

# BAB I

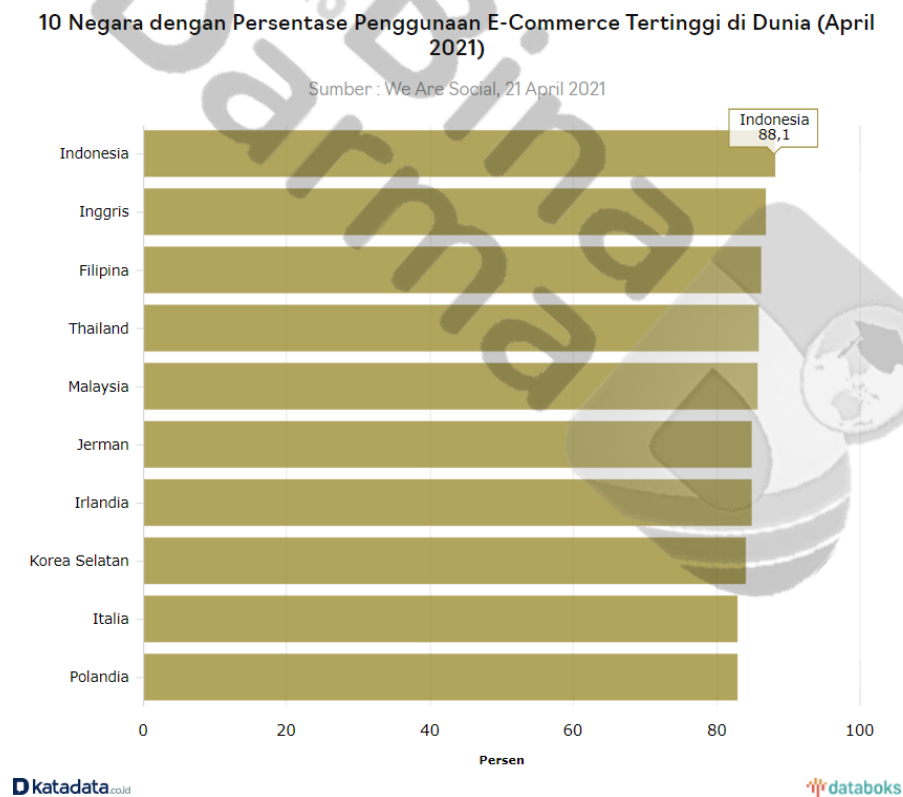
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Media sosial dapat menjadi tempat yang memfasilitasi keinginan pribadi untuk dikenal, bersosial dan menjadi tempat berbelanja di *e-commerce*, ada banyak jenis *e-commerce* namun pada penelitian ini hanya fokus pada *e-commerce* berbasis website yang memberikan keuntungan bagi pelaku usaha dalam menjalankan aktivitas usahanya, sosial media memenuhi keinginan pelaku usaha untuk memasarkan produknya dengan konsep yang menarik.

Menurut *Global Web Index*, penggunaan *E-Commerce* terbesar di Indonesia. Lembaga riset Inggris menerbitkan laporan peringkat 10 negara teratas dalam hal pertumbuhan penjualan online. Pada tahun 2018, tingkat pertumbuhan Indonesia adalah yang tertinggi di antara negara-negara ini, yaitu 78%. Salah satu faktor yang mendorong ekspansi sektor *E-Commerce* adalah kenyataan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat menjadi lebih dari 100 juta. Temuan survei *We Are Social* April 2021 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan *E-Commerce* Indonesia sebesar 88,1% tetap menjadi yang tertinggi di seluruh dunia. Dengan 86,9% populasi internetnya berpartisipasi dalam *E-Commerce*, Inggris menempati urutan kedua di seluruh dunia.

Persentase tertinggi ketiga pengguna internet yang terlibat dalam E-Commerce dapat ditemukan di Filipina, dengan 86,2%. *E-commerce* memiliki tingkat adopsi 78 persen di seluruh dunia. Mesir adalah salah satu negara dengan presentasi yang lebih buruk dari rata-rata. Sebanyak 54,3% responden di negara ini mengatakan mereka secara teratur terlibat dalam belanja online. menjadi yang terendah di dunia. Hal itu dapat dilihat pada gambar berikut.



