

Strategi Social Media Marketing WOM Finance dalam Mempromosikan Produk Cicil Logam Mulia MASKu

Rifan Rahmadian*, Rini Rinawati

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*rifanrahmadian@gmail.com, nierini1984@gmail.com

Abstract. WOM Finance was founded in 1982. WOM Finance utilizes social media Instagram as its marketing strategy to promote MASKu's precious metal installment products. MASKu's precious metal installment product is a 24k precious metal (gold) financing service in installments/credit. MASKu is here as a solution in an effort to help and make it easier for people to own precious metals (gold). The purpose of this study was to determine the formulation, implementation, and evaluation of WOM Finance's social media marketing strategy in promoting MASKu's precious metal installment products. In this study using qualitative methods, with a case study approach. The results obtained indicate that in the formulation of the strategy there are objectives, identification and backup strategies. Then in implementing the strategy there is creating content, creating effective strategies, and utilizing information. The social media marketing strategy activities carried out by WOM Finance in promoting MASKu's precious metal installment products on Instagram with the aim of promoting the product have been fulfilled, in terms of better impressions and engagement. The purpose of selling gold has not been achieved. To improve the future strategy, there is a strategy evaluation activity by changing the posting schedule on Instagram.

Keywords: *Strategy, Social Media Marketing, Promotion.*

Abstrak. WOM Finance didirikan pada tahun 1982. WOM Finance memanfaatkan media sosial instagram sebagai strategi pemasarannya untuk mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu. Produk cicil logam mulia MASKu merupakan layanan pembiayaan logam mulia (emas) 24k secara cicilan/kredit. MASKu hadir sebagai solusi dalam upaya membantu serta memudahkan masyarakat untuk memiliki logam mulia (emas). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi social media marketing WOM Finance dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa pada perumusan strategi terdapat tujuan, identifikasi, dan strategi cadangan. Kemudian pada pelaksanaan strategi terdapat pembuatan konten, menciptakan strategi efektif, dan memanfaatkan informasi. Kegiatan strategi social media marketing yang dilakukan WOM Finance dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di instagramnya secara tujuan mempromosikan produk sudah terpenuhi, dilihat dari segi impression dan engagement yang lebih baik. Untuk tujuan jualan emas belum tercapai. Untuk memperbaiki strategi kedepannya maka terdapat kegiatan evaluasi strategi dengan melakukan perubahan jadwal posting di instagram.

Kata Kunci: *Strategi, Social Media Marketing, Promosi.*

A. Pendahuluan

WOM Finance merupakan perusahaan pembiayaan berskala nasional yang bertempat di Jakarta Utara, berlokasi di jalan Yos Sudarso Kav.85 yang berdiri sejak tahun 1982. WOM Finance memanfaatkan media sosial instagram sebagai strategi pemasarannya untuk mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu. Produk cicil logam mulia MASKu merupakan layanan pembiayaan logam mulia emas 24 karat secara cicilan atau kredit. Produk cicil logam mulia MASKu ini mulai dipromosikan sejak tahun 2021. Saat ini telah banyak media sosial yang mendukung kegiatan strategi pemasarannya, salah satunya ialah Instagram.

Widiyastuti menyatakan “strategi komunikasi pemasaran didefinisikan sebagai perencanaan bisnis untuk melakukan penyebaran informasi produk dan pengembangan *brand awareness*” (dalam Ramadan dan Listiani, 2022: 788).

Komunikasi pemasaran adalah segala bentuk aktivitas untuk menyampaikan mengenai suatu produk maupun jasa kepada publik, dalam menyampaikannya dapat berupa beberapa simbol-simbol. Menurut Setiawan dan Rachmawati (2019: 626) komunikasi pemasaran ialah cara menyampaikan pesan dengan cara menginformasikan atau membujuk seseorang untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui barang atau jasa”.

Menurut Bernard Barelson dan Gary A. Steiner “komunikasi merupakan sebuah proses atau tindakan transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik dan semacamnya” (dalam Mulyana, 2010: 68).

Upaya untuk melakukan kegiatan pemasaran pada masyarakat luas bukan merupakan pekerjaan yang mudah, maka dari itu diperlukan strategi. Menurut Fred R. David “untuk merancang strategi maka terdapat tiga tahapan yaitu perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Dengan menerapkan strategi pada komunikasi pemasaran maka dapat lebih mengarahkan tujuannya sesuai dengan penentuan-penentuan yang telah ditetapkan.”

