

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet pada masa sekarang ini dapat dikatakan sangat praktis, mudah dan efisien ditengah kesibukan kegiatan sehari – hari. Dalam sebuah pemasaran produk baik melalui *screen to face* maupun pemasaran secara *face to face* diperlukan adanya strategi komunikasi pemasaran. Adanya strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang tepat dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian promosi yang tidak efektif dan efisien (Jasri et al., 2022).

Digital marketing adalah kegiatan marketing termasuk branding yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial. Hadirnya *digital marketing* disebabkan oleh majunya perkembangan teknologi informasi yang di barengi dengan *mobile technology*. Memanfaatkan *mobile technology* membuat setiap orang yang memiliki jaringan internet, dapat mendapatkan informasi akurat hanya dalam genggam (Satria & A.R., 2021).

Digital marketing menjadi pengembangan dari aktivitas pemasaran tradisional yang dilakukan secara tatap muka berubah aktivitas pemasaran sekarang bisa melewati media digital bisa melakukan pemasaran dimanapun tanpa harus bertatap muka. *Digital marketing* dapat menjangkau semua orang tanpa memandang jarak atau waktu, sehingga semakin memudahkan konsumen untuk membeli barang tanpa harus keluar rumah atau melakukan transaksi melalui sistem *online* (Munandar D. , 2022).

Kelebihan menggunakan strategi *digital marketing* dapat menghemat biaya promosi, strategi promosi menggunakan media *internet* memang jauh lebih murah jika dibandingkan dengan strategi promosi menggunakan cara konvensional seperti brosur, baliho, dan iklan di radio maupun televisi. Peluang tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan dengan baik oleh pemilik usaha kerajinan kulit lokal Pas Leather. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dapat membantu perusahaan untuk mencapai sasaran pangsa pasar mereka secara lebih efektif melalui berbagai media *online*.

Digital marketing sangat memungkinkan bagi pebisnis karena target pelanggan potensial dapat menerima berbagai jenis informasi tentang produk dan melakukan transaksi secara online. Berdasarkan penelitian Alfonz, Bachtiar, dan Danang (Alfonz , Bachtiar , & Danang, 2022) diketahui bahwa dengan menerapkan transaksi secara online pelaku usaha dapat memperoleh manfaat positif untuk kemajuan bisnis mereka dan kepuasan pelanggan. (Taradiva Adisty & Rusdi Hidayat Nugroho, 2023)

Situs web atau biasa disebut dengan website merupakan sebutan untuk kumpulan halaman web, yang merupakan bagian dari nama domain atau subdomain dalam *World Wide Web (WWW)*. Web page adalah sebuah dokumen yang ditulis dalam bentuk *HTML* dan dapat diakses melalui *HTTP*. *HTTP* merupakan aturan dalam menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada pemakai melalui *web browser* yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terikat dimana masing-masing dihubungkan dengan beberapa jaringan halaman yang disebut dengan hyperlink. Website ini dibuka melalui sebuah browser atau program penjelajah yang terdapat di sebuah komputer. Browser yang biasa digunakan dalam komputer diantaranya: *IE, Mozilla, Firefox, Netscape, Opera dan Google Chrome*. (Meli Cristiani & Yenni M Djajalaksana, 2022)

Website merupakan kumpulan halaman - halaman yang berisi informasi yang dituangkan dalam berbagai bentuk. Website merupakan salah satu metode untuk memperlihatkan informasi di internet berupa gambar, teks, suara ataupun video interaktif dan memiliki kelebihan untuk menghubungkan satu dokumen dengan dokumen lainnya yang bisa di telusuri melalui sebuah *browser*. Secara umum, website memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Website dapat berfungsi sebagai media komunikasi yang bersifat dinamis.
2. Berfungsi sebagai media informasi yang lebih menekankan kualitas konten, karena tujuan situs ini adalah menyampaikan isinya.
3. Fungsi intertainment
4. Berfungsi sebagai media transaksi (bisnis, barang jasa, dan lain sebagainya) (Ikbal et al., 2024).

Pada era 4.0 ini kebutuhan perusahaan akan aplikasi *website* digital sangatlah penting dalam proses pemasaran dari perusahaan. Proses kerja

pemasaran perusahaan akan semakin efektif dan lebih efisien, dengan demikian perusahaan ataupun lembaga yang memiliki situs web profesional dengan domain sendiri dianggap memiliki kredibilitas yang lebih dari perusahaan atau lembaga yang belum mempunyai *website*. *Wordpress* merupakan aplikasi sumber terbuka atau biasa disebut aplikasi *open source* yang sangat populer, umumnya *wordpress* juga akan digunakan sebagai sebuah CMS (*Content Management System*) karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan *user* (Jurnal et al., 2021). Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuat *website* sebagai penerapan *digital marketing* serta media promosi pada usaha UMKM Pas Leather

Analisis SWOT menjadi analisis yang mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan dan faktor *eksternal* yang berperan sebagai peluang dan ancaman di luar. SWOT mencakup Kekuatan (*Strength*) menjadi sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menjadi sukses karena kekuatan memiliki sifat internal positif yang membantu pebisnis mencapai tujuan strategisnya. Kelemahan (*weaknesses*) pada perusahaan kekurangan sumber daya, karena dapat mengganggu tujuan strategis. Peluang (*Opportunity*) pada kondisi lingkungan eksternal yang dapat membantu pelaku usaha mencapai tujuan perusahaan. Ancaman (*threats*) pada kondisi lingkungan eksternal yang dapat mempersulit pelaku usaha untuk mencapai tujuan perusahaannya (Lestary et al., 2022).

Metode pembuatan *website* yang digunakan adalah metode *waterfall* yaitu analisa kebutuhan, perancangan sistem, implementasi, pengujian & testing, serta menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) untuk menganalisis uji kelayakan *website*. Metode pengumpulan data yaitu observasi dan studi pustaka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, Sasaran target pemasaran usaha Pas Leather kurang luas hanya mencakup daerah Solo dan sekitarnya. Maka dapat dirumuskan suatu masalahnya yaitu bagaimana merancang dan menerapkan sistem website sebagai strategi pemasaran usaha Pas Leather?

1.3 Tujuan

Penulisan tugas akhir ini bertujuan:

1. Menerapkan *website* sebagai strategi digital marketing pada usaha Pas Leather.
2. Mengaplikasikan CMS *Wordpress* dalam pembuatan *website* pada usaha Pas Leather.
3. Menganalisis peran *website* dalam mengintegrasikan strategi digital marketing pada usaha Pas Leather.

1.4 Manfaat

1. Penulis

Penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan mengembangkan ilmu yang diperoleh semasa kuliah.

2. Akademik

Sebagai sumber pembelajaran agar dapat dikembangkan sebagai referensi dalam membangun sistem website toko online.

3. Mitra

Dengan adanya sistem website ini dapat membantu proses strategi digital marketing dari usaha Pas Leather.

1.5 Batasan

Penelitian ini dibatasi pada pengembangan website usaha mahasiswa Pas Leather yang berada di Universitas 'Aisyiyah Surakarta. Fokus utama dalam penelitian ini adalah membuat website yang bertujuan sebagai strategi digital marketing usaha sehingga dapat memperluas sasaran target pasar usaha Pas Leather. Sistem website mencakup menampilkan keunggulan produk, katalog produk, dan halaman informasi kontak usaha. Pengembangan sistem website ini difokuskan pada platform *Wordpress* dan menggunakan plugin elementor dan joinchat. Pengujian sistem ini dilakukan dengan melibatkan 40 responden pelaku UMKM dan feedback dari pihak mitra.