

Strategi Digital Marketing Menggunakan Whatsapp Business Pada Warung Makan Menwari

Giovani Benediktus Ridanto Wicaksono¹, Fahrul Husna Kusuma Arga², Arif Bayu Sadewa³, Edwin Susanto⁴

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia¹

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia²

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia³

Universitas Amikom Purwokerto, Indonesia⁴

Email: susantoedwin10@gmail.com

Abstract: *This research aims to fill this knowledge gap regarding marketing strategies in Whatsapp Business and provide a better understanding of how to utilize WhatsApp Business as an effective marketing tool, especially in Menwari food stalls. Social media is internet-based online media. Users have the ability to interact and present themselves to a wide audience either directly or with delays or not, increasing the value of user-generated content and the perception of interactions with others. WhatsApp Business is a conversational application designed specifically for business purposes, which allows companies to communicate with their customers directly through this application. The analysis tool used is an interview with the owner of Menwari. The results of this study are several ways to improve marketing strategies at Menwari through WhatsApp Business media.*

Keywords: *WhatsApp Business; Digital Marketing; Social Media*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut mengenai strategi pemasaran dalam Whatsapp Business dan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana memanfaatkan WhatsApp Business sebagai alat pemasaran yang efektif khususnya pada warung makan Menwari. Media sosial adalah media berbasis online internet. Pengguna memiliki kemampuan untuk berinteraksi dan menampilkan diri kepada khlayak luas baik secara langsung atau dengan penundaan atau tidak, meningkatkan nilai konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain. WhatsApp Business merupakan aplikasi percakapan yang dirancang khusus untuk keperluan Business, yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka secara langsung melalui aplikasi ini. Alat analisis yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik Menwari. Hasil penelitian ini adalah beberapa cara tentang meningkatkan strategi pemasaran pada Menwari melalui media WhatsApp Business.

Kata Kunci: *WhatsApp Business; Digital Marketing; Media Sosial*

PENDAHULUAN

Penggunaan *platform digital* dalam dunia Business menjadi semakin penting akhir-akhir ini. Perkembangan teknologi dan internet telah membuka peluang baru bagi perusahaan untuk memasarkan produk dan layanannya secara online. *Digital marketing* masih memiliki daya pikat tersendiri untuk sebagian orang yang berkeinginan memasarkan dan meningkatkan *awareness* produk atau jasanya lebih luas lagi. Selain untuk menjalin komunikasi, *digital marketing* khususnya pada penggunaan sosial media telah berubah dan berkembang dalam dunia kewirausahaan sehingga peran ini pun juga banyak dimanfaatkan sebagian orang untuk memulai suatu bisnis, meskipun secara latarbelakang mereka tidak memiliki keahlian yang khusus. *Digital marketing* atau dalam istilah lain pemasaran *digital* merupakan semua kegiatan pemasaran yang dilakukan menggunakan perangkat teknologi berupa internet dengan beragam strategi dan media *digital* untuk berkomunikasi dengan pengguna lainnya untuk tujuan tertentu. Terkait fungsinya yang memang dapat meningkatkan bisnis secara lebih maksimal lagi, *digital marketing* pun terus berinovasi agar para pebisnis dapat makin mudah menjajaki dunia digital dalam memperkenalkan *brand* nya secara lebih luas lagi.

Berkaitan dengan media sosial, menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2015) menjelaskan bahwa media sosial adalah media online berbasis internet yang penggunaannya bertugas untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada khalayak luas atau tidak, meningkatkan nilai konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain. Kotler dan Keller (2016) mengatakan bahwa media sosial adalah media yang digunakan konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan orang lain dan bisnis, dan sebaliknya. Salah satu platform digital yang saat ini sedang naik daun adalah *WhatsApp Business*. *WhatsApp Business* merupakan aplikasi percakapan yang dirancang khusus untuk keperluan bisnis, yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka secara langsung melalui aplikasi ini.

Menurut survei yang dilakukan oleh Budiarto dan Iswanto (2020), *WhatsApp Business* telah digunakan oleh sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah di Indonesia sebagai platform pemasaran digital, termasuk di industri restaurant. Dalam industri ini, penggunaan *WhatsApp Business* dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan menu dan acara khusus, serta menghasilkan penjualan tambahan.

Namun, meskipun banyak warung makan telah mengadopsi penggunaan *WhatsApp Business*, masih ada tantangan dalam memanfaatkannya secara optimal. Menurut studi kasus yang dilakukan oleh Sohail, Sabri, dan Sohail (2018), beberapa kendala yang dihadapi oleh warung makan dalam memanfaatkan *WhatsApp Business* termasuk kesulitan dalam menangani permintaan yang tinggi, kurangnya pengetahuan tentang cara menggunakan aplikasi, serta kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data pelanggan.

