

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan tradisi, dengan lebih dari seribu suku bangsa yang tersebar dari Sabang hingga Merauke. Kekayaan budaya tersebut tidak hanya tercermin dalam seni pertunjukan atau adat istiadat, tetapi juga dalam hasil kerajinan tradisional yang diwariskan secara turun-temurun (Tejawati et al., 2022). Salah satu kerajinan tradisional yang masih eksis dan menjadi kebanggaan daerah adalah kain tapis dari Provinsi Lampung. Kain tapis merupakan kain tenun tradisional yang dihiasi dengan benang emas atau perak, dan memiliki nilai filosofis yang tinggi serta menjadi simbol status sosial masyarakat Lampung. Selain digunakan dalam upacara adat, kain tapis kini telah mengalami transformasi fungsi menjadi produk fesyen modern seperti pakaian, tas, dompet, hingga aksesoris lainnya (Isbandiyah & Supriyanto, 2019).

Transformasi ini didorong oleh pergeseran gaya hidup konsumen modern yang menuntut produk budaya tampil lebih fungsional dan estetis. Sejalan dengan itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi kain tapis memiliki peran strategis dalam menjaga kelestarian budaya sekaligus meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Namun, pelaku UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, seperti terbatasnya akses pasar, kurangnya pemahaman manajemen usaha, keterbatasan modal, dan rendahnya adaptasi terhadap teknologi digital. Menurut data penelitian, sebagian besar UMKM di Indonesia belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal, yang menyebabkan produk tradisional kurang dikenal oleh generasi muda dan pasar global (Juwita & Handayani, 2022).

Selain itu, terdapat permasalahan lain yang cukup krusial, yakni sifat kain tapis yang rentan terhadap kerusakan apabila sering disentuh secara langsung. Benang emas atau perak yang menghiasi kain tapis dapat mengalami perubahan warna, kusut, atau bahkan rusak apabila terkena gesekan berulang kali. Kondisi ini tidak hanya menurunkan kualitas estetika kain, tetapi juga berdampak pada

penurunan nilai jualnya di pasaran. Hal ini menjadi kendala tersendiri dalam upaya promosi, karena calon pembeli biasanya ingin melihat dan meraba produk secara langsung sebelum memutuskan untuk membeli.

Pada konteks globalisasi dan revolusi industri, pemanfaatan teknologi seperti Augmented Reality menjadi salah satu pendekatan inovatif yang mulai digunakan untuk mempromosikan produk budaya lokal. Augmented Reality memiliki potensi besar dalam meningkatkan keterlibatan konsumen dengan menyajikan informasi produk secara visual, interaktif, dan edukatif. Studi oleh Watson et al. (2020) menunjukkan bahwa Augmented Reality dapat meningkatkan persepsi nilai dan niat beli konsumen terhadap suatu produk. Meskipun demikian, adopsi teknologi ini oleh UMKM pengrajin tapis masih sangat terbatas karena keterbatasan sumber daya manusia, keterampilan digital, dan kurangnya dukungan sistemik.

Teknologi Augmented Reality (AR) dinilai sangat relevan untuk mengatasi tantangan tersebut karena mampu meningkatkan pengalaman konsumen dalam mengeksplorasi produk secara visual, imersif, dan interaktif. Melalui AR, pengguna dapat melihat kain tapis dalam bentuk tiga dimensi secara langsung di lingkungan nyata tanpa perlu menyentuh produk fisik yang berisiko menurunkan kualitas dan harga pasarnya. Hal ini membuka peluang promosi yang lebih menarik, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Selain itu, banyak UMKM masih dikelola secara konvensional, tanpa perencanaan strategis, analisis pasar, atau pencatatan keuangan yang sistematis. Hal ini menyebabkan sulitnya UMKM tapis berkembang dan bersaing secara berkelanjutan. Padahal, dengan pengelolaan yang baik serta strategi pemasaran yang tepat, termasuk penerapan digital marketing dan pemanfaatan teknologi Augmented Reality, UMKM tapis berpeluang besar untuk menembus pasar yang lebih luas, baik nasional maupun internasional (Khoirul Anam et al., n.d.).

