

Pemberdayaan UMKM di Desa Serayu Larangan Melalui Pemanfaatan *WhatsApp Business* Dalam Pemasaran Produk

Muhamad Azrino Gustalika^{1,*}), Dimas Fanny Hebrasianto Permadi²⁾, Novian Adi Prasetyo³⁾ Alon Jala Tirta Segara⁴⁾, Annisaa Utami^{5,*}), Dedy Agung Prabowo⁶⁾

^{1,2,3,5,6)} Teknik Informatika, Universitas Telkom

Jl. DI. Panjaitan 128, Purwokerto, 53147, Jawa Tengah, Indonesia

⁴⁾ Rekayasa Perangkat Lunak, Universitas Telkom

Jl. DI. Panjaitan 128, Purwokerto, 53147, Jawa Tengah, Indonesia

E-Mail : azrino@telkomuniversity.ac.id¹⁾; dimasfhp@telkomuniversity.ac.id²⁾;

Novian@telkomuniversity.ac.id³⁾; alonhs@telkomuniversity.ac.id⁴⁾;

annisaa@telkomuniversity.ac.id⁵⁾; dedyaprabowo@telkomuniversity.ac.id⁶⁾;

ABSTRAK

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) di Desa Serayu Larangan memiliki prospek yang cukup baik, pemanfaatan teknologi digital seperti *WhatsApp Business* belum berjalan secara optimal. Berdasarkan observasi di lapangan, terlihat bahwa beberapa pelaku usaha masih belum memiliki sistem yang mendukung pengelolaan usaha secara efisien dan terpadu. Di samping itu, pemahaman terhadap pemanfaatan fitur-fitur digital, termasuk *WhatsApp Business*, masih belum merata, sehingga penggunaan teknologi ini dalam mendukung aktivitas usaha belum maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan literasi digital serta pemanfaatan teknologi yang lebih luas, agar pengembangan UMKM di wilayah tersebut dapat dilakukan secara berkesinambungan dan lebih produktif. Sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan UMKM, Tim Dosen Universitas Telkom yang dibantu mahasiswa menyelenggarakan pelatihan penggunaan *WhatsApp Business* bagi pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup penyampaian materi secara teoritis yang dilanjutkan dengan praktek langsung. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka bersama para 14 peserta, yaitu pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan, Kabupaten Purbalingga. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih efisien melalui pemanfaatan teknologi komunikasi yang mudah diakses. Hasil dari kegiatan pelatihan ini membuktikan penerapan teknologi sederhana yaitu *WhatsApp Business* dapat membantu dalam memperluas pasar dan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Pelatihan ini, berhasil meningkatkan pengetahuan peserta yaitu penjual/pelaku UMKM baik secara teori maupun praktik dalam penggunaan *WhatsApp Business*. Hasil survey tingkat kepuasan dari peserta penjual/pelaku UMKM adalah 92,50%. Hasil persentase ini dapat dinyatakan bahwa Pengabdian Masyarakat ini berjalan dengan baik dan memuaskan.

Kata Kunci –UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah), *WhatsApp Business*, Digital

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) in Serayu Larangan Village have a promising prospect, but the utilization of digital technology like WhatsApp Business has not been optimized. Based on field observations, it is evident that some business actors still lack a system that supports efficient and integrated business management. Furthermore, the understanding of utilizing digital features, including WhatsApp Business, is still uneven, resulting in the suboptimal use of this technology to support business activities. This condition indicates the need for enhanced digital literacy and broader technology utilization so that the development of MSME in the area can be carried out sustainably and more productively. As a form of support for the development of MSME, the Telkom University Lecturer Team, assisted by students, organized training on the use of WhatsApp Business for MSME actors in Serayu Larangan Village. The method used in this community service activity includes the delivery of material theoretically followed by practical exercises. The training was conducted in person with 14 participants, namely MSME actors in Serayu Larangan Village, Purbalingga Regency. The purpose of this activity is to assist business actors in managing their businesses more efficiently through the use of easily accessible communication technology. The results of this training activity demonstrate that the application of simple technology, namely WhatsApp Business, can help expand the market and improve communication with customers. This training successfully increased the participants' knowledge, especially that of sellers/MSME actors in both theory and practice in using WhatsApp Business. The results of the satisfaction survey from the participant sellers/MSME actors showed a satisfaction rate of 92.50%. This percentage indicates that this Community Service activity has been carried out well and satisfactorily.

