

TUGAS AKHIR
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN
ONLINE SHOP KEPOID



DISUSUN OLEH :
OKTO RAIMUTRA
17001367

AKADEMI MANAJEMEN ADMINISTRASI YPK
YOGYAKARTA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Dalam Peningkatan
Penjualan Online Shop KepoID

Nama : Okto Raimutra

NIM : 17001367

Program Studi : Manajemen Administrasi .

Tugas Akhir ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir Program
Studi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta pada :

Hari :

Tanggal :

Mengetahui

Dosen Pembimbing

Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E., M.M.

NIK. 10600102

HALAMAN PENGESAHAN
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN ONLINE SHOP KEPOID.

Laporan Tugas Akhir ini telah diajukan pada Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta untuk memenuhi persyaratan akhir pendidikan pada program studi Manajemen Administrasi :

Disetujui dan disahkan pada :

Hari :

Tanggal :

Tim Penguji

Ketua

Anggota

Endang Hariningsih, SE., M.Sc.
NIK. 10600105

Siti Nurhayati, S.E., M.M
NIK. 116001118

Mengetahui,

Direktur

Anung Pramudyo, S.E., M.M
NIP. 19780204 200501 1 002

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Okto Raimutra

NIM : 17001367

Judul Tugas Akhir : Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Dalam Peningkatan
Penjualan Online Shop KepoID

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun kecuali tersebut dalam referensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagian maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta, April 2020

Yang membuat pernyataan

Okto Raimutra

MOTTO

"Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar"

(Q.S. Al-Baqarah: 153)

"Hiduplah Untuk Memberi Sebanyak - Banyaknya"

(Film Laskar Pelangi)

"Pendidikan adalah salah satu senjata, untuk anda mengubah dunia"

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

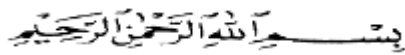
Yang Utama Dari Segalanya

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan kasih sayang-Nya telah memberikan kekuatan, membekali dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini saya persembahkan :

1. Ayah dan ibu saya tercinta yang telah sudi dan ikhlas membesarkan saya dengan segala perjuangan dan pengorbanannya, serta memberikan do'a, kasih sayang, semangat, motivasi dan tenaga agar saya bisa belajar dengan baik.
2. Kakak dan Adik saya yang selalu memberi semangat, selalu mendukung dan mengingatkan saya untuk belajar dan serius dalam kuliah.
3. Untuk teman-teman saya terima kasih telah memberikan dukungan dan nasehat kepada saya.
4. Untuk Dosen pembimbing saya Bapak Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E., M.M. yang telah membimbing saya dengan baik dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk saya.
5. Dan untuk semua pihak yang membantu saya dan mendoakan saya, terima kasih saya ucapkan.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah Yang Maha Esa, Dzat yang hanya kepada-Nya kita beribadah. Saya memuji-Nya dan bersyukur kepada-Nya dengan pujian yang paling tinggi dan tiada habisnya, sebaik-baik pujian yang harus dipujikan hanyalah untuk –Nya. Saya bersaksi bahwasanya tidak ada Tuhan yang berhak disembah kecuali Allah, tidak ada sekutu baginya. Shalawat dan salam semoga Allah limpahkan kepada junjungan kita yang mulia, Rasulullah Muhammad Shallallahu ‘alaihi wasallam, juga kepada keluarganya, sahabat-sahabatnya dan orang-orang yang mengikutinya dengan baik sampai hari kiamat.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma tiga (III) konsentrasi Manajemen Administrasi Rumah Sakit AMA YPK Yogyakarta. Adapun judul Tugas Akhir ini adalah **“Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID”**.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis banyak menerina bantuan, baik berupa dorongan semangat, motivasi maupun sumbangan pikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan bantuan terutama kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kasih, karunia – Nya dan perlindungan – Nya kepada penulis.
2. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. selaku Direktur AMA YPK Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di kampus tercinta ini.
3. Bapak Dwi Wahyu Pril Ranto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh jajaran Dosen pengajar AMA YPK Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Kepada seluruh staf Akademik, pegawai perpustakaan, dan karyawan AMA YPK Yogyakarta yang telah banyak memberikan bantuannya selama masa studi.
6. Kedua orang tua yang tercinta dan keluarga besar, yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, nasehat, semangat, kepercayaan dan do'a yang tiada henti. Semoga bisa jadi kebanggaan keluarga dan berguna bagi sesama. Aamiin
7. Seluruh teman-teman AMA YPK Yogyakarta angkatan 2020, atas kebersamaan yang menyenangkan dan memberi warna tersendiri selama kuliah.

