

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet adalah jaringan fisik yang menghubungkan komputer lintas dunia, biasanya internet menyajikan berbagai informasi atau berita tentang suatu barang dan jasa. Pada zaman era modern seperti ini internet dapat membantu perusahaan menawarkan barang atau jasa yang mereka tawarkan kepada calon pembeli.

Teknologi sangat membantu kita dalam mempromosikan atau menjual suatu barang dan jasa yang kita jual kepada calon pelanggan dan sekarang hampir semua perusahaan-perusahaan di dunia memakai cara tersebut untuk menarik pelanggan dan memberi pelayanan terbaik untuk para pelanggan setia mereka. Semua dikarenakan persaingan bisnis yang ketat antara para penjual. Metode yang digunakan bisa mempromosikan produknya melalui social media, iklan di tv, surat kabar dan website. Setiap metode dalam internet marketing tidak selalu bisa digunakan, semua tergantung bisnis apa yang dijalani. Semua metode memiliki dampak positif maupun negatif, sehingga sebelum memilih salah satu metode terlebih dahulu harus dibandingkan antar metode sehingga pebisnis bisa mengerti metode mana yang tepat digunakan untuk bisnisnya.

Pebisnis harus memikirkan bagaimana cara agar pelanggan mau menjadi customer yang sangat royal terhadap produk atau jasa yang kita jual. Maka dari itu CAFE KOFI yang selama ini menjalankan sistem secara manual ingin menerapkan sistem digital marketing pada cafe mereka agar cafe tersebut bisa meningkatkan pelayanan pada customer mereka, meningkatkan omset cafe, selangkah lebih maju dari kompetitor bisnis yang sejenis yang belum memakai sistem internet marketing.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah berdasarkan latar belakang

1. Bagaimana menerapkan *digital marketing* pada CAFE KOFI?
2. Bagaimana mengukur keberhasilan penerapan *digital marketing* pada CAFE KOFI?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan latar belakang pada bagian 1.1, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Menerapkan beberapa metode digital marketing yaitu social media marketing.
2. Mengukur tingkat keberhasilan menggunakan metode social media marketing yang digunakan untuk memperbanyak pelanggan yang datang ke CAFÉ KOFI.

1.4 Ruang Lingkup

Metode yang akan dipakai untuk digital marketing terhadap CAFE KOFI, yaitu:

1. *Search Engine Optimization*(SEO).
2. *Social Media Marketing*.
3. *Email Marketing*
4. *Responsive Mobile Design*.
5. *Content Marketing*

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk topic, yaitu:

1. Wawancara dengan *marketing* CAFÉ KOFI untuk mendapatkan informasi tentang aktivitas *marketing* yang telah dijalankan dan mendiskusikan tentang penerapan *digital marketing* untuk meningkatkan penjualan di CAFÉ KOFI.
2. Observasi terhadap website CAFE KOFI.
3. Observasi terhadap seluruh social media CAFE KOFI yang dipakai

4. Studi literatur dari buku-buku, jurnal, *e-book*, *website* tentang digital marketing

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika penyajian laporan Tugas Akhir ini dimaksudkan agar proses pembuatan dokumentasi laporan dapat dibuat secara struktur dan sistematis, sehingga akan lebih mudah dimengerti dan dipahami oleh pihak yang akan menggunakannya. Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini terdiri dari lima buah, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan pembahasan, ruang lingkup, sumber data dan sistematika penyajian.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab ini membahas secara ringkas teori-teori dasar yang berhubungan dengan topik yang diambil oleh penulis. Teori ini diambil dari berbagai pustaka yang bersangkutan dan diperlukan.

BAB III ANALISIS & HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang analisis dari topik yang diambil oleh penulis, perancangan solusi dan metode, metode yang digunakan

BAB IV Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan berguna untuk pengembangan sebuah produk yang bersangkutan