

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Ekonomi digital pada saat sekarang ini di era *globalisasi* sangatlah berpengaruh di era ekonomi mikro dan makro, hal ini lebih menampilkan para pemula untuk tampil secara global untuk itu kelompok usaha mikro khususnya *Fashion* perlu memanfaatkan ekonomi digital (Sari, 2019).

Fashion Wanita pada saat serang ini sangat diminati oleh semua kalangan mulai dari remaja, orang tua, baik digunakan di acara formal maupun tidak formal. dengan banyaknya populasi rakyat Indonesia pada saat sekarang ini para pengusaha mikro lebih cenderung untuk membuat peluang usaha pakaian perempuan agar lebih banyak peminatnya. Untuk itu dalam menjual pakaian perempuan diperlukan promosi yang baik untuk meningkatkan penjualan (Khairuzzaman, 2018).

Digital aset pada saat sekarang ini tidak hanya sebatas uang yang bersifat pribadi dan rahasia. Contoh digital aset sosial media, blog, *website* yang dapat di akses secara *online* (Fadly & Wantoro, 2019).

Pada saat sekarang ini banyak unit usaha *fashion* yang masih bingung untuk mengembangkan usaha mereka di bagian dunia digital karna seiringnya perkembangan zaman saat sekarang ini. Untuk itu mereka yang memiliki unit usaha *fashion* ingin mengetahui seberapa tepatnya pemilihan kata kunci yang tepat untuk menjalankan sebuah promosi di dalam dunia digital / sosial media, terhadap penjualan dan perkembangan usaha mereka untuk kedepanya (Ludiya & Mulyana, 2020).

Digital aset yang dimiliki oleh unit usaha *fashion* menjual produknya yaitu gamis, celana Wanita, atasan wanita, tunik dan lain lain. Tetapi pada penelitian ini penulis lebih memfokuskan ke *fashion* gamis, peneliti akan melakukan analisis terhadap pengaruhnya kata kunci yang tepat untuk keberhasilan sebuah promosi dengan memperhatikan kata kunci di setiap penggunaan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Hasil penelitian ini akan memberikan usulan kepada unit usaha

fashion tersebut tentang penggunaan *hashtag* atau *tweet* yang sesuai untuk mendapatkan *insights* yang besar dalam sebuah promosi dan meningkatkan pengelolaan aset digital pada unit usaha *fashion* tersebut.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Bagaimana pengaruh *hashtag* atau *tweet* terhadap Promosi *Online* Dalam Meningkatkan *Efektivitas* Pemasaran pada unit usaha *fashion* ?

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, Maka diperlukan analisis mendalam tentang *tweet* yang berkaitan dengan *fashion* gamis di *twitter*. apakah berpengaruh untuk unit usaha *fashion* tersebut.

1.4 PERTANYAAN PENELITIAN

Bagaimana melakukan analisis *hashtag* atau *tweet* terhadap promosi *online* pada unit usaha?

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Melakukan proses analisis *hashtag* atau *tweet* pada unit usaha *fashion* dengan teknik *web scraping* di *twitter* untuk mendapatkan kata kunci yang tepat dan akurat dalam pemasangan promosi di dunia digital *twitter*.

1.6 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat praktis dan teoritis yang bermanfaat bagi masyarakat, mahasiswa, peneliti dan lain-lain. Manfaat praktis dapat menyumbangkan ide ke universitas untuk meningkatkan proses pembelajaran dan dengan demikian meningkatkan hasil kinerja mahasiswa.

1. untuk penulis berpotensi berharga dalam menerapkan teori akademik ke skenario dunia nyata. Selanjutnya penelitian ini akan menambah pemahaman dan pengetahuan penulis khususnya mengenai dampak promosi *online* dan pengetahuan konsumen.

2. Untuk pemilik usaha diharapkan dapat memberikan temuan yang berguna bagi pemilik unit usaha *fashion* untuk bisa meningkatkan aset digital usaha mereka agar lebih baik.
3. Bagi akademis Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya berupa analisis tentang pengelolaan aset digital.

PEPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA