

Daftar isi

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
Kata pengantar	iii
Daftar isi.....	iv
Daftar gambar	vi
Daftar Tabel.....	14
Daftar Simbol.....	15
Daftar Lampiran.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Maksud dan Tujuan.....	2
1.3.1 Maksud.....	3
1.3.2 Tujuan	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Metodologi penelitian	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Pembangunan perangkat lunak	4
1.6 Sistematika penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan teori.....	9
2.1.1 Konsep Pemasaran UMKM	9
2.1.2 Teori Pemasaran Digital.....	10
2.1.3 Teori Komunikasi Pemasaran	11
2.1.4 Penggunaan Whatsapp Cloud API	13
2.1.5 Promosi Produk.....	14
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	15
2.1.7 Pengaruh Teknologi dalam pemasaran.....	15
2.1.8 Usecase	16
2.1.9 Usecase scenario	18
2.1.10 Pengembangan Aplikasi berbasis web	19
2.1.11 Javascript.....	20

2.1.12 CSS	21
2.1.13 HTML	21
2.1.14 Node.js.....	22
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM	24
3.1 Analisis.....	24
3.1.1 Analisis Profil UMKM di Kota Bandung	24
3.1.2 Analisis masalah.....	25
3.1.3 Analisis perbandingan digital marketing dan pemasaran konvensional	25
3.1.4 Analisis whatsapp cloud api.....	26
3.1.5 Analisis kebutuhan Non Fungsional	38
3.1.6 Analisis kebutuhan fungsional	38
3.1.7 Usecase	39
3.1.8 Usecase scenario	40
3.2 Perancangan strategi promosi	45
3.2.1 Identifikasi target pasar	45
3.2.2 Pesan interaktif dengan Tombol.....	49
3.2.3 Broadcast.....	50
3.2.4 Auto-Replay	52
BAB IV Implementasi dan hasil	55
4.1 Implementasi strategi pemasaran	55
4.1.1 Profil umkm Mahaira id.....	55
4.1.2 Implementasi lead magnet	56
4.1.3 Pesan interaktif dengan tombol.....	57
4.1.4 Implementasi broadcast.....	58
4.1.5 Implementasi auto-replay.....	59
4.2 Hasil wawancara/kuesioner.....	59
BAB V Kesimpulan dan saran	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 saran	62
Daftar pustaka	63
Lampiran	65