

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital saat ini menjadi kebutuhan bagi pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), agar mampu bertahan dan bersaing dalam perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat (Monika & Nasution, 2026). Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan pola bisnis dari sistem konvensional menuju pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas usaha (Putri et al., 2023). Transformasi digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha melalui pemanfaatan teknologi berbasis internet (Sitompul et al., 2025). Selain itu, penerapan teknologi digital juga memungkinkan UMKM untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif sehingga produk dan layanan yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat secara lebih luas (Wardana & Fauziah, 2025). Dalam mendukung kegiatan pemasaran dan komunikasi usaha di era digital, diperlukan pemanfaatan media informasi yang mampu menyampaikan informasi produk secara lebih jelas, terstruktur, dan mudah diakses oleh masyarakat (Perwita, 2020).

Media informasi saat ini memiliki peranan penting dalam menyampaikan pesan serta memperkenalkan produk atau jasa kepada masyarakat. Dalam kegiatan usaha, media informasi berfungsi sebagai sarana komunikasi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk menyampaikan berbagai informasi mengenai produk, layanan, maupun identitas usaha kepada konsumen. Keberadaan media informasi membantu proses penyampaian informasi menjadi lebih jelas, sistematis, dan mudah dipahami oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan pemahaman konsumen terhadap produk yang ditawarkan (Mansir & Purnomo, 2021). Selain itu, penggunaan media informasi juga dapat membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan penyebaran informasi serta meningkatkan efektivitas komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen dalam kegiatan pemasaran (Putri et al., 2025). Dengan demikian, pemanfaatan media informasi menjadi salah satu faktor penting dalam

mendukung kegiatan pemasaran suatu usaha. Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat turut mendorong perubahan dalam cara masyarakat mengakses dan memperoleh informasi. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan penggunaan internet di Indonesia yang mencapai 72,78% penduduk pada tahun 2024, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat telah memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam kegiatan ekonomi dan bisnis (BPS, 2024). Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan cara penyampaian informasi kepada konsumen melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam kegiatan promosi yang kini mulai beralih dari metode konvensional menuju penggunaan media digital yang dinilai lebih efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah membawa perubahan yang signifikan dalam strategi promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Pada awalnya, kegiatan promosi lebih banyak dilakukan melalui metode konvensional seperti penyebaran brosur, pemasangan spanduk, serta komunikasi dari mulut ke mulut yang jangkauannya relatif terbatas (Saputro, 2021). Namun, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan teknologi digital di masyarakat, strategi promosi mulai mengalami pergeseran menuju pemanfaatan media digital yang dinilai lebih efektif dan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas (Dimas et al., 2021). Media digital memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara lebih cepat serta memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi melalui jaringan internet (Sanjaya et al., 2022).

Salah satu bentuk media digital yang banyak dimanfaatkan dalam kegiatan promosi adalah *Website* karena *Website* dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi produk dan promosi kepada konsumen secara lebih luas melalui internet (Rafsyanjani & Fauzi, 2022). Selain itu *Website* berfungsi sebagai media informasi yang dapat menampilkan berbagai informasi secara lengkap dan terstruktur, seperti profil usaha, produk yang ditawarkan, hingga informasi layanan kepada konsumen (Nugroho et al., 2023). *Website* juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam menyampaikan informasi promosi secara lebih profesional sehingga dapat meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk

yang ditawarkan (Rafsyanjani & Fauzi, 2022). Keberadaan *Website* juga mampu membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pemasaran karena informasi produk dapat diakses oleh konsumen secara mudah melalui internet tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu (Sanjaya et al., 2022). Pemanfaatan *Website* dalam kegiatan promosi juga memberikan keuntungan dalam pengelolaan informasi yang lebih fleksibel. Informasi yang disajikan melalui *Website* dapat diperbarui secara berkala sehingga konsumen dapat memperoleh informasi terbaru mengenai produk atau layanan yang ditawarkan (Saputro, 2021). Oleh karena itu, penggunaan *Website* sebagai media informasi dan promosi menjadi salah satu strategi yang penting bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, dalam meningkatkan jangkauan pemasaran serta memperkenalkan produk kepada masyarakat secara lebih luas (Dimas et al., 2021).

