

**PENGUNAAN SOSIAL MEDIA WHATSAPP SEBAGAI
SARANA DIGITAL MARKETING WARUNG MAK SULI**



Oleh : Dwiky Renggi Afandi

1211800067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2020/2021**

Abstrak

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mampu mengubah sebagian besar aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang terdampak adalah bisnis. Satu contoh bentuk perubahan yang terjadi adalah kegiatan pemasaran produk, yang sekarang banyak dilakukan melalui digital marketing dengan menggunakan sosial media. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan pengambilan data dilakukan dengan wawancara. Objek penelitian adalah Warung Mak Suli. Warung Mak Suli pada awal berdiri menggunakan cara konvensional untuk melakukan pemasaran. Namun ketika menambahkan digital marketing sebagai sarana pemasaran, pendapatan Warung Mak Suli meingkat drastis.

A. PENDAHULUAN

Internet bukan suatu hal yang mewah lagi pada jaman sekarang. Internet sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Untuk sebagian besar masyarakat bahkan internet adalah kebutuhan ‘primer’ yang harus dipenuhi. Dengan demikian banyak aspek dalam kehidupan masyarakat yang dipengaruhi dengan keberadaan internet, aspek bisnis juga tidak luput dari pengaruh tersebut. Untuk bisa selalu memenuhi kebutuhan konsumen, maka dunia bisnis dituntut untuk selalu mengikuti teknologi yang berkembang dengan cepat.

Dengan munculnya istilah internet maka banyak bermunculan istilah seperti *e-learning* yang berarti pembelajaran melalui media elektronik. Begitupula dengan *e-business* yang berarti bisnis yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik. Seperti yang dikutip oleh Supangat (2020) dari Mohan Sawhney, *e-business* memperlihatkan bagaimana media elektronik dan digital mengubah proses dan tercapainya sistem bisnis menjadi lebih baik daripada menggunakan cara konvensional [1].

Salah satu kegiatan dalam berbisnis adalah melakukan pemasaran. Karena bisnis telah dilakukan dengan *e-business* maka tidak jauh beda dengan kegiatan pemasarannya juga dilakukan dengan menggunakan media digital yang biasa disebut dengan digital marketing. Digital marketing bisa dilakukan dengan menggunakan media sosial, hal ini juga bisa lebih menekan biaya pemasaran.

Digital marketing dilakukan oleh semua pihak yang berbisnis saat ini entah itu berskala kecil maupun besar. Salah satu bisnis berskala kecil seperti Warung Mak Suli yang juga mengubah cara pemasarannya akibat perkembangan teknologi.

Sosial Media

Kata sosial media sudah tidak asing lagi untuk didengar, hal itu lumrah untuk digunakan di jaman sekarang. Secara harfiah sosial media berarti sebuah alat yang digunakan oleh seseorang untuk melakukan interaksi sosial dengan orang lain. Menurut Adani (2020), media sosial adalah media yang digunakan untuk komunikasi jarak jauh yang menggunakan aplikasi khusus dengan adanya koneksi internet untuk dapat berkomunikasi antara satu user dengan user yang lain [2].

Penggunaan sosial media yang tepat untuk pemasaran suatu produk akan meningkatkan hasil penjualan produk. Dalam berbisnis terdapat beberapa social media yang sering digunakan untuk media pemasaran, seperti Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp, dan Tik Tok.

WhatsApp

Aplikasi WhatsApp telah diunduh sebanyak lima juta lebih oleh pengguna Android. Terdapat di akun resmi WhatsApp di Twitter yang diupload pada tanggal 25 Februari 2021 menyatakan bahwa aplikasi layanan chat ini memiliki sebanyak lima juta pengguna aktif setiap bulannya, yang berarti terdapat seratus juta pesan dan menghubungkan lebih dari satu juta panggilan setiap harinya. Itu adalah jumlah yang sangat besar untuk ukuran aplikasi berbasis layanan pesan.

Aplikasi yang dibuat oleh Jan Koum dan Brian Acton pada tahun 1997 ini sangat mudah dioperasikan bahkan oleh kalangan pengguna yang telah berusia tidak muda lagi. Jadi hal yang wajar apabila pengguna aplikasi ini berjumlah banyak. Setelah di akuisisi oleh Facebook pada tahun 2014, WhatsApp menambahkan fitur story pada aplikasinya dan hal ini membuat pengguna WhatsApp semakin meningkat. Dengan banyaknya jumlah pengguna, maka menggunakan WhatsApp sebagai sarana mempromosikan produk adalah hal yang tepat.