Keywords – Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME), *WhatsApp Business*, Digital

*) Correspondenting Author

1. PENDAHULUAN

Setiap negara salah satunya termasuk negara Indonesia akan selalu dituntut untuk mampu memiliki generasi penerus yang cerdas dan benar-benar mampu berdaya saing agar mendapatkan hidup yang sejahtera. Banyak upaya-upaya pada pemerintah Indonesia untuk mewujudkan sumberdaya manusia yang berkualitas agar dapat mengikuti pengaruh globalisasi dengan baik. Salah satunya yaitu upaya yang dilakukan pemerintah kini memberikan pengarahannya pada UMKM (Margareta & Rochmania, 2024). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) memiliki peran penting dalam ekonomi global dan sebagai tulang punggung perekonomian local, menyediakan lapangan pekerjaan, serta memicu pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Setyawan et al., 2023). Dibalik setiap bisnis UMKM yang sukses, ada aspek-aspek yang banyak UMKM tidak mengetahui tentang strategi pemasaran (Ferdian et al., 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan serta menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional, sektor ini menjadi prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional (Azmen Kahar et al., 2022). Kabupaten Purbalingga mencetuskan program “Tuka-Tuku Purbalingga” sebagai upaya pemberdayaan dan pendampingan pelaku usaha, bantuan promosi dan pemasaran produk UMKM di etalase digital, menyediakan galeri promosi dan gudang penyimpanan, membantu penyempurnaan pengemasan barang hingga pemasaran barang. Pada Desember 2019, program ini mampu mencapai omzet hingga 90,9 juta, hal ini merupakan awal yang baik bagi pelaksanaan program Tuka Tuku Purbalingga (Shafira Nur Isnaeni, Augustin Rina Herawati, 2019).

Pemasaran digital atau *digital marketing* telah menjadi strategi utama dalam menghadapi dinamika pasar saat ini (Eka Hartati et al., 2024). Melalui *WhatsApp* mempermudah para pelaku usaha dalam berbagi keputusan manajemen, merencanakan pertemuan, menggunakan fitur berbagi lokasi untuk memberi informasi kepada pelanggan dan mengiklan produk melalui *WhatsApp* (Tri Romadloni et al., 2023). Kemunculan berbagai platform digital memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan luas. Salah satu platform yang relatif mudah digunakan namun sangat potensial dalam konteks UMKM adalah *WhatsApp Business* (Syarif et al., 2022). *WhatsApp Business* dikembangkan sebagai aplikasi perpesanan yang secara khusus dirancang untuk kebutuhan bisnis. Dengan fitur-fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, dan profil bisnis, *WhatsApp Business* memungkinkan pelaku usaha menjalankan komunikasi yang lebih efisien dan profesional (Sari, 2025). Keberhasilan pemanfaatan *WhatsApp Business* oleh UMKM juga dipengaruhi oleh tingkat adaptasi teknologi dan pemahaman akan strategi komunikasi digital (Sirodjudin & Sudarmiatin, 2023). Pelaku usaha yang aktif menggunakan fitur-fitur *WhatsApp Business* secara maksimal cenderung mengalami peningkatan loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional. Penggunaan strategi digital melalui *WhatsApp Business* juga menunjukkan perubahan cara konsumen berinteraksi. Konsumen saat ini lebih menyukai pendekatan personal dan cepat dalam merespons kebutuhan mereka (Reggina Wike Anjani, 2024).

UMKM di Desa Serayu Larangan memiliki prospek yang cukup baik, pemanfaatan teknologi digital seperti *WhatsApp Business* belum berjalan secara optimal. Berdasarkan observasi di lapangan, terlihat bahwa beberapa pelaku usaha masih belum memiliki sistem yang mendukung pengelolaan usaha secara efisien dan terpadu. Di samping itu, pemahaman terhadap pemanfaatan fitur-fitur digital, termasuk *WhatsApp Business*, masih belum merata, sehingga penggunaan teknologi ini dalam mendukung aktivitas usaha belum maksimal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa diperlukan peningkatan literasi digital serta pemanfaatan teknologi yang lebih luas, agar pengembangan UMKM di wilayah tersebut dapat dilakukan secara berkesinambungan dan lebih produktif.

