

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Industri tekstil merupakan salah satu industri yang berkembang cukup pesat di Indonesia. Indonesia masuk urutan ke 17 sebagai pemasok dari produk tekstil dunia dengan pangsa pasar 1,58 persen. Menurut data kementerian perindustrian pertumbuhan ekspor industri tekstil di Indonesia selama lima tahun terakhir mengalami pertumbuhan 2,28 persen. Pada Tahun 2016 nilai ekspor Indonesia ke dunia mencapai nilai US\$ 12,28 miliar.

Saat ini informasi mengenai industri tekstil di kota padang masih sangat minim. Dan masalah yang sering terjadi yaitu pada bidang pemasaran produk. Teknologi di era Revolusi Industri 4.0 yang salah satunya Digital Marketing merupakan faktor penting yang menjadi solusi yang paling efektif dari permasalahan pemasaran produk yang ada pada industri tekstil ini. Faktor tersebut akan meningkatkan permintaan konsumen untuk pasar tekstil di kota Padang.

Digital marketing adalah memanfaatkan area luas pada media seperti televisi, perangkat mobile hingga Internet, dimana media tersebut akan memberikan informasi tentang berbagai produk yang dipasarkan oleh perusahaan, terutama penekanan tentang merek sebuah produk atau jasa. Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh para pemasar. Begitu juga dengan KIRBI menggunakan pemasaran melalui digital marketing agar jangkauannya luas dan biaya lebih murah. Keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi

baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak baik antar perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada perusahaan (Kotler : 2012).

Brand awereness yaitu dikenal dengan kesadaran merek, maksudnya kemampuan seorang pembeli dalam mengingat kembali (recognize) atau mengenali (recall) bahwa suatu merek merupakan suatu bagian dari produk tertentu. Melalui kesadaran konsumen atas suatu brand, maka calon konsumen dapat ingat dan kenal terhadap merek dan memutuskan melakukan pembelian (Oktaviani Femi, Rustandi Diki : 2018).

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu Object Oriented Analysis and Design (OOAD). OOAD adalah metode analisis yang memeriksa requirements dari sudut pandang kelas dan objek yang ditemui dalam ruang lingkup permasalahan yang mengarahkan pada arsitektur software yang didasarkan pada manipulasi objek-objek system atau sub system. OOAD merupakan cara baru dalam memikirkan suatu masalah dengan menggunakan model yang dibuat menurut konsep sekitar dunia nyata. Dasar pembuatan adalah objek yang merupakan kombinasi antara struktur data dan perilaku dalam satu entitas (Hasanuddin , S.Kom, M.Kom : 2016).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, yang berkaitan dengan judul yang penulis angkat salah satunya Penelitian yang dilakukan oleh Femi Oktaviani dan Diki Rustandi (2018), dengan judul “Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness”. Penelitian ini menjelaskan mengenai Strategi Digital Marketing yang menggunakan aplikasi *e-commerce* dan terintegrasi dengan sosial media seperti Intagram, Whatsapp, dan Facebook yang tujuannya untuk membangun sekaligus meningkatkan Brand Awareness produk dari sebuah UMKM.

Dari masalah diatas penulis ingin mengimplementasikan website digital marketing untuk mempermudah masyarakat untuk mengetahui dan mengenal brand dari produk UMKM tekstil kota Padang. Oleh karena itu penulis membuat sebuah Laporan Skripsi dengan judul : **“IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS MENGGUNAKAN METODE OBJECT ORIENTED ANALYSIS AND DESIGN PADA UMKM TEKSTIL KOTA PADANG”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dapat diambil dari latar belakang yang telah dipaparkan diatas adalah :

1. Bagaimana cara membuat strategi digital marketing untuk memudahkan masyarakat untuk mengingat brand awareness pada UMKM tekstil kota Padang?
2. Bagaimana memanfaatkan sosial media sebagai strategi pemasaran pada UMKM tekstil di kota Padang?
3. Bagaimana membangun suatu aplikasi *e-commerce* berbasis web pada UMKM tekstil kota Padang?

## **1.3 Hipotesa**

Berdasarkan perumusan masalah dapat disimpulkan beberapa hipotesa sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan menggunakan strategi digital marketing dapat meningkatkan branding UMKM tekstil kota Padang.
2. Diharapkan dengan adanya sosial media dapat memudahkan umkm tekstil kota padang dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan produk.
3. Diharapkan dengan website *e-commerce* dapat mempercepat proses order, pembayaran dan laporan penjualan produk tekstil.

#### **1.4 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek dari penelitian ini pada UMKM bidang tekstil di kota Padang yaitu toko Indonesia Textile.
2. Data yang digunakan dalam pembangunan website *e-commerce* ini adalah data produk, detail produk, harga, gambar produk, discount, dan stok produk.
3. Dalam pembangunan website ini menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database management systemnya menggunakan MySQL.

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk membantu UMKM kota Padang dalam promosi dan branding produk tekstil.
2. Untuk mempermudah konsumen dalam pembelian dan pembayaran produk tekstil berbasis website.
3. Untuk membantu meningkatkan kualitas layanan kepada customer pada UMKM tekstil kota Padang.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. UMKM dapat dengan mudah meningkatkan branding produk tekstil di kota Padang.
2. Untuk mempermudah dan mempercepat proses order pada UMKM tekstil kota Padang.
3. Untuk menambah pengetahuan dan perluasan ilmu tentang perkembangan sistem *e-commerce*.

## 1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Indonesia Textile adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang industri tekstil, didirikan pada awal tahun 1997 yang di miliki oleh bapak Azwar, perusahaan jasa sewa ini terletak di kota Padang yang beralamat di Jalan Prof H. Muhammad Yamin SH, Kampung Jao No.1 Kota Padang. Perusahaan ini didirikan atas dukungan dari keluarga bapak Azwar dalam mengolah usaha di bidang penjualan bahan pakaian tekstil. Kemampuan ini muncul atas dasar pengalaman kerja beliau sebelum mendirikan usaha sendiri.

Indonesia Tekstile merupakan salah satu UMKM yang terbesar di kota Padang. Indonesia Tekstile buka setiap hari jam 9 pagi dan tutup jam 5 sore. Indonesia Textile memiliki pegawai sebanyak 6 orang dibidang penjualan yang tugasnya melayani pembeli yang mengunjungi toko, 1 orang sebagai kasir, dan 1 orang dibagian keuangan untuk mengelola pembukuan keseluruhan toko.