

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut (Irvan Kede, 2018), *Social Media* adalah salah satu cara untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara online. Dalam 10 tahun terakhir ini social media terus bertambah dan menjadi semakin populer.

Dalam beberapa tahun terakhir ini, membuat konten juga sudah menjadi semakin sederhana. Yang telah membantu meningkatnya penggunaan media sosial. Pengguna web sekarang dapat dengan mudah membuat konten pada sejumlah *platform* yang berkembang pesat, seperti blog dan forum, lalu mempromosikan konten yang telah di buat di berbagai *platform* sosial media, dan berinteraksi langsung dengan pembaca dan konsumennya.

Untuk bisnis, pergeseran konsumerisme web dan meningkatnya penggunaan sosial media membawa peluang dan tanggung jawab. Jumlah data yang sangat banyak disediakan pelanggan melalui media sosial saja dapat membuat web marketer semangat dalam mengeksekusi strategi marketing. Tetapi sesungguhnya sosial media menciptakan peluang bagi bisnis untuk membangun hubungan yang langsung dan berkelanjutan dengan pelanggan bisnis. Pelaku bisnis memiliki tanggung jawab untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka. Perilaku konsumen sendiri sudah berubah termasuk juga ekspektasi konsumen. Dengan kata lain, pelaku bisnis bisa memulai percakapan dengan konsumen melalui sosial media. Pelaku bisnis juga bisa menggunakan sosial media untuk

mengetahui apa yang konsumen suka dan tidak suka serta apa yang konsumen inginkan dari bisnis atau merek pelaku bisnis tersebut.

Indonesia adalah negara dengan tingkat pertumbuhan e-commerce atau usaha berbasis online tertinggi di dunia. 17% selama sepuluh tahun terakhir dengan total mencapai 26,2juta unit usaha, namun rata-rata nilai transaksi menempati posisi terendah kedua di asean sebanyak 36 USD atau sekitar 500 ribu rupiah saja dan pendapatan per kapita e-commerce hanya menempati posisi pertengahan di angka 12 USD atau setara dengan 168.000 rupiah per pengguna.

Beberapa tahun terakhir banyak bermunculan berbagai macam website sosial media marketing dengan berbagai fitur dan kelebihan dalam meningkatkan popularitas akun pelaku bisnis. Mulai dari meningkatkan jumlah *followers*, *like*, manajemen iklan, manajemen akun, hingga popularitas akun anda meningkat pesat di semua media sosial seperti *instagram*, *twiter*, *youtube*, *line*, dan *facebook*. Yang akan berdampak pada pendapatan pelaku bisnis, tanpa membuang waktu dan tenaga anda dengan mudah, aman dan terpercaya. Dari latar belakang masalah di atas maka penulis mengangkat judul “*APLIKASI OPTIMALISASI SOCIAL MEDIA MARKETING BERBASIS WEB*”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, permasalahan yang menjadi dasar pembuatan skripsi ini adalah Bagaimana membangun aplikasi optimalisasi social media marketing berbasis web.

### 1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam rencana skripsi ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, maka perlu adanya pembatasan masalah yaitu :

1. Web ini meliputi input data pembelian produksi, proses pemesanan produksi, laporan penjualan.
2. Pembayaran dilakukan secara transfer.
3. Aplikasi ini tidak membahas tentang proses pengiriman produk ke konsumen.
4. Pembuatan sistem dibatasi hanya mengenai penjualan setiap layanan yang disediakan (*followers, like, views, subscribers*).
5. Setiap layanan memiliki batas garansi tertentu.
6. Sistem *maintenance* hanya bisa di akses oleh admin.

### 1.4. Tujuan

Dengan melihat perumusan masalah di atas, maka tujuan dari skripsi ini adalah membuat dan merancang sistem untuk digunakan dan menjadi solusi bagi pelaku bisnis yang ingin meningkatkan kredibilitas dan popularitas akun bisnisnya.

### 1.5. Manfaat

Adapun manfaat yang ingin dicapai dan diperoleh dari pembuatan sistem skripsi ini adalah :

Menjadi alternatif untuk meningkatkan *management* akun dan *management* iklan (promosi) akun bisnis untuk memberikan kepercayaan pada calon konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Agar lebih memahami materi, laporan ini dibagi menjadi lima bab yang dilengkapi dengan penjelasan pada tiap bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan yang digunakan dalam laporan skripsi ini.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi landasan-landasan teori dan hal-hal yang bersifat informatif yang akan digunakan sebagai data pendukung dalam penyelesaian permasalahan.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan diuraikan desain aplikasi yang meliputi CDM, PDM, dan DFD untuk perancangan sistem yang dibuat dalam pelaksanaan skripsi.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada Bab ini akan diuraikan hasil skripsi beserta pembahasannya

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian terakhir dari laporan skripsi yang berisi kesimpulan dan saran-saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Pada bagian ini akan dipaparkan tentang sumber-sumber *literature* yang digunakan dalam pembuatan laporan ini