

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis telah berkembang pesat seiring perkembangan zaman. Sekarang konsumen akan mempertimbangkan produk dan jasa sebelum mereka membelinya atau menggunakannya. Pertimbangan ini didasari oleh pemikiran bahwa suatu barang atau jasa yang akan dibeli diperhitungkan secara rasional, mencakup unsur-unsur ekonomis, efisien, efektif, sesuai kebutuhan, harganya sesuai dengan kemampuan, dan sesuai dengan takaran. Informasi mengenai barang tersebut dapat ditemukan di dalam website dari suatu perusahaan tersebut. Selain itu, website juga menyediakan beberapa review mengenai barang atau jasa yang akan dibeli.

Para pebisnis juga perlu mempertimbangkan tentang *Social Media Marketing*. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet tentu juga berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di dunia beralih dari yang semula konvensional (*offline*) menjadi digital (*online*). Strategi *social media marketing* ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet. *social media marketing* adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Dunia maya kini tak lagi hanya mampu menghubungkan orang dengan perangkat, namun juga orang dengan orang lain di seluruh penjuru dunia. *social media marketing* biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. *Social media marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu.

Café Streetline merupakan suatu usaha yang berlokasi di Surya sumantri, Bandung. *Café Streetline* adalah usaha yang menangani dibidang pembuatan coffee dan eatery. Melayani dengan ciri khas kopinya tersendiri, terkhusus pada acara *event/gathering*. Cafe Streetline sampai saat ini hanya menggunakan *Instagram* untuk menjadi sarana marketing perusahaan. Dimana hanya menggunakan sarana

tersebut belum dapat mencapai potensial marketing yang diinginkan, serta lingkup pelanggan yang sangat terbatas dan mempunyai masalah dalam penambahan *customer* dan juga *system marketing* yang masih kurang melalui *social media*. Oleh karena itu saya menerapkan system digital marketing untuk Café Streetline menggunakan *website* dan *social media* Instagram untuk menarik minat dari konsumen diantaranya dalam menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan/permintaan penggunaan jasa, serta siap dalam bersaing dengan kompetitor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada bagian 1.1 , Berikut adalah perumusan pokok masalah yang ada diantaranya

1. Bagaimana penerapan situs *Web* untuk *Cafe Streeline*?
2. Bagaimana implementasi *Optimization Web* untuk *Café Streetline* agar menarik perhatian konsumen ?
3. Bagaimana menggunakan *Social Media Marketing* bagi *Café Streetline* agar pengujung meningkat ?

1.3 Tujuan Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan pada bagian 1.2 , Berikut adalah tujuan pembahasan yang ada diantaranya

1. Membuat dan mengembangkan situs web *Café Streeline*.
2. Menggunakan *plugin Digital Marketing* dan *Search Engine Optimization* (SEO) pada website *Café Streeline*.
3. Penerapan *Social Media Marketing* pada *Cafe Streetline* dengan menggunakan *Instagram*.

1.4 Ruang Lingkup

Agar pembahasan lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu adanya ruang lingkup penelitian, yaitu:

1. Ruang Lingkup Software: *Weebly* beserta *plugin-plugin* didalamnya, *SEO*, *Google Analytics*, *Social Media Instagram*.
2. Ruang Lingkup *Hardware* : *Personal Computer*
3. Ruang Lingkup Pengguna : *Administrator Web*

1.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan untuk melaksanakan seminar tugas akhir berupa data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari hasil wawancara dengan owner *Café Streetline* serta observasi terhadap perusahaan. Sedangkan data sekunder berasal dari hasil *analytics* yang diberikan oleh *Google Analytics* dan *analytics* dari sosial media-sosial media yang digunakan

