



PENDAMPINGAN PEMANFAATAN WHATSAPP BISNIS DAN INSTAGRAM BISNIS SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL PADA UMKM BERKAH DESA JEPITU

(ASSISTANCE ON THE USE OF BUSINESS WHATSAPP AND BUSINESS INSTAGRAM AS DIGITAL MARKETING MEDIA FOR MSMEs IN BERKAH JEPITU VILLAGE)

Nur Rahmawati¹, Sri Mulyaningsih², Septian Vienastra³, Suhartono⁴, Fika Hidayati⁵, Maria
Emilliana Natalia Trisakti Susanti⁶, Muhammad Arif Wardana⁷

^{1,2,3,5,6,7}Universitas AKPRIND Indonesia

⁴Universitas Widya Mataram

¹Email: rahma@akprind.ac.id

ABSTRAK

Desa Jepitu berada di wilayah perbukitan karst dengan luas 1.625,1960 km². Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani lahan kering, berkebun, beternak, dan nelayan. Meskipun memiliki sumber daya alam yang melimpah, termasuk hasil pertanian dan laut, UMKM di Jepitu menghadapi tantangan dalam pemasaran produk, yang sebagian besar memiliki jangkauan terbatas. Untuk mengatasi hal ini, tim pengabdian masyarakat memberikan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital bagi UMKM di Desa Jepitu. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan pemasaran produk melalui pembuatan konten digital dan strategi pemasaran di media sosial. WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis menawarkan fitur-fitur yang memudahkan interaksi dengan pelanggan, seperti balasan otomatis dan katalog produk. Program pendampingan dilakukan melalui lima tahapan yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, dan keberlanjutan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan pemanfaatan media pemasaran digital oleh peserta, sehingga memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, WhatsApp Bisnis, Instagram Bisnis.

ABSTRACT

Jepitu Village is located in a karst hill area covering an area of 1,625.1960 km². Most of the population works as dryland farmers, gardeners, livestock breeders, and fishermen. Despite having abundant natural resources, including agricultural and marine products, local small businesses (MSMEs) face challenges in marketing their products, most of which have limited reach. To overcome this, the community service team assists in using WhatsApp Business and Instagram Business as digital marketing platforms for MSMEs in Jepitu. This training aims to improve product marketing through digital content creation and social media strategies. WhatsApp and Instagram Business offer features that facilitate customer interaction, such as automatic replies and product catalogs. This mentoring program has five stages: socialization, training, technology application, mentoring, and sustainability. The results show a significant increase in participants' understanding and use of digital marketing media, expanding marketing reach and increasing sales.

Keywords: MSMEs, digital marketing, WhatsApp Business, Instagram Business

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun belakangan ini. Salah satunya yaitu teknologi internet yang mengubah cara hidup manusia. Salah satu perubahan yang paling mencolok adalah pergeseran metode promosi dari cara tradisional menuju platform *online*, khususnya media sosial. Berdasarkan laporan dari *wearesocial.com* menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial Indonesia 191 juta pada Januari 2022, menunjukkan potensi besar untuk memanfaatkan platform ini sebagai media pemasaran digital (Novianto, 2022).

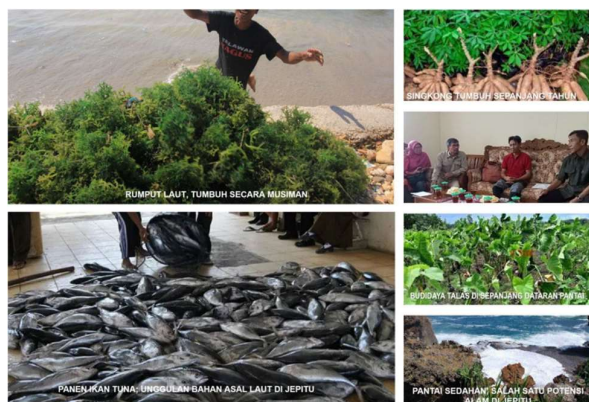
Saat ini pelaku UMKM harus mampu memasarkan produknya menggunakan media digital untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap penawaran UMKM tersebut. UMKM dengan jaringan yang kuat menggunakan media sosial untuk mengembangkan bisnis mereka sendiri (Robby Aditya, 2023). Menurut Kotler & Keller (2016), pemasaran meliputi kegiatan mempromosikan dan menjual produk atau jasa. Dalam proses ini, kita menentukan target promosi dan bentuk promosi yang sesuai. Strategi pemasaran memberikan gambaran tentang peluang bisnis saat ini dan potensi pengembangan di masa depan. Konsep bauran pemasaran, yang juga dikenal sebagai 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*).

