

## MEDIA SOSIAL WHATSAPP BISNIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN BAKMI JOWO DENBAGUS

Scorina Dwiantari<sup>1</sup>, Masine Slahanti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Jurusan Manajemen, Ekonomi, Universitas Semarang  
Jl. Soekarno Hatta, RT.7/RW.7, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, 59160

\*E-mail : scorina@usm.ac.id

Diterima: 18 Juli 2022

Direvisi: 9 Agustus 2022

Disetujui: 25 Agustus 2022

### ABSTRAK

*Dalam kondisi ekonomi saat ini media sosial sangat diperlukan apalagi pandemi covid 19 benar benar belum sempurna hilang, sehingga media sosial masih sangat dibutuhkan dalam pemasaran produk dan menjadi salah satu alternatif untuk melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan produk dan produk ditawarkan lebih dikenal banyak orang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui promosi yang dilakukan bakmi jowo denbagus melalui fitur whatsapp bisnis, sehingga tetap memilih media sosial whatsapp bisnis sebagai media promosi. Penelitian inia menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa whatasapp bisnis sebagai media sosial sangat efektif dilakukan karena mampu menjangkau dan mengenalkan lebih banyak orang tentang produk bakmi jowo denbagus, sangat praktis untuk berinteraksi dengan pelanggan tetap, sehingga dapat meningkatkan penjualan.*

**Kata kunci:** media sosial, promosi, whatsapp bisnis

### ABSTRACT

*In the current economic conditions, social media is very necessary, especially since the Covid-19 pandemic is really not perfectly lost, so social media is still very much needed in product marketing and is an alternative to carry out promotional activities to increase sales of products and products offered better known to many people. The purpose of this study is to find out the promotion carried out by bakmi jowo denbagus through the business whatsapp feature, so as to still choose business whatsapp social media as a promotional medium. This research uses descriptive qualitative research methods. The result of this study is that whatasapp business as a social media is very effectively carried out because it is able to reach and introduce more people about jowo denbagus noodle products, very practical to interact with regular customers, so as to increase sales.*

**Keywords:** social media, promotion, whatsapp business

## PENDAHULUAN

Media sosial saat ini sudah dijadikan sebagai bagian gaya hidup masyarakat untuk bersosialisasi, selain itu media sosial dalam perkembangannya digunakan dalam hal sektor bisnis, yaitu memasarkan produk. Dalam kondisi ekonomi saat ini media sosial sangat diperlukan apalagi pandemi covid 19 benar benar belum sempurna hilang, sehingga media sosial masih sangat dibutuhkan dalam pemasaran produk dan menjadi salah satu alternatif untuk melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan produk dan produk yang ditawarkan lebih dikenal banyak orang. Media sosial juga berguna digunakan untuk menjadi salah satu alternatif menjangkau pasar yang lebih luas. Para pelaku bisnis sangat memerlukan media sosial untuk memperluas pangsa pasarnya.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Menurut (Wahyuningrum & Riskiyah, 2021) Media sosial sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk serta memperluas interaksi sosial manusia.

Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Keller dalam (Purbohastuti, 2017) media sosial adalah sarana untuk berbagi informasi berupa gambar, video, teks dan audio kepada konsumen. Ini menandakan bahwa pengguna media sosial dapat saling berinteraksi dengan baik.

Media sosial menghubungkan orang didunia untuk saling berhubungan satu sama lain. Seiring perkembangan pengaruh teknologi yang pesat dengan munculnya internet memunculkan berbagai aplikasi di media sosial yang memberikan peluang sebuah usaha (Augustinah & Widayati, 2019)

Promosi di media sosial berguna membangun minat masyarakat untuk membeli produk, bermanfaat untuk mencari konsumen atau pelanggan tetap,

memperluas jaringan bisnis dan target pemasaran, mempermudah mendapatkan respon konsumen secara langsung, dapat bersaing dengan kompetitor dan yang lebih penting di saat ini media sosial sebagai media promosi berguna meningkatkan penjualan minimal mempertahankan omzet sebelum terjadinya pandemi covid 19.

Menurut Agus Hermawan dalam (Duan, Kalangi, & Walangitan, 2019) promosi adalah salah satu komponen prioritas dari kegiatan pemasaran yang memberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian". Promosi sebagai alat komunikasi pemasaran yang menarik konsumen untuk mengenal sebuah produk dan sekaligus sebagai konsumen.

