

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Lasem, salah satu kecamatan di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah merupakan sentra perajin Batik tulis yang cukup terkenal dengan motif Batik akulturasi budaya Jawa dan Tiongkok, seperti Latohan, Sekar Jagad Tiga Negeri, dan yang paling populer saat ini adalah Gunung Ringgit[1]. Kondisi pandemi Covid-19 sangat berpengaruh terhadap ekonomi dunia, terutama sektor pariwisata. Batik Lasem merupakan salah satu yang mengalami penurunan pelanggan secara signifikan karena tidak ada wisatawan yang datang akibat pembatasan aktivitas saat pandemi[2]. Sebelum pandemi, penjualan Batik Lasem juga sudah mengalami penurunan akibat jalur bebas hambatan (jalan tol) yang membuat para pengendara kendaraan tidak lagi melewati daerah Lasem[3]. Walaupun pembatasan aktivitas akibat pandemi kini telah jauh berkurang, Batik Lasem membutuhkan inovasi dalam pemasaran agar tidak hanya menggunakan cara-cara pemasaran yang konvensional saja.

Berdasarkan penelitian APJII pada kuartal pertama tahun 2022, tingkat penetrasi internet di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 3.32% dari tahun 2020 [4]. Sebanyak 77.02% masyarakat Indonesia sudah terkoneksi dengan internet dan belanja *online* menjadi urutan ke-3 hal yang paling sering dilakukan saat menjelajah internet. Perusahaan, organisasi, hingga individual saat ini memanfaatkan media informasi dan komunikasi digital untuk membantu menjangkau lebih banyak target pasar produk/layanan yang ditawarkan[5]. Sejak pandemi Covid-19, terjadi peningkatan aktivitas daring oleh perusahaan/UMKM Indonesia, mayoritas responden UMKM mengaku yang semula tidak memiliki toko *online*, kini sudah mulai berjualan secara *online* dan *offline*[4]. Walaupun sudah terdapat hasil positif dari peralihan toko *offline* menjadi *online*, tetapi persaingan juga semakin ketat dan setiap penjual di *e-marketplace* perlu menerapkan cara pemasaran yang unik untuk memenangkan persaingan di antara produk-produk sejenis.

Ada banyak cara pemasaran yang dapat digunakan untuk meyakinkan calon pembeli untuk melakukan transaksi, salah satu yang masih tergolong baru dan belum populer di Indonesia adalah menggunakan teknologi metaverse untuk pemasaran.

Yu (2022) mengklasifikasikan metaverse menjadi 4, *augmented reality*, *lifelogging*, *Virtual Reality*, dan *mirror worlds*[6]. Sebagian orang mengartikan metaverse sebagai kumpulan dari dunia 3 dimensi (3D) virtual yang dihubungkan melalui internet dan dijalankan dengan berbagai teknologi imersif seperti *augmented reality* (AR), *Virtual Reality* (VR), dan *mixed reality* (MR) atau *extended reality* (XR)[7]. Salah satu teknologi yang bisa digunakan adalah Mozilla Hubs, sebuah VR (*Virtual Reality*) *chatroom*/ruang virtual *open-source* yang dikembangkan oleh Mozilla[8].

Strategi-strategi pemasaran melalui metaverse sudah mulai dilakukan para pengusaha, walaupun masih belum ditemukan metode pemasaran yang tepat dan disenangi oleh calon pelanggan. Pengusaha yang memanfaatkan metaverse sebagai tempat *networking* dan menampilkan produk atau jasa yang ditawarkan[9]. Walaupun metaverse dinilai sebagai hal terbesar di dunia bisnis modern setelah kemunculan internet, keberhasilan dan popularitas metaverse sangat bergantung pada tingkat penerimaan masyarakat. Tantangan di dunia metaverse saat ini adalah bagaimana cara membuat dunia virtual yang merepresentasikan dunia nyata, di mana pengguna dapat berinteraksi, kerja, dan bersenang-senang[9].

Penelitian ini akan membahas bagaimana implementasi model metaverse yang akan dihubungkan dengan *e-commerce* Batik Lasem menggunakan platform Mozilla Hubs.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model metaverse yang sesuai untuk promosi dan penjualan Batik Lasem?

2. Bagaimana implementasi model metaverse yang sesuai untuk promosi dan penjualan Batik Lasem?
3. Bagaimana menghubungkan metaverse dengan *e-marketplace/e-commerce*?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Mendapatkan model metaverse yang sesuai untuk promosi dan penjualan Batik Lasem
2. Menemukan cara implementasi model metaverse yang sesuai untuk promosi dan penjualan Batik Lasem
3. Dapat menghubungkan metaverse dengan *e-marketplace/e-commerce*

