

Memanfaatkan Whatsapps Business untuk Promosi dan Penjualan

Ardijan Handijono^{1*}, Rudy Irawan Gunarto², Entis Sutrisna³

Universitas Pamulang, Indonesia

dosenn00853@unpam.ac.id¹, dosen02327@unpam.ac.id², dosen00639@unpam.ac.id³

Submitted: 15th Oct 2023/ **Edited:** 30th Dec 2023/ **Issued:** 01st Jan 2024

Cited on: Handijono, A., Gunarto, R. I., & Sutrisna, E. (2024). Memanfaatkan Whatsapps Business untuk Promosi dan Penjualan. *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, 4(1), 48-55.

ABSTRAK

Di era digital, komunikasi menjadi lebih mudah dan cepat berkat kemajuan teknologi yang ada. Berbagai platform digital, seperti media sosial, aplikasi pesan instan, atau email, memungkinkan masyarakat berkomunikasi dengan mudah tanpa terkendala waktu dan jarak. Pemasaran online dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti WhatsApps, Website, media sosial, email dan platform periklanan online lainnya. Salah satu instan massaging yang paling populer saat ini adalah WhatsApp dan yang khusus diperuntukan untuk bisnis adalah WhatsApp Business. Aplikasi ini memungkinkan bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan secara langsung melalui platform WhatsApp. Warung Jajan Amak Apak yang berlokasi di daerah Depok menjual aneka jajanan bakaran dan beberapa minuman segar dengan pelanggan warga sekitar warung. Setelah melakukan beberapa kali diskusi dan tanya jawab, diketahui bahwa UMKM ini belum menggunakan strategi pemasaran, jangkauan bisnisnya juga terbatas pada daerah sekitar tempat usaha saja sehingga omset penjualannya tidak bisa meningkat signifikan. Untuk itu pada kesempatan ini kami akan melakukan pelatihan penggunaan WhatsApp Business untuk meningkatkann penjualan. Ada beberapa pendekatan yang kami gunakan yaitu presentasi, tanya-jawab dan diskusi, serta pendampingan mengenai bagaimana memanfaatkan WhatsApp Business untuk promosi dan meningkatkan penjualan. Setelah kegiatan PKM ini diharapkan mitra dapat menggunakan WhatsApp Business sebagai sarana promosi yang murah dan efektif, untuk memperkenalkan produk-produknya dan memperluas jangkauan penjualannya sehingga meningkatkan bisnis dan keuntungan usaha.

Kata Kunci: WhatsApp Business, Promosi, Penjualan

ABSTRACT

In the digital era, communication has become easier and faster thanks to existing technological advances. Various digital platforms, such as social media, instant messaging applications, or email, allow people to communicate easily without being constrained by time and distance. Online marketing can be done through various digital platforms such as WhatsApps, Websites, social media, email and other online advertising platforms. One of the most popular instant messages at the moment is WhatsApp and one specifically intended for business is WhatsApp Business. This application allows businesses to interact with customers directly via the WhatsApp platform. Warung Jajan Amak Apak, which is located in the Depok area, sells various grilled snacks and several fresh drinks to customers from residents around the stall. After conducting several discussions and questions and answers, it was discovered that this MSME had not used a marketing strategy, its business reach was also limited to the area around the place of

business so that its sales turnover could not increase significantly. For this reason, on this occasion we will conduct training on the use of WhatsApp Business to increase sales. There are several approaches that we use, namely presentations, questions and answers and discussions, as well as assistance on how to use WhatsApp Business for promotions and increasing sales. After this PKM activity, it is hoped that partners will be able to use WhatsApp Business as a cheap and effective promotional tool, to introduce their products and expand their sales reach, thereby increasing business and business profits..

