

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Pada saat ini *E-Commerce* atau biasa di sebut *online shop* adalah salah satu konsep yang cukup berkembang di dunia internet saat ini menjadi *trend* masa kini yang digemari masyarakat saat ini terutama kalangan menengah keatas dan lebih menguntungkan banyak pihak baik dari pihak *customer* maupun pihak *ownernya* karena relatif lebih mudah dalam berbelanja tanpa harus datang ketempatnya langsung. Selain dari proses transaksi yang lebih mudah dan cepat konsep dari *online shop* sendiri lebih menguntungkan bagi penjual karena tidak perlu mengeluarkan banyak modal untuk memiliki toko.

Zeeshop merupakan sebuah Toko *online* yang berdiri sejak 2019 sampai dengan sekarang yang menjual berbagai macam model *fashion* wanita seperti baju, celana, gamis, hijab, jam, sepatu, jaket dan masih banyak lainnya. Zeeshop sendiri sekarang memiliki kurang lebih 20 *reseller* yang beralamat di Sungailiat, Riausilip, dan Pangkal Pinang. Zeeshop di promosikan memalui media sosial seperi Instagram, Whatsapp, Facebook. Walaupun sudah melakukan promosi melalui media social, namun Zeeshop masih dikenal oleh orang – orang sekitar saja yang mana ruang lingkup tersebut masih terhitung sangat kecil. Hal ini membuat pendapatan Zeeshop yang cenderung *flat* dan sulit untuk meningkatkan pendapatan karena kurangnya pelanggan baru yang mengetahui produk-produk Zeeshop

Untuk meningkatkan persaingan penjualan dengan para kompetitor, peneliti berencana untuk membuat sebuah *digital marketing* untuk membantu dan mempermudah proses promosi produk pada Toko Online Zeeshop agar dapat menjangkau ruang lingkup yang lebih luas dan menarik minat pembeli baru.

Berdasarkan Rumusan masalah penelitian dan kondisi dari proses bisnis Zeeshop peneliti tertarik untuk memilih judul **“OPTIMASI DIGITAL MARKETING BERBASIS WEB DENGAN MODEL RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD) PADA ZEESHOP RIAU SILIP”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana menyediakan aplikasi berbasis WEB yang mampu memperluas jangkauan pemasaran produk Zeeshop?
2. Bagaimana cara *customer* dapat mengetahui informasi produk Zeeshop?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat teridentifikasi beberapa masalah yang ada pada Zeeshop sebagai berikut :

1. Hanya membahas promosi online shop agar lebih dikenal banyak orang
2. Tidak membahas harga modal dan keuntungan yang didapat
3. Tidak membahas tentang pembayaran

## 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian tentang “OPTIMASI DIGITAL MARKETING BERBASIS WEB DENGAN MODEL *RAPID APPLICATION DEVELOPMENT* (RAD) PADA ZEESHOP RIAUSILIP”, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Memperluas jangkauan *customer* dengan membuat promosi berbasis Web.
2. Menghemat biaya pengeluaran
3. Memperkenalkan produk apa saja yang Zeeshop jual dan mempermudah *customer* dalam melihat koleksi yang di jual di Zeeshop.

## 1.5 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, metodologi penelitian yang digunakan untuk pengembangan sistem menggunakan metode SDLC (*Software Development Life Cycle*) dengan model *Rapid Application Development* (RAD). Tools dan basis data yang digunakan yaitu *Unified Modelling Language* (UML).