

OPTIMASI PEMASARAN MELALUI WHATSAPP BUSINESS PADA KELOMPOK UMKM APARTEMEN TRANSIT UJUNG BERUNG

Jasmine Alya Pramesthi¹, Ratih Hasanah Sudrajat², Yoka Pradana³, Chairunnisa Widya Priastuty⁴

^{1,2,3,4}Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Telkom University

ABSTRACT

This research aims to improve the digital skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) players in the Ujung Berung Transit Apartment in optimizing marketing through WhatsApp Business. This community service program consists of hands-on training and mentoring to help participants master the main features of WhatsApp Business, such as creating business profiles, product catalogs, and automated messages. The methods used to evaluate the success of the program include observation, questionnaires, and field notes. The evaluation results showed a significant increase in participants' understanding of WhatsApp Business features, with 90% of participants successfully implementing the application in their businesses. However, some technical obstacles, such as inadequate devices and internet connection problems, were still encountered. This program demonstrates that training in the use of digital technology can have a positive impact on MSMEs, although continued mentoring is needed to overcome technical challenges and ensure sustainable implementation. Similar programs can be expanded with more comprehensive materials and long-term support to improve MSME competitiveness.

Keywords: MSMEs, WhatsApp Business, digital marketing, training, community service

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Apartemen Transit Ujung Berung dalam mengoptimalkan pemasaran melalui WhatsApp Business. Program pengabdian masyarakat ini terdiri dari pelatihan dan pendampingan langsung untuk membantu peserta menguasai fitur-fitur utama WhatsApp Business, seperti pembuatan profil bisnis, katalog produk, dan pesan otomatis. Metode yang digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan program meliputi observasi, kuesioner, dan catatan lapangan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap fitur WhatsApp Business, dengan 90% peserta berhasil mengimplementasikan aplikasi ini dalam bisnis mereka. Namun, beberapa kendala teknis, seperti perangkat yang tidak memadai dan masalah koneksi internet, masih ditemukan. Program ini menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan teknologi digital dapat memberikan dampak positif bagi UMKM, meskipun pendampingan lanjutan diperlukan untuk mengatasi tantangan teknis dan memastikan implementasi yang berkelanjutan. Program serupa dapat diperluas dengan materi yang lebih komprehensif dan dukungan jangka panjang untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Kata kunci: UMKM, WhatsApp Business, pemasaran digital, pelatihan, pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal maupun nasional (Wahyunti, 2020). Sebagai tulang punggung ekonomi, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dengan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, sehingga menjadi sektor utama yang menopang stabilitas ekonomi, terutama di masa krisis (Aprita, 2021). Pada level lokal, UMKM memainkan peran vital dalam memberdayakan komunitas, mengurangi tingkat pengangguran, dan mendorong kewirausahaan. Mereka menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat, khususnya bagi kelompok yang sulit mengakses lapangan pekerjaan formal. Sementara itu, pada skala nasional, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Zanuar Rifai & Meiliana, 2020), menunjukkan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

Namun demikian, UMKM juga menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, kurangnya pelatihan (Sabaruddin et al., 2024), serta rendahnya literasi digital (Mavilinda et al., 2021). Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan akses teknologi menjadi kunci untuk memastikan mereka dapat terus berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Banyak UMKM masih bergantung pada metode pemasaran konvensional yang kurang efektif dalam menjangkau konsumen di luar komunitas lokal mereka (Laraskana & Suhendra, 2024). Selain itu, keterbatasan anggaran untuk promosi dan *branding* (Resmi & Roni, 2015) membuat UMKM sulit bersaing dengan perusahaan yang lebih stabil. Di sisi lain, digitalisasi juga menjadi tantangan besar bagi UMKM, terutama bagi mereka yang kurang memiliki pemahaman tentang teknologi. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya menyadari potensi digitalisasi dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional (Safitri et al., 2024). Rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha mengakibatkan mereka enggan atau kesulitan untuk memanfaatkan platform digital, seperti *e-commerce*, media sosial, atau aplikasi bisnis seperti WhatsApp Business.