8. Seluruh pihak – pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu – persatu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan Tugas Akhir ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Dalam berbagai bentuk dan sisi penulis menyadari bahwa Tugas Akhir yang dibuat ini pastinya belum sempurna, hal ini karena masih kurangnya pengalaman dan terbatasnya ilmu pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam pencapaian kesempurnaan Tugas Akhir ini pada masa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terkira dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat. Amin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, Juni 2020

Penulis

OKTO RAIMUTRA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumus Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Whatsapp	5
B. Media.....	9
C. Media Sosial	11
D. Penjualan	12

E. Online Shop	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	17
B. Jenis Data	18
C. Teknik Pengumpulan Data	18
D. Metode Analisis Data	19
BAB IV GAMBARAN PENELITIAN PEMBAHASAN	
A. Profil Online Shop KepoID	20
B. Pembahasan.....	26
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	29
B. Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo KepoID	20
Gambar 4.2 Berbagai Macam Sepatu.....	26
Gambar 4.3 Berbagai Macam Tas	27
Gambar 4.4 Bagai Macam Jam Tangan dan Kacamata	25

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial whatsapp dalam peningkatan penjualan online shop kepod.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam pemanfaatan media social whatsapp dalam peningkatan penjualan. Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, bahwa online shop kepod merupakan salah satu akun online shop yang mempromosikan produknya melalui media whatsapp. alasan menggunakan whatsapp sebagai media promosi karena banyak pelanggan yang menggunakan aplikasi whatsapp. kepod selalu menekankan akan segi kualitas produk yang dijual agar konsumen dan reseller merasa terpuaskan atas produk yang dijual. Penggunaan media social whatsapp dapat mendorong peningkatan penjualan. Selain dengan melakukan promosi, pemasaran dan mengembangkan bisnis juga harus didukung dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Kata Kunci : Pemanfaatan Media Sosial WA dan peningkatan penjualan Online Shop kepod

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada Era Modern ini kebutuhan manusia sangat beragam, mulai dari kebutuhan pokok sampai dengan kebutuhan yang bersifat pelengkap, hal ini dipengaruhi oleh pesatnya pertumbuhan ekonomi dan teknologi. Dengan pesatnya pertumbuhan dan ekonomi akan berpengaruh pada pesatnya pertumbuhan dunia usaha, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan atau pelaku usaha yang menciptakan berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan manusia yang semakin beragam, keberagaman ini menunjukkan bahwa tingkat kesejahteraan masyarakat semakin meningkat. Dengan meningkatnya tingkat kesejahteraan masyarakat ini akan berpengaruh pada meningkatnya daya beli masyarakat.

Meningkatnya daya beli masyarakat akan berpengaruh pada meningkatnya penjualan suatu produk, penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan, ini dapat memberikan kesempatan yang besar kepada produsen untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang mereka produksi untuk meningkatkan

Penjualan, terutama melakukan Promosi melalui Jejaring Sosial Online. Salah satunya media yang digunakan untuk Promosi adalah Jejaring Sosial Whatsapp.

Whatsapp merupakan sebuah Aplikasi pesan untuk smartphone dengan basic mirip Blackberry Massengger. Whatsapp Massengger merupakan Aplikasi pesan Lintas Platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena whatsapp massengger menggunakan paket data internet yang sama untuk Email, Browsing, Web, dan lain-lain. Dengan Whatsapp kita dapat melakukan promosi kecalon konsumen dengan mengirim atau berbagi gambar Produk yang kita jual.

Dengan demikian kesempatan terjualnya produk hanya sebatas banyaknya orang mengetahui postigan dari nomor Whatsapp tersebut. Salah satu alasan kenapa menggunakan whatsapp sebagai alat pemasaran adalah bahwa banyak pelanggan yang sudah menggunakannya. Bukinya ada lebih dari 50 Miliar pesan dikirimkan melalui Whatsapp setiap harinya, tetapi Whatsapp tidak menjual ruang iklan, sehingga kita harus inovatif dalam melakukan pendekatan pemasaran kepada konsumen. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID”**

B. Rumusan Masalah

Dari Uraian yang dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID.

C. Pembatasan Masalah

Penulis laporan ini dibatasi pada permasalahan Manfaat Media Sosial Whatsapp dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID.

E. Manfaat Penelitian

1. Untuk AMA YPK

Dapat sebagai bahan referensi, acuan bagi pelatihan dan tugas lain dalam membahas Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID.

2. Untuk Mahasiswa

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman tentang Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam Peningkatan Penjualan Online Shop KepoID.

3. Untuk masyarakat

Dapat sebagai bahan pengetahuan , khususnya dalam bidang Peningkatan Penjualan Online Shop.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Whatsapp

1. Pengertian Whatsapp

Merupakan sebuah Aplikasi perpesanan (messenger) instan dan lintas platform pada smartphone yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan seperti SMS tanpa menggunakan pulsa melainkan koneksi internet. Whatsapp memiliki basic yang mirip dengan blackBerry messenger.

