

Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Bisnis Online melalui WA Story

Lipursari ^{1✉}, Halimah Trisayuni², Nur Almuna³

^{1,2,3}Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Yogyakarta

Abstrak

Aplikasi whatsapp merupakan aplikasi percakapan yang sangat populer di Indonesia dan memiliki jumlah pengguna sangat besar. Fitur-fitur dalam aplikasi tersebut selalu berkembang dari waktu ke waktu mengikuti kebutuhan pengguna. Salah satu fitur yang mendukung kebutuhan pemasaran adalah fitur whatsapp story yang memungkinkan penjual menampilkan produknya dalam status untuk durasi waktu tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran bisnis online yang menggunakan fasilitas whatsapp story melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif *purposive sampling*. Pengambilan data menggunakan metode triangulasi yaitu dengan wawancara, artikel maupun dokumen penelitian sebelumnya. Kesimpulan penelitian menunjukkan hasil analisis penggunaan whatsapp story sebagai platform pemasaran digital yang memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan hambatan.

Kata Kunci: *whatsapp story; SWOT; bisnis online*

Abstract

The whatsapp application is a very popular conversation application in Indonesia and has a very large number of users. The features in the application are always evolving from time to time according to user needs. One feature that supports marketing needs is the whatsapp story feature which allows sellers to display their products in status for a certain time duration. This study aims to analyze online business marketing strategies that use whatsapp story facilities through SWOT analysis (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*). The method used in this study is a qualitative *purposive sampling* method. Retrieval of data using the triangulation method, namely by interviews, articles and previous research documents. The conclusion of the study shows the results of an analysis of the use of whatsapp stories as a digital marketing platform which has strengths, weaknesses, opportunities and obstacles.

Keywords: *whatsapp story; SWOT; online business.*

Copyright (c) 2022 Lipursari

✉ Corresponding author :

Email Address : lipur1501@gmail.com

PENDAHULUAN

Semakin majunya teknologi menciptakan media komunikasi yang semakin mempermudah interaksi dan penyebaran informasi. Media komunikasi dalam platform digital yang hadir dari perkembangan teknologi internet tersebut sering disebut sebagai media sosial. Media sosial merupakan suatu label pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan (Lewis, 2010). Di Indonesia, beberapa media sosial yang populer digunakan masyarakat diantaranya Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Tiktok, YouTube dan WhatsApp. Media sosial ini selain memiliki fungsi utama sebagai media komunikasi dan informasi, juga mempunyai fungsi lain yaitu sebagai sarana hiburan, menciptakan *branding* (baik personal maupun institusi) hingga fungsi pemasaran.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran bisnis online yang menggunakan fasilitas Story WA melalui analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*).

Aplikasi Whatsapp

Aplikasi whatsapp diciptakan oleh Brian Acton dan Jan Koum pada tahun 2009. Koum menamakan aplikasinya WhatsApp agar terdengar seperti "What's up" yang berarti apa kabar (Olsen, 2014). Seiring berjalannya waktu, banyak perkembangan terjadi pada whatsapp, termasuk penambahan fitur, jumlah pengguna hingga jumlah investor. Pada tahun 2014 Facebook.Inc mengumumkan akuisisi pada Whatsapp dengan nilai 19 milyar dolar (Neal, 2014). Setelah diakuisisi Facebook, Whatsapp semakin menjadi aplikasi berkirim pesan yang memiliki paling banyak pengguna. Pengembang menambah beberapa fitur diantaranya pesan suara, fasilitas tayangan status, akun bisnis hingga tersedianya berbagai macam stiker.

Fitur status whatsapp (whatsapp story) mulai dimunculkan pada tahun 2017. Fitur ini mirip dengan fasilitas serupa yang ada pada platform facebook atau instagram. Pengguna whatsapp dapat mengunggah teks, foto maupun video berdurasi maksimal 30 detik pada kolom "status". Unggahan pada kolom ini akan ditampilkan selama 24 jam dan akan otomatis terhapus setelahnya. Selain bisa diakses dengan perangkat berbasis sistem operasi android dan iOS, fitur Whatsapp Status juga bisa diakses melalui Whatsapp versi Web. Sayangnya pada Wa Web, pengguna hanya bisa melihat status karena hingga saat ini Whatsapp tidak menyediakan fitur unggah status pada versi Whatsapp Web dan Whatsapp Desktop (Pratama, 2022).