Digital Marketing

Secara harfiah pengertian dari digital marketing adalah pemasaran produk atau jasa yang dilakukan dengan menggunakan media digital.

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan adalah suatu kegiatan pemasaran yang meliputi pengenalan sekaligus pencitraan produk atau jasa kepada konsumen melalui media berupa web seperti blog, website, e-mail, atau sosial media [3]. Pencitraan produk atau jasa sangatlah penting agar dapat menarik dan melekat dibenak konsumen yang tentu saja harus diimbangi dengan kualitas produk atau jasa yang baik. Dengan imbangnya pencitraan dan kualitas produk yang baik akan berdampak pada keberlangsungan bisnis yang lama.

Berdasarkan AMA (*American Marketing Association*) digital marketing muncul akibat perkembangan teknologi yang pesat dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mana disaat ini setiap individu telah memiliki alat untuk berselancar di internet [4]. Dengan kondisi seperti ini melakukan pemasaran melalui media digital akan lebih efektif. Berbeda dengan traditional marketing yang mana hanya bisa melakukan komunikasi 'satu arah', marketing digital bisa selalu berubah dengan perubahan yang dinamis. Konsumen tidak bisa berkomunikasi dengan *billboard* ataupun pamflet, sedangkan melalui marketing digital bisa terjadi komunikasi dua arah antara penjual dan konsumen atau calon konsumen. Dengan kata lain digital marketing bisa jadi alternatif untuk 'membunuh' jarak dan waktu untuk bisa melakukan transaksi.

Warung Mak Suli

Warung Mak Suli merupakan sebuah usaha rumahan yang telah beroperasi sejak tahun 2016 yang terletak di Desa Tulungrejo, Trucuk, Bojonegoro. Usaha ini awalnya dikelola oleh seorang ibu paruh baya yang hanya mengandalkan promosi konvensional yaitu 'dari mulut ke mulut'. Sampai pada tahun 2018 usaha rumahan ini dibantu pengelolaannya oleh anaknya yang berumur awal 20an, yang tentu sangat paham bagaimana teknologi bisa membantu untuk membuat usaha ini bisa menjadi lebih baik dengan mempromosikannya lewat media sosial.

Usaha yang mengolah lauk pauk rumahan dan beberapa makanan khas daerah Indonesia ini memberikan dua pilihan kepada konsumen untuk bisa membelinya. Yang pertama bisa dibeli langsung diwarung dan bisa melalui delivery order yang disediakan oleh pihak pengelola.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode kualitatif. Sedangkan alat untuk pengumpulan data adalah wawancara.

Ali dan Yusof (2011) mengatakan bahwa metode kualitatif adalah metode penelitian yang dilakukan tanpa adanya menggunakan perhitungan dan analisis statistika didalamnya [5].

Wawancara dipilih sebagai alat untuk pengumpulan data karena objek yang diteliti berskala kecil dan itu akan menjadi lebih efektif. Wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan tertentu dengan diawali pembicaraan informal. Namun tidak seperti percakapan biasa, wawancara untuk penelitian berfokus pada satu sisi saja, jadi harus dibangun komunikasi secara asimetris [6].

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Menggunakan sosial media sebagai sarana untuk melakukan digital marketing adalah pilihan yang sangat tepat untuk saat ini. Selain biaya yang tidak besar untuk dikeluarkan, hasil yang didapat juga lebih besar. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing sangat efektif untuk memperluas bisnis.

Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Irfani, Yeni, dan Wahyuni (2020) tentang penggunaan digital marketing untuk promosi untuk menghadapi era industri 4.0. Penelitian menggunakan UKM Usaha Uber snack 88 di Kota Solok sebagai objek penelitian dengan tujuan meningkatkan penjualan produk dalam skala yang lebih luas dan memajukan UKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang semula pelaku UKM tidak tahu apa itu digital marketing menjadi tahu yang dimaksud digital marketing dan mengaplikasikan dalam usahanya. Yang semula UKM Usaha Uber Snack 88 Kota Solok melakukan pemasaran dengan cara konvensional, menjadi memiliki jangkauan pemasaran produk yang lebih luas dan produk juga dapat ditemukan di pencarian *Google* bisnisku yang tentu saja meningkatkan pendapatan. [7]

Kejadian serupa juga terjadi pada Warung Mak Suli. Yang awalnya pada tahun 2016 hanya menggunakan cara konvensional untuk pemasaran kemudian pada tahun 2018 menambahkan digital marketing sebagai sarana pemasaran membuat penjualan naik 100% lebih.