Sebagai bentuk dukungan terhadap pengembangan UMKM, Tim Dosen Universitas Telkom menyelenggarakan pelatihan penggunaan *WhatsApp Business* bagi pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha dalam mengelola bisnis secara lebih efisien melalui pemanfaatan teknologi komunikasi yang mudah diakses. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka di Balai Desa Serayu Larangan dan mendapatkan sambutan positif dari masyarakat. Materi pelatihan difokuskan pada pembuatan akun *WhatsApp Business* serta pemahaman berbagai fitur yang dapat menunjang kegiatan usaha, termasuk strategi komunikasi dengan pelanggan. Selain penjelasan materi, peserta juga diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan penggunaan *WhatsApp Business* sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mencakup penyampaian materi secara teoritis yang dilanjutkan dengan praktek langsung. Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka bersama para peserta, yaitu pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan, Kabupaten Purbalingga. Kegiatan ini dipandu oleh narasumber dari tim Dosen Universitas Telkom dibantu mahasiswa. Lokasi pengabdian masyarakat dilaksanakan di Balai Desa Serayu Larangan yang dihadiri oleh 14 orang ibu-ibu pelaku UMKM. Adapun alat dan bahan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi materi presentasi dari narasumber, laptop, HP, dan koneksi internet. Pelatihan diawali dengan pemberian materi teori mengenai pengenalan *WhatsApp Business*, kemudian dilanjutkan dengan sesi praktik.

Pada sesi praktik, peserta diarahkan untuk membuat akun *WhatsApp Business* dengan melakukan verifikasi nomor telepon masing-masing. Setelah itu, peserta diminta untuk melengkapi profil bisnis, termasuk mengisi informasi usaha dan membuat katalog produk secara lengkap, guna menunjang peningkatan penjualan. Selanjutnya, peserta dikenalkan pada fitur-fitur penting dalam *WhatsApp Business*, seperti fitur "balas cepat" yang memungkinkan penjual merespons pesan secara otomatis. Peserta juga diberi pemahaman mengenai penggunaan fitur "label", yang berfungsi untuk mengelompokkan pelanggan, termasuk pelanggan baru dan jenis pesanan yang dilakukan melalui katalog. Pada bagian akhir, disampaikan pula materi mengenai cara membagikan tautan (link) katalog produk kepada pelanggan agar memudahkan proses pemesanan melalui *WhatsApp Business*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Serayu Larangan berdasarkan pada pemetaan dan perencanaan yang matang. Tujuan kegiatan untuk membantu penjual/pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan dalam menggunakan teknologi digital yaitu *WhatsApp Business* sebagai tempat pemasaran produk. Pelatihan membantu peserta yaitu penjual/pelaku UMKM agar mendapatkan pengetahuan secara teoritis dan praktek terkait *WhatsApp Business*. Materi yang disampaikan oleh narasumber adalah mengelola fitur *WhatsApp Business*, membuat profil bisnis, membuat katalog produk, membuat balas pesan otomatis dan menggunakan label untuk mengelompokkan pelanggan. Penggunaan *WhatsApp Business* dapat membantu penjual/pelaku UMKM dalam melakukan komunikasi lebih efisien dan terarah kepada pelanggan. Kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman teknologi khususnya yaitu *WhatsApp Business* sehingga, dapat memberikan dampak positif yaitu meningkatkan profesionalisme mereka dalam mengelola kegiatan bisnis sehari-hari. Diharapkan UMKM Desa Serayu Larangan akan lebih menyadari pentingnya transformasi digital ke depannya. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa manfaat dari program ini terus berkelanjutan, diperlukan program lanjutan berupa pendampingan yang berfokus pada penguatan keterampilan digital secara lebih mendalam. Secara umum, kegiatan ini terdiri dari dua sesi utama: Gambar 1 menunjukkan narasumber menyampaikan materi dan memberi peserta kesempatan untuk bertanya. Gambar 2 dan 3 menunjukkan sesi praktik bisnis *WhatsApp Business* serta diskusi tanya jawab oleh penjual atau pelaku UMKM.

A. Penyampaian Materi *WhatsApp Business*

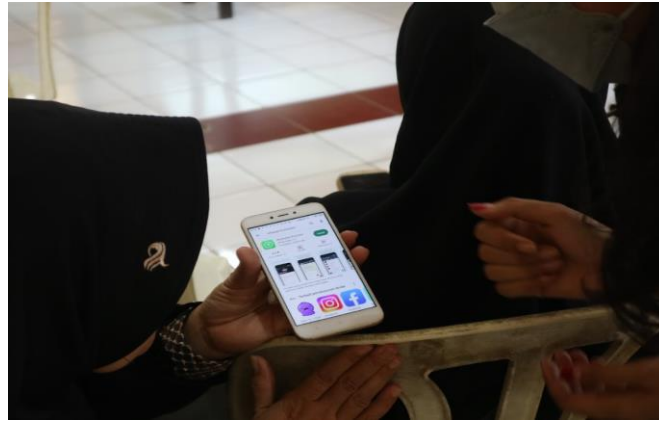
Dalam pelatihan ini, narasumber membagi dua sesi yaitu sesi pertama teori dan sesi kedua praktik. Pada penyampaian materi sesi pertama Pada Gambar 1, yaitu teori *WhatsApp Business*. Narasumber menjelaskan pemanfaatan *WhatsApp Business* untuk membangun identitas profesional dan memperluas jangkauan pasar.



