

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang bergerak sangat cepat, terutama di bidang informasi dan komunikasi. Teknologi informasi meliputi berbagai aspek yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, dan pengelolaan data dalam suatu sistem. Salah satu implementasinya terlihat dalam bidang sistem informasi. Penggunaan sistem yang informasi tumbuh dan berkembang di segala bidang, seperti pemerintahan, kesehatan, ekonomi dan sosial. Dalam bidang Ekonomi Khususnya pada sektor perikanan, salah satu penerapannya dapat terlihat pada jasa distribusi, sebuah bidang usaha yang berfokus pada pengolahan dan pemasaran hasil laut. Sistem informasi sendiri adalah kumpulan elemen yang digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyimpan data guna menghasilkan informasi yang bermanfaat (Ilham, 2022)

Pemasaran digital telah berkembang dari istilah yang menggambarkan pemasaran produk dan layanan melalui saluran digital menjadi konsep yang lebih luas, yang mencakup penggunaan teknologi digital untuk menarik pelanggan, membangun preferensi, mempromosikan merek, mempertahankan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Ini dapat dilihat sebagai serangkaian aktivitas, lembaga, dan proses yang didorong oleh teknologi digital untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Proses ini menciptakan nilai melalui pengalaman pelanggan dan interaksi di antara mereka. (Hidayatullah et al., 2022)

Sektor perikanan merupakan megasektor yang memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi bagi Indonesia. Potensi ini didukung oleh kondisi geografis Indonesia yang berupa kepulauan dan didominasi oleh perairan. Sebagai negara maritim terbesar di dunia, Indonesia memiliki luas wilayah lautan mencapai 6,4 juta km<sup>2</sup>, yang mencakup 74,2 persen dari total luas wilayahnya. Dengan garis pantai sepanjang 108.000 km, semua provinsi di Indonesia memiliki akses ke pantai. (Wicaksana et al., 2023). Potensi ini memungkinkan sektor perikanan menyumbang 2,80 persen terhadap PDB Indonesia. Selain itu, sektor ini juga berperan penting dalam menjaga stabilitas pangan nasional melalui produk perikanan yang beragam dan bergizi..

Kabupaten Kepulauan Selayar adalah satu-satunya kabupaten di Sulawesi Selatan yang sepenuhnya terpisah dari daratan Pulau Sulawesi. Secara geografis, kabupaten ini terletak pada koordinat 5°42' -- 7°35' Lintang Selatan dan 120°15' -- 122°30' Bujur Timur. Wilayah perairan lautnya kaya akan keanekaragaman hayati kelautan dan perikanan, dengan ekosistem pesisir yang lengkap serta sumber daya perikanan yang melimpah. Pembangunan di sektor kelautan dan perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar ditetapkan sebagai prioritas, diharapkan dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi lokal dan wilayah sekitarnya,

mengingat potensi sumber daya alam dan kawasan yang tinggi, serta banyaknya masyarakat yang bergantung pada kemajuan sektor ini.

Selayar merupakan bagian dari Sulawesi Selatan, memiliki potensi besar dalam bidang perikanan, baik dari aspek hasil tangkapan maupun budidaya. (Leonardi et al., 2024). Dalam subsistem pemasaran, sektor perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar menghadapi tantangan seperti pasokan yang tidak stabil, daya saing, dan kualitas produk yang belum maksimal. Selain itu, distribusi dan penjualan produk perikanan dari Kabupaten Selayar masih mengalami berbagai hambatan, terutama terkait dengan rantai distribusi yang panjang, terbatasnya akses ke pasar, serta kurangnya pemanfaatan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pemasaran produk perikanan.

Hasil laut di kabupaten selayar yang melimpah ruah sehingga peneliti membuat sistem ini untuk membantu nelayan dan pelaku usaha perikanan di Kepulauan Selayar memasarkan produk mereka secara luas melalui teknologi digital. Salah satu inovasi yang dibutuhkan adalah fitur pemetaan pasar, yang berfungsi untuk memberikan informasi lokasi pasar potensial dan membantu produsen serta konsumen dalam memetakan distribusi produk perikanan. Fitur ini tidak hanya memudahkan produsen dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga membantu konsumen dalam mengakses produk dengan lebih mudah dan cepat sesuai lokasi terdekat.

Pasar di Kepulauan Selayar memiliki fungsi yang signifikan dalam mendukung kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat lokal. Pasar Sentral Benteng, yang terletak di Kota Benteng, menjadi pusat perdagangan utama sejak mulai beroperasi pada tahun 2008. Pasar ini menawarkan berbagai kebutuhan pokok, termasuk sayur-mayur, berbagai jenis ikan, telur, dan buah-buahan, dan dikategorikan sebagai pasar kelas I. Tak jauh dari sana, sekitar 7 km dari Kota Benteng, terdapat Pasar Padang yang menyimpan nilai sejarah mendalam. Kawasan ini menjadi pintu masuk budaya Tionghoa di Kepulauan Selayar, di mana proses akulturasi budaya terjadi seiring kedatangan pedagang dan pelaut Tionghoa yang berinteraksi dengan penduduk lokal.

Selain itu, beberapa pasar tradisional lainnya turut memperkuat perekonomian daerah. Pasar Buki, yang berlokasi di Kecamatan Buki, melayani kebutuhan harian masyarakat di wilayah seluas 82,73 km<sup>2</sup> dengan populasi sebanyak 6.125 jiwa berdasarkan sensus tahun 2010. Di Kecamatan Bontomatene, Pasar Batangmata menjadi pusat aktivitas perdagangan bagi warga setempat, dengan luas wilayah 193,05 km<sup>2</sup> dan populasi mencapai 12.571 jiwa. Sementara itu, Pasar Barugaiya yang terletak di Kecamatan Bontomanai berperan penting dalam menyediakan kebutuhan sehari-hari, mendukung sektor perikanan dan pertanian di kawasan seluas 136,42 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 12.226 jiwa.