Menurut Muda, Musa, dan Ali (2019), meskipun *WhatsApp Business* memiliki potensi besar sebagai alat pemasaran digital, masih sedikit perusahaan yang memanfaatkannya secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi strategi digital marketing yang efektif menggunakan *WhatsApp Business*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zuhria Miftahul Azizah dengan judul "Strategi Pemasaran Menggunakan *Whatsapp Business* pada Lathifa Shop" yang memiliki keterbatasan dalam penelitiannya sehingga hanya mendapatkan 8 strategi pemasaran di dalam *whatsapp business*. Perlu diketahui sebelumnya, Menwari merupakan salah satu agen dari sebuah perusahaan yang bernama K-Link yang bergerak pada pemasaran produk pupuk.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang jauh lebih dalam mengenai strategi *whatsapp Business* di tempat yang berbeda dengan judul "Strategi Digital Marketing Menggunakan *Whatsapp Business* pada Warung Makan Menwari". Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan tersebut mengenai strategi pemasaran dalam *Whatsapp Business* dan memberikan pemahaman juga pengetahuan yang lebih baik dan luas tentang bagaimana memanfaatkan *WhatsApp Business* sebagai alat pemasaran yang efektif khususnya pada warung makan Menwari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode observasi untuk memahami penggunaan *WhatsApp Business* sebagai alat untuk mempromosikan bisnis warung makan Menwari. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus tunggal, yaitu mengambil sampel dari satu warung makan Menwari untuk mengamati penggunaan *WhatsApp Business* dan efektivitasnya dalam meningkatkan pemasaran warung makan Menwari. Data dikumpulkan melalui observasi partisipan dan wawancara dengan pemilik warung makan dan staf.

Menurut Patton (2015), observasi partisipan merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan agar dapat memahami dan menggambarkan kegiatan dan perilaku dalam konteks yang spesifik. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami penggunaan *WhatsApp Business* secara langsung dalam konteks kegiatan pemasaran restoran.

Pertama, peneliti mengambil sampel dari satu warung makan Menwari yang telah menggunakan *WhatsApp Business* sebagai alat pemasaran *Business* mereka. Peneliti melakukan observasi partisipan selama beberapa minggu untuk memahami bagaimana pemilik warung makan dan staf pemasaran menggunakan *WhatsApp Business* dalam mempromosikan bisnis warung makan Menwari dan strategi yang mereka gunakan. Selama observasi, peneliti memperhatikan jenis pesan yang digunakan, gaya komunikasi, dan interaksi antara staf pemasaran dan pelanggan.

Kedua, wawancara dilakukan dengan pemilik warung makan dan staf untuk memperdalam pemahaman tentang penggunaan *WhatsApp Business* dan strategi pemasaran yang mereka terapkan. Wawancara dilakukan secara terstruktur, dengan pertanyaan terkait penggunaan *WhatsApp Business*, jenis pesan yang digunakan, dan target audiens yang ingin mereka capai.

Setelah pengumpulan data, selanjutnya langkah analisis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis kualitatif, yaitu thematic analysis. Data dari observasi dan wawancara kemudian dianalisis untuk memahami penggunaan *WhatsApp Business* sebagai alat pemasaran bisnis warung makan dan efektivitasnya dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini juga menggunakan teknik member checking untuk memverifikasi hasil penelitian dengan meminta umpan balik dari pemilik warung makan dan staf pemasaran terkait hasil penelitian.

Menurut Lincoln dan Guba (1985), member checking adalah metode penelitian yang digunakan untuk memverifikasi hasil penelitian dengan meminta umpan balik dari subjek yang terlibat dalam penelitian. Teknik ini digunakan untuk memperkuat keabsahan hasil penelitian dan memperbaiki hasil analisis yang kurang tepat.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam bisnis usaha Menwari, berikut ini merupakan tahapan yang akan dilakukan sebagai hasil penelitian. Strategi Pemasaran Menggunakan *Whatsapp Business* Pada Menwari.