Dua platform digital yang semakin populer dalam mendukung kegiatan pemasaran UMKM adalah WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis. WhatsApp Bisnis adalah aplikasi gratis yang memungkinkan penggunanya bertukar pesan menggunakan internet. Selain fitur pesan teks, aplikasi ini mendukung pengiriman gambar, video, audio, file, serta panggilan video dan suara. Dalam konteks bisnis, WhatsApp Bisnis menjadi sarana komunikasi yang efektif antara pelaku usaha dan pelanggan, karena menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan sangatlah penting. Instagram Bisnis saat ini menjadi salah satu media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran (Sudirwo Sudirwo, 2021). Saat ini, Instagram menempati posisi keempat sebagai media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak, mencapai 79% dari seluruh pengguna media sosial. Secara keseluruhan, jumlah pengguna Instagram mencapai 63 juta orang, yang menunjukkan banyaknya orang Indonesia yang memiliki akun, mengakses, dan mendapatkan informasi melalui Instagram.

Desa Jepitu memiliki luas wilayah 1.625.1960 km² dan terdiri atas 10 Padukuhan, 10 RW dan 38 RT (LPPDes, 2017). Wilayah ini didominasi perbukitan karst, berketinggian 250-300 mdpl, dan memiliki curah hujan rata-rata 1382 mm (bulan basah 4-5 bulan, bulan kering 7-8 bulan). Mayoritas masyarakat Jepitu mencari nafkah sebagai petani lahan kering,

berkebun, berternak, dan nelayan (53%). Total penduduk pada 2021 4.321 jiwa terdiri atas 2.137 laki-laki dan 2.170 perempuan: 11% tidak bekerja, 10% pelajar/mahasiswa, dan 7% buruh. Tingkat pendidikan menengah sampai atas dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Lahan terluas adalah tegalan (1,200 Ha), hutan tanaman rakyat (HTR: 60 Ha), dan pekarangan (54 Ha). Sisi selatan Desa berbatasan dengan Laut Selatan, sisi barat berbatasan dengan Kapanewon Tepus, dan sisi timur berbatasan dengan Kecamatan Pracimantoro (Kabupaten Wonogiri-Jawa Tengah).

Wilayah Jepitu memiliki potensi beragam, yaitu potensi alam pantai dengan tebing karst dan muara sungai bawah permukaan, perbukitan Karst Gunung Sewu (kerucut karst), produk asal laut, dan pertanian, perkebunan, dan ternak.



Gambar 1. Potensi alam dan budidaya laut dan darat yang dimiliki mitra

Sebagian potensi alam hasil pertanian telah dimanfaatkan sebagai produk olahan, yaitu ceripik singkong dan pisang, keripik talas, dan susu kedelai. Untuk produk laut yang telah dimanfaatkan adalah bakso ikan tuna dan keripik rumput laut. Kebanyakan produk UMKM tersebut belum mengikuti standar kesehatan, namun belum memiliki izin produksi, pemasarannya terbatas, dan kemasannya belum baik.



Gambar 2. Produk olahan Mitra UMKM Berkah

Salah satu permasalahan utama dalam UMKM Berkah adalah belum optimalnya pemasaran produk yang memanfaatkan platform digital secara maksimal untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Beberapa faktor yang menyebabkan pemasaran masih terbatas adalah kurangnya pengetahuan warga tentang pemasaran digital, keterbatasan sumber daya, dan kurangnya pelatihan terkait pemasaran digital. Sistem penjualan yang dilakukan secara online masih sangat terbatas dan hanya mengandalkan konsumen yang sudah menetap atau berlangganan. Kondisi ini diakibatkan kurangnya pengetahuan mitra mengenai pentingnya penerapan strategi digital dan pemanfaatan teknologi digital dalam menjalankan sebuah usaha. (ABD. Rohim Alamsyah, 2022). Hal ini menimbulkan tantangan besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produknya di pasar.