Upaya mendukung pelestarian serta pemasaran produk-produk kerajinan lokal, Dekranasda Lampung telah berperan aktif melalui berbagai program pembinaan dan promosi, baik dalam bentuk pelatihan, pameran, hingga kerja sama dengan berbagai pihak. Namun demikian, optimalisasi peran Dekranasda dalam

aspek pemanfaatan teknologi digital masih dapat ditingkatkan, khususnya dalam menjembatani pelaku UMKM dengan perkembangan teknologi pemasaran berbasis multimedia.

Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai strategi pengembangan usaha UMKM kain tapis Lampung melalui pendekatan teknologi dan manajemen modern, dengan fokus pada pemanfaatan *Augmented Reality* sebagai alat promosi yang efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat eksistensi budaya lokal, mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah, Dekranasda, dan pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem industri kreatif yang berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pemanfaatan teknologi *Augmented Reality* dapat membantu mengurangi permasalahan promosi kain tapis, khususnya risiko kerusakan kain akibat sering disentuh yang dapat menurunkan nilai jual di pasaran?
- b. Bagaimana penerapan *Augmented Reality* sebagai media informasi interaktif dapat meningkatkan daya tarik produk tapis Lampung sehingga mampu memperluas jangkauan pasar UMKM?
- c. Sejauh mana efektivitas media promosi berbasis *Augmented Reality* dalam meningkatkan minat beli, kesadaran budaya, dan popularitas produk kain tapis di kalangan konsumen?

1.3 Ruang Lingkup

Penelitian ini dibatasi pada beberapa hal, seperti:

- a. Produk utama yang menjadi fokus dalam penelitian aplikasi *Augmented Reality* ini adalah Kain Tapis Lampung yang terdiri dari Kain Tapis Silung, Kain Tapis Pucuk Rebung, Kain Tapis Balak, Kain Tapis Jung Sarat, Kain Tapis Raja Tunggal, Kain Tapis Laut Andak, Kain Tapis Raja Medal, dan Kain Tapis Laut Linau.

- b. *Software* yang digunakan yaitu *Blender* dan *Unity Engine*.
- c. Aplikasi *Augmented Reality* dikembangkan untuk perangkat berbasis Android, menggunakan *Markerless* (penanda visual) yang telah dirancang khusus sebagai media promosi dan informasi interaktif.
- d. Pengembangan media informasi dan promosi ini menggunakan pendekatan *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yang terdiri dari enam tahapan, yaitu: konsep, desain, pengumpulan materi, pembuatan, pengujian, dan distribusi.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat aplikasi media informasi dan promosi interaktif berbasis *Augmented Reality markerless* untuk menampilkan produk kain tapis khas Lampung dalam format 3D, yang dapat memberikan pengalaman visual yang menarik bagi konsumen.
- b. Mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi *Augmented Reality (AR)* dapat memberikan pengalaman yang interaktif dan berkesan bagi konsumen dalam mengenal lebih luas tentang kain tapis Lampung secara visual 3D, sehingga meningkatkan kesadaran dan minat mereka terhadap produk ini.
- c. Menyampaikan informasi budaya lokal secara menarik serta mempromosikan produk UMKM kain tapis Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan eksposur produk kain tapis Lampung kepada pasar yang lebih luas, termasuk pasar global, dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality*.
- b. Menyediakan media promosi visual interaktif yang dapat dimanfaatkan oleh Dekranasda dan UMKM dalam kegiatan pameran dan pemasaran produk.
- c. Memberikan pengalaman yang berbeda untuk pengguna, dimana tidak hanya melihat produk secara virtual tetapi juga bisa mengeksplorasi dan jadi lebih ingat terhadap produk yang di tampilkan.

- d. Mendorong pemanfaatan teknologi digital di sektor industri kreatif, terutama bagi UMKM yang bergerak di bidang kerajinan tradisional, guna memperluas jangkauan pasar dan daya saing produk lokal di kancah nasional maupun internasional.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terbagi dalam 5 (lima) bab yang masing-masing disusun menurut skema sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas metode pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas hasil penelitian, pembahasan, dan penerapan Augmented Reality sebagai media informasi dan promosi pada kain tapis khas Lampung.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang telah diperoleh dan saran-saran yang memungkinkan untuk pengembangan penelitian ini selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN