

# B A B I

## P E N D A H U L U A N

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dimasa sekarang telah menyebabkan semakin cepatnya penyebaran informasi, salah satu media penyebaran informasi yang banyak digunakan adalah melalui sosial media. Berdasarkan data demografi yang dirilis pada tracx.com [1], hingga januari 2017 terdapat 2,8 milyar pengguna sosial media aktif diseluruh dunia. Angka ini masih akan terus bertambah setiap harinya. Hal ini membuktikan bahwa sosial media memegang memiliki peranan penting dalam informasi secara cepat.

Sosial media memungkinkan setiap orang untuk memposting dan berbagi konten ke seluruh penjuru dunia dengan seketika [2]. Sosial media membuat setiap orang dapat memiliki relasi dengan pengguna sosial media lainnya baik yang mereka kenal maupun tidak. Dalam menjalankan strategi pemasaran, promosi dan pengenalan produk merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh pemasar agar produk mereka dikenal oleh masyarakat. Dibutuhkan banyak relasi untuk melakukan promosi dan pengenalan produk agar produk tersebut semakin cepat dikenal masyarakat.

Untuk dapat mempromosikan produknya, pemasar dapat menggunakan sosial media sebagai salah satu alternatif dalam melakukan promosi ataupun sekedar pengenalan produk kepada masyarakat. Salah satu teknik yang dapat digunakan pemasar pada sosial media adalah *viral marketing*. *Viral marketing* merupakan suatu strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial dalam menyebarkan informasi secara cepat dan semakin menyebar luas seiring dengan berjalannya waktu.

Masalah yang sering dialami oleh *onlineshop* dan perusahaan ialah kurang mengetahui informasi mengenai referensi pengiklanan dalam memasarkan produk mereka. Adapun masalah lainnya yang dialami oleh pihak *onlineshop* atau perusahaan yang masih memasarkan produknya, memakai cara – cara konvensional, sehingga kurang menjangkau masyarakat.

Hal ini dapat mempersulit pihak *onlineshop* dan perusahaan untuk mempromosikan produk mereka. Di sisi lain beberapa pihak *onlineshop* maupun

*buzzer* sulit dipercaya baik dari sisi transaksi maupun kinerja, sehingga terjadi kecurangan yang mengakibatkan kerugian dan ketidaknyamanan antara kedua belah pihak.

Berdasarkan uraian di atas, Penulis mengangkat yang berjudul “**A n a l i s i s d a n P e r a n c a n g a n W e b s i t e S i s t e m E n d o r s e m e n t D o o z . c o . i d**”.

### 1.2 R u m u s a n M a s a l a h

Merujuk pada latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang berkaitan dengan latar belakang di atas. Adapun permasalahan yang muncul adalah:

1. Kurangnya referensi tentang jasa *endorsement* yang terpercaya.
2. Banyaknya *online shop* atau perusahaan yang masih memasarkan produknya, atau event penting dengan cara – cara konvensional, sehingga kurang menjangkau masyarakat.
3. Banyaknya kecurangan yang mengakibatkan kerugian dan ketidaknyamanan antara dua belah pihak (*buzzer* dengan pihak *onlineshop* / perusahaan).

### 1.3 T u j u a n d a n M a n f a a t

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah membuat rancangan sebuah *website* yang dapat menjadi penghubung antara pengiklan dan *endorser*.

Adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi untuk pengembangan sistem baru di masa yang akan datang.
2. Memudahkan pemasar dalam memasarkan produk melalui sosial media dan pihak perusahaan jika ingin menyelenggarakan *event* penting.
3. Dapam meminimalisir kecurangan atau tingkat kerugian antara dua belah pihak (*buzzer* dengan pihak *onlineshop* / perusahaan).

### 1.4 R u a n g L i n g k u p

Untuk mencegah adanya perluasan masalah dan agar pembahasan tugas akhir ini lebih terarah, maka diperlukan batasan masalah terhadap tugas akhir ini, yaitu :

1. Pembahasan system mencakup proses menghubungkan pihak *online shop* yang ingin memasarkan produknya melalui jasa *buzzer* atau *endorser*.
2. Fitur yang tersedia pada rancangan yang akan penulis buat terdapat beberapa pembagian yaitu :

1) Fitur pada tampilan *Online shop* :

- *Login*
- Lihat profil
- Mengubah profil
- Pengajuan *endorse*
- Melihat riwayat *endorse*
- Pengaturan akun
- Melakukan pembayaran
- Menarik dana
- Melihat riwayat transaksi
- Mengajukan komplain
- *Live chat*

2) Fitur pada tampilan Perusahaan :

- *Login*
- Lihat profil
- Mengubah profil
- Membuat spanduk baru
- Menerima partisipan
- Melihat iklan yang sedang berjalan
- Pengaturan akun
- Melakukan pembayaran
- Menarik dana
- Melihat riwayat transaksi
- *Live chat*

3) Fitur pada *buzzer* :

- *Login*

- M elihat profil
- M engubah profil
- M enerim a *endorse*
- M engikuti iklan berjalan
- P engaturan akun
- M enarik dana
- M elihat riw ayat transaksi
- *Live chat*

4) Fitur pada admin :

- *Login user*
- P enyelesaian kom plain *user*
- K onfirm asi P embayaran

3. Setiap transaksi yang berlangsung antara *buzzer* dengan *online shop* dan perusahaan akan dikenakan biaya sebesar 2% setiap teransaksi yang terjadi di *website Dooz.co.id*.

4. Rancangan sistem menggunakan *Balsamiq Mockups 3*.

### 1.5 Metodologi Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem menggunakan *prototyping*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan kebutuhan

Pelanggan dan *developer* bersama – sama mendefinisikan format keseluruhan perangkat lunak, mendefenisikan semua kebutuhan, dan garis besar sistem yang akan dibuat.

2. Membangun *prototype*

Membangun *prototype* dengan membuat perancangan sementara yang berfokus pada penyajian kepada pelanggan ( misal dengan *input* dan format *output* ).

### 3. Evaluasi *prototyping*

Evaluasi ini dilakukan oleh pelanggan apakah *prototyping* yang sudah dibangun sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Jika sudah sesuai maka tahapan berikutnya akan diambil. Jika tidak *prototyping* direvisi dengan mengulangi langkah pertama, kedua, dan ketiga.



# UNIVERSITAS MIKROSKIL