1. Menyiapkan profil *Whatsapp Business*
2. Menyiapkan landing page dengan link yang ringkas
3. Menyiapkan pesan otomatis di *Whatsapp Business*
4. Mengumpulkan kontak Whatsapp
5. Menggunakan teknologi kekinian untuk membuat konten status *Whatsapp Business*
6. Update status *Whatsapp Business* dengan konten yang menarik
7. Membuat promo di status *Whatsapp Business*
8. Berinteraksi dengan calon pembeli di *Whatsapp Business* sebelum menyebut harga produk
9. Penggunaan fitur *Voice Note* pada *Whatsapp Business*
10. Penggunaan format pemesanan dalam *chat whatsapp* agar lebih tersistem
11. Penggunaan status *Whatsapp Business* sebagai media info antar pelanggan

PEMBAHASAN

Strategi Pemasaran Menggunakan *Whatsapp Business* Pada Menwari:

Menyiapkan profil Whatsapp Business

Beberapa hal yang menyangkut bauran pemasaran Menwari bisa dilakukan oleh pemilik bisnis, contohnya adalah:

- a) Memasang foto profil bisnis secara menarik
- b) Mengisi lokasi alamat bisnis Menwari
- c) Memasukkan email bisnis Menwari
- d) Mengunggah foto produk yang terbaik dan menggugah selera

Menyiapkan landing page dengan link yang ringkas

Landing page adalah website yang berisi informasi lengkap tentang suatu produk atau layanan, setelah itu pembaca didorong untuk membeli produk tersebut. Tujuan dari layanan yang diberikan oleh Menwari adalah untuk membuat halaman yang mengarah ke link ke aplikasi *Whatsapp business*. Penawaran dilakukan ketika calon pembeli menginginkan informasi lengkap tentang makanan tersebut, dalam hal ini Menwari hanya akan mengirimkan link kepada calon pembeli. Di sinilah fase promosi bauran pemasaran dimulai.

Menyiapkan pesan otomatis di Whatsapp Business

Fitur auto-reply adalah fitur yang memungkinkan sistem mengirimkan pesan secara otomatis saat pelanggan mengirim pesan ke penjual. Salah satu elemen dari strategi pemasaran adalah

menyiapkan pesan otomatis. Terdapat tiga jenis pesan otomatis, yakni pesan sapaan, balasan cepat, dan pesan jauh. Tujuannya adalah membuat pesan otomatis yang didesain agar calon pembeli tidak perlu menunggu lama untuk mendapat tanggapan atas percakapan mereka. Pemberitahuan otomatis yang sering digunakan adalah:

- a) Memperkenalkan diri anda dan menanyakan darimana asal pelanggan
- b) Tanyakan tentang produk yang dipesan atau masalah yang dihadapi dengan produk
- c) Hal mengenai nproduk
- d) Tanyakan apakah calon konsumen membutuhkan informasi lebih detail atau hanya ingin melihat harga produk
- e) Menampilkan daftar harga produk
- f) Ucapkan terima kasih kepada pelanggan atau calon pelanggan ketika mereka sudah selesai bertanya

Mengumpulkan kontak Whatsapp

Semakin banyak nomor yang disimpan di WhatsApp, semakin banyak pula orang yang akan melihat status WhatsApp Menwari. Jika strategi pemasaran yang menarik diterapkan pada status tersebut, maka penjualan produk Menwari akan meningkat. Mengumpulkan informasi kontak di WhatsApp merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran periklanan. Menurut wawancara dengan Egi Ayundari, pemilik Menwari, terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi kontak WhatsApp.

Mengadakan Kegiatan Mingguan

Pelanggan setia Menwari sering diundang ke Menwari untuk mengikuti acara olahraga mingguan. Dalam kegiatan tersebut, pemilik Menwari memberikan nomor WhatsApp Menwari kepada para peserta agar mereka dapat bertanya lebih banyak tentang kuliner. Pemilik Menwari juga mengajak para pelanggan untuk mengobrol dengannya. Hal ini membuat semakin banyak orang yang menyimpan nomor WhatsApp Business Menwari, dan Menwari juga menyimpan nomor mereka.

Dari media sosial lain

Pada platform media sosial lain, Menwari memperlihatkan produk yang dapat diakses secara gratis. Menwari menyediakan Nomor Whatsapp Business yang dapat digunakan untuk memasarkan produknya. Oleh karena itu, siapapun yang melihat konten Menwari dan memerlukan produk dapat menyimpan nomor Whatsapp perusahaan Menwari dan memulai obrolan. Setelah menerima pesan, Menwari akan mencatat nomor Whatsapp calon pembeli untuk memperoleh informasi kontak tambahan.

Menggunakan teknologi kekinian untuk membuat konten status Whatsapp Business

Bagian dari strategi pemasaran Menwari adalah menggunakan aplikasi seperti Canva untuk mengedit gambar atau foto dan CapCut untuk mengubah gambar menjadi video, guna membuat konten update status di Whatsapp Business serta iklan dan hiburan.

