

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perdagangan melalui internet atau *e-commerce* sekarang ini terus mengalami peningkatan. Hal ini tidak lepas dari semakin mudah dan murah akses internet dan layanan perbankan di Indonesia. Adapun faktor yang menyebabkan *e-commerce* mengalami peningkatan pesat adalah seiring bertumbuhnya industri smartphone di Indonesia.

Banyak orang yang mencoba memanfaatkan internet untuk memulai bisnis dan memasarkan produknya. Namun tidak banyak orang yang mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk yang efektif melalui internet. Hal ini terjadi karena sebagian besar promosi atau pemasaran tidak tertarget dan spesifik antara produk yang dipasarkan dengan sasaran konsumen yang dituju.

Facebook sebagai layanan jejaring sosial terbesar mempunyai banyak layanan yang dapat membantu pemasaran, salah satunya adalah layanan Facebook Ads. Facebook Ads merupakan salah satu sumber trafik terbesar di internet yang dimiliki Facebook, dimana dengan Facebook Ads pengiklan dapat dengan mudah memasarkan produknya kepada calon konsumen dengan sangat spesifik. Seperti menargetkan iklan dengan ruang lingkup gender, umur, tempat tinggal, pekerjaan, ketertarikan (*interest*), tingkah laku (*behavior*), dan atau jenis gadget yang digunakan.

Berdasarkan permasalahan diatas penulis mencoba untuk membuat suatu penelitian studi kasus tentang bagaimana penerapan facebook ads untuk meningkatkan penjualan pada website toko *online* Raitsa Store. Maka dari itu, judul dalam penelitian ini adalah "Penerapan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Website Toko *Online* Raitsa Store".

### 1.2 Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang masalah diatas dan membaca berbagai sumber referensi seputar optimasi website menggunakan Facebook Ads maka penulis mencoba membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana meningkatkan *visitor*/kunjungan calon pembeli pada website toko *online* Raitsa Store?
2. Bagaimana menerapkan teknik Facebook Ads untuk memperkenalkan dan meningkatkan penjualan pada website toko *online* Raitsa Store?

### 1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada penerapan facebook ads sebagai media marketing untuk meningkatkan penjualan pada website toko *online* Raitsa Store.
2. Proses Optimasi halaman website Raitsa Store di Facebook.

3. Proses Optimasi menggunakan website yang berplatform Wordpress.
4. Hasil penerapan facebook ads pada website toko *online* Raitsa Store.

#### 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menerapkan Facebook Ads untuk meningkatkan penjualan pada website toko *online* Raitsa Store.
2. Website Raitsa Store akan mampu bersaing dengan perusahaan lain di facebook.
3. Memahami proses penerapan Facebook Ads sebuah halaman website toko *online* di facebook.
4. Sebagai referensi mahasiswa lain dibidang marketing online khususnya fokus di *E-commerce* untuk mempelajari lebih dalam tentang Facebook Ads.
5. Harapannya bisa diterapkan pada UKM (Usaha Kecil Menengah) yang ingin terjun ke dunia *online* dan website yang dibangun bisa bersaing di facebook.
6. Dapat menghemat biaya yang harus dikeluarkan untuk promosi *online* karena facebook ads dapat menyasar calon konsumen dengan sangat tertarget.
7. Bagi website toko *online* Raitsa Store, diharapkan dapat bermanfaat yaitu dengan lebih banyak mendapatkan kunjungan/calon pemebel dan dikenal di dunia maya khususnya di facebook.

8. Bagi pengunjung atau calon konsumen, diharapkan dapat membantu merekomendasikan produk yang dibutuhkan.
9. Bagi penulis, diharapkan menambah pengetahuan dan pengalaman lebih luas dan mendalam terutama dalam proses pemasaran melalui facebook ads.

## 1.5 Metode Penelitian

### 1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Yakni sumber-sumber sebagai pelengkap untuk mendukung keakuratan informasi yang terkandung didalamnya, data-data yang diperoleh diambil dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data, sebagai berikut:

#### 1. Studi Pustaka

Penulis membaca dari berbagai jurnal dan buku sebagai pedoman penelitian skripsi dan beberapa buku yang terkait dengan landasan teori untuk penelitian skripsi ini. Selain itu peneliti juga membaca beberapa skripsi di Universitas AMIKOM YOGYAKARTA sebagai referensi dalam penelitian skripsi agar lebih baik.

#### 2. Studi Kasus

Penulis mengumpulkan data-data dari studi kasus yang dilakukan pada Website Toko *Online* Raitsa Store selama penelitian berlangsung.

## 1.5.2 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode analisis kebutuhan sistem yang meliputi kebutuhan fungsional dan non fungsional dan analisis kelayakan sistem yang meliputi kelayakan teknologi.

### 1.5.2.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode analisis yang tepat untuk penelitian penulis tentang Penerapan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Penjualan karena dengan analisis SWOT penulis dapat mengetahui tentang 4 hal yaitu Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman dengan teknik Facebook Ads yang diterapkan.

### 1.5.2.2 Analisis Kebutuhan

Analisis kebutuhan merupakan analisis yang mencakup kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan dalam menerapkan teknik Facebook Ads.

## 1.5.3 Metode Perancangan

Pada tahap ini perancangan penerapan meliputi :

### a. Pembuatan iklan

Membuat iklan produk yang akan dipromosikan, meliputi tipe *objective* (objek) iklan, teks penawaran iklan, gambar atau video iklan dan link url tujuan iklan.

### b. Pemilihan Target Audience

Menentukan target *audience* atau calon konsumen yang dibidik, meliputi lokasi, umur, gender, bahasa, demografi, behaviors (tingkah laku), interest (ketertarikan), jenis device (alat) dan penempatan iklan

c. Pengaturan Biaya dan Jadwal Iklan

Menentukan berapa biaya iklan yang akan dijalankan dan menjadwalkan kapan dan berapa iklan yang akan tayang.

d. Analisis Iklan

Menganalisis iklan-iklan yang sudah berajalan dan membuat keputusan untuk mengedit, menghentikan dan melanjutkan iklan.

e. Scale Up

Meningkatkan iklan yang mempunyai performa baik, meliputi penambahan biaya atau target *audience* yang diperluas.

1.5.4 Metode Testing

Tujuan utama dari testing adalah untuk menerapkan teknik Facebook Ads terhadap produk yang dipromosikan di website toko *online* Raitsa Store.

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan

### BAB II LANDASAN TEORI

Berisi bagian yang menjelaskan teori-teori yang mendasari dibuatnya laporan, metode penelitian yang digunakan, dan pembahasan secara detail. Penjelasan dapat berupa bahasan dari referensi yang dijadikan rujukan, definisi-definisi atau model langsung yang berkaitan dengan ilmu atau masalah yang sedang diteliti.

### Bab III Analisis dan Perancangan

Didalamnya terdapat tinjauan umum tentang website toko *online* Raitsa Store dan metode promosi yang digunakan.

#### Bab IV Implementasi dan Pembahasan

Berisi tentang bagaimana penerapan Facebook Ads menggunakan berbagai tipe iklan pada website toko *online* Raitsa Store dan pembahasan teknik Facebook Ads.

#### BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan hasil penelitian dan saran yang harus dilakukan kedepannya oleh pihak toko *online* untuk menunjang keberhasilan dalam promosi secara *online*, khususnya dilayanan jejaring sosial facebook

