

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi ini, tidak dapat dipungkiri lagi mendorong organisasi bisnis untuk mengikuti perkembangan teknologi agar terus bertahan, hal ini merubah beberapa aspek mulai dari cara berkomunikasi dengan pelanggan, mendapatkan respon pelanggan, menilai kepuasan pelanggan dan lain sebagainya. Digitalisasi juga merubah cara organisasi bisnis untuk mempublikasikan produk atau jasa mereka kepada calon pelanggan, agar produk atau jasa mereka dapat dikenali oleh pasar secara lebih luas. Begitu pula sebaliknya pelanggan lebih mudah mendapatkan informasi terkait produk atau jasa yang mereka butuhkan melalui berbagai media yang tersedia di internet salah satunya adalah jejaring sosial media twitter.

Pada kuartal kedua pada tahun 2021 jumlah pengguna aktif twitter diseluruh dunia berada pada angka 206 juta, sedangkan jumlah pengguna aktif twitter di indonesia menempati peringkat kelima dengan jumlah pengguna mencapai angka 18.4 juta pengguna aktif [21]. Dengan melihat kuantitas pengguna aktif tersebut menjadi indikasi twitter bisa menjadi sarana pemasaran bagi organisasi bisnis untuk mengkampanyekan produk atau jasa yang akan mereka tawarkan kepada calon pelanggan.

Akan tetapi melakukan pemasaran tanpa ada segmentasi pasar akan menimbulkan pembangunan brand awareness yang tidak tepat maka perlu adanya diferensiasi konsumen yang akan menjadi target market. Diferensiasi target konsumen adalah hal yang sangat penting agar produsen tidak hanya peduli dengan memuaskan kebutuhan pelanggan, tetapi melakukannya dengan cara yang diakui sebagai sesuatu yang unik atau sangat mencerminkan identitas suatu organisasi tertentu dan tidak dapat dengan mudah ditiru oleh organisasi bisnis lain[23]. Oleh karena itu untuk mencapai *positioning* yang baik organisasi bisnis diharuskan melakukan beberapa metode yang tersedia salah satunya adalah dengan melakukan promosi produk atau jasa dengan mengirimkan pesan singkat yang dikirimkan dengan menggunakan aplikasi yang tersedia seperti misalnya Whatsapp Blast atau dengan menggunakan SMS blast yang disediakan oleh Odoo akan tetapi pada layanan dari aplikasi yang ada tidak mendukung adanya fitur untuk mensegmentasi pasar. Sedangkan pemasaran yang dilakukan tanpa melakukan segmentasi pasar akan membuat kampanye produk atau jasa adalah pemasaran yang tidak efisien[22].

Maka untuk mendukung proses segmentasi pasar dan membantu mengkomunikasikan produk atau jasa mereka kepada konsumen dibutuhkan teknologi yang dapat memberikan calon konsumen potensial kepada organisasi bisnis sesuai dengan yang ditentukan oleh organisasi bisnis serta membantu proses kampanye produk atau jasa kepada konsumen secara masif dan terautomasi.

Atas dasar permasalahan tersebut, penulis mencoba untuk membuat aplikasi yang dapat membantu organisasi bisnis untuk mengkampanyekan produk atau jasa mereka pada platform sosial media twitter dalam skripsi yang berjudul “MARKETING TOOLS MENGGUNAKAN API TWITTER”

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan, maka identifikasi masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Diperlukanya teknologi untuk membantu pemilik bisnis atau marketing dalam menyebarkan penawaran produk atau jasa mereka.
2. Perlu adanya teknologi untuk membantu proses segmentasi calon konsumen.

1.3 Maksud Dan Tujuan

Berikut maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan aplikasi marketing tools untuk pemilik bisnis atau marketing. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah pemilik bisnis atau marketing untuk memberikan penawaran produk atau jasa mereka terhadap pelanggan.
2. Membantu pemilik bisnis dalam melakukan segmentasi calon konsumen.

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan penelitian ini penulis perlu untuk memperjelas batasan masalah, untuk memperkecil masalah yang dibahas agar sasaran penelitian serta pembahasan akan lebih terfokus. Maka penulis membatasi pokok bahasan dengan:

1. Aplikasi yang dibuat adalah aplikasi untuk menyampaikan penawaran produk atau jasa kepada calon konsumen dengan memanfaatkan sosial media twitter.
2. Interaksi organisasi bisnis dengan konsumen akan difasilitasi dengan fitur *direct message* dari twitter.

