

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri umumnya didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengubah bahan mentah, produk setengah jadi, dan produk jadi menjadi barang yang berharga untuk tujuan tertentu, termasuk rancang bangun dan rekayasa industri. Dengan mempertimbangkan definisi ini, industri dapat didefinisikan secara luas dan mencakup semua aktivitas manusia dalam bidang ekonomi yang bersifat komersial dan produktif. Secara umum, industri adalah sektor ekonomi yang menghasilkan teknologi dan tenaga kerja untuk menghasilkan produk demi keuntungan. Produk industri tidak hanya terdiri dari barang dan jasa. Industri adalah suatu bidang atau kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan pengolahan bahan mentah di pabrik, produksi barang jadi, penggunaan alat-alat di lapangan, dan distribusi.

Menurut Hinsa Sahaan (Pasha, 2020), industri adalah suatu usaha atau kegiatan yang mengubah bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai. Dengan kata lain, industri adalah bagian dari proses mengubah bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai yang lebih tinggi.

Menurut I Made Sandi (2002) yang dikutip dari (Salsabilla Saifana Veriyanto & Muhammad Yasin, 2023), industri adalah kegiatan ekonomi yang mengubah bahan mentah atau bahan baku menjadi barang jadi dengan penggarapan dalam jumlah besar sehingga dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan kualitas terbaik, dari kedua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah atau bahan baku menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan.

Kerajinan kulit adalah kerajinan yang menggunakan kulit sebagai bahan baku. Beberapa kulit hewan yang kerap digunakan sebagai material dasar pembuatan kerajinan ini seperti kulit ular, sapi, biawak, buaya, kambing, dan lain sebagainya. Kulit yang digunakan dapat berupa kulit mentah, kulit yang telah disamak, atau kulit sintetis. Barang kulit itu seperti dompet, tas, sepatu, dan lainnya dibuat dengan tangan. Kerajinan kulit memiliki nilai seni tinggi karena memerlukan keahlian khusus dan ketelitian dalam setiap langkah prosesnya. Seniman atau perajin kulit harus dapat mengolah bahan kulit menjadi produk yang memiliki nilai estetika tinggi.

Kabupaten Garut berada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Tarogong Kidul sebagai ibu kota Kabupaten Garut, dan wilayahnya terdiri dari 42 kecamatan, 21 kelurahan, dan 421 desa. Kabupaten Garut juga merupakan bagian dari Kota Bandung dan seluruh Bandung Raya. Garut sendiri terkenal akan tradisi dan budaya yang khas, seperti Badeng, Lais, Bngklung, Surak Ibra, Raja Dogar, dan Pencak Silat. Selain itu Kabupaten Garut juga memiliki beberapa potensi baik dalam sumber daya alam, atau pariwisata (Setyaningrum, 2022).

Kabupaten Garut terkenal sebagai penghasil produk kulit kenamaan. Produk seperti tas dan jaket yang dijual di Sukaregang menarik wisatawan yang mencari buah tangan dari daerah Garut. Selain dodol Garut yang terkenal, kerajinan kulit Garut diakui memiliki kualitas nomor tiga tertinggi di dunia. Mulai tahun 70-an, daerah Sukaregang hanya dihuni oleh beberapa perajin kulit. Namun, masyarakat memilih produk yang dibuat oleh perajin ini karena kualitas dan harganya yang terjangkau. Berbagai produk olahan kulit terdapat di tempat ini. Anda juga dapat memesan sesuai model yang anda sukai dari tempat ini.

Meskipun kualitas kulit Garut ini sudah mendunia, dan juga sudah berada di beberapa panggung internasional, tetapi industri kulit di Garut ini mengalami hambatan dalam pengembangan potensinya atau dapat disebut stagnan. Dikutip dari halaman Detik Travel (Masaul Khoiri, 2022), menurut Meta, kendala yang menyebabkan stagnan yaitu karena banyak perajin bekerja secara mandiri dan ada kendala terkait modal. Meta mengatakan bahwa alat yang memadai diperlukan untuk hasil yang baik. Untuk memastikan bahwa kulit yang diolah berkualitas tinggi dan siap digunakan untuk pembuatan tas. Dapat dilihat dari perajin kulit yang otodidak bahwa disamping kualitas kulit yang sanggup bersaing, tetapi kualitas jahitan yang kalah jauh dan juga nama brand yang kurang dikenal orang.

