

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran digital merupakan kegiatan promosi atau pemasaran dengan menggunakan internet sebagai mediana dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menjangkau lebih luas konsumen [1]. Pemasaran digital dapat dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dll.

Perkembangan teknologi kian pesat. Teknologi membuat segala aspek menjadi lebih mudah dan efisien. Aspek pemasaran menjadi salah satu hal yang menerapkan teknologi. Pemasaran dengan menggunakan media internet dapat memengaruhi perkembangan, produktivitas dan keputusan dalam pemasaran suatu perusahaan [2].

Pemasaran digital digunakan dalam semua produk seperti pada produk makanan. Salah satu toko yang memerlukan pemasaran digital adalah Toko Oleh-Oleh Eka Sari yang terletak di Kecamatan Sokaraja, Kabupaten Banyumas. Toko tersebut menjual berbagai makanan tradisional dengan komoditas utama getuk goreng, yang mana adalah makanan khas Kabupaten Banyumas.

Toko Oleh-Oleh Ekasari merupakan salah satu produsen dan penjual makanan tradisional khas Banyumas berupa Getuk Goreng. Getuk Goreng menjadi komoditas utama Toko Oleh-Oleh Ekasari. Permasalahan yang ada pada Toko Eka Sari adalah penjualan yang masih konvensional sehingga produk yang dijual belum diketahui oleh banyak pelanggan terutama yang ada di luar Kabupaten Banyumas. Pada saat ini Toko Ekasari hanya mengandalkan konsumen yang datang ke toko, Oleh karena itu, diperlukannya pemasaran secara digital untuk mendapatkan lebih banyak konsumen dan memperluas penjualan hingga keluar Banyumas. Hal tersebut dilakukan melalui penerapan rancangan strategi pemasaran digital dengan tujuan menjangkau konsumen lebih luas. Strategi pemasaran digital bermacam-macam, diantaranya yaitu RACE (*Reach, Act, Convert & Engage*), *marketing funnel flywheel model*,

SOSTAC model. Rancangan strategi pemasaran digital yang dibuat pada Toko Ekasari memilih menggunakan metode SOSTAC (*Situations Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Actions, Control*). SOSTAC merupakan model perancangan strategi pemasaran media sosial, metode SOSTAC dipilih karena terdapat poin object yang membantu dalam melakukan identifikasi untuk mencapai tujuan perusahaan serta terdapat poin action yang didalamnya menjabarkan aksi yang diterapkan berupa pembuatan sistem untuk pemasaran produk secara digital.

Permasalahan lain yang dihadapi yaitu belum optimalnya sistem pemesanan bagi konsumen yang berasal dari luar kota. Saat ini, media yang digunakan yaitu WhatsApp. Mulai dari tahap pemesanan hingga tahap pembayaran dilakukan melalui *chat* pada aplikasi WhatsApp. Oleh karena itu diperlukan media yang optimal untuk dapat digunakan sebagai media pemesanan bagi konsumen diluar kota. Pembuatan aplikasi *e-commerce* menjadi solusi untuk hal tersebut. Aplikasi yang akan dibuat memiliki fitur mulai dari melihat produk hingga dapat melakukan pembayaran. Aplikasi yang akan dibuat berbasis *mobile* dan dibuat menggunakan bahasa kotlin. Perancangan aplikasi akan menerapkan metode *Extreme Programming*. Metode *Extreme Programming* dipilih karena terbilang cepat untuk perancangan sebuah program. Tahapan pada extreme programming yaitu : perencanaan, perancangan, pengkodean dan pengujian.

Berdasarkan penjabaran diatas, sistem pemasaran Toko Ekasari akan diterapkan pemasaran digital dengan rancangan yang dibuat menggunakan metode SOSTAC yang didalamnya mencakup pembuatan aplikasi berbasis *mobile* yang menjadi media pemesanan bagi konsumen diluar kota. Aplikasi yang dibuat nantinya akan disosialisasikan kepada konsumen melalui media sosial instagram maupun secara langsung saat konsumen luar kota datang ke Toko Ekasari.

1.2 Rumusan Masalah

Identifikasi masalah yang dapat diambil berdasarkan latar belakang tersebut adalah penjualan Getuk Goreng Ekasari yang masih menunggu

konsumen untuk datang ke toko, sehingga konsumen luar Banyumas kesulitan dalam memesan dan membeli produk Getuk Goreng Ekasari dikarenakan belum adanya media pemesanan yang dapat melayani konsumen keluar kota. Oleh karena itu akan dibuatkan aplikasi *mobile* sebagai alternatif solusi dari permasalahan tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang dan membangun sebuah *e-commerce* bagi Getuk Goreng Ekasari?
2. Bagaimana merancang dan membangun sebuah pemasaran digital dengan menggunakan metode SOSTAC?

1.4 Batasan Masalah / Ruang Lingkup

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Berbasis *mobile* dengan sistem operasi Android minimal 7.0
2. Menerapkan fitur *marketplace*
3. Pertanyaan pada kuesioner berdasarkan SOSTAC

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah merancang dan membangun aplikasi e-commerce yang dapat melayani pemesanan konsumen keluar kota.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Membantu Getuk Goreng Ekasari menjangkau konsumen diluar Banyumas
2. Membantu konsumen diluar Banyumas dalam membeli produk Getuk Goreng Ekasari.