

## Riset Peluang Bisnis Retail dengan Metaverse menggunakan Metode Etnografi

<sup>1</sup>Pandu Berlian Herinda, <sup>2</sup>Tata Sutabri

Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia

[panduberlian73@gmail.com](mailto:panduberlian73@gmail.com),

---

### Abstract (English)

Retail business is one of the country's economic supporters whose consumers are the last users. In terms of business, the meaning of retail is an effort to market goods or services carried out in units or retail directly to consumers for personal, or household needs, so not for resale. At this time the influence of technology has an impact on the marketing of products or services, this forces sellers to think critically and utilize the metaverse to support the sustainability of the retail business in the form of banking, Qris, and debit. Nowadays, business competition is increasing. The number of customers, the volume of purchases is very much influenced by how we serve customers well and use technology to support excellent service to customers. This research uses ethnographic methods, namely investigating patterns of behavior and actions of a cultural group using a participatory observation approach. The data used in this research is in the form of participant observation to business people. The results show that the application of metaverse in retail business has a significant impact on customer satisfaction and increase sales of goods and services.

### Article History

*Submitted: 31 March 2024*

*Accepted: 2 April 2024*

*Published: 9 April 2024*

### Key Words

Metaverse Research

---

### Abstrak (Indonesia)

Bisnis *retail* merupakan salah satu penunjang perekonomian negara yang konsumennya adalah pemakai terakhir. Dalam hal bisnis, arti retail adalah suatu upaya pemasaran produk barang atau jasa yang dilakukan secara satuan atau eceran secara langsung pada konsumen untuk keperluan pribadi, atau rumah tangganya, jadi bukan untuk dijual kembali. Di masa ini pengaruh teknologi berdampak pada pemasaran produk atau jasa, hal ini memaksa para penjual berfikir kritis dan memanfaatkan metaverse untuk menunjang keberlangsungan bisnis retail berupa *banking*, *Qris*, dan debit. Saat ini, persaingan bisnis semakin meningkat. Banyak tidaknya jumlah pelanggan, volume pembelian sangat besar pengaruhnya dari cara kita melayani pelanggan dengan baik dan menggunakan teknologi untuk menunjang pelayanan prima kepada pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode etnografi yaitu menyelidiki pola perilaku dan tindakan dari suatu kelompok kebudayaan dengan menggunakan pendekatan observasi partisipasif. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa observasi partisipasif kepada pelaku bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa penerapan *metaverse* dalam bisnis *retail* berdampak *signifikan* terhadap kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan barang dan jasa.

---

### Sejarah Artikel

*Submitted: 31 Maret 2024*

*Accepted: 2 April 2024*

*Published: 9 April 2024*

### Kata Kunci

Penelitian Metaverse

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digitalisasi sudah merambah di bidang perekonomian salah satunya penggunaan *metaverse* baik di perusahaan besar, menengah dan usaha kecil. Hal ini, seiring dengan perputaran perekonomian yang harus bergerak cepat mengikuti perkembangan digitalisasi yang semakin pesat dan canggih.

Bisnis retail salah satunya, yang menyalurkan berbagai produk barang dan jasa kepada konsumen untuk dikonsumsi sendiri. Bisnis retail merupakan bisnis yang sangat menjanjikan seiring meningkatnya kebutuhan konsumen, untuk itu para pelaku bisnis mulai berlomba dalam meningkatkan strategi penjualannya. Hal ini menimbulkan persaingan antar pelaku bisnis, konsumen sudah mulai cerdas dan selektif dalam masalah harga, kenyamanan, kebersihan, kualitas barang, dan fasilitas penunjang lainnya salah satunya *metaverse*.

Retail adalah suatu penjualan dari sejumlah kecil komoditas kepada konsumen. Retail berasal dari Bahasa Perancis diambil dari kata *retailer* yang berarti “memotong menjadi kecil-kecil” (Risch, 1991:2).

Peranan lokasi dalam pemasaran barang dan jasa merupakan hal yang harus dipertimbangkan sebelumnya, lokasi erat kaitannya mempengaruhi keputusan pembeli. Menurut Lupiyoadi (2013), pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karenanya keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang. Letak lokasi yang dekat, bersih dan nyaman tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan keadaan di atas, pelaku bisnis perlu melakukan strategi yang dapat meningkatkan daya saing. Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan *metaverse* dan mempertimbangkan lokasi serta fasilitas lainnya yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai “RISET PELUANG BISNIS RETAIL DENGAN METAVERSE MENGGUNAKAN METODE ETNOGRAFI”.

## KAJIAN PUSTAKA

### Retail

Menurut pendapat Kotler definisi Retail adalah penjualan eceran melingkupi seluruh aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk kemudian dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis. Menurut pendapat Kotler definisi Retail adalah penjualan eceran melingkupi seluruh aktivitas yang melibatkan penjualan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk kemudian dipergunakan yang sifatnya pribadi, bukan bisnis.

## Metaverse

"Metaverse adalah sebuah ruang virtual yang dapat digunakan bersama, di mana ada dunia baru di mana para pengguna direpresentasikan melalui avatar untuk melakukan aktivitas, berinteraksi layaknya di dunia nyata," jelas Jeffry dalam keterangan tertulis, Minggu (7/11/2021).

## BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode etnografi dengan pendekatan observasi partisipatif untuk mengeksplor hubungan antara retail dengan penggunaan metaverse dalam meningkatkan penjualan.

### Bahan

1. Fasilitas yang mendukung
2. Barang dan jasa yang ditawarkan
3. Lokasi

### Metode

1. Wawancara kepada pelaku bisnis
2. Grafik penjualan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dokumen yang mampu teridentifikasi dan dilengkapi sesuai metode yang digunakan.



Gambar 1. Fasilitas yang mendukung



Gambar 2. Barang dan jasa yang ditawarkan

Tabel Penjualan Barang dan Jasa Toko Sulastris Tahun 2024		
Bulan	Barang	Jasa
Januari	Rp.10.000.000	Rp.15.000.000
Februari	Rp.10.500.000	Rp.16.000.000
Maret	Rp.11.800.000	Rp.20.000.000
April	Rp.12.000.000	Rp.21.000.000

Sumber: pelaku bisnis

Hasil pembahasan menyatakan bahwa penggunaan teknologi *mataverse* pada pelaku bisnis retail dari bulan Januari sampai bulan April tahun 2024 mengalami peningkatan yang *signifikan*. Hal ini terbukti dari data tabel yang diberikan oleh pelaku bisnis *retail*.

## KESIMPULAN

Bisnis *retail* merupakan salah satu penunjang perekonomian negara yang konsumennya adalah pemakai terakhir. Perkembangan teknologi digitalisasi sudah merambah di bidang perekonomian salah satunya penggunaan *metaverse* baik di perusahaan besar, menengah dan usaha kecil.

Hasil pembahasan menyatakan bahwa penggunaan teknologi *mataverse* pada pelaku bisnis retail dari bulan Januari sampai bulan April tahun 2024 mengalami peningkatan yang *signifikan*. Hal ini terbukti dari data tabel yang diberikan oleh pelaku bisnis *retail*.

## DAFTAR PUSTAKA

Download Apps Detikcom Sekarang <https://apps.detik.com/detik/>

Pendekatan Kualitatif dari <https://socialresearchmethods.net/kb/qualapp.php>

Metode dan Metodologi Penelitian dari <https://www2.le.ac.uk/offices/red/rd/research-methods-and-methodologies>

**Sumber :** <https://penelitianilmiah.com/macam-metode-penelitian/>