Menurut Rangkuti dalam (Puspitarini & Nuraeni, 2019) kegiatan promosi bertujuan untuk mencari keuntungan yang dilakukan oleh perusahaan selain itu juga menarik pembeli untuk selalu menjadi konsumen produk tersebut

Keberadaan warung Bakmi Jowo Denbagus di Semarang masih belum diketahui banyak masyarakat luas dan promosi yang dilakukan di media sosial belum efektif untuk menjangkau banyak orang, karena masyarakat belum banyak yang tahu mengenai media sosial. Fitur fitur dalam media sosial sangat beragam, dan belum dikenal oleh masyarakat. Rancangan yang dibuat melalui fitur fitur media sosial salah satunya adalah fitur di whatsapp bisnis, melalui whatsapp bisnis diharapkan produk Bakmi Jowo Denbagus lebih diketahui dan dikenal banyak orang sehingga mampu mempertahankan omzet yang didapat dan meningkatkan penjualan serta tepat sasaran penggemar bakmi jowo.

Pengusaha bisnis memerlukan media sosial karena merupakan suatu media yang efektif dalam memasarkan produk dan berguna sebagai alat pemasaran yang

efisien karena berhubungan dengan komunikasi bisnis. Ini merupakan langkah yang baik untuk pelaku bisnis agar produknya diterima oleh masyarakat.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis pada usaha Bakmi Jowo Den Bagus di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, cara pengumpulan data dengan wawancara dan observasi secara langsung. Semua data akan diolah dengan cara dikelompokkan sesuai dengan bagiannya. Data yang dikumpulkan berdasarkan data primer dan data sekunder, data primer dengan wawancara langsung kepada pemilik Bakmi Jowo Denbagus dan pengamatan langsung ke lokasi, data sekunder melalui sumber dari media massa, artikel dan penelitian terdahulu.

Obyek penelitian ini adalah warung makan Bakmi Jowo Denbagus yang ada di kota Semarang Jawa Tengah, pemilik bapak Tri, yang mana warung tersebut sudah menggunakan media sosial whatsapp bisnis sejak berdirinya warung bakmi jowo denbagus untuk dijadikan promosi dan mengenalkan kepada masyarakat bahwa ada tempat makan yang bisa di rekomendasikan.

Penelitian difokuskan pada penggunaan whatsapp bisnis dan beberapa fitur yang ditampilkan pada whatsapp bisnis.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial sangat menguntungkan dikalangan masyarakat khususnya pelaku bisnis, dengan media sosial seluruh produk dapat dikenal dan dapat menyampaikan informasi mengenai produk. Whatsapp bisnis adalah salah satu media sosial yang sangat terkenal untuk menjalankan bisnis terutama di masa pandemic covid 19. Konsumen dapat mengetahui produk apa yang di jual melalui whatsapp bisnis, ini membuat konsumen tertarik untuk terus membeli produk jika produk tersebut dapat dijangkau. Melalui whatsapp bisnis penyampaian informasi

mengenai produk tidak menggunakan biaya dan tenaga yang besar, hanya menggunakan internet yang membutuhkan kuota yang sangat kecil untuk download aplikasi whatsapp bisnis. Melalui whatsapp bisnis, informasi mengenai produk yang ingin disebarakan dapat langsung diterima oleh konsumen dengan fitur yang ada di whatsapp bisnis, seperti video dan foto. Promosi yang dilakukan bakmi Jowo Denbagus melalui whatsapp bisnis adalah beli 3 bakmi jowo gratis 1 es kelapa muda, yang artinya bahwa es kelapa muda didapatkan gratis setelah membeli 3 bakmi jowo dan di berikan gratis selama event event tertentu seperti Ramadhan dan tahun baru, baik itu give away maupun menikmati bakmi jowo di tempat. Melalui whatsapp bisnis dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, sehingga dengan promosi yang dilakukan membuat konsumen lebih memilih produk yang akan di konsumsi.

Fitur di whatsapp bisnis ada profil bisnis untuk mengelola jam kerja buka tutup warung bakmi jowo denbagus, alamat lengkap lokasi, dan situs web, nama bisnis dan logo bakmi jowo denbagus, sehingga konsumen mengetahui profil dari warung bakmi jowo denbagus dan pelanggan tidak kecewa jika ingin membeli karena sudah mengetahui jam operasional warung bakmi jowo denbagus. Selain itu, whatsapp bisnis juga berkaitan dengan media sosial lain untuk mempromosikan produk bakmi jowo dengan facebook dan Instagram.

Gambar 1. Profil Bisnis



## Sumber : Profil Bisnis Bakmi mJowo Denbagus

Pelaku bisnis menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan memanfaatkan fitur dari whatsapp bisnis yaitu quick replies, yang mana balasan cepat kepada konsumen mengenai informasi produk dan informasi warung bakmi jowo denbagus, sehingga ketika pelanggan memesan makanannya tidak terlambat untuk menerima respon dari pelaku bisnis. Fitur quick replies ini selain untuk membalas pesan pelanggan bisa juga untuk membuat pesan yang berulang, misalkan pertanyaan pelanggan yang sudah berulang ulang ditanyakan oleh pelanggan lain, ini sangat efisien waktu, jadi pelaku bisnis tidak harus membalas dan mengetik banyak informasi yang akan diberikan kepada pelanggan bakmi jowo denbagus. Quick replies juga dapat membuat template yang dapat membalas chat pelanggan sehingga tidak membutuhkan waktu lama ketika membalas chat pelanggan.

Pelanggan yang berbagai macam dan banyak dapat dikelompokkan menggunakan fitur labels, fitur labels ini dapat menghemat waktu sehingga pelaku bisnis dapat cepat mengetahui yang mana pelanggan lama dan baru, pelanggan yang sudah membayar dan belum, pelanggan yang menerima pesanan dan yang belum menerima pesanan. Fitur labels ini sangat berguna, sehingga pelaku bisnis dapat melakukan operasional bisnisnya tanpa ribet dan karena ada tanda khusus untuk setiap pelanggan. Pemberian labels ini dapat juga untuk menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan, dan juga untuk mengetahui mana pelanggan yang setia terhadap pembelian bakmi jowo denbagus. Owner bakmi jowo denbagus mudah mengetahui pelanggan baru yang terus menerus bertambah.

Selain fitur labels, pelanggan juga dapat mengetahui menu dan varian apa saja yang dijual di warung bakmi Jowo denbagus, fitur katalog pada whatsapp bisnis menampilkan menu menu makanan dan minuman yang tersedia, biasanya beserta gambar agar pelanggan atau konsumen tahu bagaimana bentuk dan tampilan makanan dan minuman yang di jual di warung bakmi jowo denbagus. Pada whatsapp bisnis, media yang dapat menampilkan foto foto produk hingga lebih dari 100 gambar atau foto produk, hal ini sangat menguntungkan owner sehingga

pelanggan tahu deskripsi tentang produk melalui katalog, karena tidak hanya gambar atau foto tetapi juga ada deskripsi lengkap dan link untuk foto menu menu dari warung bakmi jowo tersebut. Fitur katalog juga memudahkan pelanggan baru untuk melihat beberapa tampilan menu dan foto atau gambar menu bakmi jowo, ini juga dapat menarik pembeli untuk menjadi pelanggan setia hanya karena melihat foto makanan dan minuman. Ini sangat menguntungkan bagi pelaku bisnis bakmi jowo denbagus.

Jika menggunakan media sosial whatsapp bisnis pelanggan yang ingin melakukan chat dengan owner bakmi jowo dapat menggunakan fitur tautan pendek atau short link, short link dibagikan agar pelanggan dapat membuat pesan pada whatsapp bisnis bakmi jowo, sehingga masyarakat mengetahui warung bakmi jowo denbagus ada beberapa menu yang tersedia dan beralamatkan dimana. Tautan pendek berupa link pendek bakmi jowo denbagus.

Fitur salam digunakan owner bakmi jowo denbagus untuk menyapa pelanggan sehingga interaksi antara penjual dan pelanggan tetap terjalin baik. Ini menguntungkan karena tetap terjalin komunikasi yang baik, jikalau diteruskan akan sangat menguntungkan bagi pemilik bakmi jowo denbagus karena akan menjadi promosi yang bagus sehingga lebih banyak pelanggan baru. Fitur Broadcast memungkinkan owner untuk mengirim pesan kepada sejumlah besar kontak yang dimiliki. Dengan menggunakan fitur Broadcast, pemilik bakmi jowo denbagus bisa mengirim pengumuman atau bahkan info promo kepada banyak pelanggan dengan cepat dan mudah.

Dalam promosinya, bakmi jowo denbagus mempunyai target untuk meraih keuntungan yang besar karena pemilik bakmi jowo mempunyai niat untuk membuka cabang di berbagai tempat. Jumlah pelanggan bakmi jowo denbagus sekarang ini sudah bertambah, dan ini merupakan hal yang baik agar pemilik terus mengembangkan bisnisnya dan menciptakan varian baru dari rasa bakmi serta tampilan yang lebih menarik. Target yang dicapai sekarang sudah semakin meningkat dan akan terus dikembangkan untuk menambah minat pelanggan baru agar tetap tertarik dengan produk bakmi jowo denbagus.