Tantangan ini sering kali diperburuk oleh minimnya dukungan teknis dan akses terhadap teknologi yang terjangkau. Sebagai contoh, meskipun banyak aplikasi dan platform digital tersedia, UMKM membutuhkan waktu dan upaya untuk belajar menggunakannya dengan efektif (Katili & Gintulangi, 2022). Oleh karena itu, upaya kolaboratif antara pemerintah, institusi pendidikan, dan sektor swasta sangat diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi kendala-kendala tersebut dan meningkatkan daya saing mereka dalam era ekonomi digital. Di era globalisasi dan digitalisasi, transformasi digital bukan lagi sebuah pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi UMKM untuk tetap relevan dan bersaing (Kasuri et al., 2024). Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi, terutama sejak pandemi COVID-19, telah mempercepat transisi bisnis dari sistem tradisional ke ekosistem digital (Fadillah & Fasa, 2021). UMKM yang mampu memanfaatkan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menghadirkan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Namun, banyak UMKM yang masih tertinggal dalam transformasi ini, padahal adopsi teknologi sederhana seperti aplikasi perpesanan atau platform media sosial dapat menjadi langkah awal yang signifikan dalam digitalisasi UMKM. Transformasi digital yang tepat tidak hanya membantu UMKM bertahan, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan yang lebih berkelanjutan.

WhatsApp telah menjadi salah satu aplikasi perpesanan yang paling populer di Indonesia, tercatat Indonesia menempati posisi ketiga pengguna WhatsApp terbanyak di dunia pada tahun 2023 (Prasastisiwi, 2024). Kemudahan penggunaannya dan fitur yang beragam menjadikan WhatsApp alat komunikasi yang sangat efektif, baik untuk kebutuhan pribadi maupun bisnis. Dalam konteks bisnis, WhatsApp menawarkan keunggulan berupa jangkauan luas, respons cepat,

dan komunikasi yang langsung dengan pelanggan (Srinivasan, 2024). Banyak UMKM mulai memanfaatkan WhatsApp Business untuk mempromosikan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, dan memberikan layanan secara lebih personal (Elizabeth et al., 2022). WhatsApp Business merupakan versi khusus dari aplikasi WhatsApp yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha, terutama UMKM (Santi & Rahmanesa, 2020). Aplikasi ini menawarkan berbagai fitur praktis yang dapat membantu UMKM dalam mengelola komunikasi dan pemasaran mereka secara lebih efisien. Beberapa fitur unggulan WhatsApp Business meliputi, (1) Profil Bisnis: Menampilkan informasi usaha seperti nama, alamat, jam operasional, dan tautan media sosial, sehingga meningkatkan kredibilitas usaha. (2) Katalog Produk: Memungkinkan UMKM untuk memamerkan produk atau layanan secara langsung kepada pelanggan tanpa perlu platform tambahan. (3) Pesan Otomatis: Mempermudah komunikasi dengan pelanggan melalui pesan salam, balasan otomatis, dan pesan di luar jam operasional. (4) Label Pelanggan: Mengelompokkan pelanggan berdasarkan kategori tertentu untuk memudahkan manajemen interaksi (Srinivasan, 2024). Aplikasi ini tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga terjangkau, karena sebagian besar fiturnya tersedia secara gratis. WhatsApp Business menjadi solusi ideal bagi UMKM yang ingin meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperluas jangkauan tanpa memerlukan investasi besar.