UMKM Kampung Sunan (Sulam Angkinan) Palembang merupakan salah satu kelompok usaha ekonomi kreatif yang bergerak di bidang kerajinan Sulam Angkinan khas Sumatera Selatan, yang berlokasi di Kelurahan Sungailais, Kecamatan Kalidoni, Kota Palembang. Kerajinan Sulam Angkinan sendiri merupakan warisan budaya yang telah ada sejak masa Kerajaan Sriwijaya dan terus dilestarikan secara turun-temurun oleh masyarakat setempat. Sejak tahun 1970-an, masyarakat di wilayah Lorong Tanjungan dan sekitarnya telah memproduksi kerajinan Sulam Angkinan sebagai kegiatan ekonomi sekaligus upaya menjaga keberlangsungan budaya daerah. Dalam perkembangannya, pemerintah Kecamatan Kalidoni kemudian membentuk Kampung Sunan sebagai kelompok ekonomi kreatif yang bertujuan untuk melestarikan kerajinan tradisional tersebut sekaligus meningkatkan taraf perekonomian bagi masyarakat di wilayah Kelurahan Sungai Lais melalui pengembangan usaha dan pemasaran produk Sulam Angkinan. Kampung Sunan secara resmi didirikan pada tahun 2022 dan disahkan oleh Kecamatan Kalidoni, lalu surat izin operasionalnya kemudian diterbitkan pada bulan Januari 2023 dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) 2601230060243 atas nama Ibu Afriyunah sebagai ketua dari UMKM Kampung Sunan (Sulam Angkinan) ini.

Pada usaha Kampung Sunan ini telah menghasilkan berbagai produk kerajinan sulam angkinan seperti taplak meja, sarung bantal, hiasan dinding, selendang, baju

pengantin, hingga berbagai jenis souvenir, meskipun demikian berdasarkan Wawancara dengan ketua dari UMKM Kampung Sunan, kegiatan promosi yang dilakukan saat ini masih tergolong terbatas. Promosi yang dilakukan UMKM Kampung Sunan ini umumnya dilakukan melalui kegiatan bazar, partisipasi dalam pameran, serta memanfaatkan media sosial seperti *Instagram* dan *YouTube* sebagai sarana untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat.

Pada Gambar 1.1 terlihat bahwa UMKM Kampung Sunan turut berpartisipasi dalam kegiatan bazar yang diselenggarakan pada acara tertentu dengan menampilkan berbagai produk hasil kerajinan Sulam Angkinan kepada para pengunjung. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menunjukkan secara langsung hasil karya yang dimiliki, sehingga masyarakat dapat melihat kualitas, motif, dan ciri khas produk yang ditawarkan. Kehadiran UMKM Kampung Sunan dalam bazar juga membantu meningkatkan pengenalan produk kepada masyarakat serta memperluas jangkauan informasi mengenai usaha dan produk yang dimiliki kepada pengunjung yang hadir dalam kegiatan tersebut.



Gambar 1.1 Bazar Kampung Sunan

Sumber: Profil Inovasi Kampung Sunan, 2026

Selain itu, pada Gambar 1.2 terlihat bahwa UMKM Kampung Sunan juga aktif berpartisipasi dalam berbagai kegiatan pameran yang diselenggarakan secara lebih terorganisir dan memiliki cakupan yang lebih luas. Keikutsertaan dalam kegiatan tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk memperkenalkan produk-produk unggulan Sulam Angkinan kepada masyarakat yang lebih luas, baik dari dalam maupun luar daerah. Melalui partisipasi tersebut, UMKM Kampung

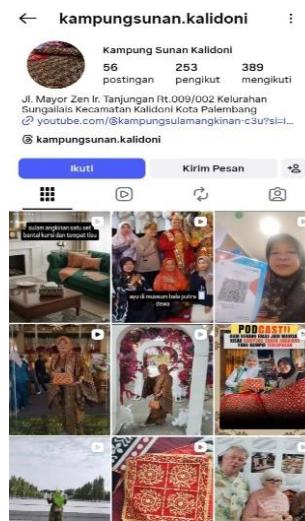
Sunan dapat menampilkan kualitas dan keunikan produknya secara langsung kepada calon konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat citra usaha di mata masyarakat. Selain berfokus pada peningkatan penjualan, keikutsertaan dalam kegiatan ini juga memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan pemasaran, menjalin hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki potensi kerja sama, serta membuka peluang pengembangan usaha yang lebih besar untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM Kampung Sunan di tengah persaingan industri kreatif yang terus berkembang.