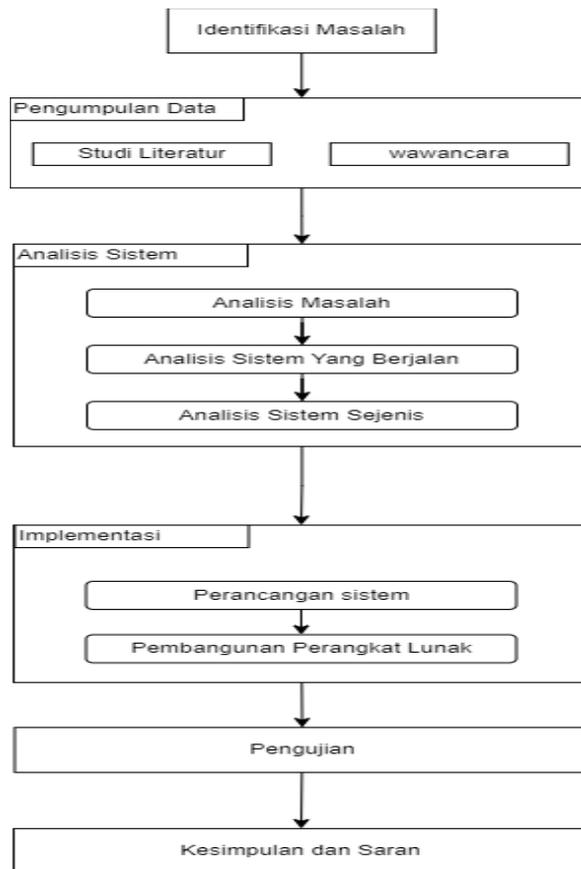
3. Data yang akan dimasukan pengguna berupa beberapa kata kunci untuk pencarian tuitan dan data pesan yang akan disebarluaskan.
4. Data keluaran akan berupa daftar tuitan yang sesuai dengan kata kunci yang dimasukan oleh pengguna.
5. Sistem hanya akan mengirim pesan langsung kepada akun twitter terpilih saja.
6. Aplikasi yang akan di bangun adalah berbasis web.
7. Untuk bahasa pemrograman pada *server side* akan menggunakan golang.
8. Untuk bahasa pemrograman pada client side akan menggunakan javascript, CSS dan HTML.
9. Basis data yang digunakan adalah mongodb.
10. Model analisis yang digunakan adalah *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram*.

1.5 Metodologi Penelitian

Pada penelitian kali ini penulis akan menggunakan penelitian studi kasus. metode penelitian studi kasus merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas dan lain-lain terhadap individu atau kelompok.

1.5.1 Alur Penelitian

Alur penelitian adalah gambaran terkait apa saja langkah-langkah yang akan penulis lalui untuk menyelesaikan penelitian ini. Berikut adalah gambar untuk alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. *Alur Penelitian*

adapun penjelasan tahapan-tahapan yang tergambar pada gambar diatas adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan pengamatan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada proses promosi antara organisasi bisnis dengan konsumen.

2. Pengumpulan

Data

Setelah masalah telah teridentifikasi tahapan selanjutnya adalah pengumpulan data, data akan didapatkan dari literatur dan referensi yang ada. Adapun metode pengumpulan data yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Studi

Literatur

Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan jurnal, paper, dan bacaan yang memiliki topik yang relevan dengan topik penelitian yang diambil.

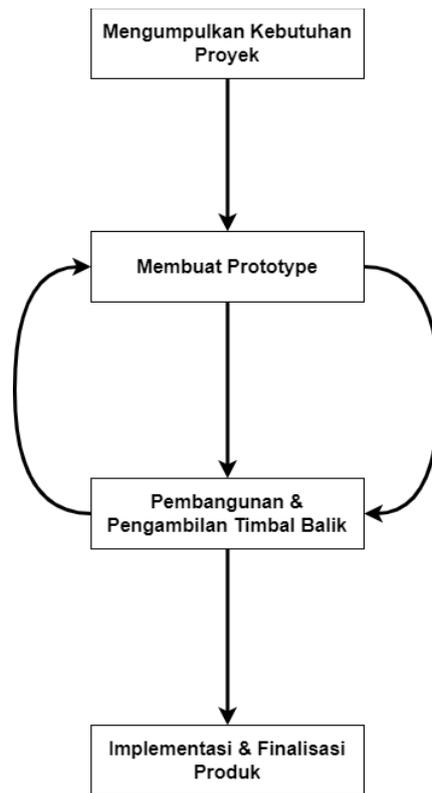
b. Wawancara

pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pelaku bisnis terkait interaksi dengan konsumen untuk mengkomunikasikan produk atau jasa mereka.