Whatsapp diliris pada Januari 2009. Tetapi, pada Tahun 2014, whatsapp resmi menjadi milik Facebook setelah melalui proses akuisisi selama 8 Bulan, pada whatsapp kita dapat mengirim teks, foto, audio, file dan gambar kepada pengguna lainnya.

2. Fungsi dan Manfaat Whatsapp

Berikut ini ada Beberapa Fungsi dan Manfaat dari Whatsapp :

a. Personal atau Group Chat

Dengan adanya Whatsapp, kita dapat mengirim pesan dengan pengguna lain baik teks, audio, file dokumen, foto dan video. Bukan hanya personal chat saja, tetapi kita juga bisa membuat group chat yang berisi beberapa pengguna whatsapp lainnya.

b. Media Pendidikan

Saat ini tidak jarang orang menggunakan whatsapp sebagai media untuk belajar seperti kursus/les (baik dalam group chat atau personal chat), Seminar dan juga Workshop secara daring. Cukup dengan membuat group chat kemudian mengundang para partisipan masuk ke group maka kelas pun dapat dimulai.

c. Media Bisnis

Whatsapp sering dimanfaatkan juga untuk kegiatan berbisnis misalnya untuk promosi, informasi, dan pemesanan. Para pembisnis yang menggunakan whatsapp dapat mempromosikan bisnisnya secara personal dengan pengguna lain atau dengan mengirimkan informasi bisnisnya ke group chat. Jika seseorang tertarik dengan bisnis tersebut, mereka biasanya akan diarahkan untuk mengontak whatsapp pemilik bisnis untuk informasi lebih lanjut dan juga pemesanan.

d. Berbagi Informasi dan Berita

Berbagi informasi dan berita kepada para pengguna whatsapp lainnya dengan mengirimkannya ke personal chat atau pun group chat.

e. Video dan Voice Call

Selain dapat berkirim pesan, kita juga dapat menelpon pengguna lain dan juga melakukan Video Call dengannya. Agar video dan voice call berjalan lancar tanpa noise, pastikan koneksi internet kita stabil.

f. Media Komunikasi

Memfaatkan Whatsapp sebagai tempat perkumpulan suatu komunitas secara daring. Kita dapat terhubung dengan para anggota komunitas lainnya sehingga penyebaran informasi dan komunikasi mudah dilakukan dengan Komunikasi yang lancar diharapkan aktivitas komunikasi pun dapat berjalan dengan baik.

3. Kelebihan Whatsapp

Berikut ini adalah Kelebihan yang dimiliki oleh Whatsapp :

a. Cara Penggunaannya Mudah

Whatsapp mudah digunakan bagi pengguna baru sekalipun. Kita hanya cukup mendaftarkan nomor telepon agar bisa menggunakan Whatsapp.

b. Nomor Telepon Tersinkron Secara Otomatis

Kita tidak perlu memasukan kontak teman satu persatu ke Whatsapp karena semua nomor telepon pada smartphone akan otomatis tersinkron dan langsung masuk ke Whatsapp tanpa perlu menambahkannya kembali.

c. Bisa Backup Chat/Obrolan

Jika kita mengganti smartphone baru, kita bisa mem-backup/ mencadangkan obrolan whatsapp. Dengan begitu, kita tidak akan kehilangan obrolan whatsapp yang berada di smartphone lama.

d. Informasi Pribadi dapat Disembuyikan

Kita dapat menyembunyikan informasi pribadi seperti status dan juga foto profil dari pengguna lain.

4. Kekurangan Whatsapp

Berikut ini adalah kekurangan dari Whatsapp :

a. Boros Kuota

Berbeda dengan aplikasi messenger lainnya, jika kita ingin melihat video, gambar, ataupun audio yang dikirimkan kepada kita maka kita harus mendownloadnya terlebih dahulu. Cara ini tentunya cukup Boros kerana jika ingin membuka foto misalnya, maka kita harus mendownloadnya.

b. Membutuhkan Koneksi Internet yang Cukup Kuat

Untuk bisa menggunakan Whatsapp Web, kita tentu membutuhkan koneksi internet yang cukup kuat agar penggunaannya berjalan lancar. Karena jika koneksi internet yang lemah maka whatsapp web akan lambat menerima responnya.

c. Boros Baterai

Pengguna Whatsapp Web dalam waktu yang cukup lama akan membuat Smartphone menjadi cepat panas dan boros baterai. Whatsapp merupakan salah satu aplikasi chatting yang boros baterai.

