

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Pasar Seni Sukawati merupakan pasar seni tradisional yang terletak di Bali, Indonesia. Pasar ini menjadi pusat perdagangan seni dan kerajinan tangan Bali. Dikenal dengan berbagai karya seni seperti lukisan, patung, tekstil, perak, dan barang antik. Pasar Seni Sukawati menawarkan kekayaan seni dan budaya lokal kepada wisatawan dan kolektor. Tempat ini memainkan peran penting dalam mempromosikan warisan budaya Bali dan memberikan penghidupan ekonomi bagi masyarakat setempat serta memfasilitasi interaksi budaya antara pelancong dan seniman.

Selama rentang waktu dari tahun 2019 hingga 2021, tercatat bahwa Pemerintah Daerah memutuskan untuk menutup Pasar Seni Sukawati. Penutupan ini ternyata menjadi bagian dari sebuah inisiatif yang lebih besar, yaitu revitalisasi bangunan pasar seni tersebut. Proses revitalisasi ini diawasi oleh Menteri PUPR, Basuki Hajimuljono, yang menjelaskan, “Konsep revitalisasi diterapkan dengan memperhatikan keselarasan lingkungan dan pelestarian kearifan lokal mulai dari tahap perencanaan hingga pembangunan, serta melibatkan Pemerintah Daerah,” (Kompas, 2021). Revitalisasi bangunan Pasar Seni Sukawati tidak hanya sekadar peningkatan fisik, tetapi juga mencakup aspek lingkungan dan kearifan lokal. Melibatkan Pemerintah Daerah dalam setiap tahap, revitalisasi ini tampaknya

menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa pasar seni tersebut akan tetap mencerminkan nilai-nilai lokal dan keseimbangan dengan lingkungan sekitarnya.

Selama periode revitalisasi, berbagai proyek telah dilakukan, mencakup perencanaan rinci dan langkah-langkah pembangunan yang terstruktur. Tujuan dari upaya revitalisasi ini tidak hanya untuk memberikan wajah baru yang lebih modern dan fungsional bagi Pasar Seni Sukawati, tetapi juga untuk mempertahankan esensi dan identitas lokalnya. Pernyataan dari Menteri PUPR memberikan gambaran bahwa revitalisasi tidak sekadar merupakan proyek infrastruktur semata, melainkan juga sebuah upaya untuk menjaga dan memperkaya kekayaan budaya serta kearifan lokal yang dimiliki oleh pasar seni tersebut. Namun, Pasar Seni Sukawati telah mengalami perubahan signifikan sejak menjadi salah satu pasar yang direvitalisasi oleh pemerintah pusat. Perubahan ini terutama terkait dengan jenis barang yang diperdagangkan di pasar tersebut.

Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam dunia ekonomi, khususnya dalam pemasaran produk, kini semakin penting (Desa et al., 2022). Perkembangan ekonomi digital ini juga didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin cenderung menggunakan *platform digital* dalam berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, pemanfaatan ekonomi digital akan menjadi lebih efektif jika melibatkan partisipasi aktif dari pengguna. Pendekatan partisipatif merupakan konsep penting dalam pengembangan ekonomi digital, karena melibatkan partisipasi luas dari masyarakat, yang menjadi kunci dalam mencapai kemajuan yang berkelanjutan (Amiruddin et al., 2022). Melibatkan masyarakat sebagai sumber daya lokal menjadi langkah strategis untuk mendorong pencapaian

tujuan pembangunan berkelanjutan, termasuk dalam memperkuat kelembagaan Pasar Seni Sukawati.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi dalam proses revitalisasi Pasar Seni Sukawati adalah kurangnya kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap program pemberdayaan ekonomi digital yang diusung sebagai bagian dari upaya revitalisasi. Meskipun telah dilakukan sosialisasi secara intensif, masih terdapat sebagian warga yang kurang antusias atau bahkan menolak untuk mengadopsi teknologi informasi dalam aktivitas ekonomi mereka. Sikap ini dapat menghambat pencapaian tujuan revitalisasi yang mengarah pada penciptaan pasar seni yang modern dan berdaya saing di tengah era digital saat ini. Di samping itu, kendala waktu dan kesibukan masing-masing pelaku usaha juga menjadi hambatan signifikan dalam implementasi program pemberdayaan ekonomi digital. Keterbatasan waktu dan kesibukan sehari-hari menghalangi sebagian besar pelaku usaha untuk mengikuti kegiatan atau program yang ditawarkan dalam rangka pemberdayaan ekonomi digital. Tantangan untuk mengadopsi teknologi baru di Pasar Seni Sukawati, di mana banyak pedagang masih mengandalkan proses manual dalam bertransaksi dan berinteraksi dengan pelanggan, menjadi lebih kompleks. Akibatnya, efektivitas program dalam memberikan manfaat kepada seluruh komunitas pedagang di Pasar Seni Sukawati dapat terkikis, bahkan ketika program revitalisasi sedang berjalan. (DEWI et al., 2023).