Gambar 1. Penyampaian Materi

B. Praktik penggunaan *WhatsApp Business*

Pada sesi kedua penyampaian materi dilakukan dengan praktik yang disajikan pada Gambar 2. Peserta mempraktikkan secara langsung cara menggunakan *WhatsApp Business* mulai dari pembuatan akun bisnis, profil bisnis, pembuatan katalog produk sampai dengan membalas pesan otomatis serta penggunaan label untuk mengelompokkan pelanggan.



Gambar 2. Praktik *WhatsApp Business*



Gambar 3. Diskusi dan Tanya Jawab Peserta

Respon peserta terhadap pelatihan ini mendapatkan tanggapan positif karena relevan dengan permasalahan aktivitas usaha dapat dibuktikan peserta, yang melakukan diskusi dan tanya jawab terkait penggunaan *WhatsApp Business* yang dapat dilihat pada Gambar 3. Pelatihan ini memberikan dampak positif yaitu meningkatkan pengetahuan bagi penjual/pelaku UMKN sehingga, dapat mendorong pendekatan yang lebih inovatif dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Pelatihan ini dapat memperkuat kesiapan penjual/pelaku UMKM di Desa Serayu Larangan dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

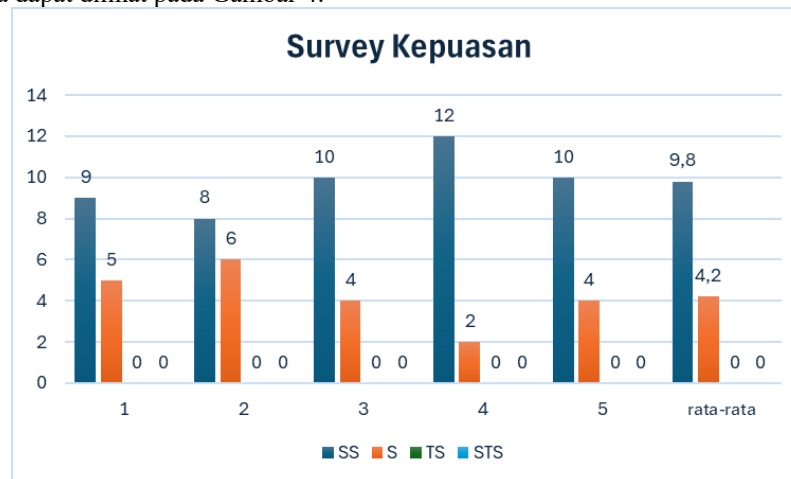
C. Hasil Survey kepuasan

Setelah melakukan kegiatan pelatihan *Whatsapp Business*, tim pengabdian juga melakukan survey tingkat kepuasan hasil pembelajaran yang sudah dilakukan. Daftar dan hasil pernyataan kepuasan yang diajukan kepada 14 penjual/pelaku UMKM yang terlibat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pernyataan dan Contoh Penilaian Survey

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang di selenggarakan oleh Tim Pengmas bersama LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto	9	5	0	0
2	Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim Pengmas bersama LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto sesuai dengan harapan saya	8	6	0	0
3	Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya	10	4	0	0
4	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat	12	2	0	0
5	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat	10	4	0	0
Rata-rata		9,8	4,2	0	0

Pada Tabel 1. Didapatkan rata-rata kepuasan dengan sebanyak 9,8 orang menyatakan Sangat Setuju (SS) dan sebanyak 4,2 menyatakan Setuju (S). Hasil Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS) hanya mendapatkan 0 orang atau dapat dinyatakan tidak ada yang menilai kategori tersebut. Hasil survey ini direkap dan hasil grafiknya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Survey kepuasan