Di kalangan pebisnis online, fitur Whatsapp Status ini digunakan sebagai media promosi dengan menampilkan produknya, baik dalam bentuk teks, gambar maupun video. Karena penggunaannya yang sangat mudah, fitur pada whatsapp ini menjadi sarana yang diandalkan bagi aktivitas *digital marketing* utamanya untuk usaha kecil.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2006). Untuk merumuskan suatu strategi pemasaran, organisasi perlu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung maupun menghambat perkembangan organisasinya. Faktor internal terdiri dari *strength* (kekuatan) dan *weakness*

(kelemahan). Dalam bisnis online, kekuatan suatu organisasi dapat berupa : sumberdaya yang menguasai teknologi informasi, akses sosial media yang memiliki engagement tinggi dengan pelanggan, content marketing yang dipercaya oleh pelanggan, kebutuhan modal yang relatif kecil karena banyak biaya yang bisa ditekan. Sedangkan kelemahannya diantaranya : pelanggan tidak memiliki brand awareness tinggi sehingga dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan membutuhkan usaha lebih untuk selalu mengupdate informasi produk melalui jejaring sosial media.

Faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran yaitu *opportunity* (peluang) dan *threat* (ancaman). Peluang dan ancaman yang dimiliki pelaku bisnis online bisa datang dari pelanggan, pesaing maupun faktor lingkungan. Peluang yang dimiliki pelaku bisnis online diantaranya semakin banyak pelanggan yang menginginkan kepraktisan pembelian dan perkembangan teknologi yang semakin mendukung aktivitas penjualan online. Ancaman yang dapat menghambat aktivitas bisnis online diantaranya semakin banyaknya pesaing dan ketergantungan pelaku bisnis terhadap platform digital yang digunakan sebagai media pemasaran. Manfaat dari Analisis SWOT bagi bisnis online diantaranya (Haekal, 2022) :

1. Mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal dalam usaha kita
2. Membantu menemukan prioritas bisnis yang harus dijadikan fokus
3. Membantu mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki
4. Memberikan gambaran tentang kondisi dan peluang pasar yang bisa dimanfaatkan
5. Membantu menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman bisnis

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif menggunakan data primer maupun sekunder. Untuk mengurangi subjektivitas hasil penelitian, maka pengambilan data menggunakan metode triangulasi yaitu dengan wawancara, artikel maupun dokumen penelitian sebelumnya. Wawancara pada penelitian ini menggunakan responden yang dipilih secara *purposive sampling* yang mensyaratkan kriteria tertentu untuk memilih respondennya (Arikunto, 2013). Kriteria yang ditetapkan pada pemilihan responden yang diwawancarai adalah pelaku bisnis online yang menggunakan Whatsapp Story sebagai media utama dalam pemasaran produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Beberapa penelitian terdahulu membahas tentang penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran produk. Pasar yang tadinya bersifat konvensional, berubah menjadi bentuk pasar yang bersifat digital, tanpa bentuk, tetapi memiliki jangkauan yang lebih luas tanpa batas. Tentu hal ini merupakan bentuk inovasi baru dalam industri. Namun demikian pada era disruption inovasi baru yang telah terbentuk tersebut tidak cukup hanya berhenti sampai disitu, inovasi online marketing harus terus dikembangkan, seiring perubahan yang semakin cepat terjadi (Suripto, 2018).

Sebuah penelitian yang melibatkan 400 UKM untuk menguji pengaruh sosial media pada kinerja penjualan menemukan bahwa secara tidak langsung, penggunaan sosial media meningkatkan penjualan. Agar media sosial dapat

meningkatkan kinerja penjualan, pelaku usaha perlu untuk mengembangkan jejaring sosial (Fadhilah, 2020b).

Penelitian yang membahas tentang peran *product consumer trust* dan minat pembelian terhadap keputusan pembelian online menemukan bahwa semakin tinggi derajat *product consumer trust*, maka semakin tinggi pula *purchase intention*, dan semakin tinggi minat pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian (Fadhilah, 2020a).

Salah satu penelitian yang membahas penggunaan sosial media platform Whatsapp menemukan bahwa banyak manfaat dan keuntungan yang diperoleh dengan menggunakan aplikasi tersebut sebagai media digital marketing. Adanya fitur WhatsApp Status pada aplikasi ini menambah kemudahan dan keuntungan yang bisa dirasakan oleh pelaku usaha kecil rumahan (Andamisari, 2021).

Hasil wawancara terhadap beberapa pelaku bisnis online yang menggunakan platform whatsapp, utamanya melalui fitur Whatsapp Story menemukan beberapa fenomena sebagai hasil analisis SWOT.

