

## PENGGUNAN APLIKASI WHATSAPP BUSINESS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM TOKO RTIGA

**Budi Haryanto<sup>1</sup>, Adiyanto<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Dosen Tetap, Universitas Insan Pembangunan Indonesia*  
Email: [inibudiharyanto@gmail.com](mailto:inibudiharyanto@gmail.com)<sup>1</sup>, [adiet031170@gmail.com](mailto:adiet031170@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penggunaan aplikasi *WhatsApp* sebagai media komunikasi yang hampir digunakan oleh sebagian besar masyarakat membuat aplikasi *WhatsApp Business* sebagai media promosi dan penjualan sangatlah menarik, dan hal ini juga sangat membantu toko Rtiga yang bergerak dibidang penjualan kebutuhan sehari hari, dimana tidak terlalu cocok menggunakan media *ecommerce* dikarenakan target dari konsumennya adalah hanya warga sekitar, kemudahan penggunaan serta kenyamanan saat melakukan transaksi penjualan adalah hal yang menarik untuk diterapkan didalam membantu penjualan dari UMKM toko kecil seperti toko Rtiga.

**Kata Kunci:** *Whatsapp Business, Toko, Penjualan*

### PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini penggunaan teknologi sangatlah masif. Pemanfaatan teknologi juga sudah bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk toko kecil. Disamping penggunaan internet yang semakin masif, hal ini terbukti dari hasil riset HootSuite dan agensi marketing sosial We Are Social yang dirilis pada Januari 2020, bahwa total penduduk Indonesia yang telah menggunakan internet mencapai 175,4 juta orang dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 272,1 juta. Artinya, penggunaan internet di Indonesia telah meningkat tajam, yaitu sebesar 17% dibanding dengan penggunaan internet pada tahun 2019. Selain itu, hasil penelitian ini juga menyebutkan bahwa 59% penggunaan internet oleh masyarakat di Indonesia digunakan untuk mengakses media social (Ludwianto, 2020)

Di masa lalu untuk membuat web atau aplikasi media pemasaran dan penjualan sangatlah mahal, sehingga itu hanya bisa dilakukan oleh perusahaan besar, munculnya *ecommerce* cukup membantu beberapa pengusaha UMKM di didalam menjual dan memasarkan produk jualannya, tetapi untuk toko kecil yang menjual beberapa barang untuk kebutuhan pokok sangatlah sulit untuk menjual

melalui media *ecommerce*, karena mereka hanya membutuhkan media untuk memasarkan produk dan pemesanan yang dilakukan oleh masyarakat sekitar, mungkin hanya melingkupi rukun tetangga atau rukun warga yang sama. Bahkan menjadi hal yang lucu bila barang yang akan dikirim ongkosnya melebihi harga barang yang dibeli.

Teknologi yang mungkin bisa dimanfaatkan selain *ecommerce* adalah web, tetapi untuk membuat web pun akan cukup sulit bagi UMKM yang tidak terlalu mengerti akan pembuatan web, walaupun sudah alat bantu seperti *google site* dalam membuat sebuah situs web dengan mudah.

*WhatsApp Business* cukup bisa membuat apa yang dibutuhkan oleh toko Rtiga, menampilkan produk yang dijual toko Rtiga beserta harganya serta konsumen dapat melakukan pemesanan terhadap barang yang diinginkan, dan semua itu dilakukan melalui aplikasi *whatsapp* yang sudah sangat familiar digunakan oleh konsumen dari toko Rtiga. Keunggulan lain dari *WhatsApp Business* ini adalah semua itu masih gratis dan tidak berbayar.

Di tahun 2020, terdapat lebih dari 5 juta pengguna *WhatsApp Business* adalah pelaku kegiatan usaha mikro, kecil, dan

menengah (Latifah, Kusumawati, Widagdo, Yumadhi, & Efendi, 2022) ini menandakan bahwa WhatsApp dapat digunakan untuk mempromosikan produk terbaru, diskon produk, dan media komunikasi tentang pemesanan produk dan pengiriman produk (Sugiyantoro, Wijaya, & Supriyadi, 2022)

### METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, penelitian ini dilakukan tahun 2023 dibulan juni sampai dengan bulan agustus. Subjek penelitian ini adalah toko Rtiga yang terletak di jalan Gunung Muria Blok HB4 Nomor 15 RT02/ RW13 Kelurahan Gebang Raya, Kecamatan Periuk, Kota Tangerang. Penelitian ini bertujuan untuk menerapkan pemanfaatan aplikasi *WhatsApp Business* untuk meningkatkan penjualan pada toko Rtiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis. (Hardani, 2020)

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Disini kita akan membahas pembuatan *WhatsApp Business* mulai dari persiapan dan hal lain yang perlu diperhatikan, serta bagaimana cara menyampaikan kepada pengguna tentang cara pemakaiannya.