Selain itu, jika dilakukan perhitungan bahwa penilaian $SS = 4$, $S = 3$, $TS = 2$, $STS = 1$, maka hasil yang didapatkan mendapatkan skor maksimal adalah 56. Skor ini dihitung terhadap poin tertinggi dikalikan dengan skor tertinggi, yaitu 14 peserta dikalikan dengan skor SS (4). Sedangkan, skor terendah adalah 14 orang peserta dikalikan dengan skor STS (1), yaitu 14. Hasil rekapitulasi pada pernyataan kepuasan berdasarkan Tabel 1 adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan pertama mendapatkan skor 51 dari total maksimal skor yang didapatkan adalah 56.
2. Pernyataan kedua mendapatkan skor 50 dari total maksimal skor yang didapatkan adalah 56.
3. Pernyataan ketiga mendapatkan skor 52 dari total maksimal skor yang didapatkan adalah 56.
4. Pernyataan keempat mendapatkan skor 54 dari total maksimal skor yang didapatkan adalah 56.
5. Pernyataan kelima mendapatkan skor 52 dari total maksimal skor yang didapatkan adalah 56.

Sehingga, jika dilakukan rata-rata penilaian adalah 51,8 dari skor maksimal adalah 56. Hal ini jika dilakukan persentase, maka tingkat survey kepuasan dari peserta adalah 92,50%.

4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Serayu Larangan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pemanfaatan *WhatsApp Business* sebagai sarana pemasaran produk. Pelatihan ini, berhasil meningkatkan pengetahuan peserta yaitu penjual/pelaku UMKM baik secara teori maupun praktik dalam penggunaan *WhatsApp Business*. Hasil dari kegiatan pelatihan ini membuktikan penerapan teknologi sederhana yaitu *WhatsApp Business* dapat membantu dalam memperluas pasar dan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Secara empiris, hasil ini sejalan dengan perkembangan UMKM dengan integrasi literasi digital yang memungkinkan adopsi teknologi dalam operasi bisnis. Hasil survey tingkat kepuasan dari peserta penjual/pelaku UMKM adalah 92,50%. Hasil persentase ini dapat dinyatakan bahwa Pengabdian Masyarakat ini berjalan dengan baik dan memuaskan. Untuk menjamin keberlanjutan manfaat di Desa Serayu Larangan, diperlukan tindak lanjut yaitu pendampingan lebih intensif dan pelatihan lanjutan berkaitan dengan materi digital marketing serta strategi bisnis digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melalui pelatihan dapat dilanjutkan dengan cakupan yang lebih luas dengan metode berkesinambungan supaya UMKM di Desa Serayu Larangan dapat bersaing di era digital saat ini.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Asrul Mulyadin, Meci Nilam Sari, & Dabitha Wise Maliha. (2022). Meningkatkan Gairah Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Perantara Eksternal Dan Mengembangkan Potensi Internal. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i3.2992>
- Eka Hartati, Q., Khoiril Mala, I., & Author, C. (2024). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen Di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 4(2), 2621–119.
- Ferdian, M., Laila, R., & Muzdalifah, L. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital Menggunakan WhatsApp Business Dan Go-Food Bagi Ukm. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 2(6), 1870–1875. <https://doi.org/10.59188/jcs.v2i6.411>

- Margareta, S., & Rochmania, A. (2024). Pendampingan penggunaan fitur WhatsApp Business sebagai pendukung promosi penjualan UMKM di kabupaten Sidoarjo. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1), 253–261.
- Reggina Wike Anjani. (2024). Implementasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Strategi Bisnis Digital Di Era Transformasi Digital. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 29–40. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.4>
- Sari, M. N. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing Berbasis WhatsApp Business pada UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi Keuaangan Bisnis Digital*, 4, 137–144.
- Setyawan, N. A., Pratiwi, M. I., Wiedayanti, D. F., Eviyanti, N., & Mangunharjo, K. (2023). Mentoring Perolehan Nib Dan Implementasi Digital. *Community ...*, 4(4), 8667–8673. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/19523%0Ahttp://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/download/19523/14415>
- Shafira Nur Isnaeni, Augustin Rina Herawati, T. A. (2019). Efektivitas Program Tuka-Tuku Purbalingga dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Purbalingga. *Journal of Public Policy and Management Review*, 11(1), 1–14.
- Sirodjudin, M., & Sudarmiatin. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 20–35.
- Syarif, Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan WhatsApp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 54–66. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.56>
- Tri Romadloni, N., Dwi Septiyanti, N., & Ayatulloh Khomeini Noor Bintang, R. (2023). Optimasi Penggunaan WhatsApp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK. *ABDIKAN: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains Dan Teknologi*, 2(1), 115–122. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1705>