Observasi yang dijalankan peneliti selama proses revitalisasi Pasar Seni Sukawati, beberapa kendala teknis terkait dengan perubahan infrastruktur dan tata letak pasar menjadi menonjol, terutama bagi pengunjung baru yang belum terbiasa dengan lingkungan Pasar Seni Sukawati yang baru. Salah satu masalah yang

muncul adalah kesulitan bagi para pengunjung baru dalam menemukan produk yang mereka cari. Perubahan dalam tata letak pasar dapat membuat pengunjung kebingungan dalam mencari lokasi produk tertentu atau pedagang yang mereka tuju. Hal ini mengakibatkan pengalaman belanja yang kurang optimal bagi pengunjung baru, serta potensial mengurangi minat mereka untuk melakukan pembelian di pasar tersebut.

Maka dari itu, dalam membangun proses digitalisasi, peneliti berupaya menjadi pihak ketiga yang mengembangkan sebuah aplikasi untuk perangkat *Mobile* sebagai media promosi untuk produk-produk di Pasar Seni Sukawati. Aplikasi ini akan mengadopsi teknologi yang tengah tren saat ini, yaitu *Augmented Reality* (AR). Dengan memanfaatkan AR, aplikasi tersebut diharapkan mampu memberikan pengalaman berbelanja yang interaktif dan menarik bagi para calon pengunjung pasar, sambil juga memberikan promosi yang efektif untuk para pedagang. Selain itu, dengan memberikan informasi lebih dulu mengenai produk-produk dalam pasar juga membantu calon pengunjung untuk mengetahui titik lokasi dari produk-produk Pasar dan mencoba berinteraksi dengan produk tersebut melalui pengalaman menggunakan *Augmented Reality* dari mana saja. Dengan demikian, upaya digitalisasi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif dalam memperkuat perekonomian lokal serta membawa pasar seni tradisional ini ke era digital.

Augmented Reality adalah layanan AR yang memungkinkan interaksi dengan objek *virtual*, menciptakan tampilan campuran antara lingkungan nyata dan objek 3D *virtual*. Secara lengkap, *Augmented Reality* adalah teknologi yang menggabungkan objek 2D dan 3D ke dalam lingkungan nyata dan

memproyeksikannya secara real-time. Teknologi ini mengintegrasikan objek nyata dan maya dalam lingkungan nyata, berjalan secara interaktif dan real-time. Integrasi antara objek dalam tiga dimensi memungkinkan objek maya untuk masuk ke dunia nyata. Penggabungan ini dimungkinkan oleh teknologi tampilan yang sesuai, interaktivitas melalui perangkat input tertentu, serta penjejakan yang efektif untuk integrasi yang optimal (Azuma, 1997).

Seiring perkembangan jaman, penggunaan *Augmented Reality* dapat dikembangkan ke berbagai bidang, termasuk dalam bidang promosi atau periklanan. *Augmented Reality* (AR) telah menjadi salah satu teknologi yang mampu mengubah cara kita berinteraksi dengan lingkungan sekitar secara digital. Salah satunya dari artikel yang di tulis oleh Georgios D. Styliaras pada judul penelitiannya berupa *Augmented Reality in Food Promotion and Analysis: Review and Potentials*, dijelaskan penelitian ini menyoroti potensi penggunaan aplikasi AR dalam meningkatkan pengalaman pengguna dalam memilih makanan serta mempromosikan merek makanan. Lebih lanjut, aplikasi AR juga dapat membantu pengguna dalam memilih opsi makanan yang lebih sehat dan memahami nilai gizi dari setiap jenis makanan yang mereka konsumsi. Namun, sebagian besar aplikasi AR yang ada saat ini masih terbatas dan beberapa di antaranya sudah usang. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengembangkan aplikasi AR yang lebih canggih dan efektif dalam meningkatkan pengalaman pengguna dalam memilih makanan dan mempromosikan merek makanan (Styliaras, 2021).

Selain itu, pengembangan tur *virtual* dinamis di Museum Subak-Tabanan menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menyediakan konten interaktif dan edukatif.