Sebagai Solusi permasalahan tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas AKPRIND Indonesia berkolaborasi dengan Universitas Widya Mataram mengadakan pendampingan pemanfaatan WhatsApp bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah untuk membantu pemasaran produk UMKM Berkah ke wilayah yang lebih luas. Pendampingan dilakukan kepada seluruh pemilik UMKM di Desa Jepitu secara *offline*. Metode pendampingan dilakukan melalui 5 (lima) prinsip dasar sesuai panduan Kegiatan Direktorat Riset, Teknologi dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) yaitu sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan keberlanjutan program. Melalui program ini, diharapkan UMKM di Desa Jepitu dapat meningkatkan kemampuan pemasaran digital mereka, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan pendapatan dan daya saing di tengah perkembangan teknologi yang pesat.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah Desa Jepitu dilaksanakan sebagai salah satu realisasi hibah Program PkM Skema Pemberdayaan Wilayah dengan sumber pendanaan dari DRTPM Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Alur pendampingan dimulai dari Tim PkM melakukan survei lokasi UMKM kemudian melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan observasi langsung untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi yang akurat.

Pada pertemuan tatap muka pertama, tim PkM melakukan sosialisasi kepada UMKM Berkah. Kemudian, pelatihan dilakukan melalui pemaparan materi dan pelatihan pentingnya pemasaran digital. Untuk meningkatkan strategi penjualan, peserta dibekali penerapan

teknologi digital berupa dasar-dasar pembuatan akun Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Tim PkM melakukan pendampingan kepada para peserta dalam membuka akun bisnis. Sebagai wujud keberlanjutan pendampingan pemasaran digital, maka secara berkala Tim PkM membantu UMKM Berkah dan Pokdarwis Idaman dalam memberikan konten-konten materi yang menarik.

Tabel 1. Metode Kegiatan Pendampingan

Permasalahan	Tahapan Kegiatan	Hasil Kegiatan
Pelaku UMKM masih menggunakan pemasaran tradisional dan belum memahami pentingnya pemasaran digital	Sosialisasi: Memberikan informasi kepada UMKM terkait pentingnya pemasaran digital	Pelaku UMKM memahami pentingnya pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pemasaran
Pelaku UMKM belum memahami keterampilan teknis dalam melakukan pemasaran digital khususnya whatsapp dan instagram bisnis	Pelatihan: Memberikan pelatihan bagaimana membuat akun whatsapp dan instagram bisnis, pengelolaan katalog produk, dan fitur balasan otomatis	Pelaku UMKM dapat membuat whatsapp dan instagram bisnis serta mengimplementasikan fitur yang ada.
Pelaku UMKM belum mengoptimalkan WhatsApp bisnis dan instagram bisnis sebagai media pemasaran produk	Penerapan Teknologi: Memberikan penerapan langsung kepada peserta dalam mengaplikasikan teknologi seperti implementasi katalog, balasan otomatis dan promosi via whatsapp	Pelaku UMKM dapat menggugah katalog produk yang telah disusun dalam whatsapp maupun instagram bisnis dalam melakukan promosi
Pelaku UMKM memiliki beberapa kendala dalam menggunakan fitur whatsapp dan instagram bisnis	Pendampingan: Memberikan bimbingan teknis dan pemantauan pelaku UMKM selama penerapan WhatsApp Bisnis dalam aktivitas pemasaran	Kesulitan teknis pelaku UMKM dalam menggunakan whatsapp dan instagram bisnis dapat teratasi
Pelaku UMKM belum optimal dalam pengembangan konten melalui whatsapp maupun instagram bisnis	Keberlanjutan: Pendamping secara berkala untuk memastikan bahwa usaha UMKM terus berkembang dengan optimal setelah program pendampingan selesai	Pelaku UMKM secara konsisten dapat mengelola katalog produk, rutin memperbarui informasi, dan aktif berinteraksi dengan pelanggan