"Penawaran produk melalui whatsapp memberikan keuntungan diantaranya bisa dilihat oleh semua teman pengguna WA yang ada dalam kontak HP saya dan penawaran terjangkau untuk customer yang tidak punya medsos selain WA. Sedangkan kelemahannya penawaran hanya bisa dilihat customer dalam waktu 24 jam terhitung saat saya upload di WA Story" (Alifana, produk pakaian, sudah 12 tahun berjualan online dan menggunakan Whatsapp Story sejak fitur itu ada)

"Keuntungan penggunaan WA story adalah onsumen lebih kita kenal secara pribadi, resiko hanya pesanan fiktif lebih kecil. Kelemahannya ada yg tidak melihat status kita, Status kita sudah hilang dari pembaharuan namun kontak dari wa kita belum sempat melihatnya, terlalu banyak kontak dari teman2 kita maka kita harus sering membuat status agar bisa dilihat." (Rika, produk pakaian, 5 tahun berjualan online, menggunakan status Whatsapp Story sejak mulai aktif digunakan)

"Feedbacknya bisa langsung dari customer, langsung bisa chat, tapi punya kelemahan karena hanya orang2 tertentu yg melihat story kita (yang berteman saja atau yg save kontak nomer kita)" (Fitri, produk makanan/ minuman, sudah 5 tahun berjualan online dan langsung menggunakan Whatsapp Story)

"Menggunakan fitur WA Story mendapatkan keuntungan karena mendorong partisipasi teman agar membeli usaha kita. Sedangkan kelemahannya sulit dijangkau karena tidak semua pembeli nge save nomor saya, berbeda dengan instagram yang bisa dijangkau siapa saja." (Rizky, produk makanan/ minuman, baru 5 bulan berjualan online dan 1 bulan aktif upload penawaran lewat Whatsapp Story)

"Media promosi yg praktis & murah. Hanya bisa menjangkau calon konsumen yg menyimpan kontak kita saja & hanya menjangkau calon konsumen yg memang melihat story WA kita" (Hani, produk makanan/ minuman, 6 tahun berjualan online, menggunakan Whatsapp Story untuk berjualan sudah 5 tahun)

"Keuntungannya karena paling tidak, ada orderan masuk tiap hari. Kekurangannya karena hanya yang ada di dlm kontak saja yg bisa melihat" (Al, produk makanan/ minuman, sudah 6 tahun berjualan online, menggunakan Whatsapp Story untuk berjualan 5 tahun)

"Dengan upload di whatsapp story bisa memberikan informasi secara luas. Tapi punya kelemahan harus selalu update status, karena terbatas waktu tayangnya" (Riyadi, produk

makanan dan minuman, 15 tahun berjualan online, menggunakan Whatsapp Story untuk upload dagangan sejak fitur itu ada)

“Memakai fitur whatsapp story untuk upload barang karena mudah dilihat, tetapi sayangnya status cepat tenggelam” (Addien, produk softlens, memulai bisnis online sejak 2 tahun lalu dan langsung menggunakan fitur whatsapp story)

“Selalu posting di whatsapp story karena menjangking klien lama untuk repeat order. Kelemahannya kurang bisa menjangking klien baru karena yang dapat melihat WA story hanya orang yang sudah menyimpan nomor hp kita, sedangkan kalau promosi via chat dianggap sebagai spam dan kadang jarang di respon” (Arlilin, jasa make up, sudah 4 tahun bisnis online dan menggunakan whatsapp story)

“Kelebihan menggunakan whatsapp story karena lebih mengena dan lebih praktis, kelemahannya karena terbatas pada kontak pelanggan yang tersimpan.” (Tyas, produk makanan/ minuman, 4 tahun berjualan online dan 3 tahun menggunakan whatsapp story)

SIMPULAN

Fitur mudah digunakan dan biaya murah, Penawaran produk bisa dilihat oleh semua orang yang ada dalam kontak penjual Karena orang yang bisa mengakses story wa biasanya orang yang kita kenal, maka resiko pembelian fiktif kecil. Engagement dengan pelanggan le erat, kemungkinan untuk repeat order lebih besar. Di samping beberapa kelebihan tersebut, terdapat beberapa kelemahan diantaranya : Jangkauan pasar lebih sempit karena terbatas pada kontak yang tersimpan di hp penjual. Karena waktu tayang di whatsapp story dibatasi 24 jam, maka penjual harus sering mengunggah produknya

Referensi :

- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *Jurnal Lugas*, Vol. 5.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Fadhilah, M. (2020a). Peran Product Consumers Trust dan Purchase Intention pada Online Buying Decision. *Prosiding Seminar Stiarni*, Vol. 7.
- Fadhilah, M. (2020b). The Influence of Social Media on Sales Performance. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*.
- Haekal, M. M. (2022). *Tips Memanfaatkan Analisis SWOT untuk Bisnis Online Anda [Edisi 2023]*. Niagahoster Blog. niagahoster.co.id
- Lewis, B. K. (2010). Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions among College Students. *Public Relations Journal*, 4, 1–23.
- Neal, R. W. (2014). *WhatsApp Investors Make Billions From Facebook Acquisition: Sequoia Capital Sees 50x Return on \$1.3 Billion Investment*. IBTimes.com
- Olsen, P. (2014). Exclusive: The Rags-To-Riches Tale Of How Jan Koum Built WhatsApp Into Facebook’s New \$19 Billion Baby. *Forbes*.
- Pratama, K. R. (2022). *Apa Itu WhatsApp Status dan Bagaimana Cara Menggunakannya?* Kompas.com
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.