UMKM di Apartemen Transit Ujung Berung umumnya merupakan usaha skala kecil yang dikelola oleh individu atau keluarga. Jenis usaha yang dijalankan meliputi sektor makanan dan minuman, kerajinan tangan, jasa, hingga produk kebutuhan sehari-hari. Dengan skala usaha yang relatif kecil, mereka memiliki keterbatasan dalam hal modal, tenaga kerja, dan kapasitas produksi. Hal ini menjadikan mereka sangat bergantung pada sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar. Selain itu, keterbatasan akses terhadap pelatihan dan teknologi modern menjadi tantangan yang signifikan. Banyak pelaku UMKM di kawasan ini yang masih mengandalkan metode tradisional dalam menjalankan bisnisnya, seperti pemasaran dari mulut ke mulut atau penjualan langsung kepada pelanggan di area terdekat. Sementara beberapa di antaranya telah mulai mengenal platform digital, pemanfaatannya masih minim akibat kurangnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur pendukung.

Minimnya pemahaman *branding* dan promosi membuat banyak UMKM di kawasan ini belum memiliki strategi *branding* yang kuat. Keterbatasan anggaran dan pengetahuan membuat mereka kesulitan untuk mempromosikan produk atau layanan secara konsisten. Akibatnya, usaha mereka cenderung kurang dikenal oleh calon pelanggan baru. Selain itu, persaingan yang ketat dengan banyaknya pelaku usaha serupa di lingkungan sekitar membuat UMKM ini menghadapi tantangan untuk membedakan diri dari pesaing. Metode pemasaran konvensional yang digunakan juga sering kali tidak mampu menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi usaha mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi pemasaran dan adopsi teknologi, seperti pemanfaatan WhatsApp Business, sangat diperlukan (Prasetya et al., 2024) untuk membantu UMKM Apartemen Transit Ujung Berung mengatasi kendala tersebut, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi komunikasi bisnis.

Pengabdian kepada masyarakat memainkan peran yang krusial dalam membantu UMKM menghadapi tantangan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi menggunakan pendekatan yang kolaboratif (Agung et al., 2024). Dalam konteks transformasi digital, pengabdian kepada masyarakat berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pelaku UMKM dengan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi modern. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM dapat lebih memahami cara memanfaatkan teknologi secara praktis untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Program pengabdian kepada masyarakat tidak hanya memberikan pelatihan, tetapi juga menciptakan ruang untuk pendampingan, evaluasi, dan solusi bagi permasalahan yang dihadapi UMKM. Dengan pendekatan partisipatif, program ini memungkinkan pelaku usaha untuk secara aktif belajar dan menerapkan teknologi, sehingga dampaknya lebih berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pendekatan berbasis partisipasi untuk memastikan keterlibatan aktif dari peserta selama program berlangsung (Murjoko & Saputra, 2024). Program ini dirancang dalam dua tahapan utama, yaitu *workshop* dan pendampingan praktik. Pada tahap *workshop*, peserta diberikan pemahaman teoretis dan demonstrasi langsung mengenai fitur-fitur utama WhatsApp Business, seperti pembuatan profil bisnis, penggunaan katalog produk, dan pengaturan pesan otomatis. Setelah itu, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan praktik, di mana peserta dipandu untuk menerapkan materi yang telah dipelajari ke dalam bisnis mereka secara langsung.

Kegiatan ini melibatkan 10 pelaku usaha mikro yang merupakan ibu-ibu penghuni Apartemen Transit Ujung Berung. Sebagian besar peserta memiliki usaha rumahan di sektor makanan, jasa, atau kerajinan tangan, dengan skala usaha kecil dan keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital untuk pemasaran. Latar belakang ini menjadikan mereka kelompok yang ideal untuk mendapatkan manfaat langsung dari pelatihan dan pendampingan ini.

Program dilaksanakan di Apartemen Transit Ujung Berung sebagai lokasi utama kegiatan. Dengan memilih lokasi ini, peserta dapat mengikuti pelatihan di lingkungan yang nyaman dan familiar. Workshop dan pendampingan berlangsung pada tanggal 29 November 2024, dengan durasi yang mencakup sesi pagi hingga sore hari untuk memastikan seluruh materi tersampaikan dengan baik. Pendekatan ini diharapkan dapat membantu peserta memahami, mempraktikkan, dan menerapkan fitur WhatsApp Business secara efektif untuk mendukung pemasaran usaha mereka.