Dikutip dari halaman Berita Satu (Hardum, 2015), mantan Pada 2015, Menteri Koperasi dan UKM Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga menyatakan bahwa sektor kerajinan kulit di kabupaten Garut telah mencapai kemajuan yang signifikan. Selain itu, dia menyatakan bahwa hal yang perlu dipertimbangkan adalah cara terbaik untuk memasarkan produk kulit asal Garut ini. Selain pemasaran, Puspayoga menyatakan bahwa dia akan bekerja sama dengan Menteri Perindustrian untuk membantu perajin kulit dalam hal pelatihan, yang akan meningkatkan kualitas karyawan dan meningkatkan kapasitas produksi.

Pesatnya perkembangan dunia teknologi dan informasi pada beberapa tahun terakhir membuat sebagian besar kalangan masyarakat menggunakan internet sebagai alat komunikasi dengan satu orang atau lebih yang merubah komunikasi secara konvensional menjadi serba digital. Terlebih lagi setelah internet mudah diakses melalui telepon cerdas (*smartphone*). Menurut Dave Chaffey dan PR Smith (2017) yang dikutip dari (Muhar, 2024), digital marketing adalah penerapan teknologi digital dan media digital untuk menciptakan, mempromosikan, dan mendistribusikan produk serta layanan yang memberikan nilai tambah. Salah satunya media terjadinya kegiatan ekonomi digital yaitu *E-commerce*. Pengertian *E-commerce* menurut Loudon (1998) yang dikutip dari (Binus, 2020), Dalam *E-commerce*, pembeli dan penjual membeli dan menjual berbagai jenis produk dari perusahaan ke perusahaan lain. Mereka melakukan ini dengan menggunakan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis. Karena itu perancangan prototipe media *E-commerce* ini menjadi penting untuk meningkatkan transaksi antara pembeli dan penjual di Sentra Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah mengenai Kerajinan Kulit Sukaregang, maka identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

- Pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha kerajinan kulit di Garut masih sangat belum efektif, sehingga peluang pemasaran produk secara online belum maksimal.
- Kurangnya promosi terkait kerajinan kulit Sukaregang sebagai pilihan wisata yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi atau membeli kerajinan kulit Sukaregang..
- Masih rendahnya kemampuan perajin kulit ataupun pegawai toko fisik dalam memasarkan/mempromosikan produknya secara digital (*online*).

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu “Bagaimana cara merancang *website* untuk memudahkan calon konsumen serta pengelola toko mengakses informasi dan meningkatkan transaksi penjualan kerajinan kulit Garut?”.

1.3 Ruang Lingkup

Untuk penelitian ini berfokus pada mempermudah calon konsumen dalam memilih dan melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan dimana biasanya barang atau jasa tersebut hanya diperjual belikan secara konvensional. Data diambil melalui metode observasi dan wawancara di Kawasan Sentra Kulit Sukaregang Kabupaten Garut.

1. Apa (*what*)

Apa yang harus diperhatikan dalam perancangan prototipe *website e-commerce* demi mempermudah akses informasi bagi penjual maupun calon pembeli

2. Dimana (*where*)

Dimana daerah tinggalnya target konsumen pada perancangan prototipe *website e-commerce* untuk penjual kerajinan kulit di sentra kulit sukaregang ini yaitu daerah Jawa Barat, atau lebih spesifiknya di Kabupaten Garut.

3. Kapan (*when*)

Kapan biasanya calon konsumen ataupun penjual menggunakan atau memanfaatkan prototipe *website e-commerce* Sentra Kulit Sukaregang tersebut.

4. Siapa (*who*)

Mengenal siapa target pasar serta mengetahui seperti apa karakteristik calon konsumen yang akan dijadikan sebagai referensi pada perancangan prototipe *website e-commerce* Sentra Kulit Sukaregang ini.

5. Kenapa (*why*)

Kenapa prototipe *website e-commerce* ini dibutuhkan sebagai salah satu media untuk menghubungkan antara penjual dengan calon pembeli kerajinan kulit di Sentra Kulit Sukaregang dari Kabupaten Garut.

6. Bagaimana (*how*)

Bagaimana merancang prototipe *website e-commerce* untuk penjual kerajinan kulit di Sentra Kulit Sukaregang dari Kabupaten Garut ini agar memudahkan pengguna baik calon pembeli maupun penjual dalam mengakses informasi ataupun bertransaksi menggunakannya.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan penelitian yaitu merancang *website* yang memudahkan calon konsumen serta pengelola toko dalam mengakses informasi dan meningkatkan transaksi penjualan kerajinan kulit Garut.

