

Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada UMKM

Eko Setia Budi, Ade Priyatna, Eva Zuraidah*, Sanwani, Dito Tri Ardana, Aprilia Dimas Sahid, Ghifary Rafy Pratama, Kenji Ferdian Santosa, Muhamad Irfan

Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: ¹eko.etb@nusamandiri.ac.id, ²ade.aeq@nusamandiri.ac.id, ³*eva.evz@nusamandiri.ac.id,

⁴sanwani.swq@nusamandiri.ac.id, ⁵ditoardana20@gmail.com, ⁶dimoeng2@gmail.com, ⁷ghifaryrafypratama@gmail.com,

⁸kenjiferdiansantosa@gmail.com, ⁹muhamadirfan0930@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: eva.evz@nusamandiri.ac.id

Abstrak–UMKM Tajur Halang Makmur adalah organisasi sosial kemasyarakatan sebagai wadah dan sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari dan untuk masyarakat di wilayah, terutama bergerak dibidang usaha menengah dan kecil. Sedangkan keanggotaan UMKM Jakarta yang selanjutnya disebut Ibu-ibu PKK adalah setiap anggota masyarakat. Koperasi UKM Tajur Halang Makmur, Didirikan tanggal 03 September 2019, beralamat Ruko Ning's Residence Jalan Raya Kalisuren, Kelurahan Kalisuren, Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor, Akta pendirian koperasi "UKM Tajurhalang Makmur" Nomor : 04,- Tanggal : 03 September 2019. Koperasi UKM Tajurhalang Makmur bergerak di bidang Serba Usaha. Permasalahan keterbatasan pemahaman mengenai pengelolaan sosial media yang belum dilakukan dalam seoptimalisasi di lingkungan manajemen UMKM. Penggunaan media sosial yang digunakan adalah masih secara manual untuk informasi penjualan. Oleh karena itu Oleh karena itu Universitas Nusa Mandiri melaksanakan Pengabdian Masyarakat berupa pelatihan dan pemanfaatan teknologi Whats App Business dalam mengembangkan penjualan produk. Dengan pelatihan tersebut, dapat membantu para Ibu-ibu PKK dalam mengelola dan memberikan data informasi dengan pelatihan penerapan penjualan produk secara digital. Hasil Luaran yang akan dicapai dari Sosialisasi dalam bentuk Pengabdian masyarakat ini adalah publikasi di media massa lokal cetak atau elektronik

Kata Kunci: UMKM; WhatsApp Business; Pelatihan; PKK; Bogor

Abstract–UMKM Tajur Halang Makmur is a social organization as a forum and means of developing every member of society who grows and develops on the basis of awareness and social responsibility from and for the community in the region, especially those engaged in medium and small businesses. Meanwhile, the membership of Jakarta MSMEs, hereinafter referred to as PKK Mothers, is every member of the community. Tajur Halang Makmur UKM Cooperative, Founded on 03 September 2019, address Ruko Ning's Residence Jalan Raya Kalisuren, Kalisuren Village, Tajurhalang District, Bogor Regency, Deed of establishment of the cooperative "UKM Tajurhalang Makmur" Number: 04,- Date: 03 September 2019. UKM Cooperative Tajurhalang Makmur operates in the Multi Business sector. The problem is limited understanding of social media management which has not been optimized within the MSME management environment. The use of social media is still manual for sales information. Therefore, Nusa Mandiri University carries out Community Service in the form of training and utilizing Whats App Business technology in developing product sales. With this training, PKK mothers can help manage and provide information data with training in implementing digital product sales. The output that will be achieved from this socialization in the form of community service is publication in local print or electronic mass media

Keywords: MSMEs; WhatsApp Business; Training; PKK; Bogor

1. PENDAHULUAN

Digital marketing memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Tajur Halang adalah Desa dengan pelaku UMKM potensial di Tajur Halang. Ini menjadi salah satu hal yang patut diperhatikan ditengah kemajuan dalam bidang pemasaran. Media promosi konvensional hendaknya dapat berkolaborasi dengan media digital, sehingga pelaku UMKM lebih maksimal dalam memasarkan produk(Hendriyani et al., 2020).

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan, didapatkan fakta bahwa masih belum maksimal pelaku UMKM yang menggunakan digital marketing. Hal tersebut terjadi karena tidak adanya pengetahuan dari pelaku UMKM mengenai digital marketing. Permasalahan ini dapat diatasi dengan memberikan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan digital marketing dalam dunia usaha. Pengguna internet di Indonesia menunjukkan semakin lama semakin mengalami peningkatan angka pertumbuhan pengguna internet setiap tahunnya. Bertambahnya angka pengguna internet merupakan potensi besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan platform penjualan melalui dunia maya. Sehingga pelaku UMKM dapat melakukan ekspansi bisnis melalui kegiatan offline maupun online (Hendriyani et al., 2020).