Tahapan pelaksanaan program dimulai dengan persiapan yang meliputi identifikasi kebutuhan UMKM di Apartemen Transit Ujung Berung melalui survei untuk memahami tantangan pemasaran mereka, penyusunan materi pelatihan yang relevan, serta koordinasi dengan mitra UMKM terkait jadwal dan tempat pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, program meliputi workshop yang mengajarkan penggunaan fitur-fitur WhatsApp Business, diikuti dengan pendampingan praktik untuk memastikan peserta dapat mengaplikasikan materi dengan efektif. Diskusi interaktif juga dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi peserta. Selanjutnya, evaluasi dilakukan dengan memonitor implementasi WhatsApp Business oleh peserta, mengumpulkan data melalui kuesioner, dan memberikan rekomendasi pengembangan lebih lanjut. Pendekatan bertahap ini bertujuan untuk memastikan peserta tidak hanya memahami konsep digitalisasi, tetapi juga mampu menerapkannya secara praktis untuk mengembangkan usaha mereka.

Untuk mengevaluasi keberhasilan program pelatihan dan dampaknya terhadap UMKM, berbagai teknik pengumpulan data digunakan, antara lain observasi langsung selama pelatihan untuk menilai interaksi peserta dengan materi dan kemampuan mereka dalam mengoperasikan fitur WhatsApp Business. Selain itu, diskusi informal dilakukan setelah pelatihan untuk menggali tantangan yang dihadapi peserta dalam menerapkan teknologi dan manfaat yang mereka rasakan. Kuesioner juga digunakan untuk mengukur peningkatan keterampilan digital peserta, khususnya dalam penggunaan WhatsApp Business, serta dampak pelatihan terhadap pemasaran mereka, dengan penyebaran kuesioner dilakukan sebelum, selama, dan beberapa minggu setelah pelatihan. Selain itu, catatan lapangan dicatat oleh fasilitator untuk menganalisis perkembangan peserta, kendala, dan keberhasilan yang dicapai selama pelatihan dan pendampingan.

Untuk menganalisis data yang dikumpulkan, digunakan metode analisis deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai keberhasilan program (Rusli et al., 2024). Analisis ini akan fokus pada pengukuran aspek-aspek tertentu, seperti jumlah peserta yang berhasil mengoperasikan fitur WhatsApp Business secara optimal setelah pelatihan. Data yang diperoleh dari observasi, kuesioner, dan catatan lapangan akan disajikan dalam bentuk tabel, dan deskripsi naratif untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi hasil. Penyajian ini akan

membantu menggambarkan sejauh mana pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan digital peserta dan dampaknya terhadap pemasaran usaha mereka. Analisis deskriptif ini akan mengidentifikasi pola, tren, serta kendala yang dihadapi peserta, memberikan wawasan yang berguna untuk pengembangan program di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 10 peserta UMKM yang merupakan ibu-ibu penghuni Apartemen Transit Ujung Berung, dengan berbagai jenis usaha kecil seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, serta jasa. Program dilaksanakan pada tanggal 29 November 2024, bertempat di ruang pelatihan yang disediakan di Apartemen Transit Ujung Berung, dengan durasi kegiatan sekitar 3 jam. Kegiatan ini terdiri dari sesi pelatihan yang dimulai dengan pengenalan tentang WhatsApp Business, dilanjutkan dengan demonstrasi langsung dari fasilitator mengenai cara mengatur profil bisnis, membuat katalog produk, serta memanfaatkan pesan otomatis dan balasan cepat. Materi pelatihan disusun untuk memastikan bahwa peserta, yang mayoritas belum familiar dengan teknologi digital, dapat dengan mudah memahami dan mempraktikkan setiap langkah yang diajarkan.