Warung Mak Suli menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai media pemasaran pada tahun 2018. Pada tahun 2016 omset Warung Mak Suli sekitar 24 juta/tahun begitupula dengan tahun berikutnya. Penjualan meningkat drastis pada tahun 2018 yaitu sekitar 60 juta/tahun. Omset pada tahun 2019 menjadi 66 juta/tahun dan pada tahun 2020 menjadi 70 juta/tahun.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa menggunakan digital marketing dapat meningkatkan pendapatan. Namun apabila tidak melakukan inovasi atau penambahan media promosi maka hasil penjualan akan tidak banyak atau bahkan bisa menurun.

D. PENUTUP

Kesimpulan

Setelah beberapa tahun menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai sarana untuk marketing digital, terjadi peningkatan penjualan pada Warung Mak Suli. Peningkatan penjualan terjadi pada tahun pertama, 2018, penggunaan aplikasi WhatsApp sebagai media marketing digital. Peningkatan penjualan yang terlihat sangat signifikan terjadi pada tahun 2018. Ditahun-tahun setelahnya terjadi juga peningkatan namun tidak sebanyak pada tahun pertama penggunaan aplikasi WhatsApp sebagai sarana marketing digital.

Saran

1. Kegiatan pemasaran Warung Mak Suli seharusnya dilakukan secara berkelanjutan dan konsisten. Hal ini akan membuat konsumen lebih mudah untuk melakukan perencanaan pembelian.
2. Aplikasi WhatsApp seharusnya bukan menjadi satu-satunya media sosial yang digunakan oleh Warung Mak Suli untuk melakukan kegiatan digital marketing. Pemasaran akan lebih meluas apabila media sosial ditambahkan Facebook dan Instagram.
3. Warung Mak Suli seharusnya bisa bermitra dengan Go Food, Grab Food, atau delivery lokal lainnya yang tersedia. Hal ini tentunya juga akan menambah jumlah penjualan pada Warung Mak Suli.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Supangat, "E-Bussiness dan Sosial Media," 2020.
- [2] M. R. Adani, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Manfaat untuk Bisnis," *sekawanmedia.co.id*, 2020. <https://www.sekawanmedia.co.id/media-sosial-untuk-bisnis/> (accessed Jun. 28, 2021).
- [3] R. dan J. T. Sanjaya, *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2009.
- [4] A. M. Association, "What is Digital Marketing?," *ama.org*, 2021. <https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/> (accessed Jun. 28, 2021).
- [5] Azham Md. Ali and Hamidah Yusof, "Quality in qualitative studies: The case of validity, reliability and generalizability," *Issues Soc. Environ. Account.*, vol. 5, no. 1/2, p. 26, 2011, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/4859/922c5ca1bb06e40d5bac43c3c7a62b678a2f.pdf>.
- [6] I. N. Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *J. Keperawatan Indones.*, vol. 11, no. 1, pp. 35–40, 2007, doi: 10.7454/jki.v11i1.184.
- [7] H. Irfani, F. Yeni, and R. Wahyuni, "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi," *JCES (Journal Character Educ. Soc.)*, vol. 3, no. 3, pp. 651–659, 2020.

HASIL TURNITIN / PLAGIARISM

Submission date: 28-Jun-2021 11:05PM (UTC+1000)

Submission ID: 1539748285

File name: ia_WhatsApp_Sebagai_Sarana_Digital_Marketing_Warung_Mak_Suli.pdf (90.75K)

Word count: 1392

Character count: 8849

Penggunaan Sosial Media WhatsApp Sebagai Sarana Digital Marketing Warung Mak Suli

Abstrak

Perkembangan teknologi yang sangat cepat mampu mengubah sebagian besar aspek kehidupan manusia. Salah satu aspek yang terdampak adalah bisnis. Satu contoh bentuk

Dwiky

ORIGINALITY REPORT

| | | | |
|------------------|------------------|--------------|----------------|
| 10% | 10% | 1% | 1% |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATIONS | STUDENT PAPERS |

PRIMARY SOURCES

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | didikkalila.blogspot.com Internet Source | 2% |
| 2 | garuda.ristekbrin.go.id Internet Source | 1% |
| 3 | id.123dok.com Internet Source | 1% |
| 4 | www.redcomm.co.id Internet Source | 1% |
| 5 | docobook.com Internet Source | 1% |
| 6 | go-shareyours.blogspot.com Internet Source | 1% |