Penelitian ini berhasil mengimplementasikan fitur-fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengeksplorasi informasi secara mendalam dan berinteraksi dengan objek-objek *virtual*, yang sangat relevan untuk aplikasi *Mobile AR* dalam digitalisasi Pasar Seni Sukawati (Subawa et al., 2022).

Penelitian yang ditulis oleh Shiddiq Sugiono, disajikan gambaran mengenai peluang dan tantangan yang terkait dengan penggunaan teknologi AR dalam aktivitas komunikasi pemasaran. Penelitian ini menyoroti empat peluang potensial yang dapat dimanfaatkan, seperti menciptakan pengalaman digital yang menarik dalam mengenalkan produk kepada konsumen. Namun demikian, penelitian ini juga mengidentifikasi dua tantangan yang perlu diatasi, yaitu perluasan penerapan teknologi AR yang lebih luas dan integrasi dengan saluran komunikasi yang lebih baik. Selain itu, sebagai teknologi yang muncul pada era Revolusi Industri 4.0, AR tidak menggantikan peran manusia dalam menyampaikan informasi produk. Sebaliknya, AR berfungsi sebagai alat yang mendukung kinerja komunikasi pemasaran, khususnya dalam menyampaikan informasi produk dan mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi (Sugiono, 2021). Tulisan ini mengindikasikan bahwa masih ada ruang untuk penelitian lebih lanjut dalam pengembangan teknologi *Augmented Reality* sebagai alat yang lebih efektif dalam aktivitas komunikasi pemasaran. Penelitian mendalam mengenai metode integrasi AR dengan berbagai saluran komunikasi, serta penelitian terkait pengalaman pengguna yang lebih mendalam, dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai potensi penuh yang bisa diberikan oleh teknologi ini dalam bidang pemasaran.

Dari pernyataan di atas, peneliti berkeinginan untuk mencapai tujuan utama dari penelitian ini dengan sebuah gagasan inovatif yaitu mengembangkan sebuah

aplikasi *Mobile Augmented Reality* yang berfungsi sebagai media promosi produk-produk di Pasar Seni Sukawati. Aplikasi ini bertujuan untuk meningkatkan minat beli calon pengunjung dan memberikan pengalaman yang lebih informatif sebelum mereka mengunjungi pasar serta membangun digitalisasi dari salah satu tujuan revitalisasi Pasar Seni Sukawati. Dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality*, aplikasi ini akan menyajikan informasi terkait produk seperti informasi dasar produk, tata letak navigasi penempatan produk, serta sejarah dari produk.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi Pasar Seni Sukawati dalam proses digitalisasi pada tujuan revitalisasi Pasar Seni Sukawati. Pengembangan aplikasi *Mobile Augmented Reality* akan membuka peluang baru dalam promosi produk dengan cara yang lebih interaktif dan informatif. Dengan memberikan informasi yang mendalam tentang produk sebelum pengunjung benar-benar mengunjungi pasar, aplikasi ini dapat meningkatkan minat beli dan meningkatkan pengalaman pengunjung. Selain itu, aplikasi ini juga dapat menjadi contoh penerapan teknologi dalam konteks budaya dan seni tradisional, membantu mempertahankan kearifan lokal sambil mengadopsi inovasi modern.

Selain itu, sebagai salah satu keuntungan teknologi *Augmented Reality*, pengguna dapat berinteraksi secara langsung terhadap produk melalui bentuk 3D yang akan di tampilkan di layar *smartphone* setelah melakukan *scan markerless* ke lingkungan sekitar. Pengguna juga dapat menempatkan produk tersebut di dalam lingkungan nyata mereka untuk melihat bagaimana produk tersebut cocok di dalamnya, yang tentunya menjadi keuntungan. Dalam hal ini, peneliti juga memberikan fitur untuk pengguna melihat 3D secara langsung untuk melihat detail produk. Ketertarikan tersebut penulis tuangkan dalam penelitian yang berjudul