**Gambar 1.1**  
**10 Negara dengan Persentase Penggunaan E-Commerce Tertinggi di Dunia**  
*Sumber: We Are Social 2021*

Berdasarkan Gambar 1.1 penduduk indonesia adalah penduduk yang sangat konsumtif dalam bertransaksi jual beli di platform *e-commerce* hal ini mencontohkan

dinamika persaingan bisnis dalam perkembangan teknologi informasi, yang telah dirasakan oleh sebagian besar orang karena telah berkembang dari sederhana ke modern dan cepat, memiliki efek pada perilaku informasi di semua domain, termasuk tetapi tidak terbatas pada pendidikan, kesehatan, hiburan, sumber informasi, tenaga kerja, dunia bisnis, dan komunikasi tanpa memandang lokasi atau waktu. Oleh karena itu, penyedia informasi harus memiliki akses ke media online di mana konten mereka dapat diakses dengan cepat dan murah oleh konsumen informasi. Internet dapat digunakan untuk tujuan ini. Perdagangan Elektronik mengacu pada transaksi komersial yang dilakukan melalui Internet (*E-Commerce*) “Staff Ahli Bidang IT PT. Prima Armada Raya, Arief RamaSyarif”.

Menurut data *Internetworldstats*, pengguna internet di Indonesia mencapai 212.354.070 pada Juni 2021, penetrasi 76,8%, per IWS. Dari data tersebut dapat diketahui jumlah pengguna internet yang setara dengan jumlah 50% penduduk Indonesia, pengguna internet meningkat dimasa pandemi seperti saat ini karna lebih banyak aktivitas dilakukan dengan bantuan internet. Dari banyak sumber diketahui bahwa pengguna internet terus bertambah setiap tahunnya, hal ini tentunya menjadi momen yang baik bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pembeli dari internet dan menarik pembeli untuk menjadi pelanggan tetap. Namun dibalik peluang yang begitu besar, sangat disayangkan sebagian usaha perorangan memiliki kendala yaitu minimnya pengetahuan tentang penggunaan teknologi informasi di kalangan masyarakat, karena tidak semua daerah dan tidak semua masyarakat memahami

penggunaan internet dan teknologi informasi kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang pemanfaatan internet menjadi kendala, hal seperti ini dianggap biasa oleh sebagian masyarakat khususnya yang sudah melewati usia muda hal ini perlu diperhatikan lebih lanjut karna sebagian pengrajin industri tidak dalam usia muda, sehingga tentunya sangat penting bagi penggiat industri untuk mengupgrade skil dalam menggunakan internet contohnya salah satu Industri Kecil Menengah (IKM) yang ada di Sumatera Selatan yaitu IKM Eco Print Sumsel.

IKM Eco Print Sumsel menggunakan cara lama dalam memasarkan produknya sedangkan Pemerintah Sumatera Selatan telah menyediakan platform pemasaran melalui website SIMFONIS sebagai platform *E-Commerce* khusus yang telah di sediakan Pemerintah Sumatera Selatan melalui Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan, yang mana dinas terkait memiliki satu bidang yang bernama bidang Unit Pelaksana Teknis Daerah Industri Pangan dan Tekstil (UPTD IPT), bidang ini memiliki salah satu fungsi yaitu membantu penerbitan izin IKM. Selain mengurus dan membantu perizinan bidang tersebut bertugas menaungi, membina, menjembatani dan membantu pemasaran produk IKM melalui website SIMFONIS yang berfungsi sebagai media pendataan IKM dan pemasaran produk berbentuk E-Commerce, namun banyak IKM yang masih belum optimal dalam menggunakan website SIMFONIS bisa di lihat pada jumlah update data anggota IKM Sumsel 17 kabupaten kota berjumlah 12.183 dengan rincian jumlah masing- masing keanggotaan kabupaten sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah IKM yang teregistrasi Pada Website Simfonis**