3. Analisis Sistem
Analisis sistem dilakukan untuk memodelkan masalah yang ada serta penyelesaian masalahnya, berikut analisis yang dilakukan:
 - a. Analisis masalah
 - b. Analisis sistem yang berjalan
 - c. Analisis sistem sejenis
4. Implementasi
Langkah ini untuk mewujudkan konsep hasil dari analisis yang ada ke dalam produk penelitian berupa perangkat lunak. Dalam langkah ini akan melalui dua tahap yaitu:
 - a. Perancangan sistem
merancang sistem perangkat lunak perlu adanya untuk menciptakan perangkat lunak yang dapat menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan pengguna sehingga dapat membantu produktivitas mereka juga untuk memberikan gambaran rinci terkait sistem yang akan dibangun.
 - b. Pembangunan Perangkat Lunak
Setelah perencanaan maka akan dilakukan pembangunan untuk mengimplementasikan konsep-konsep yang sudah ditetapkan dan dirancang pada tahap sebelumnya.
5. Pengujian
Pada langkah untuk memastikan sistem sudah berjalan dengan baik dan menyelesaikan permasalahan. Metode pengujian yang akan digunakan adalah *blackbox* dan *whitebox* agar mendapatkan hasil yang terperinci.
6. Kesimpulan dan Saran
Tahap ini merupakan tahapan terakhir dalam penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat ditarik dengan cara menyampaikan gagasan atau pokok utama penelitian dengan sederhana. Setelah disimpulkan maka dapat diberikan saran-saran untuk meningkatkan kualitas dari pembangunan sistem.

1.5.2 Metode Pengembangan Perangkat Lunak

Metode pembangunan perangkat lunak yang digunakan pada sistem menggunakan RAD (Rapid Application Development). RAD adalah metode pengembangan aplikasi yang berfokus pada proses pengembangan secara cepat melalui beberapa iterasi dan timbal balik yang berulang-ulang sampai menemukan sistem yang sesuai dengan kebutuhan. Untuk tahapan-tahapan yang ada pada metode RAD terdapat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 *Metode Pengembangan Perangkat Lunak*

adapun penjelasan dari gambar diatas adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan Kebutuhan Proyek
pada tahap ini, akan dilakukan proses pengumpulan kebutuhan yang ingin dipenuhi.
2. Membuat Prototype
Pada tahap ini akan dilakukan perancangan purwarupa sistem demi memastikan apakah sistem sudah sesuai dengan kebutuhan atau tidak.
3. Proses Pengembangan & Pengumpulan Timbal Balik
Pada tahap ini, terjadilah proses pengembangan berlandaskan pada purwarupa sebelumnya, sambil terus memastikan apakah fitur, fungsi, antar muka dan semua aspek dari produk sudah sesuai dengan kebutuhan jika ternyata tidak memuaskan maka proses akan kembali kepada proses membuat prototype, hal ini akan terus berulang sampai sistem dapat memenuhi kebutuhan pengguna.
4. Implementasi & Finalisasi Produk
Pada tahap ini, akan dilakukan beberapa penyempurnaan dan evaluasi untuk mendeteksi kesalahan pada aplikasi.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan laporan penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dijalankan. Sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas konsep dasar teori-teori yang digunakan untuk melakukan penelitian dan hal-hal yang dibutuhkan dalam proses analisis permasalahan dan perancangan.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN

Membahas hasil analisis dari objek penelitian yang sudah dikumpulkan datanya sebelumnya. Data analisis digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang akan dilakukan pada tahap perancangan.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN

Membahas mengenai implementasi dan pengujian sistem. Tahap implementasi merupakan tahap pengembangan sistem yang sudah dianalisis dan sudah dirancang. Kemudian dilakukan pengujian untuk sistem yang telah dibangun.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Membahas tentang kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian dan juga disertakan saran untuk pengembangan selanjutnya.