



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi telah menghasilkan era digital yang semakin berkembang dengan cepat. Hal ini menuntut semua pihak untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang baru ini, termasuk pelaku usaha dari segala skala, baik kecil, menengah, maupun besar. Dengan memanfaatkan internet sebagai platform perdagangan, perusahaan memiliki kesempatan yang besar untuk berkontribusi dalam rantai perekonomian global. Dengan menggunakan media digital dalam proses perdagangan, perusahaan dapat mempercepat penjualan produknya serta mengurangi biaya operasional, termasuk biaya distribusi yang biasanya tinggi. *Digital marketing* memungkinkan perusahaan untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial di seluruh dunia. Platform digital seperti media sosial dapat membantu perusahaan menjangkau target pasar mereka dengan lebih efektif, dibandingkan dengan metode marketing tradisional.

Para pelaku usaha harus bisa menciptakan langkah strategis agar perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing di era digital. Perusahaan harus bisa menjangkau pelanggan yang lebih luas, meningkatkan efisiensi penjualan dan pemasaran, serta memperoleh data dan wawasan pelanggan, termasuk CV Indah Jaya Motor Palembang yang memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk-produknya. Perusahaan ini selalu berupaya untuk memproduksi sepeda motor berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat Indonesia. Adapun produk-produk yang dijual oleh CV Indah Jaya Motor Palembang seperti motor roda tiga merk viar, motor angkutan, motor trail, motor ATV, motor mini trail, motor listrik, dan sepeda listrik. CV Indah Jaya Motor juga memproduksi aneka spare part untuk memenuhi kebutuhan otomotif. Untuk itu CV Indah Jaya Motor Palembang memiliki divisi yang bernama *Digital Marketing*. *Digital Marketing* memiliki tugas utama yaitu membangun dan memelihara media sosial, dan konten berkualitas. Konten-konten yang diproduksi dapat berupa gambar atau video yang mempromosikan motor viar, mulai dari mengelola ide, memproduksi konten, mengedit, sampai memposting konten ke sosial media Dealer Viar. *Digital*



Marketing juga mengelola semua kegiatan promosi produk di seluruh media sosial dengan mengikuti semua trend masa kini yang berlaku di masyarakat dengan tetap memperhatikan nilai-nilai baik yang berlaku, sehingga setiap postingan baik itu dalam bentuk gambar maupun video diterima oleh masyarakat dan tercegah dari kontroversi yang tidak diinginkan.

Pada kegiatan operasional harian, tim *digital marketing* menentukan konsep konten satu bulan sebelumnya dan memproduksi serta mengedit konten tersebut sehingga pada bulan berikutnya konten tersebut dapat diposting ke media sosial. Sebagai contoh, dapat dilihat pada Instagram Dealer Viar, terdapat video konten dengan judul “solusi hemat BBM”, video konten tersebut diproduksi atau telah melakukan proses syuting pada tanggal 17 Februari 2024, dan telah diedit pada tanggal 28 Februari, sehingga telah diposting pada Reels Instagram Dealer Viar pada tanggal 8 Maret 2024. Namun pada kegiatan operasional harian, tim *digital marketing* memiliki kendala dalam melakukan penjadwalan konten, karena pendataan jadwal konten masih dilakukan secara manual melalui *Google Sheets*, dan penyampaian informasi jadwal produksi konten masih dilakukan melalui grup *Whatsapp*, hal ini menjadi kurang terstruktur dan efisien karena *output* yang diberikan oleh *Google Sheets* berupa data berbentuk Excel, yang mana data jadwal konten akan tercetak seluruhnya, dan tidak dapat dicetak secara spesifik menurut kategorinya, juga memungkinkan sulitnya dalam pencarian data karena penumpukkan *history chat*, serta memungkinkan kehilangan data.

