

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Penggunaan *Social Commerce* (WhatsApp) pada Prima Media Photocopy & Print Centre di Ds. Plosokandang Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Peningkatan Layanan Konsumen” yang ditulis oleh Lutfi Aulia Fuji Rahayu, NIM. 12405193088, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, dibimbing oleh Dr. Moh. Rois Abin, M. Pd. I.

Konteks penelitian ini ialah pada fenomena populernya sosial media di masa kini hingga penggunaannya untuk kegiatan bisnis yang disebut dengan *social commerce*. WhatsApp sebagai salah satu dari *social commerce*, saat ini telah marak dimanfaatkan sebagai media untuk menjalankan usaha. Prima Media sebagai salah satu usaha yang menggunakan WhatsApp, mengoperasikan beberapa fitur yang tersedia pada WhatsApp untuk melakukan pelayanan konsumen secara digital.

Fokus penelitian dalam penelitian ini, diantaranya: (1) Bagaimana penggunaan fitur WhatsApp *Chats* oleh Prima Media dalam melayani konsumen? (2) Bagaimana penggunaan fitur WhatsApp *Status* oleh Prima Media dalam melayani konsumen? (3) Bagaimana evaluasi peningkatan layanan konsumen melalui penggunaan WhatsApp oleh Prima Media?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis/model penelitian deskriptif, dengan teknik/metode pengumpulan data diantaranya: wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik yang digunakan pada analisis data adalah kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa: (1) Penggunaan fitur WhatsApp *Chats* pada Prima Media dalam penerapan layanan konsumen secara digital untuk melakukan komunikasi yang terfokus pada memberikan respon kepada konsumen secara cepat, sopan dan tetap ramah. (2) Penggunaan fitur WhatsApp *Status* pada Prima Media dalam penerapan layanan konsumen secara digital ialah sebagai media memperkenalkan produk barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen dalam bentuk konten promosi. (3) Evaluasi peningkatan layanan konsumen melalui penggunaan WhatsApp menunjukkan bahwa dari segi penyelesaian pesanan hingga kecepatan dan tanggung jawab serta kerahasiaan dokumen telah dapat dipenuhi dengan baik akan tetapi masih ada beberapa celah atau kekurangan pada pemberian layanan yang dapat diperbaiki misalnya di keramahan.

Kata Kunci: Perdagangan sosial, WhatsApp *Chats*, *Status*, layanan konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title of “Strategy for the Usage of Social Commerce (WhatsApp) at Prima Media Photocopy & Print Center in Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung in the Improvement of Customer Services” written by Lutfi Aulia Fuji Rahayu, NIM. 12405193088, majoring in Sharia Business Management, advised by Dr. Moh. Rois Abin, M. Pd. I.

The context of this research is the phenomenon of the popularity of the social media today to its use for business activities which nowadays we call it social commerce. WhatsApp as one of social commerce, is currently widely used as a medium for running a business. Prima Media as one of the businesses that uses WhatsApp, operates several features available on WhatsApp to provide digital consumer services.

The focus of research in this study, including: (1) How to use WhatsApp feature Chats by Prima Media in serving consumers? (2) How to use WhatsApp feature Status by Prima Media in serving consumers? (3) How use of the WhatsApp feature Contacts by Prima Media in serving consumers?

This study uses a qualitative approach and descriptive research type/model, with data collection techniques/methods including: interviews, observation and documentation. The techniques used in data analysis are data condensation, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study show that: (1) The usage of the WhatsApp feature Chats on Prima Media in implementing digital consumer services to do communication focused on responding to consumers quickly, politely and stay friendly. (2) The usage of the WhatsApp feature Status on Prima Media in implementing digital consumer service is a medium for introducing goods and products services offered to consumers in the form of promotional content. (3) Evaluation of improving customer service through the use of WhatsApp shows that from the point of view of completing orders, speed and responsibility as well as confidentiality of documents have been fulfilled properly, but there are still some gaps of deficiencies in service delivery that can be improved, for example in hospitality.

Keywords: Social commerce, WhatsApp Chats, Status, customer services