Pada penerapannya kegiatan pemasaran tidak hanya memberikan informasi terkait produk tetapi juga erat kaitannya dengan menawarkan produk. Menawarkan produk merupakan bagian dari promosi. Menurut Syifa dan Rinawati (2022: 764) “Pada hakekatnya promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya”.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana strategi *social media marketing WOM Finance* dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di Instagram?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui perumusan strategi *social media marketing WOM Finance* dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di Instagram.
2. Untuk mengetahui tahapan pelaksanaan strategi *social media marketing WOM Finance* dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di Instagram.
3. Untuk mengetahui kegiatan evaluasi yang dilakukan *WOM Finance* terhadap strategi *social media marketing* dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di Instagram.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif menurut Moleong yaitu studi untuk berusaha bertujuan mempelajari akan realitas yang berkaitan dengan pengalaman yang dilalui pada subjek di dalam penelitian selaku keseluruhan, dan dengan interpretasi yang diungkapkan ke dalam kalimat-kalimat serta kata-kata atau bahasa, kepada konteks yang eksklusif dengan alami serta menggunakan beberapa metode ilmiah (dalam Kusuma, Sugandi, 2018: 23).

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono “Studi kasus merupakan dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas serta peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan”.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perumusan Strategi Social Media Marketing dalam Mempromosikan Produk

Dalam merumuskan strategi pemasaran menentukan tujuan serta membuat rencana yang matang merupakan komponen penting. Pemasaran merupakan sebuah aktivitas untuk menginformasikan suatu produk dengan cara membujuk dan mengingatkan konsumennya dengan harapan dapat melakukan pembelian. Dalam aktivitasnya untuk dapat lebih mengarahkan pemasaran ke depannya maka diperlukan perumusan strategi. Adapun perumusan strategi yang dilakukan WOM Finance terdiri dari penetapan tujuan, indentifikasi, dan mempersiapkan strategi cadangan.

Penetapan tujuan tersebut diantaranya mempromosikan produk MASKu dan jualan emas. Penetapan tujuan tersebut didasarkan untuk lebih memfokuskan kegiatan social media marketing nantinya sehingga lebih dapat memperjelas tujuan akhir yang ingin dicapai.

Selain itu untuk meminimalisir resiko tujuan yang telah ditetapkan, maka diidentifikasi terlebih dahulu kelebihan dan kekurangannya. WOM Finance mengidentifikasi kelebihan agar strategi social media marketing dalam mempromosikan produk tercapai maka dilakukan dengan cara memanfaatkan hal-hal yang sedang trending sehingga nantinya kemungkinan besar promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Sedangkan kekurangannya karena yang trending selalu berubah-ubah maka harus selalu diganti. Selain itu juga untuk meminimalisir resiko yang dapat menghambat jalannya strategi yang telah dirumuskan WOM Finance telah mempersiapkan strategi cadangan untuk berjaga-jaga. Adapun strategi cadangan tersebut ialah dengan selalu uptodate melihat beberapa perusahaan lain yang telah sukses melakukan kegiatan pemasarannya juga melakukan live instagram agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan calon pelanggannya.

Pelaksanaan Strategi Social Media Marketing dalam Mempromosikan Produk

Kegiatan pemasaran yang dilakukan di media sosial tentunya tidak hanya mempersiapkan perumusan-perumusan yang telah ditetapkan, tetapi juga harus dapat optimal dalam menjalankannya, dengan demikian maka tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan memberikan kepuasan yang maksimal.

Pelaksanaan strategi merupakan bentuk mengimplementasikan perumusan strategi yang telah dirumuskan sebelumnya. Pelaksanaan strategi yang dilakukan WOM Finance dalam mempromosikan produknya di instagram @cicillogammulia yaitu dilakukan dengan cara membuat konten beragam mulai dari video interaktif, foto, dan grafis mengenai apa itu MASKu.

Untuk lebih menciptakan strategi yang efektif WOM Finance memanfaatkan informasi dengan melihat beberapa akun-akun media sosial yang lain, selain itu juga dengan memanfaatkan hal-hal yang sedang trending untuk membuat kontennya dengan melihat engagement yang paling tinggi.