Oleh karena itu, nantinya akan dibuat sebuah sistem yang dapat menghasilkan *output* secara spesifik, dimana admin dan pimpinan dapat mencetak laporan yang menampilkan data jadwal konten menurut kategorinya, diantaranya jadwal konten yang masih berbentuk konsep, konten yang akan diproduksi, konten yang telah memasuki proses editing, atau konten yang sudah diupload. Dan untuk mengatasi permasalahan sulitnya dalam pencarian data karena penumpukkan *history chat*, serta memungkinkan kehilangan data, dalam hal ini diperlukan sebuah sistem agar data dapat *dibackup* secara berkala untuk menghindari kehilangan data. Maka dari itu penulis sangat tertarik untuk membuat sebuah aplikasi *digitalisasi marketing* berbasis *Website*. Menurut Riani (2023), “Penjadwalan ini berguna agar konten dapat secara teratur terposting dan tidak menumpuk dalam waktu tertentu”.



Sedangkan Menurut Yunus (2023), “Aplikasi penjadwalan ini dapat membantu para pelaku usaha untuk dapat membuat jadwal konten Instagram sesuai kebutuhannya”. Dalam mewujudkan solusi tersebut, penulis membuat sebuah aplikasi *digitalisasi marketing* motor viar berbasis *website* guna mempermudah tim *digital marketing* dalam melakukan penjadwalan konten sehingga lebih cepat dan tidak mempersulit kinerja tim *Digital Marketing* untuk melakukan promosi konten motor viar. Melalui aplikasi ini, konten yang telah memasuki proses editing dapat langsung diupload ke media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Youtube Dealer Viar.

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, penulis menemukan sebuah solusi untuk permasalahan yang ada pada CV Indah Jaya Motor Palembang dengan membuat sebuah aplikasi berbasis *website* untuk melakukan peenginputan, *backup data*, penginformasian, upload konten, serta pencetakan data konten guna mempermudah tim *digital marketing* CV Indah Jaya Motor Palembang, yang dimana sekaligus digunakan untuk Laporan Akhir penulis dengan judul “**Aplikasi *Digitalisasi Marketing* Motor Viar pada CV Indah Jaya Motor Palembang Berbasis Website**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana cara membuat aplikasi yang dapat mempermudah tim *digital marketing* dalam melakukan penjadwalan konten dan tidak mempersulit kinerja tim *digital marketing* untuk melakukan promosi konten media sosial motor viar pada CV Indah Jaya Motor Palembang?”.

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan Laporan Akhir ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi pokok permasalahan menjadi beberapa hal berikut:

1. Aplikasi ini diakses oleh pimpinan CV Indah Jaya Motor Palembang untuk melakukan pencetakan laporan data jadwal konten secara spesifik.



2. Aplikasi ini diakses oleh tim *digital marketing* CV Indah Jaya Motor Palembang untuk melakukan pengelolaan jadwal konten *digital marketing*.
3. Aplikasi yang dibuat berbasis *website* menggunakan bahasa pemrograman PHP dengan database MySQL yang bersifat online, hanya terbatas untuk CV Indah Jaya Motor Palembang.

1.4 Tujuan

Adapun tujuan dari pembuatan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuat Aplikasi *Digitalisasi Marketing* Motor Vitar pada CV Indah Jaya Motor Palembang Berbasis *Website*.
2. Untuk mempermudah tim *digital marketing* dalam melakukan pengelolaan konten mulai dari proses konsep, produksi, editing, hingga upload, sehingga lebih terstruktur dan sistematis.
3. Untuk membantu CV Indah Jaya Motor Palembang meningkatkan akurasi dan ketepatan dalam mengelola konten *digital marketing*.

1.5 Manfaat

Adapun manfaat dari pembuatan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Memudahkan admin *digital marketing* dalam menjadwalkan postingan konten diplatform media sosial dan memudahkan pimpinan untuk mencetak laporan data jadwal konten secara spesifik.
2. Pencarian data akan lebih mudah karena data yang ditampilkan lebih terstruktur, dan meminimalisir kehilangan data karena data yang telah dimasukkan dapat di *backup* secara berkala sesuai kebutuhan.
3. Melalui aplikasi berbasis *website*, memudahkan dalam pengaksesan untuk dibuka dimanapun pada device apapun.