1.5 Cara Pengumpulan Data

Data yang diambil berupa observasi dan juga wawancara kepada penjual di Sentra Kulit Sukaregang.

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

- a. **Observasi**, berasal dari kata “memperhatikan”, dan memiliki arti yaitu aktivitas mengamati secara langsung suatu objek dengan tujuan mendapatkan sejumlah data dan informasi tentang objek tersebut.
- b. **Wawancara** adalah percakapan dua orang atau lebih yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi. Tujuan dari wawancara sendiri adaah untuk mendapatkan informasi tentang subjek penelitian melalui pertanyaan yang diajukan kepada narasumber, baik secara langsung, melalu telepon, atau melalui video.
- c. **Studi Pustaka** menurut Sugiyono (2018) adalah penelitian teoritis, referensi, dan literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan norma yang berkembang dalam lingkungan sosial yang diteliti. Studi pustaka juga mencakup pengumpulan informasi yang relevan dengan topik atau masalah penelitian.

1.5.2 Metode Analisis Data

Design Thinking. Menurut William Visser (2006), *Design Thinking* adalah suatu proses kreatif yang digunakan oleh desainer dalam proses mendesain. Dalam bahasa Inggris, “*design thinking*” berarti berpikir seperti desainer. Istilah ‘*designer*’ berasal dari kata dasar ‘*design*’, yang berarti kerangka, bentuk, atau rancangan. Seseorang yang merancang memiliki makna tertentu. *Design Thinking* merupakan suatu proses berulang dimana kita lebih mengutamakan pengguna (*people-centered*), menantang asumsi, dan mendefinisikan kembali masalah sebagai upaya mengidentifikasi strategi alternatif yang terlewat pada prosesnya oleh kita. Design thinking menyediakan pendekatan berbasis solusi untuk menyelesaikan masalah. Tahapan Design Thinking itu meliputi *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*.

1.6 Kerangka Penelitian

Fenomena Obyek Penelitian

Kerajinan Kulit Garut yang dikatakan kualitasnya mendunia tetapi pada kenyataannya perkembangan dari Kerajinan Kulit tersebut stagnan. Penggunaan media digital yang kurang baik oleh para perajin yang masih mengandalkan penjualan secara konvensional sehingga penyebaran penjualannya tidak begitu luas yang mungkin dapat dibantu dengan membuat suatu media yang dapat membantu calon konsumen untuk menyadari akan keberadaan kerajinan kulit dengan kualitas mendunia tersebut.



Latar Belakang

Industri mencakup aktivitas ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi barang bernilai tinggi, termasuk barang dan jasa. Kerajinan kulit, menggunakan bahan seperti kulit ular, sapi, dan kambing, menghasilkan produk seperti tas, sepatu, dan dompet, yang membutuhkan keahlian dan ketelitian tinggi. Mantan Menteri Koperasi dan UKM, Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga, menekankan pentingnya perluasan jaringan pemasaran dan peningkatan kualitas SDM. Digital marketing dan *e-commerce* menjadi kunci untuk meningkatkan transaksi ekonomi digital, khususnya bagi Sentra Kulit Sukaregang di Garut.



