

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Transformasi digital yang paling menonjol pada perkembangan teknologi adalah hadirnya *platform e-commerce* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring. *Electronic commerce* adalah proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Dengan kemudahan akses dan jangkauan yang luas, *e-commerce* telah menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, dengan nilai transaksi mencapai Rp 476 triliun pada tahun 2022 (idEA, 2022).

Pemanfaatan *e-commerce* memberikan peluang besar bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, tidak semua pelaku usaha dapat memanfaatkan potensi ini secara optimal. Seperti yang dialami oleh Arabic Store, sebuah usaha yang bergerak di bidang penjualan produk-produk fashion islami. Saat ini, Arabic Store hanya mengandalkan promosi organik melalui Facebook, pemesanan melalui inbox Facebook atau diarahkan ke WhatsApp, serta berjualan di *marketplace* seperti Shopee dan Lazada. Kendala utama yang dihadapi adalah ketatnya persaingan harga, di mana kompetitor menawarkan produk dengan harga jauh lebih murah. Hal ini menyebabkan orderan Arabic Store semakin menurun.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan strategi *digital marketing* yang tepat untuk memperluas jangkauan promosi secara tertarget, sehingga dapat meningkatkan *closing* tanpa harus bersaing dari perang harga. Solusi yang ditawarkan adalah dengan melakukan riset pasar menggunakan Google Trends untuk mengidentifikasi usia dan wilayah dengan minat tinggi terhadap produk Arabic Store, serta menganalisis kompetitor yang sukses di *niche* serupa. Hasil riset ini akan menjadi dasar dalam pembuatan *website e-commerce* Arabic Store yang dilengkapi dengan system rekomendasi AI dan *Chatbot*, serta *copywriting* yang efektif, dari riset produk dan riset kompetitor yang telah dilakukan. Desain *website* yang berbasis data memungkinkan pengembangan antarmuka yang lebih sesuai

dengan kebutuhan dan preferensi pengguna, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan (Pratama & Indriyanti, 2023).

Selanjutnya, kampanye iklan Meta Ads akan dirancang berdasarkan data riset (Google Trends, Keyword Planner, dan analisis kompetitor) untuk menargetkan *audiens* yang tepat. Diharapkan, pengunjung yang datang dari iklan akan tertarik dengan *copywriting* di *website* dan melakukan pemesanan. Dengan pendekatan ini, Arabic Store dapat meningkatkan jumlah order secara signifikan tanpa terlibat dalam perang harga.

## 1.2 PERUMUSAN MASALAH

Arabic Store menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk secara efektif karena masih bergantung pada promosi organik, serta belum memiliki saluran penjualan mandiri yang terintegrasi. Ketatnya persaingan harga juga menyebabkan penurunan jumlah pemesanan.

## 1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Penelitian ini, terdapat beberapa pertanyaan utama yang menjadi dasar analisis terhadap pengaruh *website* terhadap konversi penjualan di Arabic Store. Pertanyaan-pertanyaan ini dirancang untuk mengidentifikasi permasalahan utama serta mencari solusi berbasis data yang dapat meningkatkan efektivitas *website* dalam mendorong penjualan. Adapun pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan *chatbot* dan sistem rekomendasi berbasis NLP dalam meningkatkan layanan pelanggan di *website* Arabic Store?
2. Faktor apa saja dalam desain dan fungsionalitas *website* yang paling berpengaruh terhadap konversi penjualan?
3. Bagaimana peran desain UI/UX dalam meningkatkan pengalaman pengguna di *website* Arabic Store?
4. Bagaimana strategi *digital marketing* berbasis data diterapkan untuk menjangkau target pasar Arabic Store?

Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan analisis yang komprehensif serta rekomendasi yang dapat

diterapkan guna meningkatkan performa *website* Arabic Store sebagai *platform* penjualan digital.

#### 1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan *website e-commerce* Arabic Store yang didesain berdasarkan hasil analisis dan penerapan strategi *digital marketing* menggunakan data dari Google Trends, Keyword Planner, dan riset kompetitor. *Website* ini akan dilengkapi dengan sistem rekomendasi berbasis AI dan *chatbot* untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Pendekatan *digital marketing* digunakan sebagai dasar desain UI/UX dan copywriting dalam *website*. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan mengembangkan kampanye iklan Meta Ads berpresisi tinggi berdasarkan analisis demografis dan perilaku konsumen dari Google Trends serta Keyword Planner, dengan fokus pada penargetan wilayah dan kelompok usia potensial. Melalui pendekatan ini, Arabic Store dapat meningkatkan jangkauan promosi.

#### 1.5 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Berisi manfaat yang diperoleh pengguna solusi setelah penelitian berhasil dilakukan. Manfaat penelitian dapat disajikan dalam bentuk kalimat atau dalam bentuk daftar manfaat. Contohnya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Arabic Store:

Meningkatkan konversi penjualan melalui *website e-commerce* dan strategi *digital marketing* yang efektif.

2. Bagi Pelanggan:

Memberikan pengalaman belanja yang lebih baik melalui fitur AI *chatbot* dan sistem rekomendasi produk.