#### Batasan Penelitian

Dikarenakan didalam aplikasi *WhatsApp Business* ini banyak sekali versi dan hal yang bisa dipelajari, maka penulis membatasi penelitian ini pada

1. Aplikasi *WhatsApp Business* yang dibahas adalah versi android dan versi gratis
2. Bahan yang dibahas adalah tentang katalog.

Dan penelitian hanya membahas secara garis besar tidak secara mendetail, tetapi bisa di implementasikan ke dalam media informasi dan penjualan pada toko Rtiga.

### Penyiapan aplikasi

Yang pertama dilakukan adalah penyiapan dari penggunaan aplikasi *WhatsApp Business* ini

1. Menyiapkan kartu yang akan dipakai sebagai whatsapp bisnis
2. Mendownload aplikasi *WhatsApp Business* di google play store.

Kartu sim yang akan dipakai sebaiknya dipisahkan dengan kartu sim penggunaan pribadi dikarenakan

1. Tidak bisa menggunakan *WhatsApp* reguler dengan *WhatsApp Business* dengan satu kartu
2. Tidak bisa kembali ke *WhatsApp* reguler bila sudah menggunakan *WhatsApp Business*
3. Semua chat whatsapp reguler akan terhapus bila beralih ke whatsapp bisnis
4. Memisahkan antara keperluan pribadi dengan keperluan toko
5. Ada kemungkinan akan menyerahkan whatsapp bisnis ke penjaga toko



Gambar 1. Aplikasi di play store

### Pembuatan bisnis profile

Setelah instalasi sekrang kita akan membuat materi informasi dan penjualan dari toko Rtiga.

Dari menua awal akan tampil menu

1. Bisnis Profile  
Mengelola alamat, jam kerja, dan situs web
2. Katalog  
Menampilkan produk dan layanan
3. Iklankan  
Membuat iklan yang mengarahkan

4. pelanggan ke whatsapp  
Facebook dan Instagram  
Menambahkan whatsapp ke akun  
Anda.
5. Salam  
Menyambut pelanggan baru secara  
otomatis
6. Pesan diluar jam kerja  
Membalas pesan secara otomatis  
saat di luar jam kerja
7. Balas Cepat  
Menggunakan kembali pesan yang  
sering dikirim.
8. Label  
Mengelola chat pelanggan

Pada tulisan ini kita hanya akan membahas menu profil bisnis dan katalog, sedangkan untuk menu lainnya akan dibahas dilain kesempatan.



**Gambar 2.** Menu dalam Wa Bisnis

Untuk saat ini kita akan membuat menu profil bisnis dimana kita akan memerlukan data

1. Foto toko atau produk
2. Nama toko
3. Jenis Toko
4. Alamat toko serta lokasi peta
5. Jam Buka
6. Alamat email
7. Alamat situs web
8. Produk
9. Info status wa
10. Nomor selular

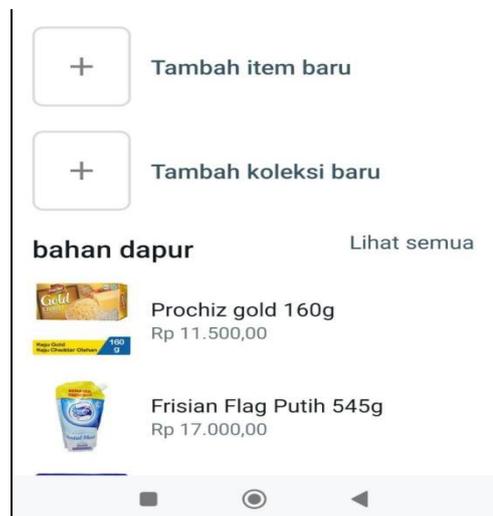
Informasi diatas diisi sesuai dengan kebutuhan toko Rtiga dan sebagai informasi kepada konsumen atau pelanggan.



**Gambar 3.** Profile Bisnis

### Pembuatan katalog

Hal terakhir yang dilakukan pada tahap awal ini adalah pembuatan katalog.