Dalam capaian program, sebagian besar peserta berhasil mengimplementasikan fitur-fitur WhatsApp Business dalam usaha mereka. Secara khusus, mereka berhasil membuat profil bisnis yang mencakup nama usaha, alamat, jam operasional, dan informasi lainnya yang meningkatkan kredibilitas usaha mereka di mata pelanggan. Selain itu, peserta juga berhasil mengunggah produk mereka ke dalam katalog WhatsApp, yang memudahkan pelanggan untuk melihat dan memilih produk tanpa perlu bertanya lebih lanjut. Peserta juga mengatur pesan otomatis, seperti pesan sambutan untuk pelanggan baru dan pesan di luar jam kerja, yang membantu mereka mengelola komunikasi dengan lebih efisien.

Dampak awal yang dirasakan oleh peserta cukup positif, di antaranya peningkatan respons dari pelanggan yang lebih cepat dan terorganisir. Beberapa peserta melaporkan bahwa setelah mengaktifkan pesan otomatis dan balasan cepat, mereka dapat merespons pertanyaan atau pesanan pelanggan dengan lebih efisien, yang berkontribusi pada peningkatan pengalaman pelanggan. Selain itu, peserta juga merasakan peningkatan profesionalisme dalam komunikasi bisnis, karena pesan yang dikirimkan kepada pelanggan lebih terstruktur dan konsisten. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak langsung dalam meningkatkan keterampilan digital peserta dan memodernisasi cara mereka berinteraksi dengan pelanggan, yang pada gilirannya berpotensi meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka.

Setelah evaluasi terhadap keterampilan peserta sebelum dan sesudah program pelatihan, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman mereka terhadap penggunaan WhatsApp Business. Berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang disebarakan sebelum pelatihan, seluruh peserta awalnya hanya mengetahui WhatsApp sebagai aplikasi untuk komunikasi pribadi, dengan keseluruhan peserta tidak pernah menggunakan WhatsApp untuk tujuan bisnis. Namun, setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan yang signifikan, di mana sekitar 90% peserta atau 9 dari 10 orang menunjukkan pemahaman yang baik tentang cara mengatur profil bisnis, menggunakan katalog produk, dan mengatur pesan otomatis. Hal ini tercermin dari hasil kuesioner pasca-pelatihan yang menunjukkan mayoritas peserta merasa lebih percaya diri dan mampu mengimplementasikan fitur-fitur WhatsApp Business dalam mendukung operasional dan pemasaran bisnis mereka. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memberikan pemahaman yang lebih baik tentang potensi WhatsApp Business untuk meningkatkan komunikasi dan pemasaran bisnis mereka.

Namun, selama pelaksanaan program, beberapa hambatan juga ditemui. Salah satu tantangan utama adalah ketidakpahaman beberapa peserta terhadap teknologi digital, mengingat mereka sebagian besar memiliki keterbatasan dalam penggunaan perangkat digital dan aplikasi.

Beberapa peserta juga menghadapi kendala teknis, seperti perangkat yang tidak memadai untuk menjalankan WhatsApp Business secara optimal, serta masalah koneksi internet yang tidak stabil, yang memperlambat proses pelatihan dan implementasi fitur.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, langkah-langkah pemecahan masalah diterapkan. Pendampingan tambahan diberikan kepada peserta yang mengalami kesulitan teknis atau kurang memahami cara mengoperasikan aplikasi, dengan sesi individu untuk memastikan mereka bisa mengikuti materi pelatihan dengan baik. Selain itu, materi pelatihan disajikan secara visual menggunakan panduan langkah-demi-langkah yang diperkaya dengan visual, yang memudahkan peserta untuk memahami setiap fitur dan proses yang dijelaskan. Dengan cara ini, hambatan yang dihadapi dapat diminimalkan, dan peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang mereka peroleh dalam praktik pemasaran sehari-hari.

