

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Masyarakat di zaman modern seperti sekarang ini sangat senang untuk berbelanja *online* melalui berbagai platform, yang dimana sangat memudahkan manusia untuk memenuhi apapun kebutuhan yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, sederhananya untuk belanja kebutuhan yang sudah sangat kompleks tersedia pada sebuah aplikasi *marketplace* Shopee. *marketplace* Shopee sendiri adalah platform pembelian barang atau produk yang disediakan oleh berbagai penjual secara *online* dengan banyak kemudahan dalam bertransaksi, transparansi pengiriman barang dan juga keamanan data para pembeli.

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah aktivitas usaha yang dijalankan masyarakat berbentuk usaha perseorangan ataupun badan usaha, UMKM di zaman sekarang banyak beralih melakukan penjualan produknya melalui *marketplace* salah satunya adalah Shopee dimana banyak sekali UMKM yang terjun kedalamnya dan bersaing pada *marketplace* dengan berbagai macam teknik pemasaran dari penawaran segi harga diskon hingga produk-produk yang unik. Dalam jangkauan *marketplace* Shopee ini sendiri masih cukup terbatas dalam pemasaran produknya. Untuk pemasaran produk, penjual tidak bisa melakukan promosi produknya secara massal ke dalam kontak Whatsapp akun pribadi ataupun akun Whatsapp *customer* yang telah didapatkan dari pembelian berkala untuk menawarkan produk terbaru yang ada pada toko Keidan *Collections* di *marketplace* Shopee.

Penggunaan API *Baileys* sendiri berfungsi untuk menghubungkan Whatsapp *client* ke dalam aplikasi Whatsapp blast, setelah didapatkan akses ke dalam Whatsapp tersebut. Aplikasi Whatsapp blast dapat mengelola pemasaran produk secara massal dari Shopee kedalam kontak yang tersedia pada Whatsapp.

Top 35 Most Popular Social Media Websites

Ranking	Social Media Network	Monthly Active Users (MAUs)	Monthly Organic Traffic
1	Facebook	3.06 billion	13,900,000,000
2	YouTube	2.70 billion	75,200,000,000
3	WhatsApp	2.40 billion	4,000,000,000
4	Instagram	2.35 billion	7,000,000,000
5	TikTok	1.67 billion	2,900,000,000

(Sumber : *popular social media websites*, 2024)

Gambar 1. 1 Sosial Media Populer

Pemilihan aplikasi Whatsapp sendiri dalam menjalankan pemasaran produk massal disebabkan penggunaan aplikasi Whatsapp yang tinggi untuk platform sosial media dari sumber yang telah teruji pada tahun 2024 sesuai dengan yang ada pada gambar 1.1, sehingga dapat menaikkan *traffic* dan *insight* dalam penjualan pada toko di *marketplace*. Uji analisis data ditemukan bahwa *Social Media Marketing* menggunakan Whatsapp cukup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Gestio dan Suraya, 2018: 1). Secara psikologis dari sisi *marketing* yang ditawarkan melalui aplikasi Whatsapp secara langsung kepada calon pembeli, dapat lebih terfokuskan dengan memberikan pemahaman produk yang akan dijual, sehingga calon pembeli memiliki ketertarikan dan minat yang tinggi hingga memutuskan untuk membeli produk dari toko tersebut.

Dari kasus yang tercantum, penulis bertujuan untuk membuat sistem API yang terintegrasi langsung dari aplikasi Whatsapp blast ke dalam aplikasi Whatsapp *client*, untuk melakukan promosi massal dengan mengoptimalkan efisiensi dan menekan biaya operasional dibandingkan menggunakan aplikasi Whatsapp business.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, penulis menentukan rumusan masalah skripsi yaitu, bagaimana meningkatkan efektifitas pemasaran

dengan sosial media Whatsapp dan penekanan biaya operasional pemasaran menggunakan API *Baileys*.

1.3. Ruang Lingkup

Untuk mencapai kualitas penelitian yang proporsional telah ditentukan ruang lingkup penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Pengembangan program API menggunakan 3egati pemrograman *Hypertext Preprocessor* (PHP).
2. Sistem Aplikasi menggunakan framework Laravel dan Vue JS.
3. Target pasar penawaran produk hanya nomor yang terdaftar aktif di aplikasi Whatsapp.
4. Platform *marketplace* yang akan digunakan adalah aplikasi *e-commerce* Shopee.
5. Sistem aplikasi dan API yang dibuat berfokus pada *broadcasting* produk massal via chat ke aplikasi Whatsapp.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berguna untuk user agar bisa mempromosikan massal produk dari toko *marketplace* Shopee, melalui Whatsapp client yang bisa digunakan beberapa nomor sekaligus pada sistem aplikasi. Sehingga bisa menawarkan produk-produknya tanpa dikenakan biaya seperti pada aplikasi Whatsapp business yang mengharuskan user untuk berlangganan terlebih dahulu.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemudahan dalam promosi massal melalui Whatsapp
2. Dapat digunakan untuk referensi atau bahan evaluasi pada penelitian-penelitian selanjutnya, berhubungan dengan pengembangan sistem aplikasi yang sekaligus mengintegrasikan API.
3. Sebuah bentuk kontribusi dalam pengembangan teknologi sistem informasi di era digital seperti sekarang.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistem penulisan penelitian sesuai kaidah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

Bab yang berisikan sumber pustaka terkait dengan penelitian yang dilakukan berguna sebagai referensi dan acuan penelitian, serta landasan teori yang mendukung teori penelitian dalam skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merincikan bahan, peralatan, prosedur bahan penelitian dan rancangan dari sistem penelitian.

BAB IV IMPELEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bab ini 4egat menjelaskan implementasi penelitian dari data bahan serta kasus yang akan diangkat dalam penelitian dan pembahasan rancang bangun sistem.

BAB V PENUTUP

Bab yang berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dibuat dan saran untuk penelitian terkait selanjutnya dengan sistem serupa.