Tim PkM memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pemanfaatan whatsapp bisnis dan intagram bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan katalog usaha pada whatsapp bisnis dan instagram bisnis, pembuatan *flyer* berbagai jenis promosi serta pengambilan foto, video dan konten menarik lainnya yang kemudian akan di upload pada *story*, *feed*, *reels* akun media sosial. Pada tahap akhir yang perlu diperhatikan adalah dengan melakukan

monitoring dan evaluasi terhadap hasil implementasi yang dilakukan apakah terjadi peningkatan jumlah pelanggan. Pada akhir program mitra diharapkan agar konsisten dalam mengelola hasil luaran yang telah dicapai ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan UMKM Berkah di desa Jepitu, dimulai dengan melakukan sosialisasi tentang pentingnya pemasaran digital untuk meningkatkan pemasaran yang dilaksanakan pada tanggal 9 Agustus 2024 bertempat di Aula Balai Kalurahan Jepitu dan dihadiri oleh 50 pemilik UMKM. Beberapa permasalahan yang dihadapi pemilik UMKM antara lain peserta belum mengetahui media pemasaran melalui WhatsApp dan Instagram Bisnis, sedangkan pemasaran yang dilakukan masih sebatas mulut ke mulut.



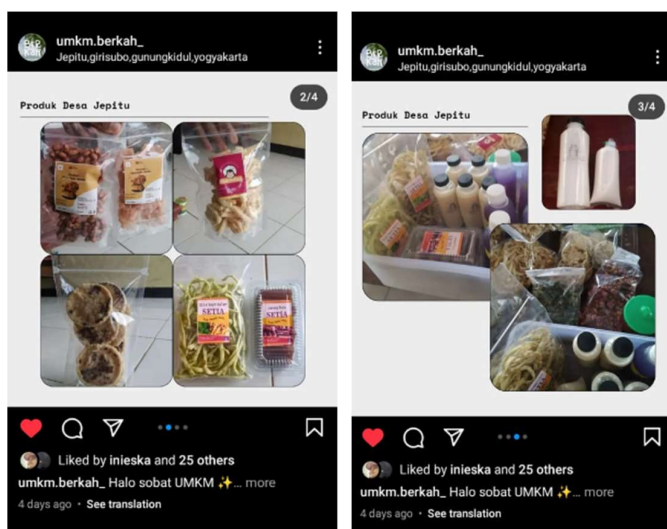
Gambar 3. Sosialisasi Pemasaran Digital UMKM Berkah

Strategi pemasaran produk UMKM sangat dibutuhkan untuk memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen yang lebih luas lagi (Nur Rahmawati D. T., 2022). Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat mengadakan pelatihan dan pendampingan penggunaan Whatsapp bisnis dan Instagram bisnis agar lebih banyak lagi konsumen yang mengetahui produk - produk UMKM Jepitu.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis

Pada pertemuan kedua, yaitu tanggal 10 Agustus 2024, Tim PkM melakukan pelatihan pembuatan WhatsApp bisnis dan Instagram bisnis. Kegiatan pelatihan dilakukan di Ruang Pertemuan Kalurahan Jepitu. Para pemilik UMKM didampingi bagaimana cara membuka dan mengelola akun WhatsApp bisnis seperti cara menambahkan katalog produk, bagaimana membuat pesan otomatis, dan label chat. Pemilik UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai WhatsApp bisnis.



Gambar 5. Unggahan katalog produk pada Instagram Bisnis

Pada tanggal 7 dan 8 September 2024, Tim PkM melakukan pendampingan untuk memberikan bimbingan dan pemantauan terhadap pelaku UMKM selama penerapan WhatsApp Bisnis dan Instagram bisnis. Tim PkM membantu peserta jika ada kesulitan teknis, misalnya perbaikan katalog produk, perbaikan pembuatan konten promosi yang diunggah, dan pengoptimalan fitur.