Hasil kegiatan ini sangat sesuai dengan tujuan awal program, yaitu untuk membantu UMKM di Apartemen Transit Ujung Berung mengoptimalkan pemasaran melalui WhatsApp Business. Sebagaimana yang tercermin dari capaian program, peserta yang awalnya kurang familiar dengan fitur-fitur WhatsApp Business, kini mampu menggunakan aplikasi ini dengan lebih percaya diri dan efektif. Implementasi fitur-fitur seperti pengaturan profil bisnis, pembuatan katalog produk, serta pengaturan pesan otomatis dan balasan cepat telah memperbaiki komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Dampak praktis yang dirasakan adalah peningkatan efisiensi dalam merespons pelanggan, yang mengarah pada pengalaman pelanggan yang lebih baik dan potensi peningkatan penjualan. Peserta juga merasa lebih profesional dalam menjalankan komunikasi bisnis, yang secara tidak langsung membantu memperkuat citra usaha mereka.

Dari hasil kuesioner, ditemukan bahwa sekitar 90% peserta atau 9 dari 10 orang merasa lebih memahami cara mengoptimalkan WhatsApp Business setelah pelatihan, dibandingkan dengan sebelum pelatihan, di mana hanya 20% atau 2 peserta yang familiar dengan fitur-fitur utama aplikasi ini. Sebagian besar peserta merasa bahwa aplikasi ini membantu meningkatkan profesionalisme dalam cara mereka berkomunikasi dengan pelanggan, yang sebelumnya lebih informal.

Indikator	No	Pernyataan	Jawaban
Pemahaman Terhadap WhatsApp Business Sebelum Pelatihan	1	Familiaritas dengan WhatsApp Business sebelum pelatihan	Sangat Tidak Familiar (3) Tidak Familiar (5) Cukup Familiar (2)
	2	Penggunaan WhatsApp Business sebelum pelatihan	Tidak (10) Ya (0)
Pemahaman Terhadap WhatsApp Business Setelah Pelatihan	3	Kemudahan memahami materi	Sangat Sulit (0) Sulit (1) Cukup Mudah (5) Sangat Mudah (4)
	4	Rasa percaya diri menggunakan WhatsApp Business	Tidak Percaya Diri (0) Kurang Percaya Diri (1) Cukup Percaya Diri (6) Sangat Percaya Diri (3)
	5	Fitur WhatsApp Business paling berguna	Profil Bisnis (1) Katalog Produk (4) Pesan Otomatis (2) Balasan Cepat (1) Label Pelanggan (2)
Kendala yang Dihadapi	6	Peserta mengalami kesulitan menggunakan WhatsApp Business	Ya (4) Tidak (6)

	7	Jenis kesulitan yang dihadapi	Penggunaan pesan otomatis (2) Akses teknologi (2)
Saran dan Masukan	8	Apakah pelatihan ini bermanfaat?	Tidak Bermanfaat (0) Sedikit Bermanfaat (1) Cukup Bermanfaat (4) Sangat Bermanfaat (5)
	9	Apakah akan melanjutkan penggunaan WhatsApp Business	Ya (10) Tidak (0)
	10	Apakah akan merekomendasikan pelatihan ini kepada UMKM lain?	Ya (10) Tidak (0)

Meskipun hasilnya positif, beberapa kendala teknis juga terungkap dalam kuesioner, seperti masalah koneksi internet yang tidak stabil dan ketidaksesuaian perangkat yang digunakan oleh beberapa peserta. Beberapa peserta juga masih merasa kesulitan dalam mengelola fitur lanjutan. Namun, mereka berharap adanya pendampingan lanjutan untuk membantu mereka mengatasi kendala-kendala tersebut. Secara keseluruhan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa program ini telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital peserta, meskipun ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mendukung implementasi lebih lanjut.