Pasar Pariangan di Kecamatan Bontosikuyu menjadi pusat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Dengan luas wilayah sekitar 248,22 km<sup>2</sup> dan

populasi sebesar 14.332 jiwa pada tahun 2010, pasar pariangan merupakan tempat utama dalam memasarkan hasil pertanian dan perikanan yang menjadi kekayaan daerah tersebut. Keberadaan pasar-pasar tradisional ini tidak hanya mendukung perputaran ekonomi lokal, tetapi juga menjadi cerminan dinamika sosial dan budaya masyarakat di Kepulauan Selayar.

Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas jual beli ikan di Kabupaten Kepulauan Selayar cukup beragam. Pasar Sentral Benteng menjadi pasar dengan jumlah penjual ikan terbanyak, yaitu 96 penjual, yang menandakan peran pentingnya sebagai pusat perdagangan ikan. Di belakangnya, ada Pasar Batangmata dengan 54 penjual, disusul oleh Pasar Barugaiya sebanyak 37 penjual dan Pasar Buki dengan 36 penjual. Sementara itu, Pasar Pariangan memiliki 35 penjual, dan Pasar Padang menjadi pasar dengan jumlah penjual paling sedikit, yaitu 27 penjual.

Penelitian ini juga membutuhkan suatu metode. Dimana metode Waterfall sangat dibutuhkan dalam perancangan aplikasi berbasis website. Metode pengumpulan data yang terdiri dari observasi, wawancara, dan kajian pustaka digunakan untuk mempermudah dalam merancang dan membangun Digital Marketing Terintegrasi Dengan Fitur Pemetaan Pasar Untuk Hasil Perikanan Di Kabupaten Kep. Selayar.

Berdasarkan berbagai masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun “Digital Marketing Terintegrasi dengan Fitur Pemetaan Pasar untuk Hasil Perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar.” Sistem berbasis website ini ditujukan untuk

membantu nelayan dan pelaku usaha perikanan dalam memasarkan produk mereka secara lebih luas menggunakan teknologi digital. Fitur pemetaan pasar yang diintegrasikan dalam aplikasi ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang lokasi pasar potensial, mendukung strategi pemasaran yang efektif, serta memudahkan konsumen dalam mengakses produk sesuai dengan lokasi. Dengan penerapan sistem ini, diharapkan distribusi hasil perikanan di Kabupaten Kepulauan Selayar akan menjadi lebih efisien, akses pasar lebih terbuka, dan rantai distribusi lebih singkat, sehingga menyebabkan meningkatnya daya dan pertumbuhan ekonomi di sektor perikanan.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang Sistem Digital Marketing Terintegrasi Dengan Fitur Pemetaan Pasar Untuk Hasil Perikanan Di kabupaten Kepulauan Selayar?
2. Bagaimana Mengimplementasikan Sistem Digital Marketing Terintegrasi Dengan Fitur Pemetaan Pasar Untuk Hasil Perikanan Di Kabupaten Kepulauan Selayar?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini antara lain:

1. Merancang Digital Marketing Terintegrasi Dengan Fitur Pemetaan Pasar Untuk Hasil Perikanan Di Kabupaten Kepulauan Selayar.

2. Mengimplementasikan Digital Marketing Terintegrasi Dengan Fitur Pemetaan Pasar Untuk Hasil Perikanan Di Kabupaten Kepulauan Selayar.

#### **D. Batasan Masalah**

Adapun Batasan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Sistem ini hanya berfokus pada hasil perikanan dengan fitur pemetaan pasar, yang mencakup produk hasil tangkapan laut serta produk budidaya lokal dari Kabupaten Selayar.
2. Sistem ini konsumen hanya bisa melihat katalog produk dan lokasi pemetaan pasar, tidak ada proses transaksi antara konsumen dan penjual di sistem
3. Fitur pemetaan pasar pada sistem ini akan difokuskan hanya pada pasar dan pusat distribusi yang potensial yang berada di wilayah Kabupaten Selayar.
4. Sistem ini tidak memfasilitasi transaksi pembelian secara langsung melalui aplikasi.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat pada penelitian ini antara lain:

1. Manfaat untuk objek yang diteliti

Bagi pelaku usaha perikanan di Selayar, aplikasi yang dirancang dalam penelitian ini memberikan solusi praktis untuk meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas melalui pemasaran digital. Dengan adanya fitur pemetaan pasar, pelaku usaha dapat menentukan lokasi

yang tepat untuk distribusi produk, sehingga dapat mengoptimalkan proses pemasaran dan pengiriman. Aplikasi ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing pelaku usaha sekaligus meningkatkan pendapatan mereka.

## 2. Manfaat bagi peneliti

Penelitian ini menjadi media untuk memperdalam keterampilan dan wawasan dalam mengembangkan aplikasi yang dilengkapi dengan digital marketing dan fitur pemetaan pasar. Selain itu penelitian ini juga memberikan peluang bagi peneliti untuk menyumbangkan kontribusi akademik di bidang pemasaran digital berbasis geografis.

## 3. Manfaat secara umum

Penelitian ini memberikan kontribusi positif dalam memperkuat peran institusi pendidikan sebagai penggerak inovasi teknologi yang memberdayakan masyarakat. Hasil dari penelitian ini menambah khazanah referensi akademik di bidang teknologi informasi dan pemasaran digital, serta menjadi inspirasi bagi penelitian lanjutan.