Gambar 1.2 Pameran Kampung Sunan

Sumber: Profil Inovasi Kampung Sunan, 2026

Selain melalui kegiatan bazar dan pameran, UMKM Kampung Sunan juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penyebaran informasi mengenai produk Sulam Angkinan, salah satunya melalui Instagram. Akun *Instagram* UMKM Kampung Sunan berisi berbagai unggahan yang menampilkan kegiatan kunjungan dalam rangka memperkenalkan Sulam Angkinan kepada berbagai tokoh dan pejabat daerah maupun kota, keikutsertaan dalam kegiatan berskala besar, serta berbagai perlombaan yang diikuti oleh UMKM Kampung Sunan. Selain itu, akun tersebut juga menampilkan dokumentasi beberapa produk kain Sulam Angkinan, namun informasi produk yang disajikan masih belum lengkap karena tidak seluruh produk ditampilkan dan belum memuat informasi penting yang dibutuhkan calon konsumen, seperti nama produk, harga, serta kontak pemesanan. Di sisi lain, frekuensi pengunggahan konten yang relatif tidak rutin menyebabkan calon konsumen mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi dan menjangkau produk yang diinginkan, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.3.

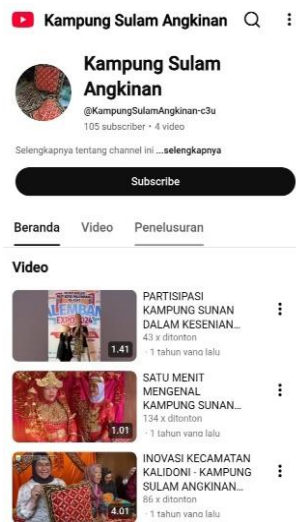


Gambar 1.3 Instagram Kampung Sunan

Sumber: Instagram Kampung Sunan, 2026

Selain *Instagram*, UMKM Kampung Sunan juga memanfaatkan *YouTube* sebagai salah satu media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi sekaligus mempromosikan produk kain Sulam Angkinan kepada masyarakat. Melalui *platform* ini, UMKM Kampung Sunan memiliki kesempatan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas karena *YouTube* memungkinkan penyampaian informasi dalam bentuk audio dan visual yang dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai produk, proses pembuatan, maupun berbagai kegiatan yang berkaitan dengan pelestarian Sulam Angkinan. Namun, berdasarkan hasil pengamatan penulis, pemanfaatan *YouTube* sebagai media informasi dan promosi masih belum dilakukan secara maksimal. Hal ini terlihat dari jumlah konten yang masih terbatas serta minimnya video yang secara khusus membahas detail produk Sulam Angkinan yang ditawarkan kepada konsumen. Informasi yang tersedia lebih banyak menampilkan dokumentasi kegiatan tertentu sehingga belum mampu memberikan gambaran yang lengkap mengenai variasi produk, keunggulan produk, pilihan motif, maupun informasi pemesanan yang dibutuhkan oleh calon konsumen. Selain itu, frekuensi pengunggahan video yang relatif tidak rutin bahkan cenderung sangat jarang menyebabkan informasi yang tersedia tidak selalu diperbarui dan kurang mampu menjangkau audiens secara konsisten. Kondisi tersebut mengakibatkan *YouTube* belum dapat berfungsi secara optimal sebagai

media informasi dan promosi yang mendukung pemasaran produk Sulam Angkinan, sehingga calon konsumen masih mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi yang lengkap dan terkini mengenai produk yang ditawarkan oleh UMKM Kampung Sunan, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.4.



Gambar 1.4 Youtube Kampung Sunan

Sumber: Youtube Kampung Sunan, 2026

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa UMKM Kampung Sunan telah melaksanakan berbagai upaya promosi melalui kegiatan bazar, pameran, serta pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan *YouTube*. Kegiatan bazar dan pameran memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperkenalkan produk Sulam Angkinan secara langsung kepada masyarakat dan memperluas jangkauan pemasaran. Namun demikian, media informasi dan promosi yang digunakan saat ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Informasi yang disajikan melalui media sosial belum memuat informasi produk secara lengkap, seperti detail produk, harga, variasi produk, serta informasi pemesanan yang dibutuhkan oleh calon konsumen. Selain itu, aktivitas pembaruan konten yang belum dilakukan secara rutin menyebabkan penyebaran informasi produk menjadi kurang optimal.