Pendampingan ini menunjukkan hasil yang positif, sebagian besar pelaku UMKM awalnya hanya menggunakan WhatsApp standar tanpa fitur khusus bisnis, tidak memiliki pemahaman mendalam mengenai penggunaan Instagram untuk pemasaran, dan konten promosi kurang menarik. Namun, setelah pelatihan dan pendampingan 80% peserta berhasil membuat akun WhatsApp dan Instagram Bisnis untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Pelaku UMKM mulai konsisten menggunakan media tersebut dengan konten yang menarik dan memiliki katalog produk digital yang terstruktur dalam WhatsApp maupun Instagram Bisnis sehingga produk UMKM kini mampu dijangkau oleh konsumen di luar Desa Jepitu dengan persentase peningkatan penjualan sebesar 30%.

KESIMPULAN

Pendampingan terkait pemanfaatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah Desa Jepitu telah memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha. Dengan memanfaatkan kedua platform tersebut, UMKM Berkah dapat memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mempermudah proses promosi produk. Pemanfaatan media digital melalui WhatsApp Bisnis membantu dalam menjaga komunikasi yang efektif dengan pelanggan melalui fitur-fitur seperti balasan otomatis dan katalog produk, sementara Instagram Bisnis memfasilitasi promosi visual melalui unggahan foto dan video yang menarik, serta memungkinkan pengukuran kinerja pemasaran melalui fitur *insights*.

REKOMENDASI

UMKM Berkah Desa Jepitu dapat terus memaksimalkan potensi dari WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis, dengan cara:

1. Konsisten dalam mengelola konten yaitu dengan rutin mengunggah konten yang relevan dan menarik di Instagram serta memperbarui katalog produk di WhatsApp bisnis untuk menjaga minat dan kepercayaan pelanggan.
2. Mempelajari fitur tambahan, misalnya dengan mengikuti pelatihan atau workshop terkait penggunaan fitur-fitur lanjutan dari kedua platform ini, seperti iklan berbayar di Instagram dan fitur *Broadcast* di WhatsApp, untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. mengevaluasi hasil dari kampanye pemasaran digital melalui data yang tersedia di Instagram Insights dan laporan interaksi di WhatsApp bisnis, sehingga strategi pemasaran dapat terus disesuaikan dan ditingkatkan.
3. Berinteraksi Aktif dengan Pelanggan dengan cara Membalas pesan dan komentar pelanggan dengan cepat dan ramah untuk membangun hubungan yang baik dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk UMKM Berkah.

Dengan menerapkan saran-saran tersebut, UMKM Berkah Desa Jepitu diharapkan dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Program Studi Teknik Geologi dan Program Studi Bisnis Digital Universitas AKPRIND Indonesia, serta Program Studi Teknik Industri Universitas Widya Mataram mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset,

Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Kelompok UMKM “BERKAH” dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) “IDAMAN” Desa Jepitu, Pemerintah Daerah Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta dan seluruh pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan atas partisipasi aktif dan kerjasamanya.

DAFTAR PUSTAKA

- ABD. Rohim Alamsyah, G. H. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing dan Promotion Mix Pada UMKM Berry Catszone Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 39-46.
- Ahmad Alif Ikhsani, D. I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi pada Bisnis Pempek Lestari. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 17 - 26.
- Almuntaha, E. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengembangan Web untuk Mendukung Penjualan Komoditas Porang pada Kelompok Tani Yin Porang di Wonogiri. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1-6.
- Dela Astria, M. S. (2021). PEMANFAATAN APLIKASI WHATSAPP BISNIS DALAM STRATEGI PEMASARAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 246-270.
- Dian Azmi Fadhilah, T. P. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17-22.
- Novianto. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. *GIAT: Teknologi untuk Masyarakat*, 1-12.
- Nur Rahmawati, D. T. (2022). STRATEGI PEMASARAN BATIK SEBAGAI PENDUKUNG DESA WISATA GUNUNG IRENG, GUNUNG KIDUL, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 284-291.
- Nur Rahmawati, E. A. (2024). PENERAPAN PENDAMPINGAN KOMPETISI SAINS NASIONAL BIDANG EKONOMI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KOMPETENSI SISWA SMAN 1 PRAMBANAN UNTUK MENGHADAPI KSN BIDANG EKONOMI. *Jurnal Dharma Bakti*, 70-76.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- Robby Aditya, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 96-102.
- Sudirwo Sudirwo, A. N. (2021). Pemanfaatan Instagram bagi Pengembangan Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Banjarbaru. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 50-57.