Implikasi praktis dari hasil program ini sangat signifikan bagi UMKM. Penggunaan WhatsApp Business yang efektif membantu mereka untuk meningkatkan daya saing dengan memodernisasi cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Efisiensi yang dihasilkan dari penggunaan fitur otomatis, seperti pesan salam dan balasan cepat, memungkinkan UMKM untuk lebih fokus pada pengelolaan produk dan layanan, sementara tetap menjaga kualitas komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, katalog produk yang mudah diakses melalui WhatsApp Business membuka peluang untuk meningkatkan penjualan tanpa perlu berinvestasi dalam platform e-commerce yang lebih kompleks.

Bagi program serupa di masa depan, implikasinya adalah pentingnya pendampingan jangka panjang untuk memastikan implementasi teknologi yang berkelanjutan. Banyak UMKM, khususnya yang baru mengadopsi teknologi, membutuhkan waktu untuk menyesuaikan diri dan memaksimalkan potensi aplikasi digital. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat harus mencakup pendampingan berkelanjutan dan evaluasi untuk mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam penerapan digitalisasi. Pendekatan ini dapat membantu UMKM mengatasi tantangan teknis dan memastikan keberhasilan jangka panjang dalam memanfaatkan teknologi untuk pertumbuhan bisnis.

KESIMPULAN

Program pelatihan penggunaan WhatsApp Business untuk UMKM di Apartemen Transit Ujung Berung berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan digital peserta dalam mengelola komunikasi dan pemasaran bisnis mereka. Sebagian besar peserta berhasil memahami dan mengimplementasikan fitur-fitur utama WhatsApp Business, seperti pembuatan profil bisnis, pengunggahan katalog produk, serta penggunaan pesan otomatis dan balasan cepat. Hasil kuesioner menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam efisiensi komunikasi dengan pelanggan, yang berdampak positif pada profesionalisme usaha dan potensi peningkatan penjualan. Meskipun demikian, terdapat beberapa kendala teknis, seperti masalah perangkat dan koneksi internet, yang menjadi tantangan bagi sebagian peserta. Namun, secara keseluruhan,

program ini memberikan dampak yang positif bagi UMKM dan membantu mereka mengoptimalkan pemasaran melalui teknologi digital.