Dari kondisi tersebut penulis menyimpulkan bahwa penyampaian promosi melalui media tersebut masih belum optimal karena belum didukung oleh media informasi yang terstruktur dan terintegrasi, sehingga promosi yang di sampaikan

melalui media tersebut belum optimal dalam menjangkau calon konsumen secara luas. Pengelolaan informasi yang terintegrasi memungkinkan berbagai data dan informasi dapat dikelola dalam satu sistem yang saling terhubung sehingga penyampaian informasi kepada masyarakat menjadi lebih efektif dan mudah diakses (Ritonga et al., 2025).



Gambar 1.5 Wawancara Bersama Ketua UMKM

Sumber: Youtube Kampung Sunan, 2026

Kesimpulan dari penulis tersebut di perkuat dengan adanya wawancara yang di lakukan bersama ketua dari UMKM Kampung Sunan. Berdasarkan wawancara tersebut di simpulkan bahwa dari media promosi yang digunakan pada saat ini akibatnya, penyampaian informasi mengenai profil, nilai budaya, variasi serta harga produk yang dimiliki oleh UMKM Kampung Sunan belum sepenuhnya tersampaikan kepada calon konsumen, sehingga calon konsumen cenderung kesulitan dalam mencari informasi baik berupa produk maupun kontak pemesanan, hal ini tentu menjadikan konsumen juga cenderung menunda dalam proses pembelian produk. Dari uraian permasalahan tersebut tentunya berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran, serta belum optimalnya potensi penjualan yang dapat dicapai oleh UMKM Kampung Sunan. Oleh karena itu, diperlukan suatu solusi berupa perancangan media informasi dan promosi yang mampu mengintegrasikan berbagai informasi usaha dalam satu *platform*, sehingga informasi dapat disajikan secara lebih lengkap, terstruktur, dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, pemanfaatan media digital seperti *Website* dapat menjadi salah satu solusi untuk

mendukung kegiatan promosi dan penyebaran informasi produk secara lebih efektif (Nugroho et al., 2023). *Website* dapat berfungsi sebagai media informasi yang mampu menampilkan profil usaha, sejarah, katalog produk, serta berbagai informasi terkait kegiatan UMKM secara lebih lengkap, terstruktur, dan mudah diakses oleh calon konsumen kapan saja dan dari mana saja (Nugroho et al., 2023). Dari hasil pengamatan penulis, *Website* di nilai cocok sebagai media promosi UMKM Kampung Sunan melihat kondisi promosi yang selama ini masih terbatas pada kegiatan bazar, pameran, serta penggunaan media sosial seperti *Instagram* dan *YouTube* serta penyampaian informasi produk dan profil yang masih belum tersaji secara lengkap dan terstruktur dalam satu media. Media sosial pada umumnya lebih berfungsi sebagai sarana berbagi konten secara singkat dan tidak dirancang untuk menyajikan informasi yang terstruktur secara menyeluruh mengenai profil usaha, katalog produk, maupun informasi lainnya (Surbakti et al., 2025). Dengan adanya *Website*, informasi mengenai sejarah, profil UMKM, serta berbagai produk yang dihasilkan dapat ditampilkan secara lebih lengkap, dan terstruktur sehingga memudahkan calon konsumen dalam mengenal dan memperoleh informasi mengenai UMKM tersebut (Rumetna et al., 2024).

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan penulis dari masalah tersebut, penulis berencana memberikan solusi terhadap permasalahan yang dialami oleh UMKM Kampung Sunan, berupa pembuatan *Website* dalam upaya membangun media yang dibutuhkan oleh UMKM Kampung Sunan dan calon konsumen terutama dalam penyampaian promosi terkait informasi yang lebih lengkap dan terstruktur dalam satu media.

Dalam penelitian ini, *Website* dirancang menggunakan platform *Website builder Wix* sebagai media pengembangan sistem informasi berbasis *Website* karena *platform* tersebut menyediakan berbagai fitur yang memudahkan proses pembuatan dan pengelolaan *Website* secara praktis (Rumetna et al., 2024). Pemilihan *Wix* didasarkan pada kemudahan penggunaannya, karena platform ini menyediakan template siap pakai serta sistem *drag and drop* yang memungkinkan pengguna membuat *Website* tanpa harus memiliki kemampuan pemrograman yang kompleks (Cahyaningrum et al., 2023). Penggunaan *Website* builder seperti *Wix*

juga dinilai efektif dalam mendukung transformasi digital pada usaha mikro, kecil, dan menengah karena mampu membantu pelaku usaha memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan kejelasan produk melalui media internet (Sutrisno et al., 2022). Selain itu, pemanfaatan *Website* dalam kegiatan promosi dapat mempermudah penyampaian informasi produk, profil usaha, serta komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen secara lebih interaktif dan terstruktur (Candra & Muflihah, 2025).