Keywords: WhatsApp Business, Sales, Promotion

PENDAHULUAN

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, banyak bisnis memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan operasi penjualan dan pemasaran mereka, namun pemanfaatan teknologi pemasaran digital saat ini belum banyak dipahami oleh sebagian pelaku UMKM karena pemahaman mengenai penggunaan media sosial, website, dan lain-lain masih terbatas untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan (Kusdiana, et al., 2022). Menurut (Wati, et al., 2020) Platform komunikasi di era digital ini mengacu pada berbagai jenis aplikasi atau website yang digunakan untuk memfasilitasi komunikasi antar individu atau kelompok on line. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi telah memungkinkan kita untuk berkomunikasi orang-orang dari seluruh dunia dengan cepat dan mudah (Asyhadi & Naibaho, 2021). Ada banyak komunikasi platform yang ada saat ini, beberapa di antaranya sangat populer dan banyak digunakan, seperti (Kusdiana, et al., 2022):

1. Email. Email adalah salah satu platform komunikasi paling awal dan terpopuler. Email memungkinkan penggunanya mengirim dan menerima pesan elektronik yang dapat diakses dari mana saja dan kapan saja.
2. Chatt. Platform Chatt adalah aplikasi yang dirancang untuk memungkinkan pengguna berkomunikasi satu sama lain secara real time. Beberapa aplikasi Chatting yang populer saat ini antara lain WhatsApp, Telegram, dan Facebook Messenger.
3. Video Conferencing. Konferensi video memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan orang lain melalui kamera dan mikrofon. Beberapa aplikasi konferensi video yang populer saat ini antara lain Zoom, Skype, dan Google Meet
4. Social Media. Media sosial adalah platform komunikasi online yang memungkinkan pengguna berbagi informasi, foto, dan video dengan teman dan keluarga. Beberapa yang populer situs media sosial saat ini termasuk Facebook, Twitter, dan Instagram.

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk memperkuat komunikasi dengan masyarakat dalam berbisnis adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi, seperti aplikasi WhatsApp Business (Astria & Santi, 2021). Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengelola bisnis mereka melalui WhatsApp, sehingga memudahkan dalam berkomunikasi dengan .pelanggan (Subiyantoro, et al.,2022).

WhatsApp Business

Pada bulan Januari 2018 WhatsApp memperkenalkan aplikasi barunya hanya untuk pemilik bisnis yaitu WhatsApp Business. WhatsApp Business memungkinkan pebisnis mengirim pesan ke pelanggan secara efisien. Aplikasi WhatsApp Business dapat diunduh dari Goggle Play Store untuk pengguna Android atau App Store untuk Apple. Para pengusaha dan profesional berbagi keputusan manajemen dengan bawahan, merencanakan pertemuan, menggunakan fitur lokasi untuk menginformasikan pelanggan mereka, mengiklankan produk melalui WhatsApp (Andamisari, 2021). Whatsapp Business juga hadir dengan fitur termasuk profil bisnis yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan informasi penting seperti alamat, pembukaan jam buka, deskripsi bisnis, alamat email, dan situs web. Melalui aplikasi ini, komunikasi bisnis dapat berjalan lancar dan dengan nyaman (Dwiantari & Slahanti, 2022; Hendriyani, et al., 2020).

Fitur utama WhatsApp Business meliputi: (1) Profil Bisnis: WhatsApp Business memungkinkan bisnis membuat profil bisnisnya dengan menyertakan deskripsi bisnis, alamat, dan jam operasional. (2) Pesan Selamat Datang dan Balasan Otomatis: Bisnis dapat mengatur pesan selamat datang untuk memberi tahu pelanggan bahwa pesan mereka telah diterima. Balasan otomatis juga dapat diatur untuk menjawab pertanyaan umum atau memberikan informasi tentang produk atau layanan. (3) Pesan Templat: WhatsApp Business memungkinkan bisnis mengirimkan pesan templat kepada pelanggan yang berisi informasi spesifik tentang suatu produk atau layanan. (4) Statistik Pesan: Bisnis dapat melihat statistik pesan mereka, seperti jumlah pesan yang dikirim dan diterima, serta persentase pesan yang dibaca. (5) Integrasi dengan Facebook: WhatsApp Business dapat diintegrasikan dengan Facebook, memungkinkan bisnis mengelola pesan dari kedua platform di satu tempat.

Whatsapp menawarkan banyak fitur seperti berbagi teks, foto, video, audio, dokumen, tautan dengan menggunakan jaringan data yang berbeda dengan Whatsapp Messenger, Whatsapp Business, dan Whatsapp Business API yang memungkinkan

pengguna untuk terlibat dengan pengguna lain baik untuk tujuan pribadi maupun bisnis (Murdiani & Andika, 2022). Beberapa UMKM menggunakan bisnis Whasapp untuk terhubung dengan pelanggan dalam memberikan dukungan dan menyampaikan informasi melalui pesan tanggapan langsung (Fitriana & Clarita, 2023; Mawadati, et al., 2022).

Rekan PKM

Warung Jajan Amak Apak yang beralamat di Jl Sentosa Raya No 15, Sukmajaya, Depok dirintis mulai Januari 2023 oleh Bapak Daru Irwinu Dwiputra. Warung Jajan Amak Apak menjual aneka jajanan seperti Sosis Bakar dan Dimsum dan beberapa minuman segar seperti Thai Tea, Lemon Tea, Es Teller, Es Kopi Gula Aren. Pembeli umumnya adalah Anak Sekolah, Karyawan, orang dan anak lainnya sekitar warung. Omset per bulan sekitar 10 juta sampai 25 Juta. Pemilik Warung berharap usahanya bisa tumbuh dan berkembang, namun ada beberapa kendala yang kami temukan, antara lain: Permasalahan pemasaran - Belum ada cara untuk menyampaikan informasi seperti produk baru, Promosi, dan hari libur ke pelanggan, Permasalahan saingan - Banyaknya saingan dalam usaha pada bidang yang sama, dan masalah penjualan - Penjualan naik-turun dan secara umum tidak ada kenaikan signifikan.

Tujuan PKM ini adalah mendorong pengusaha UMKM untuk memanfaatkan teknologi tepat guna yang praktis dan gratis. Diharapkan mitra dapat menggunakan WhatsApp Business sebagai sarana promosi yang murah dan efektif, untuk memperkenalkan produk-produknya dan memperluas jangkauan penjualannya sehingga meningkatkan bisnis dan keuntungan usaha.

Warung Jajan Amak Apak melihat tidak ada kemajuan pada usahanya, penjualan dari bulan ke bulan tidak ada kenaikan signifikan, pembeli juga orang yang disekitar lokasi usaha saja. Untuk mengatasi masalah tersebut kami mengusulkan penggunaan WhatApps Business secara maksimal baik untuk promosi, pengenalan produk baru, registrasi pelanggan, komunikasi dua arah dengan pelanggan, tanya-jawab, pemesanan, sampai penjualan produk. WhatAppas Business kami pilih karena sederhana dan gratis.

METODE

Kegiatan PKM dilaksanakan di Warung Jajan Amak Apak. Warung Jajan Amak Apak beralamat di Jl Sentosa Raya No 15, Desa Mekarjaya, Sukmajaya kota Depok, Kabupaten Bogor pada hari Minggu, tanggal 19 Nopember 2023. Adapun tahapan pelaksanaan PKM adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Masalah. Setelah dapat data awal dari pengamatan dan wawancara, maka kami mendiskusikan dengan semua anggota PKM untuk merumuskan masalah yang ada pada perusahaan ini.
2. Pengumpulan data. (a) Pengamatan – Mengamati proses bisnis sehari-hari, apa kesibukan Kayawan, kapan dilakukan, bagaimana tahapan proses pengolahan air, bagaimana pengaturan jadwal dan pengiriman produk jadi ke pelanggan. (b) Wawancara – Melakukan wawancara dengan Pemilik, dengan bagian Keuangan bagaimana cara mengelola keuangan selama ini, dengan Manager operasional bagaimana mengatur produksi dan jadwal pengiriman ke pelanggan, dengan Sales bagaimana cara memasarkan produknya.
3. Mengumpulkan beberapa opsi pemecahan masalah. Mencari semua opsi solusi yang paling sesuai dengan mempertimbangkan kesesuaian dengan kebutuhan bisnis, kemudahan implementasi, waktu implementasi, dan biaya.
4. Metode Pendekatan. Pendekatan kepada mitra akan dilakukan dalam dua tahap yaitu (a) Melakukan Penyuluhan secara langsung dengan cara mempresentasikan usulan diikuti tanya jawab dan diskusi. (b) Melakukan pemantauan dan pembinaan Pendekatan ini jika disetujui dan dijalankan Mitra diharapkan dapat mencapai tujuan utama yang sudah dipaparkan.