B. Media

1. Pengertian Media

Media adalah suatu alat perantara atau pengantar yang berfungsi untuk menyalurkan pesan atau informasi dari suatu sumber kepada penerima pesan.

Pendapat lain mengatakan arti Media adalah segala bentuk saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dengan kata lain, media dapat didefinisikan sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan.

Secara Etimologi kata “Media” berasal dari bahasa latin, yaitu “Medius” yang artinya perantara atau pengantar. Istilah media pada umumnya merujuk pada sesuatu yang dijadikan sebagai wadah, alat, atau sarana untuk melakukan komunikasi.

2. Fungsi Media Secara Umum

Penggunaan istilah “Media” dapat digunakan pada berbagai bidang, misalnya media informasi, media pembelajaran, dan lainnya. Secara umum, suatu media memiliki fungsi yang sama, beberapa diantaranya adalah:

- a. Sebagai sarana informasi kepada masyarakat.
- b. Membantu mengatasi keterbatasan ruang, waktu, dan daya indera.
- c. Sebagai sarana untuk mengekspresikan pendapat, ide, dan gagasan kepada khalayak.

- d. Sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan, relaksasi, dan pengalihan perhatian dari ketegangan social.
- e. Sebagai sarana pendidikan bagi masyarakat secara umum, dan bagi para siswa secara khusus.
- f. Sebagai saran untuk melakukan pengawasan atau control social bagi masyarakat.

3. Jenis – Jenis Media

Pada dasarnya jenis dan bentuk media ada banyak sekali. Menurut Rudi Brets (Media Pembelajaran, 2008:52) beberapa jenis media adalah sebagai berikut :

a. Media Audio

Media Audio adalah jenis media yang melibatkan Indera Pendegaran (telinga) yang memanipulasi kemampuan suara. Pesan yang dapat disampaikan dalam media audio adalah pesan Verbal (bahasa lisan atau kata-kata) dan pesan Non - Verbal (musik, vokalisasi, bunyi-bunyian).

b. Media Visual

Media Visual adalah jenis media yang melibatkan Indera Penglihatan (mata).

c. Media Visual Verbal

Media Visual yang berisi pesan verbal atau pesan linguistic berbentuk tulisan.

d. Media Visual Grafis

Media Visual yang berisi pesan Non-verbal dimana pesan berupa simbol - simbol atau unsur - unsur grafis.

e. Media Visual Non – Cetak

Media Visual yang berisi pesan dalam bentuk tiga dimensi.

f. Media Audio Visual

Media Audio Visual adalah jenis Media yang melibatkan indera pendengaran dan indera penglihatan secara bersamaan dalam satu proses. Pesan yang disalurkan pada jenis Media ini bersifat verbal dan non-verbal.

C. Media Sosial

Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring social, wiki, forum dan dunia virtual. blog, jejaring social dan wiki merupakan bentuk Media Social yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Pesatnya perkembangan media social dikarenakan semua orang bisa memiliki media sendiri. Seorang pengguna media social bisa mengakses menggunakan sosial media dan jejaring internet. Seseorang sebagai pengguna sosial media dengan bebas mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis dan berbagai model content lainnya. media sosial mempunyai ciri – ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja tetapi bisa keberbagai banyak orang.
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding Media lainnya.
4. Penerima pesan yang menentukan Waktu Interaksi.

D. Penjualan

Penjualan merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dan menentukan bagi perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana – rencana Strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan 1991). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Istilah penjualan sering disamakan dengan istilah promosi. Padahal penjualan hanya meliputi kegiatan pemindahan barang atau jasa, jadi penjualan hanya merupakan bagian dari promosi. Sifat kegiatan dan struktur pelaporan didalam perusahaan dapat berbeda. Namun pada prinsipnya

semua ditunjukkan untuk memudahkan tugas penjualan, bagi tenaga penjualan kegiatan pemasaran sangat penting.

Dalam penjualan masalah pelayanan sangat penting, kunjungan seorang wiraniaga kepada para konsumen akan memberikan kemungkinan timbulnya banyak pesanan. Fungsi dari wiraniaga adalah mempromosikan produk yang dihasilkan perusahaan, disamping itu juga dapat memberikan saran – saran yang menarik, hal ini sangat efektif untuk meningkatkan penjualan.

1. Jenis – Jenis Penjualan

Adapun jenis – jenis penjualan yang diantaranya yaitu :

a. Trade Selling

Merupakan suatu jenis penjualan yang dilakukan oleh pedagang kepada grosir, tujuan utamanya untuk dijual kembali.

b. Tehnical Selling

Merupakan suatu cara atau usaha – usaha untuk meningkatkan penjualan dengan cara memberikan saran dan nasehat kepada konsumen atau pembeli akhir dari barang dan jasanya.

c. Missionary Selling

Merupakan suatu bentuk wirausaha dimana pengusaha atau perusahaan berusaha untuk meningkatkan penjualannya dengan cara mendorong pembeli dan tentu saja untuk membeli produk atau jasanya.

d. New Business Selling

Merupakan suatu usaha untuk membuka transaksi baru dengan cara mengubah seorang calon konsumen menjadi konsumen.