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan di atas penulis menyimpulkan bahwa diperlukan perancangan media promosi berbasis *Website* yang dapat membantu UMKM Kampung Sunan dalam menyampaikan informasi usaha secara lebih komprehensif serta memperluas jangkauan promosi kepada masyarakat yang lebih luas. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan merancang *Website* sebagai media informasi dan promosi pada UMKM Kampung sunan, hal ini tentunya relevan dengan mata kuliah yang telah di tempuh penulis yaitu, Perancangan *Website*. Atas dasar pertimbangan tersebut maka penulis tertarik untuk menyusun laporan akhir dengan judul **“PERANCANGAN MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI BERBASIS WEBSITE PADA UMKM KAMPUNG SUNAN (SULAM ANGKINAN) PALEMBANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana perancangan media informasi dan promosi berbasis *Website* pada UMKM Kampung Sunan Palembang?

1.3 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup penelitian ini membahas perancangan media informasi dan promosi berbasis *Website* pada UMKM Kampung Sunan Palembang yang memproduksi kain angkinan khas Palembang. Proses perancangan *Website* dalam penelitian ini menggunakan model *ADDIE* (*Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*) sebagai tahapan dalam mengembangkan media.

Website ini dirancang menggunakan *Website builder Wix* untuk memudahkan proses pembuatan dan pengelolaan tampilan secara visual tanpa proses pengkodean. Lalu jenis *Website* yang dibuat dalam penelitian ini adalah *Website* informasi dan promosi (*company profile*) yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi mengenai UMKM Kampung Sunan sekaligus media promosi produk. Adapun isi *Website* dibatasi pada penyajian profil UMKM, informasi sejarah dan nilai budaya kain Sulam Angkinan, katalog produk beserta harga, galeri dokumentasi produk, dan juga informasi kontak atau pemesanan. *Website* ini tidak mencakup sistem transaksi *online* secara langsung seperti *e-commerce*, melainkan difokuskan sebagai media penyebaran informasi dan promosi digital kepada masyarakat umum, khususnya kalangan remaja hingga dewasa.

1.4 Tujuan dan Manfaat Laporan Akhir

1.4.1 Tujuan Laporan Akhir

Berdasarkan Rumusan Masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah. untuk merancang media informasi dan promosi berbasis *Website* pada UMKM Kampung Sunan Palembang.

1.4.2 Manfaat Laporan Akhir

a. Manfaat Teoritis

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan memberikan kontribusi pada bidang Sistem Informasi dan Media Digital untuk UMKM, khususnya dalam hal promosi dan pelestarian produk budaya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan teori terkait pemanfaatan media informasi berbasis *Website* sebagai sarana dokumentasi, promosi, dan edukasi produk tradisional. Selain itu, penelitian ini juga memperluas pemahaman tentang peran teknologi informasi dalam melestarikan nilai sejarah dan budaya, serta bagaimana media digital dapat mempermudah akses informasi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya remaja hingga dewasa, terhadap produk kerajinan lokal.

b. Manfaat Praktis**1. Bagi UMKM**

Penelitian ini dapat membantu UMKM dalam memanfaatkan media informasi berbasis *Website* untuk mendokumentasikan profil usaha, produk, harga, serta nilai sejarah dan budaya kain angkinan secara lebih terstruktur. *Website* ini juga dapat meningkatkan promosi, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

2. Bagi Konsumen

Website ini mempermudah konsumen, khususnya kalangan remaja hingga dewasa, untuk mengakses informasi tentang produk kain angkinan, melakukan pemesanan, dan mengenal lebih jauh nilai sejarah serta budaya yang terkandung dalam setiap produk. Hal ini membantu masyarakat mendapatkan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk kerajinan lokal.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan studi terkait pemanfaatan media digital untuk UMKM, pelestarian budaya, atau promosi produk lokal. Hasil penelitian dapat dijadikan dasar untuk pengembangan teori dan metode dalam bidang sistem informasi, media digital, serta strategi pemasaran kreatif berbasis budaya lokal.