“PENGEMBANGAN APLIKASI *MOBILE AUGMENTED REALITY* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK-PRODUK PASAR SENI SUKAWATI”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan – permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap program pemberdayaan ekonomi digital yang merupakan bagian dari upaya revitalisasi Pasar Seni Sukawati. Meskipun telah dilakukan sosialisasi intensif, masih terdapat sebagian warga yang kurang antusias atau bahkan menolak untuk mengadopsi teknologi informasi dalam aktivitas ekonomi mereka. Hal ini dapat menghambat pencapaian tujuan revitalisasi dalam menciptakan pasar seni yang modern dan berdaya saing di era digital.
2. Kendala waktu dan kesibukan masing-masing pelaku usaha juga menjadi hambatan signifikan dalam implementasi program pemberdayaan ekonomi digital. Keterbatasan waktu dan kesibukan sehari-hari menghalangi sebagian besar pelaku usaha untuk mengikuti kegiatan atau program yang ditawarkan dalam rangka pemberdayaan ekonomi digital.
3. Perubahan infrastruktur dan tata letak pasar yang menjadi menonjol selama proses revitalisasi Pasar Seni Sukawati, menyebabkan kesulitan bagi pengunjung baru dalam menavigasi pasar. Pengalaman belanja yang kurang

optimal bagi pengunjung baru berpotensi mengurangi minat mereka untuk melakukan pembelian di pasar tersebut.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dari Pengembangan yaitu:

1. Bagaimana pengembangan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* sebagai sarana media promosi inovatif untuk memfasilitasi pemberdayaan ekonomi digital di Pasar Seni Sukawati?
2. Bagaimana pengalaman pengguna saat menggunakan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* untuk mendapatkan informasi produk dan navigasi di Pasar Seni Sukawati?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang diharapkan dari Pengembangan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* Sebagai Media Promosi Produk-Produk Pasar Seni Sukawati, antara lain:

1. Mengembangkan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* yang menjadi media promosi inovatif bagi produk-produk di Pasar Seni Sukawati. Tujuan ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi terkini guna meningkatkan daya tarik pasar seni tradisional dan memperluas jangkauan promosi produk kepada calon pengunjung.
2. Mengetahui pengalaman pengguna saat menggunakan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* dalam mendapatkan informasi denah dan detail produk di Pasar Seni Sukawati.

1.4. BATASAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka batasan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Aplikasi *Mobile Augmented Reality* ini tidak dirancang untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung. Fokus utama aplikasi ini adalah memberikan informasi detail mengenai produk-produk yang tersedia di Pasar Seni Sukawati sebagai media promosi.
2. Objek 3D yang ditampilkan pada produk-produk di Pasar Seni Sukawati melalui *Mobile Augmented Reality* ini memiliki kemiripan dengan produk asli, namun tidak mutlak sama. Meskipun aplikasi ini memberikan representasi visual yang cukup baik, namun ada kemungkinan terdapat perbedaan dalam warna, tekstur, atau dimensi produk asli dengan yang ditampilkan dalam aplikasi.
3. Aplikasi *Mobile Augmented Reality* ini hanya menampilkan informasi dari denah gedung A di Pasar Seni Sukawati.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Pengembangan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* Sebagai Media Promosi Produk-Produk Pasar Seni Sukawati diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan landasan teoritis dalam memecahkan masalah terkait tingkat kunjungan di Pasar Seni Sukawati. Dengan demikian, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti atau praktisi di bidang promosi dan pemasaran mengenai penerapan teknologi *Augmented Reality* dalam meningkatkan minat kunjungan.
- b. Kontribusi ini penting dalam mengembangkan pemahaman tentang bagaimana teknologi modern dapat digabungkan dengan budaya tradisional untuk mencapai tujuan revitalisasi ekonomi dan kebudayaan.
- c. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu masyarakat menjadi lebih terbiasa dengan teknologi *Augmented Reality* sebagai media promosi, membuka peluang untuk penggunaan yang lebih luas di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Pengembangan Aplikasi *Mobile Augmented Reality* Sebagai Media Promosi Produk-Produk Pasar Seni Sukawati ini memberikan akses lebih baik kepada informasi produk di Pasar Seni Sukawati dalam bentuk model 3D, memungkinkan konsumen untuk merencanakan pembelian secara lebih baik.

b. Bagi Pengembang Aplikasi

Dengan adanya sistem *Mobile Augmented Reality* sebagai media promosi, diharapkan dapat menciptakan aplikasi-aplikasi baru dengan memanfaatkan teknologi *Augmented Reality*.

c. Bagi Dunia Industri

- Dapat membantu memberikan sebuah inovasi untuk dapat mengembangkan aplikasi yang menggunakan teknologi *Augmented Reality*.
- Dapat memberikan *Experience* yang baru pada teknologi *Augmented Reality* sebagai media promosi di dunia industry.

d. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai penggunaan teknologi *Augmented Reality*. Serta dengan dibuatkannya sistem *Mobile Augmented Reality* sebagai media promosi Pasar Seni Sukawati ini peneliti juga mengetahui lebih pada dunia industri.