No	Nama	Jumlah
1.	Palembang	2125
2.	Prabumulih	598
3.	Muara Enim	1775
4.	Ogan Komering Ulu (OKU)	20
5.	OKU Timur (OKUT)	13
6.	OKU Selatan (OKUS)	1557
7.	Musi Rawas	67
8.	Lubuk Linggau	619
9.	Musi Rawas Utara	11
10.	PALI	1007
11.	Empat Lawang	18
12.	Pagar Alam	910
13.	Lahat	357
14.	Ogan Ilir (OI)	49
15.	OKI	37
16.	Banyuasin	228
17.	Musi Banyuasin	2792
<b>Total Data Anggota</b>		12.183

*Sumber: Website Simfonis 2023*

Fenomena umum yang terjadi saat ini adalah kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media sosial atau media digital sebagai sarana untuk

memperluas pemasaran produknya, kemudian mengapa IKM Provinsi Sumsel harus menggunakan atau memasarkan produknya pada Website Simfonis, karena Website Simfonis adalah Website resmi Pemerintah Provinsi Sumsel, dikhususkan untuk mendata, membina, mengelola hasil IKM dan memasarkan produk IKM, apakah tidak boleh menggunakan E-Commerce lain seperti Shopee dan platform lainnya? Tentu saja boleh namun pada penelitian ini fokus peneliti hanya pada pemanfaatan Website Simfonis, karena hanya dengan mengunjungi Website Simfonis pengunjung situs dapat menemukan olahan kerajinan tangan khas Provinsi Sumsel, sehingga sangat disayangkan apabila data anggota IKM sebanyak 12.183 belum mampu memasarkan produk IKM pada website Simfonis secara maksimal.

Pengelola website bidang UPTD IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel Menyampaikan pihaknya telah mengelompokkan kedalam 9 komunitas, sesuai dengan spesifikasi bidang industri diantaranya (Pangan, Sandang, Kulit, bahan bangunan, kerajinan umum, logam, jasa dan Kimia) agar lebih mudah dalam penyampaian sosialisasi dan edukasi tentang penggunaan website. dari sembilan komunitas ini terdiri banyak IKM contohnya IKM sandang yang memproduksi seputar kerajinan sandang salah satunya ada IKM Eco Print.

IKM Eco Print Palembang bernama Patera Eco Print Palembang karena Provinsi Sumsel juga memiliki beberapa daerah yang menghasilkan karya warna alam, IKM Eco Print membuat, menghasilkan dan menjual berbagai produk kerajinan khas Sumatera Selatan seperti tas, dompet, sepatu, baju, kain, perhiasan dan produk lainnya,

yang semua produk tersebut dibuat dari hasil susunan daun- daun dan bunga sehingga hasilnya sering disebut kerajinan khas warna alam, karena berbahan dasar warna alam maka produk Patera Eco Print menghasilkan warna yang khas dan identic sehingga tidak akan mungkin sama dengan hasil lainnya. Penelitian Nurcahyanti & Septiana (2018) menemukan Bahkan, salah satu label Indonesia yang paling populer beralih menggunakan metode *ecoprint* ketika desainer Ria Miranda, yang sebelumnya terkenal sebagai perancang busana Muslim yang berspesialisasi dalam teknik cetak digital, melakukan pergeseran. Plagiarisme adalah masalah utama dalam masyarakat saat ini, dan metode ini digunakan untuk menangkalnya.

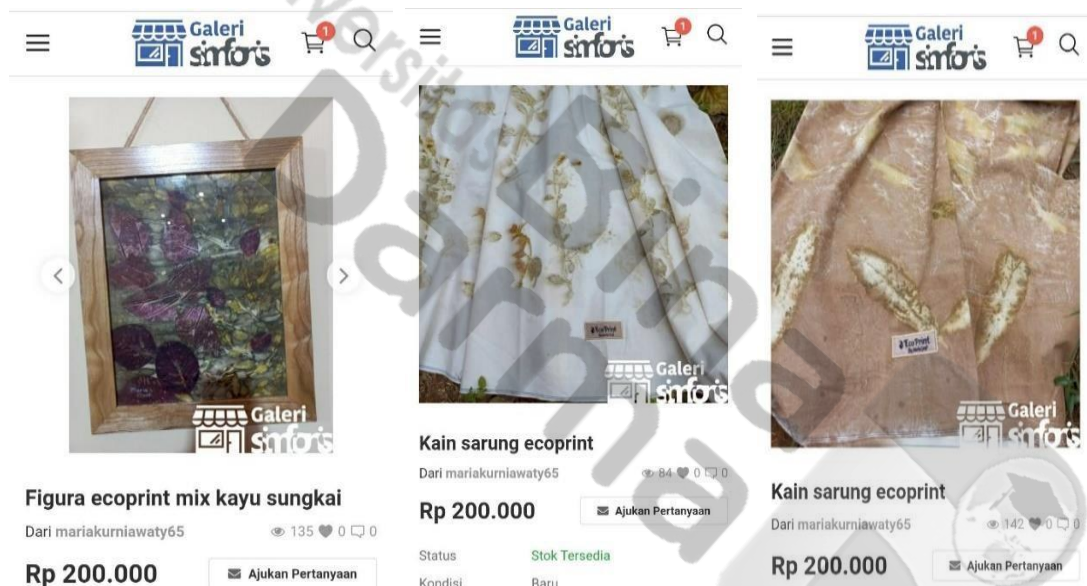
Penelitian Saptutyingsih & Kamiel (2019) menyatakan Karena setiap bahan alami dengan pigmen warna dapat digunakan untuk memproduksi dan meningkatkan teknologi *eco print*, produk jadi dapat membanggakan kekhasan dan individualitasnya sendiri, meningkatkan nilai jual kembali. Beberapa penelitian tambahan telah menunjukkan bahwa barang-barang yang dibuat menggunakan proses *eco print* memiliki nilai jual yang kuat karena khas, eksklusif, ramah lingkungan, dan bermanfaat bagi masyarakat setempat. Produk yang bagus dan unik, seharusnya mampu menjangkau target pasar yang lebih luas untuk meningkatkan volume penjualan. Namun kelemahan dalam menggunakan teknologi menjadi hambatan dalam perluasan pemasaran sehingga pemasaran belum sesuai dengan tujuan dari UPTD IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumsel yang menginginkan IKM Eco Print maksimal dalam menggunakan website E-Commerce yang telah di sediakan,

kelemahan ini menjadi kendala tersendiri bagi IKM khususnya IKM Eco Print yang seharusnya bisa memanfaatkan peluang, Pengelola Website SIMFONIS menyampaikan masih sangat sedikit IKM yang dapat menggunakan website SIMFONIS sebagai media pemasaran produk IKM.

IKM secara garis besar memiliki banyak kendala dalam memasarkan produk, khususnya permasalahan yang dihadapi oleh salah satu pelaku usaha yang terdaftar sebagai IKM Eco Print kendala terbesarnya adalah bagaimana cara memasarkan produk agar dikenal banyak orang. Dikarenakan kemampuan dalam memasarkan berbasis *digital marketing* masih sangat kurang. Sejak terbentuknya IKM Eco Print pemasaran produk dilakukan hanya dengan menitipkan produk di etalase Dekranasda, jenis pemasaran ini masih belum membuahkan hasil yang optimal selain itu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan metode pemasaran WOM (*Word Of Mouth*) dan dibebberapa agenda melakukan pemasaran dengan mengikuti pameran hasil kerajinan atau menitipkan produk di etalase Kriya Sriwijaya dimana proses distribusi produk menjadi sangat lambat hal ini merupakan efek dari kurangnya penggunaan pemasaran berbasis *digital marketing*, serta kurangnya pembiayaan dan lamanya pengajuan KUR (Kredit Usaha Rakyat) kepada pihak bank. Oleh karenanya, perlu ada upaya lain agar proses pemasaran lebih baik lagi sehingga volume penjualan produk IKM dapat meningkat. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan website simfonis sebagai Platform dalam memasarkan produk IKM Eco Print.



IKM Patera Eco Print selama ini hanya menggunakan Website Simfonis sebagai media Informasi untuk produk yang dihasilkan, hal ini disampaikan langsung oleh Pemilik IKM Patera Eco Print, berikut produk yang di tampilkan pada website Simfonis.



