

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan vital dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika pada tahun 2024, UMKM memiliki peran besar dalam ekonomi global, di mana mereka menyumbang hingga 70% dari total lapangan kerja. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan di dunia berasal dari sektor UMKM, menegaskan pentingnya UMKM dalam mendukung keberlanjutan perekonomian. Di Kota Bandung, berdasarkan data dari Portal JABARPROVGID pada tahun 2022, tercatat ada sekitar 140 ribu pelaku koperasi dan UMKM yang beroperasi dalam berbagai sektor industri, seperti fashion, kuliner, dan kriya, mengikuti tren yang diidentifikasi oleh Badan Ekonomi Kreatif.

Meskipun UMKM memiliki kontribusi yang besar, mereka masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam menghadapi era digital yang terus berkembang. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memaksimalkan pemasaran dan promosi produk. Banyak UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang sering kali kurang efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi digital juga menjadi kendala bagi UMKM dalam beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat.

Di era digital ini, penggunaan aplikasi berbasis internet telah menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau pelanggan. WhatsApp, sebagai salah satu aplikasi pesan instan paling populer di Indonesia, menawarkan potensi besar untuk digunakan sebagai alat pemasaran yang efisien. Dengan fitur WhatsApp Cloud API, UMKM dapat mengotomatisasi komunikasi dengan pelanggan, menyebarkan informasi produk dengan lebih cepat, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen secara langsung. Teknologi ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial dengan biaya yang relatif rendah, sekaligus meningkatkan efisiensi dalam manajemen hubungan pelanggan.

Namun, meskipun WhatsApp Cloud API memiliki potensi yang besar, pemanfaatannya oleh UMKM di Kota Bandung masih tergolong rendah. Banyak UMKM belum sepenuhnya menyadari manfaat dari integrasi teknologi ini, atau belum memiliki strategi yang efektif untuk menerapkannya dalam kegiatan pemasaran mereka. Hal ini menunjukkan perlunya pengembangan aplikasi pemasaran yang dapat membantu UMKM memanfaatkan WhatsApp Cloud API secara optimal. Aplikasi ini diharapkan dapat memberikan solusi praktis untuk meningkatkan efisiensi pemasaran digital dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah aplikasi pemasaran yang berbasis WhatsApp Cloud API untuk UMKM di Kota Bandung. Aplikasi ini diharapkan dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung UMKM memaksimalkan strategi pemasaran digital mereka, sekaligus membantu mengatasi berbagai hambatan dalam adopsi teknologi baru. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan promosi produk mereka.

Berdasarkan latar belakang diatas, perlu adanya penelitian dan penerapan lebih lanjut terkait pemanfaatan WhatsApp Cloud API sebagai media promosi produk UMKM di Kota Bandung. Oleh karena itu maka akan dilakukan penelitian dengan judul **“Pengembangan Aplikasi Pemasaran untuk UMKM di Kota Bandung Menggunakan WhatsApp Cloud API”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

Bagaimana Pengembangan Aplikasi Pemasaran untuk UMKM di Kota Bandung Menggunakan WhatsApp Cloud API

1.3 Maksud dan Tujuan

Dalam skripsi ini terdapat maksud dan tujuan berdasarkan uraian permasalahan diatas. Adapun maksud dan tujuan dari skripsi adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud

Maksud dari skripsi ini adalah untuk mengembangkan Aplikasi Pemasaran untuk UMKM di Kota Bandung Menggunakan WhatsApp Cloud API.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi Kebutuhan UMKM: Menganalisis kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Kota Bandung dalam hal pemasaran produk mereka.
2. Pengembangan Aplikasi: Merancang dan mengembangkan aplikasi pemasaran yang terintegrasi dengan WhatsApp Cloud API untuk mempermudah UMKM dalam berkomunikasi dengan pelanggan.
3. Peningkatan Penjualan: Meningkatkan potensi penjualan produk UMKM melalui penggunaan aplikasi pemasaran yang efisien dan efektif.
4. Edukasi dan Pelatihan: Memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai cara penggunaan aplikasi dan manfaat dari teknologi WhatsApp Cloud API dalam pemasaran.

Dengan demikian, diharapkan UMKM di Kota Bandung dapat memanfaatkan WhatsApp Cloud API secara optimal untuk memperluas jangkauan promosi, menjangkau lebih banyak konsumen, dan meningkatkan penjualan produk mereka.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ruang Lingkup UMKM: Penelitian ini hanya akan fokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berada di Kota Bandung, tanpa mencakup UMKM di daerah lain.
2. Teknologi yang Digunakan: Aplikasi pemasaran yang dikembangkan dalam penelitian ini hanya akan menggunakan WhatsApp Cloud API sebagai platform komunikasi dan pemasaran, tanpa mempertimbangkan platform lain.
3. Fitur Aplikasi: Fitur yang akan dikembangkan dalam aplikasi pemasaran terbatas pada fungsi-fungsi dasar yang mendukung komunikasi dan pemasaran, seperti pengiriman pesan, katalog produk, dan interaksi

dengan pelanggan. Fitur-fitur tambahan yang lebih kompleks tidak akan menjadi fokus dalam penelitian ini.