PEMBAHASAN

Detail agenda Pelaksanaan PKM Sebagai berikut:

Tabel 1. Agenda Kegiatan

No.	Tanggal	Waktu	Kegiatan
1	10 Nov 2023	08.30	Berkumpul di depan Kampus Pamulang
2	10 Nov 2023	10.00	Sampai di lokasi
3	10 Nov 2023	10.00-10.30	Ramah tamah dengan Pemilik UKM dan melihat lokasi bisnis
4	10 Nov 2023	10.30-12.00	Penyuluhan tentang keuangan, Penyuluhan tentang promosi dan penjualan melalui aplikasi WhatApps Business
5	10 Nov 2023	12.00-13.30	Ishoma
6	10 Nov 2023	13.30-14.00	Lanjutan penyuluhan , diskusi dan Tanya jawab
7	10 Nov 2023	14.00-14.30	Foto-foto dan pembagian sertifikat kepada pemilik UKM
8	10 Nov 2023	14.30	Selesai, Serahterima cendera mata dan berpamitan pulang.

Sumber: Data PKM, 2023

Solusi Permasalahan pemasaran

Menurut data Digital Report 2019, 83 persen pengguna internet di Indonesia menggunakan WhatsApp. Artinya, WhatsApp bisa menjadi peluang yang besar bagi para pebisnis untuk memasarkan produk dan servis nya.

WhatsApp Business adalah aplikasi resmi WhatsApp yang dikhususkan untuk keperluan bisnis. Fitur-fitur lengkap aplikasi WhatsApp Business :

1. Profil Bisnis. Dengan fitur profil bisnis, Anda dapat mencantumkan semua identitas informasi bisnis Anda, mulai dari nama toko / bisnis, deskripsi, alamat, kategori bisnis, jam kerja dan sebagainya.
2. Centang Hijau (Verified Account). Centang hijau atau green tick adalah identitas untuk akun WhatsApp yang telah terverifikasi. Dengan akun yang terverifikasi dan mendapatkan centang hijau WA di sebelah nama profil bisnis.
3. Katalog. Dengan fitur katalog, memungkinkan Anda untuk menambahkan katalog dari produk-prroduk Anda dan menampilkannya di profile WhatsApp Business Anda. Sehingga calon pelanggan bisa melihat produk apa saja yang Anda tawarkan untuk mereka melalui katalog tersebut.
4. Jawab Pesan Otomatis. Dengan fitur ini para pemilik bisnis tidak perlu standby setiap saat untuk membalas pesan dari konsumen secara manual. Cukup dengan mengaktifkan fitur WA auto reply ini, sudah bisa mengirimkan pesan balasan secara otomatis kepada konsumen.
5. ChatBot. Chatbot WA atau bot WhatsApp ini memungkinkan untuk mengarahkan pelanggan ke dalam tujuan tertentu melalui step atau langkah-langkah yang sudah diatur sebelumnya. Misal untuk proses transaksi penjualan, transaksi pembayaran, konfirmasi penjualan, klaim garansi, pengajuan return produk dan sebagainya. ChatBot ini bisa diterapkan pada kegiatan yang membutuhkan pelanggan untuk mengikuti langkah-langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu, seperti mengirimkan faktur pembelian, detail alamat, bukti pembayaran dan sebagainya.
6. Multiple User & Multiple Device. Dengan fitur WA multi user dan WA multi device ini memungkinkan untuk mengakses akun WhatsApp Business dari berbagai device, seperti handphone, tablet atau komputer dan juga memungkinkan akun untuk diakses lebih dari satu orang, di tempat berbeda dan di device yang berbebeda.
7. Alokasi Agent. Fitur Alokasi Agent memungkinkan untuk mengatur pembagian pesan yang datang secara merata kepada seluruh Karyawan. Contohnya, jika ada 3 Karyawan dan ada 150 pesan masuk maka akan ada sebanyak 50 pesan masuk yang diterima per masing-masing Karyawan.

