

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Menggunakan Whatsapp Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Lathifa Shop” ini ditulis oleh Zuhria Miftahul Azizah, NIM. 12405173168 dengan Pembimbing Siswahyudianto, M. M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang menarik untuk diteliti, yaitu kebutuhan para pemilik toko online akan pengetahuan mengenai strategi pemasaran menggunakan Whatsapp Bisnis. Salah satu toko online yang memanfaatkan Whatsapp Bisnis sebagai media pemasaran adalah Lathifa Shop. Meskipun Lathifa Shop berdiri sejak lebih dari 6 tahun yang lalu, namun Lathifa Shop dapat berpenghasilan mencapai jutaan rupiah per bulan.

Rumusan masalah dalam skripsi ini yaitu 1) Bagaimana strategi pemasaran menggunakan Whatsapp Bisnis pada Lathifa Shop, 2) Apa kelebihan dan kekurangan Whatsapp Bisnis sebagai media pemasaran Lathifa Shop, dan 3) Bagaimana strategi pemasaran Lathifa Shop dalam usaha peningkatan volume penjualan menggunakan Whatsapp Bisnis.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran menggunakan Whatsapp Bisnis pada Lathifa Shop, 2) Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Whatsapp Bisnis sebagai media pemasaran Lathifa Shop, dan 3) Untuk mengetahui strategi pemasaran Lathifa Shop dalam usaha peningkatan volume penjualan menggunakan Whatsapp Bisnis.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian kualitatif-studi kasus. Sumber data dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sementara itu, pengecekan keabsahan data menggunakan teknik *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Lathifa Shop menggunakan strategi *marketing mix 7P* untuk pemasaran menggunakan Whatsapp Bisnis, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti nyata (*physical evidence*). Strategi pemasaran tersebut terbukti membuat Lathifa Shop mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya sejak 6 tahun yang lalu hingga sekarang. 2) Kelebihan Whatsapp Bisnis sebagai media pemasaran yaitu memiliki banyak fitur untuk pemasaran dan aplikasi ini dimiliki lebih dari 80% penduduk Indonesia. Sedangkan kekurangannya adalah terbatasnya jangkauan pemirsa dan durasi status Whatsapp. Lathifa Shop mengatasinya dengan terus menambah jangkauan pemirsa status Whatsappnya. 3) Strategi peningkatan volume penjualan menggunakan Whatsapp Bisnis yakni menyebarkan nomor Whatsapp Bisnisnya ke seminar-seminar dan media sosial lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Whatsapp Bisnis

ABSTRACT

The thesis with the title “Marketing Strategy Using Whatsapp Business to Increase Sales Volume at Lathifa Shop” was written by Zuhria Miftahul Azizah, NIM. 12405173168 with guidance from Siswahyudianto, M.M.

The research of this thesis is motivated by an interesting problem to study, it is the need for online shop owners to have knowledge about marketing strategies using Whatsapp Business. One online shop that uses Whatsapp Business as a marketing medium is Lathifa Shop. Even though Lathifa Shop was founded more than 6 years ago, Lathifa Shop could earn millions of rupiah per month.

The formulation of the problem in this thesis is 1) What the marketing strategy for using Whatsapp Business on Lathifa Shop, 2) What are the advantages and disadvantages of Whatsapp Business as a Lathifa Shop marketing medium, and 3) What is Lathifa Shop’s marketing strategy in an effort to increase sales volume using Whatsapp Business.

The purpose of this research is 1) To find out how the marketing strategy is using Whatsapp Business at Lathifa Shop, 2) To find out the advantages and disadvantages of Whatsapp Business as a Lathifa Shop marketing medium, and 3) To find out how the marketing strategy is to increase sales volume by using Whatsapp Business.

This research uses case study-qualitative method. The source of data in this study is primary data and secondary data. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. While the data analysis technique used is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Meanwhile, checking the validity of the data uses the credibility, transferability, dependability, and confirmability techniques.

The result of this research are that 1) Lathifa Shop uses the 7P marketing mix strategy while using Whatsapp Business namely Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence. This marketing strategy has proven to make Lathifa Shop able to compete with its competitors since 6 years ago until now. 2) The advantages of Whatsapp Business as a marketing medium are it has many features for marketing and the application is owned by more than 80% of Indonesia people. Meanwhile, disadvantages are the limited reach of viewers and duration of Whatsapp status. Lathifa Shop overcomes this by continuing to increase the reach of its Whatsapp status audience. 3) The strategy to increase sales volume using Whatsapp Business is spread the Whatsapp Business number to seminars and to other social media.

Keyword: Marketing Strategy, Whatsapp Business