Update status Whatsapp Business dengan konten yang menarik

Menwari menolak memberikan pengakuan Business WhatsApp sebagai produk. Selain menjual konten, Menwari juga menambahkan perbaruan status yang berisi konten. Seperti konten hiburan, konten pendidikan, konten motivasi, konten yang sedang populer dan konten lainnya. Perbaruan status Business WhatsApp dengan konten menarik merupakan salah satu strategi dalam pemasaran iklan.

Membuat promo di status Whatsapp Business

Setelah memperbarui status di WhatsApp Business dengan konten menarik, Menwari kemudian memperbarui status dengan iklan. Salah satu cara promosi yang sering dilakukan oleh Menwari adalah dengan membeli produk tertentu dan mendapatkan bonus, seperti contohnya membeli 4 botol Aqua dan mendapatkan 2 Nasi Goreng gratis. Membuat iklan bukan hanya melalui WhatsApp Business, tetapi juga melalui strategi iklan dan penetapan harga.

Berinteraksi dengan calon pembeli di Whatsapp Business sebelum menyebut harga produk

Sebelum pembeli menanyakan harga produk, calon pembeli boleh lebih dulu menanyakan kepada calon Menwari: "Boleh saya tahu, nasi gorengnya menggunakan bahan apa?" Setelah mendapat jawaban seperti bawang merah, Menwari mengirimkan pesan: "Baiklah. Beberapa pelanggan telah mencoba nasi goreng kami dan mereka puas. Apakah Anda ingin mengetahui harga nasi goreng spesial kami sekarang? Atau apakah Anda ingin mengetahui lebih banyak tentang nasi goreng kami? Silakan cari tahu." Untuk informasi lebih detail, silakan kirim pesan otomatis ke Menwari dengan informasi produk siap pakai atau kirim tautan ke halaman arahan yang telah ditentukan.

Penggunaan fitur Voice Note pada whatsapp Business

Fitur suara ini dipakai untuk menjawab obrolan pelanggan dengan efektif. Penjual akan lebih mudah memberikan info kepada pelanggan tentang pemesanan atau pertanyaan lainnya dengan ucapan daripada harus mengetik pada perangkat elektronik. Dari sudut pandang pelanggan, mereka akan lebih puas karena mendapatkan respons dengan cepat.

Penggunaan format pemesanan dalam chat whatsapp agar lebih tersistem

Untuk menjalankan bisnis dengan lancar, informasi yang jelas tentang pemesanan makanan dan minuman serta alamat pengiriman sangat penting. Oleh karena itu, penggunaan format pesan yang mencakup nama pelanggan, alamat pelanggan, metode pembayaran, dan daftar menu yang dipesan akan memudahkan dapur dan pengirim dalam memproses pesanan dengan lengkap.

Penggunaan status Whatsapp Business sebagai media info antar pelanggan

Media informasi antar pelanggan yang dimaksud adalah sarana interaksi yang digunakan oleh pelanggan Menwari, terutama mahasiswa di Purwokerto, untuk berbagi informasi mengenai perkuliahan, barang yang hilang, dan sebagainya. Hal ini terjadi karena luasnya jangkauan penonton status WhatsApp Menwari.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat 11 strategi yang digunakan Menwari dalam upaya pemasaran. 11 strategi tersebut yakni:

1. Menyiapkan profil Whatsapp Business
2. Menyiapkan *landing page* dengan link yang ringkas
3. Menyiapkan pesan otomatis di *Whatsapp Business*
4. Mengumpulkan kontak *Whatsapp*
5. Menggunakan teknologi kekinian untuk membuat konten status *Whatsapp Business*
6. Update status *Whatsapp Business* dengan konten yang menarik
7. Membuat promo di status *Whatsapp Business*
8. Berinteraksi dengan calon pembeli di *Whatsapp Business* sebelum menyebut harga produk
9. Penggunaan fitur Voice Note pada *whatsapp Business*
10. Penggunaan format pemesanan dalam chat *whatsapp* agar lebih tersistem
11. Penggunaan status *Whatsapp Business* sebagai media info antar pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- D. Budiarto, I., & Iswanto, D. (2020). WhatsApp business usage among Indonesian MSMEs: Barriers and opportunities. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Development*, 3, 73–81.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- M, M., Musa, & M, N, A. (2019). WhatsApp as a digital marketing tool for Small-Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia. *Journal of Contemporary Management Sciences*, 4, 1–15.
- Miftahul Azizah, Z., Manajemen Bisnis Syariah, J., Ekonomi Dan Bisnis Islam, F., & Islam Negeri Sayyid Ali, U. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Whatsapp Bisnis Pada Lathifa Shop. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 11–25.
- Q, M, P. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice*.
- Sohail, M. S., Sabri, M. F., & Sohail, A. (2018). Exploring the use of WhatsApp as a tool for improving restaurant customer experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269.