2. Tujuan Penjualan

Tujuan Penjualan pada umumnya adalah untuk mencapai laba optimal dengan modal yang minimal. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus mempunyai sasaran dan misi tertentu. Sasaran – sasaran penjualan antara lain sebagai berikut:

- a. Memenuhi tujuan dalam sebuah organisasi.
- b. Memenuhi gambaran kepada orang lain dalam sebuah organisasi tentang arti spesifik peranan mereka dalam organisasi.
- c. Menimbulkan konsisten dalam hal pengambilan keputusan antara sejumlah besar manajer yang berbeda.
- d. Memberikan dasar untuk menyusun perencanaan spesifik.
- e. Memberikan landasan untuk tindakan korektif serta pengawasan.

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Selain masalah produk, distribusi dan harga sebagai variabel pemasaran yang lain juga harus dipertimbangkan. Dalam penjualan dipengaruhi oleh beberapa factor sebagai berikut :

a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual dan pembeli. Disini penjual harus dapat berhasil mencapai

sasaran penjualan yang diharapkan. Penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yakni :

1. Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
2. Harga produk
3. Syarat penjualan seperti : pembayaran, penghantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

b. Kondisi Pasar

Sebagai Kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat juga mempengaruhi kegiatan penjualannya.

Faktor – faktor kondisi Pasar yang perlu di perhatikan adalah :

1. Jenis Pasarnya
2. Kelompok pembeli atau Segmen Pasarnya
3. Daya Belinya
4. Frekuensi Pembelian
5. Keinginan dan Kebutuhan

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barang apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli, atau apabila lokasi jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dan membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk itu diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti : alat transpor, tempat peragaan baik di dalam perusahaan maupun diluar Perusahaan, Usaha Promosi,. Semua ini hanya dapat dilakukan

apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pada Perusahaan Besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang – orang tertentu/ahli dibidang penjualan.

e. Faktor Lain

Faktor – faktor lain, seperti : periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi penjualan. Namun untuk melaksanakannya, diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relative kecil, kegiatan ini jarang dilakukan.

E. Online Shop

Online Shop adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik yang dimana barang yang diperjual belikan ditawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu web site atau toko maya

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam Meningkatkan Penjualan bagi usaha Online Shop.

Penelitian Kualitatif adalah Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku Persepsi, Motivasi, Tindakan secara Holistic dan dengan cara Deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan menerapkan berbagai Metode Alamiah (Moleong, 2009)

B. Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu:

1. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2002).

Data ini digunakan untuk mendukung Informasi Primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data adalah teknik atau cara yang dilakukan oleh Peneliti untuk mendapatkan Data yang akan Dianalisis atau Diolah untuk menghasilkan suatu Kesimpulan (Bawono, 2006).

Teknik atau cara untuk mendapatkan data dalam Penelitian-penelitian ini yaitu:

1. Studi Pustaka

Menurut (Marton, 2011) Studi Pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian. Peneliti juga menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Studi pustaka dalam teknik pengumpulan data ini merupakan jenis data sekunder yang digunakan untuk membantu proses penelitian, yaitu dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel surat kabar, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya. Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari buku-buku yang berkaitan dengan judul atau permasalahan yang diangkat oleh penulis.

2. Teknik Analisis Data

Analisis Data menurut (Bogdan, 2009) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari bahan-bahan yang sudah ada, sehingga dapat mudah dipahami.

Berdasarkan pada tujuan penelitian yang akan dicapai, maka dimulai dengan menelaah seluruh data yang sudah tersedia dari berbagai sumber yaitu studi pustaka. dengan mengadakan redaksi data, yaitu data-data yang diperoleh, dirangkum dengan memilih hal-hal yang pokok serta disusun lebih sistematis sehingga mudah dikendalikan. Dalam hal ini penulis menggunakan analisa data kualitatif, dimana data yang diperoleh dianalisa dengan metode deskriptif dengan cara berfikir induktif yaitu penelitian dimulai dari fakta-fakta yang bersifat empiris dengan cara mempelajari suatu proses.

D. Metode Analisis Data

Metode Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif. Analisis Deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu keadaan secara obyektif tetapi hasil penelitian tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2005).