4. Target Pengguna: Penelitian ini akan membatasi target pengguna aplikasi hanya pada pelaku UMKM di sektor tertentu yang telah ditentukan, misalnya sektor makanan dan minuman, kerajinan, atau fashion, tanpa mencakup seluruh sektor UMKM.
5. Waktu Penelitian: Penelitian ini akan dilakukan dalam jangka waktu tertentu, sehingga pengembangan aplikasi dan pengumpulan data akan dibatasi pada periode waktu yang telah ditentukan.

1.5 Metodologi penelitian

Pada penelitian kali ini penulis akan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mendalam tentang karakteristik, pola, atau fenomena tertentu. Dalam konteks penelitian penerapan WhatsApp Cloud API sebagai media promosi produk UMKM di Kota Bandung, metode analisis deskriptif akan membantu menguraikan dan menjelaskan berbagai aspek penelitian. Berikut adalah jenis-jenis metodologi yang digunakan dalam penelitian ini:

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

1. Studi literatur:

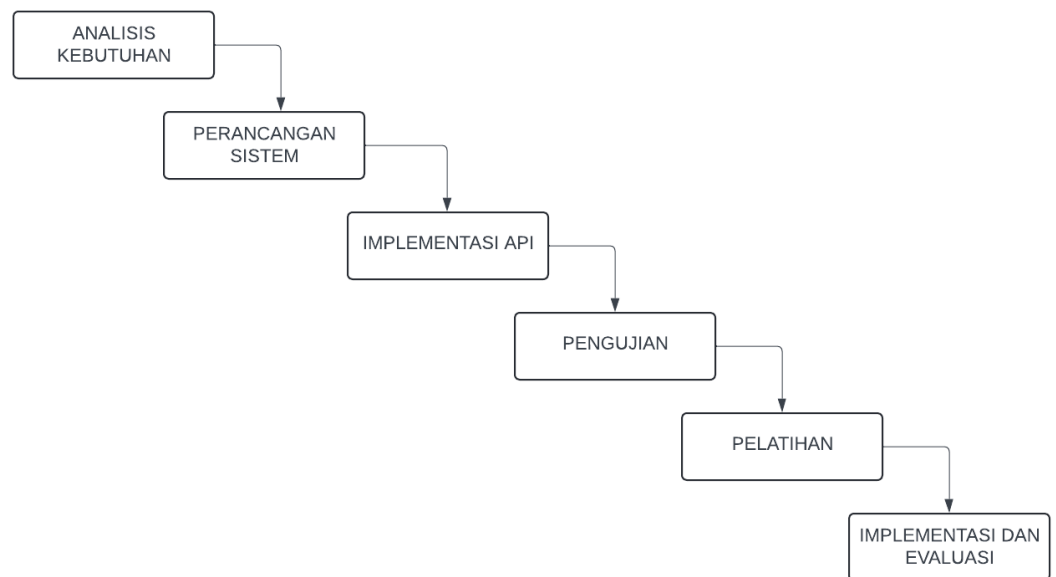
Melakukan studi literatur untuk mengumpulkan informasi terkini tentang WhatsApp Cloud API, pemasaran digital, dan strategi promosi produk yang dapat diterapkan oleh UMKM. Meninjau literatur yang relevan akan membentuk dasar teoritis untuk penelitian.

2. Kuesioner:

Metode kuesioner merupakan salah satu metode penelitian yang melibatkan penggunaan sejumlah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk mendapatkan data mengenai pendapat, sikap, pengetahuan, atau perilaku mereka terkait suatu topik tertentu.

1.5.2 Metode Pembangunan perangkat lunak

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Waterfall. Tahapan Waterfall digambarkan pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Metode Waterfall

Penjelasan setiap tahapan pada metode waterfall.

1. Analisis Kebutuhan:

Identifikasi kebutuhan pemasaran UMKM di Kota Bandung yang dapat dipenuhi oleh perangkat lunak. Tentukan tujuan jangka panjang dan jangka pendek dari penggunaan WhatsApp Cloud API untuk memaksimalkan promosi produk UMKM.

2. Perancangan Sistem:

Rancang antarmuka pengguna yang mudah digunakan untuk mengelola promosi produk UMKM. Buat desain basis data yang mendukung penyimpanan informasi pelanggan dan data promosi produk. Atau menggunakan platform pihak ketiga.

3. Implementasi WhatsApp cloud api:

Integrasi WhatsApp Cloud API ke dalam sistem perangkat lunak yang dikembangkan. Konfigurasi API untuk mengirim pesan promosi, memproses interaksi pelanggan, dan menganalisis data promosi.

4. Pengujian:

Lakukan pengujian fungsional dan non-fungsional untuk memastikan sistem berjalan dengan baik dan sesuai kebutuhan. Uji coba sistem dengan

skenario yang berbeda untuk memastikan efektivitas promosi produk UMKM.

5. Pelatihan pengguna:

Berikan pelatihan kepada UMKM di Kota Bandung tentang cara menggunakan perangkat lunak untuk memaksimalkan promosi produk.