1.6 Metodologi Penelitian

1.6.1 Lokasi Pengumpulan Data

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan di CV Indah Jaya Motor Palembang, yang beralamat di Jl.Veteran No.69C, RT.15/RW.04, Kuto Batu, Kecamatan Ilir Timur III, Kota Palembang.



1.6.2 Metode Pengumpulan Data

1.6.2.1 Metode Observasi

Metode Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung untuk melihat bagaimana proses *digitalisasi marketing* motor viar berlangsung. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada CV Indah Jaya Motor Palembang, pengamatan yang diperoleh sebagai berikut:

1. Penulis melakukan observasi di CV Indah Jaya Motor Palembang pada bagian *digital marketing*. Observasi ini meliputi proses penentuan konsep konten, produksi konten, editing konten dan proses upload konten promosi.
2. Melalui observasi yang dilakukan penulis memantau apakah terjadi kesulitan teknis saat menentukan konsep konten, seperti sistem yang lambat merespons, error saat menyimpan data, atau masalah antarmuka pengguna yang membingungkan.
3. Melalui observasi yang dilakukan penulis, terdapat kendala yang dihadapi dengan belum tersedianya aplikasi khusus yang digunakan untuk mengatur proses *digital marketing* dimana proses pendataan konsep masih dicatat dalam Google Sheets dan pada saat proses penyampaian informasi jadwal produksi konten masih menggunakan grup Whatsapp.

1.6.2.2 Metode Wawancara

Metode Wawancara merupakan metode tanya jawab dan tatap muka dan tanya jawab langsung antara penulis dan narasumber. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan Ibu Sefia Enjelita sebagai salah satu admin *digital marketing*. Kegiatan wawancara terkait dengan proses *digitalisasi marketing* pada CV Indah Jaya Motor Palembang. Berikut beberapa pertanyaan yang diajukan:

1. Bagaimana proses penginputan data konten dilakukan saat ini, mengingat belum tersedianya aplikasi khusus untuk pengelolaan *digitalisasi marketing*?
 2. Apa kendala utama yang Anda alami dalam menggunakan Google Sheets dan Whatsapp untuk pendataan dan penyampaian informasi jadwal?
 3. Apakah Anda memiliki saran atau kebutuhan spesifik terkait fitur-fitur yang diharapkan dari aplikasi *digitalisasi marketing* yang baru, untuk mempermudah proses pengelolaan konten *digital marketing*?
-



1.7 Sistematika Penulisan

Pada bab ini, penulis mengemukakan secara garis besar sistematika laporan akhir ini yang bertujuan untuk mempermudah pembaca memahami isi laporan ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I ini, mengemukakan garis besar laporan akhir mengenai pembuatan Aplikasi *Digitalisasi Marketing* Motor Viar pada CV Indah Jaya Motor Palembang Berbasis *Website*, yang akan dibuat secara singkat dan jelas mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan, Manfaat, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini, akan menjelaskan secara singkat teori umum, teori khusus dan teori program. Teori umum adalah istilah-istilah yang dipakai dalam pembuatan sistem tersebut berkaitan dengan judul, teori khusus yaitu teori program adalah spesifikasi bagaimana hal-hal tersebut saling berhubungan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab III ini memaparkan sejarah singkat berdirinya CV Indah Jaya Motor Palembang, Visi dan Misi, Logo, dan Tata Nilai, Struktur Organisasi Perusahaan serta sistem yang sedang berjalan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini, berisikan uraian mengenai rancangan dan pembuatan sistem yang meliputi pendefinisian masalah, studi kelayakan, desain diagram, desain program, implementasi, pengujian, dan pemeliharaan program tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab V ini, menguraikan kesimpulan dari rangkaian serta memberikan saran untuk membantu dalam pengembangan aplikasi yang telah dibangun untuk kedepannya.