Kegiatan evaluasi yang dilakukan WOM Finance terhadap strategi social media marketing dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di Instagram

Kegiatan evaluasi strategi dilakukan untuk meninjau seberapa jauh strategi yang telah dilaksanakan, selain itu tahapan ini juga berperan untuk memperbaiki strategi kedepannya.

Strategi social media marketing yang telah dilakukan WOM Finance dalam mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di instagram @cicillogammulia menunjukkan untuk tujuan secara memberikan informasi mengenai apa itu MASKu sudah terpenuhi, mengingat dari segi tolak ukur *impression* dan *engagement* yang lebih baik, sementara itu untuk tujuan jualan emas masih belum tercapai. Adapun kegiatan evaluasi yang dilakukan WOM Finance setelah mempromosikan produk cicil logam mulia MASKu di instagram @cicillogammulia yaitu dengan melakukan evaluasi terkait isi konten dan juga dengan melakukan perubahan jadwal jam *postingan* konten di instagramnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pada tahap perumusan strategi social media marketing, WOM Finance menetapkan dua tujuan yaitu untuk mempromosikan produk MASKu dan menjual emas. Kemudian untuk

meminimalisir resiko yang dapat menghambat jalannya strategi maka dilakukan identifikasi dengan cara memanfaatkan hal-hal yang sedang trending. Selain itu untuk berjaga-jaga jika strategi yang telah dirumuskan tidak sesuai, maka WOM Finance mempersiapkan strategi cadangan, strategi cadangan tersebut dipersiapkan dengan uptodate melihat beberapa referensi perusahaan lain yang sudah sukses melakukan kegiatan pemasarannya juga melakukan live instagram agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan calon pelanggannya.

2. Pada tahap pelaksanaan strategi social media marketing, WOM Finance melakukannya dengan cara membuat konten, konten tersebut berupa video interaktif, foto, maupun grafis yang menjelaskan mengenai apa itu MASKu di instagramnya @cicilogammulia. Untuk dapat menciptakan strateginya menjadi lebih efektif maka WOM Finance juga memanfaatkan hal-hal yang sedang trending dengan mengikuti engagement yang paling tinggi, selain itu juga WOM Finance memanfaatkan beberapa informasi dari akun-akun sosial media yang lain.
3. Kegiatan strategi social media marketing yang dilakukan WOM Finance dalam mempromosikan produk cencil logam mulia MASKu di instagram @cicilogammulia menunjukkan untuk tujuan mempromosikan produknya sudah terpenuhi, hal tersebut dilihat dari segi impression dan engagement di instagramnya yang lebih baik. Sementara itu untuk tujuan menjual emas masih belum tercapai, oleh karena itu untuk memperbaiki strategi ke depannya maka terdapat kegiatan evaluasi. Adapun kegiatan evaluasi yang dilakukan WOM Finance setelah mempromosikan produk cencil logam mulia MASKu di instagram @cicilogammulia yaitu dengan melakukan evaluasi terkait isi konten dan juga dengan melakukan perubahan jadwal jam postingan konten di instagramnya.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada Allah SWT, orang tua, Ibu Dr. Rini Rinawati, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing, dan subjek penelitian dari WOM Finance yang telah membantu dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Ramadan, Listiani. 2022. (Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Anak Muda dalam Meningkatkan Minat Calon Pengiklan Dimasa Pandemi Covid-19) dalam Bandung Conference Series: Communication Management. Vol. 2, No. 2. (hlm. 788).
- [2] Setiawan dan Indri Rachmawati. 2019. (Strategi Digital Content Marketing Eiger Melalui Media Sosial Instagram) dalam Jurnal Prosiding Manajemen Komunikasi. Vol. 5, No. 2. (hlm. 626).
- [3] Mulyana, Deddy. Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya; 2010.
- [4] David, Fred. R. Strategic Management. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat; 2011.
- [5] Syifa, Rinawati. 2022. (Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok sebagai Media Promosi Brand El Pietro) dalam Bandung Conference Series: Communication Management. Vol. 2. No. 2. (hlm. 764)
- [6] Kusuma, D. F. dan M. S. Sugandi. 2018. (Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts) dalam Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol. 3, No. 1. (hlm. 18-33).
- [7] Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet; 2016.