**Gambar 1.2 Produk IKM Eco Print Pada Website Simfonis**  
*Sumber: Website Simfonis 2022*

Dari gambar 1.2 dapat dilihat gambar produk IKM Eco Print di Website Simfonis yang hanya menampilkan informasi berupa nama, kondisi dan harga produknya saja. Sedangkan website tersebut seharusnya dapat dioptimalkan sebagai media pemasaran produk dengan metode penjualan *e-commerce* berbasis website yang memungkinkan terjadinya transaksi pada website tersebut. sehingga jika itu dilakukan, diharapkan semakin banyak orang yang berminat untuk membeli produk IKM Eco Print. Dari penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul

## **“Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Eco Print”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi Masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan jumlah IKM yang terdaftar pada IKM Kementerian Perindustrian terdapat 67.882 IKM yang ada di Provinsi Sumsel dan hanya 12.183 yang memanfaatkan Website Simfonis, salah satunya IKM Eco Print.
2. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Komunitas Eco Print Palembang menyampaikan, “produk IKM Eco Print sejak tahun 2019-2022 hanya mampu menjual kira-kira 1.233 produk baik online maupun offline, sangat jauh dibanding dengan salah satu IKM dengan Brand Deden Fashion Palembang yang mampu menjual jumptan per tahun 2022 sebanyak 13.000 Produk, hal ini menggambarkan produk IKM Eco Print belum mampu bersaing dengan produk lain padahal kualitas produk IKM Eco Print memiliki keunikan tersendiri”.
3. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala bidang UPTD IPT selaku pengelola website simfonis menyampaikan “Belum maksimalnya pemanfaatan Website Simfonis yang disediakan oleh Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan sebagai wadah untuk memasarkan produk IKM Eco Print karena dalam kurun waktu 1 tahun IKM eco Print baru menampilkan sampel produk belum menggunakan website sebagai media transaksi jual beli”.

4. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Komunitas Petera penghasil kerajinan Eco Print mengatakan “Distribusi produk IKM Eco Print sangat lambat karena pemasaran produk masih dilakukan dengan cara tradisional.

### **1.3 Batasan Masalah**

1. Dengan segala keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan, peneliti membatasi ruang lingkup Subjek Penelitian ini adalah IKM Eco Print yang dibina oleh bidang UPTD IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan.
2. Sedangkan Objek Penelitian dibatasi pada masalah yang berkaitan dengan Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce yang di kelola oleh UPTD IPT Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan dalam Meningkatkan Pemasaran Produk IKM Eco Print.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:  
“Bagaimana Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Mendukung Pemasaran Produk IKM Eco Print.”

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk:

“Menganalisis Pemanfaatan Website Simfonis sebagai Platform E-Commerce dalam Meningkatkan Pemasaran Produk IKM Eco Print”.

## 1.6 Manfaat Penelitian

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

Melalui Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan yang bermanfaat mengenai:

1. Teori-teori yang berkenaan dengan *e-commerce*, *digital marketing* dan teori- teori lain yang berkaitan dengan pengetahuan dibidang pemasaran.
2. Melakukan telaah atas penelitian terdahulu yang telah melakukan kajian atas teori-teori *digital marketing*
3. Teori-teori yang berkenaan dengan pemanfaatan website *e-commerce* dalam meningkatkan pemasaran suatu IKM.
4. Perkembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran.
5. Hasil Penelitian dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam studi mengenai *digital marketing*.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dengan dilakukannya penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Sebagai solusi dan saran bagi IKM Eco Print dalam memanfaatkan Website Simfonis untuk meningkatkan pemasaran produknya sehingga produk IKM Eco Print lebih dikenal dan diminati banyak konsumen.
2. IKM Eco Print dapat Bersaing dengan pelaku usaha lainnya dengan memanfaatkan teknologi digital.

3. Sebagai sarana evaluasi bagi IKM Eco Print terkait strategi pemasaran yang selama ini mereka jalankan.
4. Agar Website Simfonis yang dikelola oleh Dinas Perindustrian Provinsi Sumatera Selatan lebih dikenal oleh masyarakat, sehingga masyarakat Sumatera Selatan tertarik untuk membeli Produk lokal dari Sumatera Selatan yang dijual di website.

