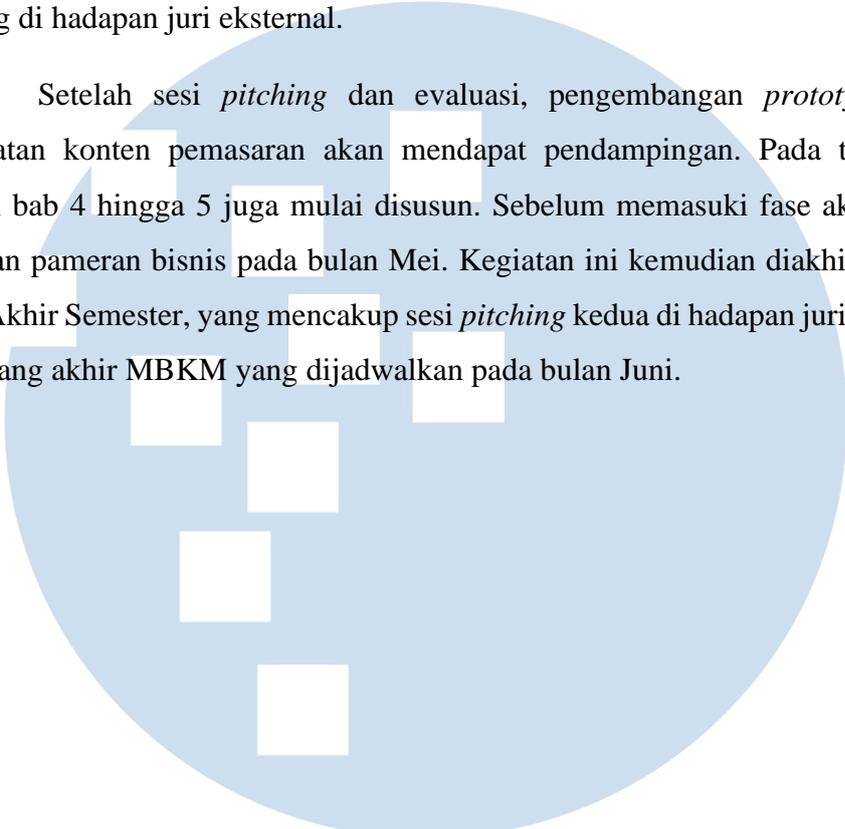
No.	Kegiatan	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Memperjelas ide bisnis	■	■				
2	Pivot dan validasi ide bisnis		■				
3	Membuat latar belakang bisnis dan Bab 1		■				
4	Mengumpulkan data di lapangan		■				
5	Mengerjakan bab 2		■	■			
6	Mengerjakan bab 3		■	■			
7	Membuat prototype		■	■	■		
8	Evaluasi 1			■	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

Kegiatan ini diawali pada bulan Januari dengan sosialisasi mengenai pelaksanaan MBKM. Pada bulan Februari, dilakukan eksplorasi ide bisnis, validasi konsep, serta pengumpulan data dan berbagai persiapan lainnya terkait layanan peminjaman buku dengan sistem antar ke rumah. Proses validasi ide dilakukan melalui survei langsung ke perpustakaan daerah dan nasional untuk memastikan kelayakan konsep bisnis.

Memasuki bulan Maret, ide bisnis yang telah divalidasi mulai dieksekusi dengan fokus pada branding, strategi pemasaran, serta pengembangan prototype aplikasi. Selain itu, pengumpulan data kualitatif dari target audiens dilakukan melalui Focus Group Discussion (FGD), wawancara, serta kuesioner. Pada bulan Februari, laporan bab 1 mulai dikerjakan, sedangkan bab 2 dan 3 disusun sepanjang

bulan Maret hingga sebelum Ujian Tengah Semester, yang ditandai dengan sesi *pitching* di hadapan juri eksternal.

Setelah sesi *pitching* dan evaluasi, pengembangan *prototype* serta pembuatan konten pemasaran akan mendapat pendampingan. Pada tahap ini, laporan bab 4 hingga 5 juga mulai disusun. Sebelum memasuki fase akhir, akan diadakan pameran bisnis pada bulan Mei. Kegiatan ini kemudian diakhiri dengan Ujian Akhir Semester, yang mencakup sesi *pitching* kedua di hadapan juri eksternal dan sidang akhir MBKM yang dijadwalkan pada bulan Juni.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA