



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era teknologi yang semakin berkembang saat ini, alat untuk berkomunikasi terus berubah. Sebelum 1965, pengiriman surat dari satu tempat ke tempat lainnya masih sangat tradisional. Namun, cara pengiriman pesan terus berubah mengikuti jaman yang membutuhkan kecepatan. Sistem *e-mail* pertama, *MIT's Compatible Time-Sharing System*, adalah sistem pertama yang digunakan di tahun 1965, di mana pengguna-penggunanya melakukan pengiriman email secara *single time-sharing mainframe*. Baru di tahun 1971, Ray Tamlinson menghadirkan email melalui sistem ARPANET (Advanced Research Project Agency Network) (Koymans & Scheerder, 2007).

Munculnya *e-mail* membawa suatu perubahan struktural yang sangat besar di perusahaan, perekonomian dan seluruh aspek pengiriman informasi. Faktanya, di tahun 2016-2019 terdapat 83% marketer mengatakan bahwa sosial media sangat penting untuk bisnis mereka (Digitalmarketer.id, 2016). Diantara sosial media yang ada, *e-mail* memiliki pengguna aktif paling banyak di dunia dengan jumlah penggunanya sekitar 3,9 miliar di tahun 2019 (Clement, 2020). Dari fakta tersebut, inilah alasan mengapa perusahaan atau bisnis masih menggunakan *e-mail* sebagai sarana untuk mempromosikan produk. Tidak hanya itu, *e-mail* merupakan salah satu aplikasi yang paling sering digunakan oleh organisasi karena dapat menyederhanakan proses dan transaksi, memfasilitasi pertukaran informasi,

meningkatkan kualitas, kecepatan, dan produkti kinerja karyawan (Quaresma, Silva, & Marreiros, 2013). Sebagai tambahan, CMO Fierce Report melaporkan bahwa 98% konsumen berusia 18 hingga 64 tahun memeriksa alamat email mereka setidaknya satu hingga tiga kali per hari (Bly, 2018). Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pengguna email masih membuka *e-mail* dan merupakan pasar yang baik bagi perusahaan untuk memberikan tawaran-tawaran atau promosi.

Menurut Kompas.com, Google Mail (Gmail) adalah salah satu penyedia layanan *e-mail* berbasis web memiliki fungsi-fungsi untuk melihat statistik. Beberapa statistik yang dapat dilihat antara lain adalah *volume statistic* yang digunakan untuk menunjukkan *e-mail* yang penting, jumlah *e-mail* yang masuk dan terkirim, *e-mail categories* yang digunakan untuk memisahkan kategori yang terdapat didalam pesan masuk, *Thread Lenghts* yang digunakan untuk menunjukkan sejarah percakapan di *e-mail* (Kompas.com, 2012). Gmail memberi keuntungan bagi penggunanya. Meskipun demikian, masih ada fitur-fitur penting yang tidak dimiliki oleh Gmail. Seperti pengirim tidak dapat mengetahui berapa banyak *e-mail* yang dibuka dari banyaknya *e-mail* yang dikirim membuat pengirim tidak mengetahui seberapa efektifnya *e-mail* tersebut dan apakah ada *action* yang dilakukan oleh penerima *e-mail*.

Berikutnya, *e-mail* yang dikirim dapat terdeteksi sebagai *e-mail spam* karena terkadang sistem otomatis membiarkan *e-mail* yang mengandung promosi atau pengulangan dimasukkan ke dalam folder *spam*. Oleh sebab itu, dibuatlah aplikasi E-blast di mana aplikasi ini sangat bermanfaat, terlebih lagi untuk marketing perusahaan yang seringkali masih menggunakan *e-mail*.

Fitur-fitur yang terdapat di aplikasi E-blast yang pertama adalah informasi untuk pengirim *e-mail* mengenai sudah atau belumnya pesannya dibaca oleh penerima. Tentu informasi ini diperlukan bagi pengirim *e-mail*, terlebih lagi jika pengirim *e-mail* mengirimkan satu pesan ke banyak penerima. Yang kedua, Gmail tidak punya fitur untuk *masking* pengirim *e-mail* yang mengirimkan pesan tersebut. Biasanya, penerima *e-mail* dapat mengetahui *e-mail* dan nama pengirim. Yang ketiga kerap kali *e-mail* yang terkirim dapat terdeteksi sebagai *e-mail spam* karena sistem otomatis membiarkan *e-mail* yang mengandung promosi atau pengulangan dimasukkan ke dalam folder *spam*. Tentu saja ini dihindari oleh pengirim *e-mail*. Jika *e-mail* yang dikirim masuk ke dalam folder *spam*, penerima yang jarang memeriksa folder tersebut jadi tidak membacanya.

Dari hal-hal yang disebutkan di atas, disini *E-mail Blast* dibuat untuk menyelesaikan masalah-masalah mengenai pengiriman email dengan adanya fitur: (1) Informasi untuk pengirim *e-mail* mengenai sudah atau belumnya pesannya dibaca oleh penerima, (2) Pengirim dapat mengganti *e-mail* dan nama yang tertera di dalam *e-mail*, (3) *E-mail* yang dikirim dipastikan tidak masuk ke folder Spam.

E-mail blast atau sering diistilahkan sebagai *e-mail marketing* adalah *e-mail* yang memiliki kemampuan dalam mengirimkan pesan ke banyak orang sekaligus dalam satu waktu (Susilo, Mukhsen, & Fuadhi, 2018). *E-mail blast* yang akan dibuat di PT Vodea Dwi Karsa mempunyai beberapa fungsi yang dapat menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan pengguna.

E-mail blast PT Vodea Dwi Karsa dapat mengirimkan *e-mail* lebih dari 100 *e-mail* secara bersamaan. *E-mail blast* memiliki fitur lainnya untuk melihat

beberapa informasi dari *e-mail* yang dikirim, informasi yang terdapat pada aplikasi ini antara lain adalah dapat melihat apakah *e-mail* yang dikirim sudah dibaca atau belum, serta kapan *e-mail* tersebut sudah dibaca, tidak hanya itu aplikasi ini nantinya dapat mengetahui apakah ada tindakan yang dilakukan dari pembaca *e-mail*. Aplikasi ini juga akan mencegah *e-mail* yang dikirim masuk ke dalam *folder spam*.

Mengingat pentingnya fungsi *e-mail* bagi suatu organisasi dan kebutuhan untuk terus berkembang, serta permasalahan pada latar belakang di atas, aplikasi *e-mail blast* ini diharapkan dapat menjadi solusi dan memberikan jawaban atas masalah-masalah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah yang dirumus sebagai berikut.

- a. Bagaimana merancang dan membangun aplikasi *e-blast* pada PT Vodea Dwi Karsa?
- b. Bagaimana tingkat penerimaan aplikasi dengan menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada rumusan masalah perlu adanya batasan masalah sehingga, adapun batasan-batasan adalah sebagai berikut:

- a. *E-mail* yang dikirim berupa *e-mail template* yang disediakan oleh aplikasi.
- b. Aplikasi hanya digunakan untuk mengirim *e-mail* dan tidak dapat melihat *e-mail* masuk.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Merancang dan membangun aplikasi *e-mail blast* pada PT Vodea Dwi Karsa.
- b. Mengukur tingkat penerimaan aplikasi dengan menggunakan metode Technology Acceptance Model (TAM).

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari aplikasi E-blast ini memberikan manfaat-manfaat sebagai berikut:

- a. Mengembangkan penggunaan *e-mail* dalam bidang promosi dan *marketing*.
- b. Membuat pengiriman *e-mail* semakin efektif.