Melalui whatsapp bisnis, pemilik bakmi jowo den bagus dapat mengembangkan sayapnya untuk meningkatkan penjualan sehingga warung bakmi jowo denbagus tetap eksis minimal tetap dapat mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Tujuan dari promosi bakmi jowo denbagus yaitu untuk lebih dikenal di kalangan masyarakat baik tua dan muda sehingga masyarakat mengetahui ada warung bakmi jowo yang rasanya enak dan nikmat.

Pemilik bakmi jowo denbagus mulai menekuni whatsapp bisnis sebagai media promosi setelah ada konsumen yang membeli langsung ke warung bakmi dan merasakan bakmi jowo sehingga pelanggan terus kembali untuk membeli dan menjadi pelanggan tetap. Fitur yang ada di whatsapp bisnis sangat membantu pemilik mencari pelanggan baru. Hal tersebut dijadikan alasan oleh bakmi jowo denbagus menjadikan whatsapp bisnis sebagai media promosi yang sangat menguntungkan. Whatsapp bisnis dipilih dan digemari sebagai media promosi karena praktis dan efektif.

Kelebihan whatsapp bisnis sebagai media promosi adalah banyak fitur dan banyak pengguna whatsapp bisnis yang semakin

bertambah banyak jumlahnya sehingga semakin besar juga kemungkinan bakmi jowo denbagus dikenal oleh banyak orang. Banyak orang mengenal bakmi jowo juga dari fitur yang ada sehingga lebih banyak lagi mengenal bakmi jowo denbagus.

Kekurangan whatsapp bisnis sebagai media promosi yang dirasakan oleh bakmi jowo denbagus adalah notifikasi dan memori yang semakin penuh sehingga jika ada pelanggan yang akan chat sudah tidak bisa memungkinkannya lagi untuk membalasnya. Aktifitas Whatsapp menjadi semakin tinggi dan ini memberikan indikasi kepada pihak Whatsapp sebagai aktifitas tidak normal.

Foto foto dari menu bakmi jowo yang diupload tidak selalu di komen oleh para pelanggan, sehingga pemilik bakmi jowo berfikir untuk memperbaharui foto foto menu secara berkala sehingga banyak pelanggan yang memberikan komentar mengenai warung bakmi jowo denbagus baik itu rasa, tampilan dan lokasi yang ada.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial whatsapp bisnis berguna untuk menjalin hubungan komunikasi dengan pelanggan sehingga menjadikan pelanggan tetap setia mengkonsumsi bakmi jowo denbagus. Whatsapp bisnis juga media promosi yang sangat praktis dan efektif karena tidak membutuhkan biaya yang besar hanya menggunakan kuota internet yang relatif efisien. Media promosi melalui whatsapp bisnis dapat dilakukan oleh seluruh pelaku bisnis karena memiliki banyak fitur yang dapat digunakan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Melalui media promosi whatsapp bisnis, warung bakmi jowo denbagus akan lebih dikenal banyak orang dan semakin bertambah pelanggan baru yang akan menikmati menu menu dari bakmi jowo. Pemilihan whatsapp bisnis sebagai media sosial karena whatsapp bisnis mudah digunakan dan menjangkau masyarakat luas ini memudahkan owner bakmi jowo denbagus untuk meraih kesuksesan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 12(2), 212 - 231.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Common*, 3(1), 71 - 80.
- Wahyuningrum, S. R., & Riskiyah, E. H. (2021). Implementasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan. *Darma Bakti Teuku Umar*, 3(2), 131-142.
- Duan, R. R., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan

Pembelian Motor Yamaha Mio  
Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo.  
*Administrasi Bisnis*, 9(1), 128 -  
136.

Alfajri, M. F., Adhiazni, V., & Aini, Q.  
(2019). Pemanfaatan Social Media  
Analytics Pada Instagram Dalam  
Peningkatan Efektivitas Pemasaran.  
*Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*,  
8(2), 1 - 11.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian  
Kualitatif. Bandung : Alfabeta

Augustinah, F., & Widayati. (2019).  
Pemanfaatan Media Sosial Sebagai  
Sarana Promosi Makanan Ringan  
Kripik Singkong Di Kabupaten  
Sampang. *Dialektika*, 4(2), 1 - 20.