BAB IV

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN

A. Profil Online Shop KepoID

KepoID merupakan salah satu akun online shop yang mempromosikan Produknya seperti, sepatu, kacamata, jam tangan, tas, baju, celana dan softcase melalui Media Sosial Whatsapp, instagram dan facebook. Nama dari KepoID sendiri diambil dari kata “KEPO”, kata kepo sendiri adalah sebutan untuk orang yang serba ingin tau detail sesuatu dan alasan mereka memilih kata KepoID sendiri yaitu karena kata KepoID sendiri mudah diingat. Berikut ini adalah logo dari KepoID :



Gambar 4.1 Logo KepoID

KepoID ini berdiri pada bulan Februari 2019. Pemilik dari akun online shop ini terdiri dari dua orang yaitu Khofifah Indra Parawansa dan Ika Feeti

Nurma Asia yang berdomisili di Yogyakarta - Tuban. Awalnya online shop ini berawal dari ketertarikan pemilik terhadap membuat suatu bisnis namun dikarenakan harga sewa tempat yang mahal dan waktu itu status yang masih mahasiswa, pemilik pun harus memutar otak untuk menjual barang tersebut tanpa modal yang besar.

Manfaat Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan merupakan suatu proses untuk meningkatkan kualitas agar menguasai pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang sesuai dengan menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualan dalam memanfaatkan pengetahuan dan teknologi. Berdasarkan hasil penelitian, “Manfaat Media Sosial Whatsapp Dalam Peningkatan Penjualan Online Shopp KepoID” sebagai berikut:

a. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan salah satu dari pengembangan untuk memanfaatkan media sosial dalam meningkatkan penjualan. Pengetahuan merupakan langkah-langkah pengusaha mengetahui dengan jelas bagaimana pekerjaannya meningkat dimasa mendatang dan bagaimana pengusaha mengetahui akan pekerjaannya dalam memanfaatkan media sosial.

b. Keterampilan

Keterampilan merupakan suatu kemampuan untuk menggunakan akal, pikiran, ide, dan kreativitas dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaannya. Pemanfaatan

media sosial dalam meningkatkan penjualan yang ada, keterampilan ini yang dilatih oleh pemilik Online Shopp KepoID.

c. Wawasan

Wawasan adalah pandangan seseorang terhadap sesuatu berdasarkan apa yang diketahuinya, wawasan dapat diperoleh dari orang lain, buku, film, media sosial dan pengalaman. Mempunyai wawasan yang banyak dapat membantu kita dalam mengambil keputusan dan berpikir positif terhadap banyak hal.

Dalam hal ini Online Shopp KepoID untuk meningkatkan wawasannya sekedar lingkup pekerjaan mereka saja dengan bekerja sebaik mungkin guna memuaskan dan tidak mengecewakan pelanggan, dan mendapatkan pelanggan.

Pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan merupakan suatu usaha yang sangat membantu guna menarik pelanggan dan menambah banyak pelanggan yang akan membeli. Dalam perbedaan baik segi harga, cara pemasaran, kualitas, pelayanan dan menghadapi *competitor*, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan harga jual barang kepada konsumen atau dalam penelitian ini merupakan harga produk Mengenai harga penjualan di Online Shop KepoID yang paling mahal dengan harga

Rp100.000, Rp150.000 dan yang paling murah dengan harga Rp20.000

2. Promosi Produk

Promosi adalah pengenalan produk kepada calon konsumen agar mereka menjadi tertarik membeli produk dan pada akhirnya menjadi konsumen tetap. Online Shopp KepoID dalam mempromosikan produk yang baik dalam menggunakan sistem pengenalan penjualan secara online Online Shopp KepoID memiliki media sosial pribadi untuk memperkenalkan produknya yaitu melalui media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram dengan mengenalkan produk kepada teman – teman mahasiswa, kerabat dekat agar merekomendasikanya ke orang lain. Hal ini memang membutuhkan waktu yang lama tetapi hasil yang didapatkan. Itu terlihat dari adanya peningkatan penjualan yang mana sistem penjualan tersebut juga memang digandrungi oleh masyarakat dunia saat ini (mengikuti perkembangan arus zaman).

3. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah. Dari hasil penelitian, kualitas produk yang ditawarkan oleh

penjual Online Shopp KepoID dijaga dengan baik, pemilik Online Shopp KepoID selalu mempertahankan kualitas produk. Hal ini dilakukan demi menjaga kepercayaan konsumen agar konsumen menjadi pelanggan tetap dan tidak memberikan keluhan yang mana keluhan tersebut bisa tersebar luas ke masyarakat sehingga membuat citra buruk Online Shopp KepoID yang berimbas menurunya omset penjualan.

4. Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung dan menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain, tamu atau pembeli. Dari hasil penelitian, pemilik usaha Online Shopp KepoID berusaha keras meningkatkan pelayanan yang diberikan yaitu ketika konsumen bertanya dan memesan produk di jejaring sosial hingga direspon dengan sebaik mungkin dengan sopan dan juga ramah bahkan memberikan rekomendasi beberapa produk yang penjualannya tinggi. Pelayanan yang baik akan mempengaruhi penjualan dan pembeli akan tertarik membeli produknya lebih banyak jika diberi pelayanan yang ramah serta mendengarkan apa permintaan konsumen.

Segala hal yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan juga tidak luput dari pelayanan yang diberikan oleh pemilik Online Shopp

KepoID. Pemilik usaha Online Shopp KepoID dalam penjualan secara online melakukan pelayanan sebaik mungkin dan seramah mungkin karena tidak adanya tatap muka sehingga mendapatkan kepercayaan konsumen secara menyeluruh.

Pelayanan yang baik ini tentu berimbas pada omset penjualan karena konsumen akan membeli jika di layani dengan sebaik mungkin.

5. Menghadapi Pesaing/*Competitor*

Pesaing bisnis atau *Competitor* merupakan salah satu hal yang ditakuti oleh sebagian pelaku usaha. Namun pemilik Online Shopp KepoID tidak memandangnya seperti itu. Secara keseluruhan, pesaing bisnis dianggap sebagai motivasi untuk maju.

Online Shopp KepoID menghadapi pesaing dengan mengikuti perkembangan zaman yaitu promosi lewat media online dimana pemilik usaha merasa lebih maju satu langkah dibandingkan pesaingnya.

Mengenai omset penjualan keseluruhan Online Shopp KepoID rata-rata secara garis besar mengalami kemajuan pada tahun 2019 dikarenakan memiliki pelanggan banyak dan memiliki sistem marketing yang canggih secara online di media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram. Tetapi pada tahun ini 2020 Online Shopp KepoID mengalami penurunan dikarenakan wabah penyakit menular Covid 19.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, Manajemen penjualan yang telah dilakuka di Online Shopp KepoID memiliki cara tersendiri dalam meningkatkan penjualanya yaitu dengan cara promosi lewat media sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram dengan menambah banyak pelanggan .

KepoID selalu menekankan akan segi menjual kualitas produk yang baik dan terjamin agar konsumen dan reseller merasa terpuaskan atas produk yang dijual dengan harga yang terjangkau. Kerjasama yang baik antar konsumen, mungkin sangat berpotensi sekali meningkatkan jaringan hubungan yang luas. Maka dari itulah KepoID sangat menjunjung tinggi nilai kepercayaan yang telah diberikan oleh konsumen dan reseller dengan cara menjual produk yang berkualitas baik.

KepoID menjual produk dengan beraneka ragam mulai dari Baju, Celana, Kacamata, Sepatu, Jam Tangan, Tas dan juga Scftcase. Berikut adalah gambar berbagai macam produk yang di jual KepoID :



Gambar 4.2 Berbagai macam septu



Gambar 4.3 Berbagai macam Tas



Gambar 4.4 Berbagai macam jam tangan dan kacamata

Adapun uraian proses penjualan pada sistem informasi penjualan KepoID dimulai ketika pelanggan melakukan pemesanan melalui kontak yang dicantumkan di KepoID. Pemesanan dapat dilakukan melalui Whatsapp, via pesan singkat dan line mesenger ke KepoID dan pelanggan memberi detail dengan mencantumkan nama dan warna barang (dapat dilihat pada akun) Nama pembeli/ No Handphone/ Alamat pembeli/ Transfer via: Bank BRI. Kemudian KepoID mengecek data barang, apakah jenis barang yang dipesan tersedia atau tidak. Jika barang yang diminta ternyata tidak tersedia, maka konsumen dapat memesan barang yang lain atau membatalkan pemesanan. Jika stok produk masih tersedia, KepoID akan langsung memberi tahu dan pelanggan bisa dapat mengirim uang sesuai jumlah uang dan via Bank yang telah disepakati. Setelah itu data pesanan akan diinput dan barang yang dipesan langsung dikirim melalui jasa pengiriman untuk cepat diterima oleh pelanggan. Pengiriman Online Shop ini beroperasi dari hari senin sampai dengan hari jumat.

