

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Adanya perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat di era modern saat ini dapat memberikan pengaruh dan dampak yang cukup signifikan dalam berbagai bidang kehidupan (Amelia et al., 2023). Teknologi Informasi dalam arti yang luas adalah kumpulan alat, perangkat, sistem, dan pengetahuan yang digunakan untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, mengolah, dan mentransmisikan informasi dalam berbagai bentuk (Cholik, 2021). Salah satu bidang yang terpengaruh terhadap adanya perkembangan teknologi ini adalah bidang ekonomi.

Dalam dunia ekonomi, penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh orang-orang sudah mulai lebih canggih dengan menerapkan berbagai teknologi informasi yang ada seperti adanya jual beli *online* dalam website penjualan *online* atau *e-marketing*. Website adalah sekumpulan halaman web yang dapat diakses melalui internet (Agustin et al., 2021). *E-marketing*, atau pemasaran elektronik, merujuk pada penggunaan berbagai teknologi digital dan platform *online* untuk mempromosikan, memasarkan, dan menjual produk atau layanan (Safira et al., 2019).

Toko lokak *Thriftling* adalah usaha yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian-pakaian bekas atau biasa disebut *Thriftling*, *Thriftling* adalah praktik membeli barang bekas, seperti pakaian, aksesoris, atau barang-barang lain, yang masih dalam kondisi baik atau dapat diperbaiki (Siregar & Fikry, 2023). Saat ini toko lokak *Thriftling* memiliki lebih dari 5 ribu pengikut di *Instagram* dan setiap bulannya menghasilkan pemasukan kurang lebih sebesar Rp. 3,000,000. Dalam operasionalnya, toko lokak *Thriftling* memberikan solusi pemasaran bidang promosi produk – produk yang di jual hanya melalui *Instagram* dan dalam kegiatan pemesanan toko lokak *Thriftling* masih manual dengan mengirimkan form pemesanan kepada pelanggan melalui chat/pesan elektronik, form yang telah di isi oleh pelanggan kemudian di kirim Kembali untuk di konfirmasi ke pada penjual, proses konfirmasi ini cukup menyita waktu yang lama, bila data pesanan yang belum terkonfirmasi hilang maka menyebabkan hilangnya pelanggan karna data tidak tersimpan secara otomatis, dalam merumuskan Solusi

terhadap masalah yang ada di atas. Peneliti mengusulkan sebuah website *e-marketing* yang mampu menyimpan dan memproses data transaksi pemesanan pelanggan, memberikan informasi barang berupa produk dan harga terbaru dari barang yang akan di pesan, serta menyediakan tampilan detail dari setiap produk.

Akan tetapi untuk saat ini, kebanyakan *e-marketing* hanya memperjualbelikan barang-barang bagus dan original. Untuk barang-barang sejenis *Thriftling* atau barang bekas tidak banyak yang diperjualbelikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan inovasi agar pemasaran barang-barang sejenis *Thriftling* dapat diperjualbelikan secara *online* melalui *e-marketing*. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mencoba suatu inovasi yaitu perancangan website *Thriftling online shop* penjualan pakaian menggunakan pendekatan SOSTAC. SOSTAC adalah kerangka kerja pemasaran yang terstruktur, terdiri dari enam tahap utama: *Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Actions*, dan *Control*. Dimana untuk penerapan metode SOSTAC nya adalah pada tahapan *Strategy* yaitu dengan desain website yang memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Fokus pada desain responsif (*responsive design*) untuk pengalaman pengguna yang baik di berbagai perangkat, penempatan produk yang mudah ditemukan, serta penyajian informasi yang jelas dan menarik.

Website yang dikembangkan ini hanya sebatas prototipe dan dipergunakan untuk mempromosikan pakaian-pakaian *Thriftling* secara *online*. Hal ini juga yang menjadi latar belakang peneliti dalam melakukan penelitian pada pembuatan skripsi yang berjudul "*E-MARKETING THRIFTING PENJUALAN PAKAIAN BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE SOSTAC (STUDI KASUS: LOKAK THRIFTING)*"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan prototipe website *e-marketing thriftling* penjualan pakaian menggunakan metode SOSTAC.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan prototipe website *e-marketing* penjualan pakaian *Thriftling* secara *online* dengan metode SOSTAC

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya membahas dan mengembangkan prototipe e-marketing berbasis website untuk toko thrift Lokak Thrifting saja.
2. Penelitian yang dilakukan hanya sebatas pengembangan prototipe website e-marketing saja.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Memudahkan pengguna dalam mencari pakaian *Thrifting* secara *online* melalui website.
2. Membantu pemasaran pakaian *Thrifting* melalui website penjualan *online*.
3. Memudahkan penjual dalam mempromosikan pakaian *Thrifting* melalui website *e-marketing* penjualan pakaian *Thrifting online*.