6. Implementasi dan Evaluasi:

Terapkan perangkat lunak dalam lingkungan UMKM di Kota Bandung. Evaluasi efektivitas strategi pemasaran dengan menggunakan perangkat lunak dan WhatsApp Cloud API, lalu lakukan perbaikan jika diperlukan.

1.6 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan bermaksud untuk memberi informasi secara rinci mengenai pembahasan yang terdapat pada tiap bab. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bagian, masing-masing bagian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang pendahuluan isi penelitian meliputi latar belakang, identifikasi masalah, maksud penelitian, tujuan penulisan, batasan masalah, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang relevan dengan topik penelitian, termasuk teori tentang promosi, komunikasi pemasaran, dan teknologi WhatsApp. Selain itu, hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan topik ini dibahas untuk memberikan konteks dan dasar bagi penelitian ini. Kerangka pemikiran disusun berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, dan hipotesis dirumuskan untuk diuji dalam penelitian.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini menguraikan proses analisis dan perancangan sistem yang dilakukan untuk meningkatkan strategi promosi UMKM di Kota Bandung menggunakan WhatsApp Cloud API. Dimulai dengan analisis kebutuhan sistem, bab ini menjelaskan kebutuhan fungsional dan non-fungsional dari sistem yang akan dikembangkan, termasuk identifikasi target pasar. Selanjutnya, dibahas mengenai

pembuatan konten menarik dan relevan yang menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam strategi promosi. Pada bagian penggunaan fitur broadcast dan bulk messages, dijelaskan bagaimana fitur ini dapat digunakan untuk mencapai audiens yang lebih luas dengan efisien. Implementasi interactive messages dibahas untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui pesan yang interaktif dan responsif. Selain itu, bab ini juga menguraikan penerapan advanced automation, termasuk penggunaan chatbot, penjadwalan pesan otomatis, dan analisis data otomatis, untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye promosi. Bab ini juga dilengkapi dengan diagram dan gambar untuk memperjelas setiap tahapan perancangan, seperti diagram alur kerja advanced automation, diagram alur chatbot, dan diagram penjadwalan pesan otomatis. Dengan demikian, pembaca dapat memahami dengan jelas langkah-langkah yang diambil dalam perancangan sistem dan bagaimana sistem ini akan diimplementasikan untuk mendukung strategi promosi UMKM di Kota Bandung.

BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN SISTEM

Bab ini menjelaskan proses penerapan dan evaluasi sistem yang telah dirancang untuk meningkatkan strategi promosi UMKM di Kota Bandung menggunakan WhatsApp Cloud API. Dimulai dengan deskripsi lingkungan pengembangan, bab ini menguraikan perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan dalam implementasi sistem. Selanjutnya, dijelaskan langkah-langkah dalam proses instalasi dan konfigurasi sistem, termasuk integrasi dengan WhatsApp Cloud API dan penyesuaian fitur-fitur yang dibutuhkan. Bagian ini juga membahas uji coba fungsionalitas sistem untuk memastikan semua fitur berjalan sesuai dengan yang diharapkan, seperti broadcast dan bulk messages, interactive messages, serta advanced automation. Proses pengujian dilakukan melalui beberapa tahapan, termasuk pengujian unit, pengujian integrasi, dan pengujian sistem secara keseluruhan. Hasil pengujian dianalisis untuk mengidentifikasi dan memperbaiki bug atau masalah yang ditemukan. Selain itu, bab ini juga menyajikan analisis kinerja sistem berdasarkan respons pengguna dan efektivitas kampanye promosi yang telah dilakukan. Diagram alur pengujian dan tabel hasil pengujian disertakan untuk memperjelas proses dan temuan selama implementasi dan pengujian sistem. Dengan demikian, pembaca dapat memahami bagaimana sistem ini

diimplementasikan dan dievaluasi untuk memastikan bahwa sistem memenuhi kebutuhan dan tujuan yang telah ditetapkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan ringkasan hasil penelitian dan rekomendasi berdasarkan temuan yang diperoleh. Bab ini dimulai dengan kesimpulan yang menyimpulkan hasil penelitian sesuai dengan tujuan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Kesimpulan tersebut mencakup efektivitas strategi promosi UMKM di Kota Bandung menggunakan WhatsApp Cloud API, termasuk peningkatan interaksi dengan pelanggan dan efisiensi kampanye promosi melalui penggunaan fitur broadcast, bulk messages, interactive messages, dan advanced automation. Selanjutnya, saran-saran praktis diberikan untuk UMKM di Kota Bandung dalam mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Cloud API untuk promosi. Saran tersebut mencakup pentingnya kontinuitas dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan, pemanfaatan fitur otomatisasi untuk meningkatkan efisiensi, serta perlunya evaluasi berkala terhadap efektivitas strategi promosi yang digunakan. Selain itu, saran untuk penelitian lanjutan juga disampaikan, seperti eksplorasi lebih lanjut mengenai dampak penggunaan teknologi digital lainnya dalam strategi pemasaran UMKM. Dengan demikian, bab ini memberikan panduan yang jelas bagi UMKM dan peneliti selanjutnya dalam mengembangkan dan mengimplementasikan strategi promosi yang lebih efektif.