**Gambar 4.** Pembuatan Katalog

Dari katalog kita akan membuat menu dari produk toko Rtiga. Pertama yang dilakukan adalah membuat item atau produk yang akan dijual adapun mana yang akan diisi adalah

1. Gambar produk (wajib)
2. Harga (wajib)
3. Deskripsi
4. Tautan
5. Kode item

Setelah pembuatan produk yang akan ditampilkan kemudian setiap produk akan dimasukkan kedalam kategori, disarankan untuk pembuatan katagori produk untuk membaginya tidak terlalu banyak atau pun terlalu sedikit, sebagai contoh ada saatnya kita akan membagi katagori perawatan tubuh menjadi perawatan badan , perawaatan rambut dan perawatan muka, disaat jumlah produk dalam kategori melebihi dari 20 produk ataupun kadangkala kita akan menggabungkan kategori tisu dan kapas disaat katagori kapas atau tisu hanya berisi masing masing 4 produk .



Gambar 5. Produk dan kategori

Setelah pembuatan kategori dan produk maka toko Rtiga sudah siap untuk menggunakan whatsapp bisnis untuk media informasi dan penjualan dari toko Rtiga.

Adapun untuk menjangkau konsumen toko Rtiga hanya perlu mengirimkan nomor selular dari toko Rtiga kepada konsumen, yang kemudian konsumen akan bisa melihat produk dari katalog yang ada. Konsumen juga bisa melakukan pemesanan dari katalog tersebut.

### Pembuatan katalog

Pemesanan oleh konsumen dengan melakukan pemesanan melalui aplikasi wa regular. Saat konsumen menyimpan nomor whatsapp bisnis, maka nomor tersebut akan ada ikon katalog yang bisa dilihat produk yang ada di toko Rtiga, konsumen bisa melakukan pemesanan terhadap produk dan kuantiti yang diinginkan, setelah selesai melakukan pemesanan kemudian bisa dilakukan pemesanan sehingga toko Rtiga akan mendapatkan pesan di whatsapp bisnis berupa produk dan berapa jumlah dari masing masing produk beserta perkiraan harga total.



Gambar 6. Keranjang pesanan

### KESIMPULAN

Dalam memanfaatkan teknologi yang sudah sangat berkembang dan sudah menjadi kebutuhan akan setiap orang, pemanfaat aplikasi WhatsApp Business dalam melakukan kegiatan promosi dan penjualan sangatlah membantu toko Rtiga, aplikasi ini juga berjalan dalam platform aplikasi *WhatsApp* yang hampir sebagian orang menggunakannya.

Selain didalam melakukan proses promosi dan penjualan aplikasi *WhatsApp Business* ini juga menjadi panduan saat toko Rtiga akan membeli produk untuk dijual sehingga mengetahui apakah produk yang akan dibeli masih sesuai dengan harga jual yang ada.

Kelemahan dari aplikasi *WhatsApp Business* ini adalah tidak adanya perhitungan stok saat barang terjual sehingga pemilik toko harus menonaktifkan produk yang tidak mempunyai stok secara manual, tetapi hal ini terkadang menjadi keunggulan bila pemilik toko tidak mau dipusingkan dengan masalah perhitungan stok.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Hardani, dkk, (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Pustaka Ilmu,
- Haryanto, B. (2018). Implementasi Aplikasi *WhatsApp* Autoresponder Sebagai Sarana Informasi pada STMIK Insan Pembangunan. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 6(1), 2-9. Retrieved from [https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs\\_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/90](https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/90).
- Haryanto, B. (2022). Perancangan Aplikasi Android Informasi Jadwal Kuliah. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 10(1), 49-55. Retrieved from [https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs\\_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/216](https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/216).
- Haryanto, B dkk (2021). Perancangan Aplikasi Penggajian Studi Kasus STMIK Insan Pembangunan. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(2), 2-9. Retrieved February 02, 2023, from [https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs\\_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/205/175](https://ojs.ipem.ecampus.id/ojs_ipem/index.php/stmik-ipem/article/view/205/175).
- Latifah, N., Kusumawati, I., Widagdo, T., Yumadhi, R., & Efendi, H. (2022). Edukasi Penggunaan dan Manfaat *WhatsApp Business* Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI. *Jurnal PADMA*, 2(1), 76–79.
- Sugiyantoro, N. L. A., Wijaya, M., & Supriyadi, S. (2022). Benefits of *WhatsApp* as a Communication Media on Small Business Social Networks. *The Journal of Society and Media*, 6(1), 1–16.
- Ludwianto, B. 2020. Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet. (online). (<https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp>), Accessed on Agustus 25th 2023