1. Tips untuk menjalankan Whatsapp Marketing

Agar kegiatan pemasaran di whatsapp dapat berjalan dengan lancar, berikut adalah tipsnya :

- a. Menggumpulkan kontak calon pelanggan sebanyak – banyaknya.. Kita bisa mendapatkan kontak calon pelanggan melalui media social seperti facebook, instagram, dan lainnya.
- b. Memintak calon pelanggan untuk menyimpan nomor whatsapp kita. Setelah kita mendapatkan nomor whatsapp calon pelanggan, Langkah selanjutnya yang bisa kita lakukan adalah

memintak calon pelanggan kita untuk menyimpan nomor whatsapp kita. Tujuannya adalah agar kita dapat melakukan broadcast ke mereka. Karena jika mereka tidak menyimpan nomor kita, maka broadcast kita tidak akan bisa masuk ke whatsapp mereka.

c. Broadcast yang menarik kepada calon pelanggan.

Agar pelanggan mau melakukan pembelian produk, membelikan penawaran yang menarik melalui broadcast saja tidak cukup. Oleh karena itu kita harus membangun engagement terlebih dahulu dengan mereka, dengan cara berkomunikasi dengan baik.

d. Membuat Grup khusus untuk Reseller

Mungkin dari sekian banyak pelanggan, pasti ada yang ingin bergabung untuk menjadi reseller, kemudian masukan mereka kedalam Grup khusus lalu bina mereka didalam grup tersebut. Fokuskan pada pengembangan kemampuan mereka dalam menjual produk. Sehingga selain Penjualan dan Penghasilan mereka meningkat, bisnis kita juga akan terbantu berkembang dan penjualan kita juga semakin meningkat dengan sendirinya.

Penggunaan Media Social Whatsapp dapat mendorong peningkatan penjualan. Selain dengan melakukan promosi, pemasaran, mengembangkan bisnis juga harus didukung dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Pemanfaatan Media Social whatsapp dalam meningkatkan penjualan online shop KepoID, Pemilik online shop menggunakan akun media social sebagai berikut :

1. Whatsapp : 0815 5411 6121
2. Facebook : Kepo ID (Olshop)
3. Instagram : kepoid

Dengan penelitian ini pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan penjualan di Online Shopp KepoID cukup sukses dan banyak konsumen yang meminati penjualanya trutama promosi lewat media sosial terutama penghasilan meningkat. Tetapi sayangnya di tahun ini menurun karena wabah penyakit Covid 19.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam penjualan secara Online, Faktor Kepercayaan Konsumen merupakan Kunci Utama dalam Bisnis Online. kepercayaan konsumen akan di dapat dari upaya membangun kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen KepoID didasarkan dengan relasi hubungan, produk, iklan dan pelayanan. Relasi hubungan adalah hal utama yang menentukan kepercayaan konsumen berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Upaya membangun kepercayaan konsumen diterapkan dengan cara Kejujuran, ketepatan waktu pengiriman barang dan memberikan jaminan, menjaga kualitas produk, memberikan izin kepada konsumen untuk menjadi Reseller, Fast Respon (Pelayanan Cepat), COD (*Cash On Delivery*) dan harga yang terjangkau.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, penulis menyarankan sebagai berikut:

1. Kepercayaan Konsumen ditingkatkan dengan memperbaharui Media Online, dengan tidak hanya menggunakan Whatsapp, Instagram, Facebook. dalam hal ini harus merambah ke Website, sehingga

pemasaran dan jangkauan bisnisnya lebih luas sehingga calon pembeli juga semakin luas dan mudah untuk mengaksesnya.

2. Konsistensi dalam pelayanan terhadap pembeli harus selalu dijaga dan ditingkatkan, karena dengan memberikan satu pelayanan yang buruk kepada pembeli maka akan berdampak panjang terhadap bisnis kedepannya.
3. Iklan yang ditampilkan harus lebih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, karena kepercayaan konsumen berasal dari bahasa yang lebih persuasif dan tidak berlebihan
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian pemanfaatan Media Sosial Whatsapp dalam peningkatan penjualan yang lebih terkenal.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardiansyah, Herlawati, 2015. “*Sistem Informasi Penjualan Barang Berbasis Web Pada Toko Henny’s Butik Bekasi*”. *Jurnal*. STMIK Nusa Mandiri, Jakarta.
- Heri, 2012, *makalah bisnis online*.
- Khoiroh, Zainatul, 2017. *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Tulungagung: Skripsi IAIN. diakses 15 Oktober 2017, Pukul 13.00 WIB.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Aris, Marwan. 1991. *Marketing*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Ropinov Saputro, (2010). “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan, Studi pada PT. Nusantara Sakti Demak*”, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Shinta Marist, 2020. *Sejarah, Manfaat Kekurangan Dan Kelebihan Whatsapp*.
- Swastha Basu, 2010. *Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan*.
- <https://www.mastekno.com/id/pengertian-whatsapp/>
- <https://www.maxmanroe.com/vid/umum/pengertian-media.html>
- <https://sosmedkini.wordpress.com/pengertian-media-sosial/>
- <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-penjualan/>