Identifikasi Masalah

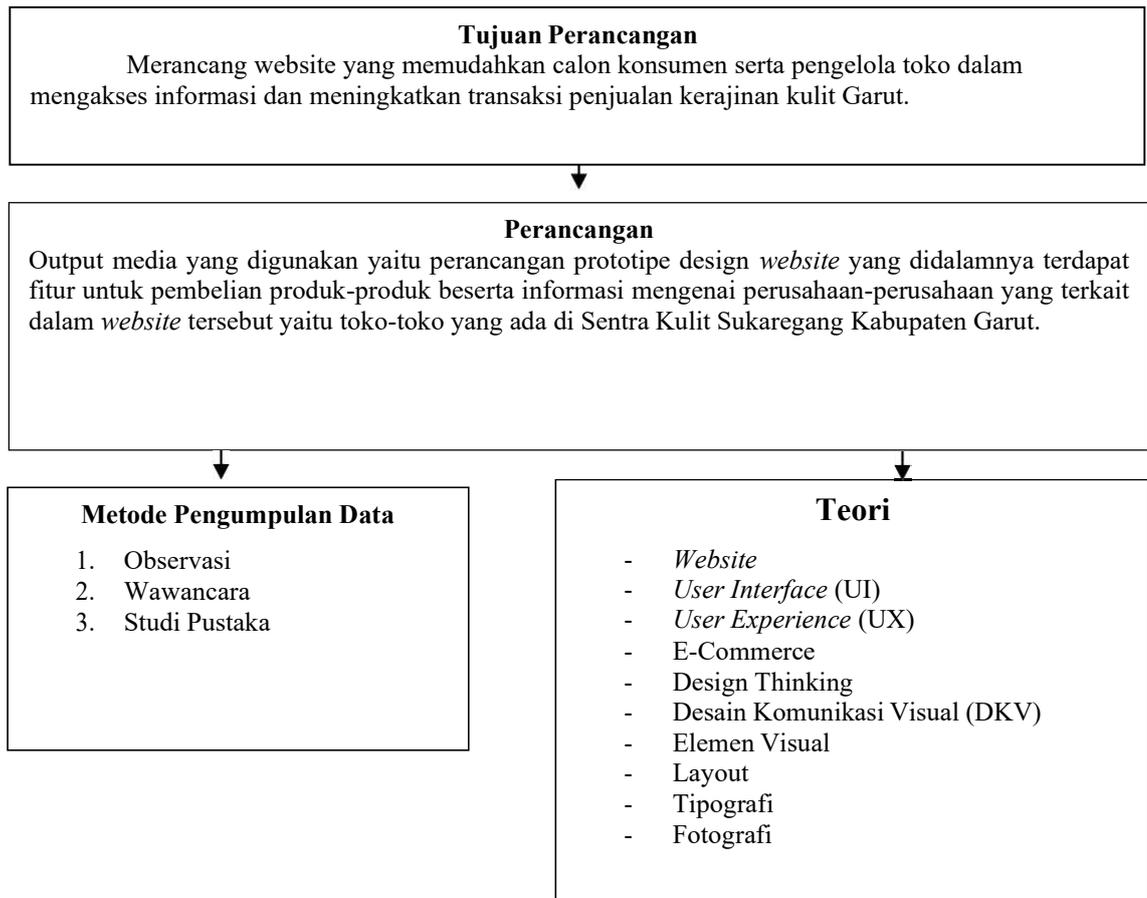
- Pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha kerajinan kulit di Garut masih sangat belum efektif, sehingga peluang pemasaran produk secara online belum maksimal.
- Kurangnya promosi terkait kerajinan kulit Sukaregang sebagai pilihan wisata yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk mengunjungi atau membeli kerajinan kulit Sukaregang..
- Masih rendahnya kemampuan perajin kulit ataupun pegawai toko fisik dalam memasarkan/mempromosikan produknya secara digital (*online*).



Fokus Masalah

Bagaimana cara merancang website untuk memudahkan calon konsumen serta pengelola toko mengakses informasi dan meningkatkan transaksi penjualan kerajinan kulit Garut?





Tabel 1. 1 Kerangka Penelitian
Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.7 Pembabakan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang, masalah, rumusan masalah, tujuan, dan kerangka penelitian. Ini mencakup pembabakan untuk tugas akhir yang berjudul “Perancangan Prototipe *Website E-Commerce* untuk Penjual Kerajinan Kulit di Sentra Kulit Sukaregang dari Kabupaten Garut”.

Bab II Dasar Pemikiran

Bab dua menjelaskan tentang teori atau dasar pemikiran apa yang dipakai sebagai pijakan untuk dipakai menganalisis data-data yang didapat dari hasil observasi dan wawancara tersebut.

Bab III Hasil Pengumpulan Data

Untuk kemudian dianalisis dan disimpulkan menjadi dasar konsep yang akan dibuat dalam perancangan, bab tiga menguraikan data yang diperoleh dari observasi dan wawancara dengan para penjual dan calon konsumen di Sentra Kulit Sukaregang.

Bab IV Analisis Data dan Perancangan

Bab empat berisikan hasil pengumpulan data yang di analisis untuk kemudian hasilnya di olah untuk dipakai pada perancangan yang akan dilakukan, kemudian berisi uraian mengenai perancangan media yang akan dipakai untuk menjadi solusi dari masalah yang didapat.

Bab V Penutup

Bab lima menjelaskan kesimpulan dari seluruh bahasan sebelumnya dan menjadi patokan apakah solusi yang dipakai itu menjawab masalah yang didapat dari rumusan masalah, kemudian saran yang dapat diberikan dari penelitian yang telah dilakukan.