

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Era digital saat ini, media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam strategi pemasaran bisnis. Salah satu platform yang paling populer adalah Instagram, yang menawarkan berbagai fitur visual dan interaktif untuk membangun hubungan dengan audiens (Hootsuite & We Are Social, 2023). UMKM kini banyak memanfaatkan Instagram sebagai sarana utama dalam membangun brand awareness, meningkatkan *engagement*, serta mempromosikan produk atau jasa secara efisien (Sari & Nugroho, 2021).

DesignBisnisKita merupakan salah satu penyedia jasa desain grafis yang aktif menggunakan Instagram sebagai media pemasaran utamanya. Akun ini menampilkan berbagai konten visual seperti desain promosi, feed branding, hingga konten edukatif bagi pelaku UMKM. Namun, proses evaluasi performa konten dan iklan yang dijalankan oleh DesignBisnisKita masih dilakukan secara manual melalui fitur Instagram *Insights* dan Meta Ads Manager. Hal ini membuat proses analisis tidak terintegrasi dan berpotensi menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan (Yuniar & Setyawan, 2022).

Permasalahan ini semakin penting karena saat ini banyak UMKM yang mulai berinvestasi dalam iklan digital, namun belum memiliki alat bantu analitik yang terstruktur. Tanpa adanya sistem monitoring yang baik, data performa konten dan iklan sulit digunakan sebagai dasar strategi (Firmansyah & Putra, 2021). Hal ini mendorong kebutuhan akan sebuah dashboard analisis yang mampu mengolah dan menyajikan data *insight* Instagram secara terpusat, visual, dan mudah dipahami oleh pelaku usaha (Sari & Nugroho, 2021).

Dashboard yang dikembangkan harus mampu menampilkan metrik utama dalam digital marketing seperti *engagement rate*, *reach*, *impression*, *click-through rate (CTR)*, *cost per lead (CPL)*, *conversion rate*, dan *return on ad spend (ROAS)*. Metrik-metrik ini dapat membantu pelaku UMKM memahami performa konten mereka secara lebih objektif, dan pada akhirnya dapat meningkatkan efektivitas

strategi digital marketing yang dijalankan (Prasetyo & Wijayanti, 2022; Indrawati & Shinta, 2020).

Penelitian ini akan mengembangkan sistem dashboard analisis berbasis Python Flask yang mampu menampilkan data performa konten dan iklan secara visual serta menghasilkan *insight* yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Dengan banyaknya peluang tersebut, maka dibutuhkan alat bantu yang mampu mendukung optimalisasi strategi pemasaran berbasis data secara efisien dan efektif (Kotler, Kartajaya & Setiawan, 2021).

1.2 PERUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana mengembangkan dashboard analisis Instagram yang dapat memonitor performa digital marketing pada DesignBisnisKita?
2. Apa saja metrik yang perlu dipantau dalam mengukur keberhasilan strategi pemasaran melalui Instagram dan Meta Ads?
3. Bagaimana cara mengintegrasikan data dari Instagram *Insights* dan Meta Ads ke dalam sebuah dashboard analisis yang mudah dipahami?
4. Sejauh mana dashboard ini dapat membantu pengambilan keputusan dalam strategi pemasaran DesignBisnisKita?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini tetap fokus, batasan masalah yang diterapkan adalah:

1. Dashboard yang dikembangkan hanya akan berfokus pada performa pemasaran digital melalui Instagram dan Meta Ads.
2. Data yang digunakan berasal dari akun Instagram DesignBisnisKita yang dikelola secara langsung oleh peneliti.
3. Dashboard dikembangkan menggunakan Python Flask sebagai backend dan MongoDB sebagai database.
4. Evaluasi keberhasilan dashboard dilakukan secara terbatas melalui kuesioner sederhana kepada pengguna, tanpa melibatkan metode kualitatif lanjutan seperti wawancara mendalam atau studi observasi.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

1. Mengembangkan sistem dashboard yang dapat memantau dan menganalisis performa digital marketing melalui Instagram dan Meta Ads.

2. Mengidentifikasi metrik kunci yang penting untuk diintegrasikan dalam dashboard guna mengukur efektivitas dan performa pemasaran.
3. Merancang dan membangun dashboard analisis yang dapat mempermudah pemahaman data performa digital marketing secara real-time.
4. Mengevaluasi dampak penggunaan dashboard terhadap pengambilan keputusan strategi pemasaran di DesignBisnisKita.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

1. Menambah wawasan dalam pengembangan sistem analisis berbasis data di bidang digital marketing.
2. Membantu DesignBisnisKita dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital berbasis data yang lebih efektif.
3. Memberikan solusi dalam memantau dan mengevaluasi performa pemasaran Instagram secara lebih efisien