8. Jam Kerja (Office Hours). Dengan fitur Office Hours, akan memungkinkan untuk mengatur jadwal jam kerja bisnis, memunculkan status Online saat jam kerja dan Offline saat jam kerja telah berakhir. Dan tetap membalas pesan pelanggan diluar jam kerja dengan memberikan respon informasi pesan bahwa tidak mengabaikan mereka dan akan segera menjawab mereka begitu masuk jam kerja nanti.
9. Broadcast (WA Blast). Dengan fitur broadcast atau WA Blast memungkinkan untuk mengirim pesan secara massal sekaligus ke banyak pelanggan secara bersamaan dengan template pesan yang sudah diatur sebelumnya.
10. Terintegrasi Aplikasi Lain. Dengan WhatsApp Business API, juga bisa menghubungkan berbagai aplikasi atau saluran komunikasi lain seperti Facebook Messenger, Instagram, Line, Telegram ke dalam WhatsApp Business. Sehingga bisa membalas dan menjawab pelanggan dari berbagai saluran dalam waktu singkat di dalam 1 (satu) dashboard.
11. Laporan (Log Report). Pada fitur Laporan Statistik, bisa dilihat laporan kegiatan dan statistik secara detail sehingga bisa dipantau dan dimonitor pencapaian tim secara *real time*. Fitur ini bisa didapatkan fitur jika menggunakan WhatsApp Business API (atau disebut WABA). WABA ini merupakan sistem lanjutan dari WhatsApp Business dengan fitur lebih yang sangat lengkap untuk kebutuhan bisnis.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian dilakukan pada UMKM Warung Jajan Amak Apak, Permasalahan yang mereka hadapi sangat beragam. Kami mencoba mengurai permasalahan satu persatu dengan menawarkan beberapa solusi juga kami berikan workshop tentang bagaimana memanfaatkan WhatsApp Business untuk promosi dan meningkatkan penjualan (Achmad, et al., 2020), Serta mengajarkan bagaimana mengelola manajemen keuangan dengan membuat laporan keuangan yang lebih profesional.

Untuk mempopulerkan produk-produknya WhatsApp Business adalah cara yang paling mudah dan murah karena ada fitur Catalog yang berfungsi selain untuk menunjukkan menu produk-produk yang dijual beserta harganya, juga dapat memberikan tanda mana produk yang baru dan mana produk yang sedang promo dengan diskon menarik.

Untuk mengimplentasikan WhatsApp Business ini dalam bisnis UMKM penulis merekomendasikan agar pelaku usaha menggunakan nomor HP yang berbeda dengan

nomor HP yang digunakan untuk urusan pribadi, demikian juga dengan HP nya seharusnya menggunakan HP khusus untuk bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusdiana, Y., Rizki, M., & Afriadi, R. (2022). Pendampingan Pelatihan Penerapan E-Commerce dalam Usaha Peningkatan Penjualan Pada Lyna Risoles. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 126-130.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat*, 4(2), 137-148.
- Kusdiana, Y., Rizki, M., & Afriadi, R. (2022). Pendampingan Pelatihan Penerapan E-Commerce dalam Usaha Peningkatan Penjualan Pada Lyna Risoles. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 126-130.
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam (e-Journal)*, 8(2), 246-270.
- Subiyantoro, E., Muslikh, A. R., Andarwati, M., Swalaganata, G., & Pamuji, F. Y. (2022). Analisis pemilihan media promosi UMKM untuk meningkatkan volume penjualan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP). *JTMI Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 8(1), 1-8.
- Andamisari, D. (2021). Penggunaan status whatsapp sebagai digital marketing warga kecamatan medan satria bekasi di era new normal. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66-72.
- Dwiantari, S., & Slahanti, M. (2022). Media Sosial Whatsapp Bisnis sebagai Media Promosi Guna Meningkatkan Penjualan Bakmi Jowo Denbagus. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 3(2), 75-82.
- Fitriana, N., & Clarita, D. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business dan Instagram Business sebagai media promosi UKM di kelurahan Sialang Sakti. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20-27.
- Murdiani, T., & Andika, A. J. (2022). Pemanfaatan WhatsApp Group Sebagai Media Promosi dalam Penjualan Online. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 7(1), 69-76.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(2), 193-200.
- Asyhadi, A., & Naibaho, R. (2021). Sistem Informasi Penjualan Daster Handmade Berbasis Multiplatform Menggunakan WhatsApp Gateway. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 5(4), 1538-1547.
- Mawadati, A., Ustyannie, W., Sulistyaningsih, E., Wibowo, A. H., Sekarjati, K. A., & Asih, E. W. (2022). Strategi Pemasaran Produk Dengan Whatsapp Business Bagi UMKM. *Dharma Bakti*, 203-211.
- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17-31.