Berdasarkan hasil pelatihan dan evaluasi, ada beberapa saran yang dapat meningkatkan keberlanjutan dan efektivitas program ini di masa depan. Pertama, pendampingan lanjutan sangat penting untuk memastikan peserta dapat mengatasi kendala teknis yang mereka hadapi, seperti perangkat yang tidak memadai dan masalah koneksi internet. Program pendampingan secara individu atau kelompok pasca-pelatihan bisa memberikan dukungan yang lebih optimal dalam implementasi WhatsApp Business. Kedua, materi pelatihan dapat diperluas dengan fokus pada strategi pemasaran digital lainnya yang dapat mendukung pengembangan usaha UMKM, seperti penggunaan media sosial dan analisis data pelanggan. Terakhir, untuk memperluas jangkauan dan dampak program ini, perluasan pelatihan ke UMKM lain di daerah sekitar dan pengembangan modul pelatihan berbasis daring bisa menjadi langkah strategis untuk membantu lebih banyak pelaku usaha mengadopsi teknologi digital dalam operasional mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A., Mubarrok, D. H., Timorani, J. N., Fitriani, S., Komara, B., & Puteri, F. R. (2024). Penguatan Potensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Bisnis Digital di Desa Mekarharja Ciamis. *Khidmat*, 2(2), 143–154. <https://riset-iaid.net/index.php/khidmat/article/view/1968>
- Aprita, S. (2021). *Peranan Peer to Peer Lending dalam Menyalurkan Pendanaan pada Usaha Kecil dan Menengah*. 16.
- Elizabeth, T., Alamsyah, D., & Yoannita, Y. (2022). Pelatihan Penggunaan Aplikasi WhatsApp Business Sebagai Media Pemasaran Online pada Toko CCTV Grosir Cabang Palembang. *Fordicate*, 1(2), 150–156. <https://doi.org/10.35957/fordicate.v1i2.2409>
- Fadillah, R., & Fasa, M. I. (2021). Digital Economic Transformation : Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *Jurnal Manajemen & Organisasi Review (Manor)*, 3(2), 123–135. <https://doi.org/10.47354/mjo.v3i2.303>
- Kasuri, Muh. A., MS, M. R., Kamila, D. Z., Nilam, N., & Hasan, H. (2024). Peningkatan Keterampilan Digital Marketing di Rumah Jahit Esa Parepare. *Amsir Community Service Journal*, 2(1), 15–19. <https://doi.org/10.62861/acsj.v2i1.398>
- Katili, A. Y., & Gintulangi, S. O. (2022). Sosialisasi Teknik Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Melalui Digital Marketing. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 864–869. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1491>
- Laraskana, T. N., & Suhendra, S. (2024). Optimalisasi Digitalisasi Pemasaran Produk Layang-Layang di Kelurahan 3/4 Ulu, Palembang. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 3(3), 308–319. <https://doi.org/10.59025/240b8c71>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Nofiawaty, N., Daud, I., & Dameria S., L. (2021). Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan “Digital Entrepreneurship” Bagi Pelaku Umkm Di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 5(1), 627. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.6156>
- Murjoko, A., & Saputra, A. (2024). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT YANG BERBASIS AGAMA DAN KEARIFAN LOKAL DALAM PELAKSANAAN PKM KELOMPOK 2 DESA NAGACIPTA KECAMATAN SERANG BARU KABUPATEN BEKASI*. 4(1).
- Prasastisiwi, A. H. (2024). *Indonesia Masuk 3 Besar Negara Pengguna WhatsApp Terbanyak di Dunia*.
- Prasetya, K. H., Sesar, N. A., -, N. S., Azizah, M. N., & Syahrul, M. (2024). Sosialisasi Digital Marketing: Mengembangkan Inovasi Produk Sambal Ikan Teri Di Era Digital. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1502–1510. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.8965>

- Resmi, G. G., & Roni, M. (2015). *Meningkatkan Penjualan melalui Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu di UMKM (Sebuah Kajian Teoritis)*.
- Rusli, tiffani shahnaz, Bosri, Y., Amelia, D., Rahayu, D., Setiaji, B., Suhadarliyah, Syarfina, Ansar, Syahrudin, Amiruddin, & Yuniwati, I. (2024). Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini Anggota IKAPI (026/DIA/2021)* (Vol. 6, Issue 1). <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf><http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006>
- Sabaruddin, A., Maulid, Taslim, Septiana, A. R., Jamaludin, I. I., Triani, & Junus, I. (2024). Identifikasi Potensi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Oko-Ok Kecamatan Pomalaa Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara Identification of Micro , Small and Medium Enterprise Development Potential in Oko-Ok Village , Pomalaa District , Kolaka Re. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(1), 1–11. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i1.4687>
- Safitri, R. D., Akuntansi, J. S., Ekonomi, F., & Mataram, U. (2024). *Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Pengelolaan Keuangan UMKM Abstrak Era digital memberikan kemudahan bagi Usaha Mikro , Kecil , dan Menengah usaha , bahkan dalam situasi krisis ekonomi dan salah satu tantangan utama yang sering Undang Republik*. 5(2), 428–437.
- Santi, R., & Rahmanesa, A. (2020). Pembangunan Prototype Aplikasi Mobile Android untuk Mendukung Sistem Penjualan dan Promosi UMKM Jihaz Toys. *TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 7(2), 147–160.
- Srinivasan, P. (2024). *Essential Benefits of WhatsApp for Business You Should Know*.
- Wahyunti, S. (2020). *Peran Strategis UMKM dalam Menopang Perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi COVID 19*.
- Zanuar Rifai, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604–609. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i4.540>