Pengguna social media di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya, pada akhir tahun 2022 tercatat jumlah pengguna aktif social media mencapai 191 juta penduduk. Jumlah itu meningkat sebesar 12,35% dibanding tahun sebelumnya. Adapun whasApp menjadi social media yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Presentasinya mencapai 88,7% setelah Instagram dan facebook dengan presentase masing-masing sebesar 84,8%

dan 81,3%, sementara, proporsi pengguna tiktok sebesar 63,1% dan pengguna telegram sebesar 62,8% (dataindonesia.id). Hal yang serupa dirilis oleh kementerian Komunikasi dan Informatika bersama dengan Katadata Insight Center dengan melakukan surey terhadap 10 ribu responden yang tersebar diseluruh Indonesia pada oktober 2021. Metode survey yang digunakan adalah multistage random sampling dengan kriteria responden berusia 13-70 tahun. Dalam laporan tersebut, WhatsApp menjadi aplikasi media social yang paling banyak dimiliki dan digunakan oleh masyarakat Indonesia sehari-hari (Jamiati et al., 2022a).

WhatsApp merupakan salah satu platform media social yang digunakan untuk berkomunikasi, mengirim pesan teks, broadcast, voice note, video call. Selain itu, Aplikasi whatsapp memungkinkan berbagi file, dokumen, gambar, foto dan lain-lain. WhatsApp dapat menggantikan komunikasi tatap muka melalui video call, efektivitas emoji, pesan suara, dan pesan teks dalam komunikasi. Salah satu keunggulan whatsapp adalah memiliki tampilan yang user friendly. Pada awal tahun 2018, WhatsApp memperkenalkan aplikasi yang diperuntukkan untuk pemilik usaha yaitu whatsapp business. WhatsApp business merupakan penyedia jasa layanan resmi dari WhatsApp untuk memberikan solusi komunikasi bisnis kepada pelaku atau pemilik usaha. WhatsApp business membantu pemilik usaha untuk menjangkau lebih banyak customer. 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).

WhatsApp business menawarkan fitur berbagi lokasi, dokumen, gambar, foto, daftar kontak dan tautan website. Fitur tambahan lain yang dimiliki oleh WhatsApp business diantaranya a) Profile business: fitur ini memberikan informasi profil usaha, alamat usaha, daftar kontak, alamat email dan situs website; b) Katalog produk: fitur ini digunakan untuk menambahkan foto produk, deskripsi produk dan juga menampilkan harga; c) Label chat: fitur ini digunakan untuk mengelompokkan kontak atau chat dengan adanya label chat kategori pesan masuk dapat lebih terkontrol dan terarah; d) Pesan otomatis: fitur ini memberikan jawaban secara otomatis ketika pelanggan mengirimkan pesan, terdapat 3 fitur yang dapat digunakan, yaitu away message, quick reply, greeting message; e) Statistic pesan: fitur ini digunakan untuk mengetahui statistic pesan terkirim dan pesan yang diterima sehingga dapat terlihat prosentase pesan yang sampai ke konsumen.

Sekarang ini permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM potensial di Tajur Halang dalam penjualan secara digital dengan cara mengoptimalkan aplikasi WhatsApp Business. Dalam era digital yang semakin maju, teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia, termasuk dalam proses penjualan produk UMKM. Masih banyak pelaku UMKM potensial di Tajur Halang potensial di Tajur Halang dihadapkan pada berbagai permasalahan baik dari aspek persoalan bahan baku, inovasi dan teknologi, pemasaran produk-produk UMKM, bahkan sampai permasalahan permodalan, dan UMKM pelaku UMKM potensial di Tajur Halang harus bisa mengubah strategi marketing, jadi sekarang ini pelaku UMKM potensial di Tajur Halang Atas dasar hal tersebut di atas maka kami selaku pihak akademisi bermaksud mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat dalam mengembangkan penjualan produk di Koperasi UKM Tajurhalang Kabupaten Bogor”.

Kegiatan yang dilakukan kelompok Koperasi UMKM Tajur Halang, sebagian besar melakukan aktivitas yang produktif dan memiliki nilai jual. Aktifitas dalam setiap pertemuan yang dilakukan sebulan sekali, dimanfaatkan oleh kelompok Ibu-ibu Koperasi Tajur Halang, untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Desa maupun anggota Koperasi itu sendiri mampu mengajak anggotanya untuk lebih produktif menghasilkan suatu produk, baik berupa makanan maupun barang kerajinan. Beberapa dari anggota Koperasi sendiri telah memiliki jenis usaha yang berbeda, jadi anggota Koperasi akan berbagi keterampilan dengan anggota yang lainnya.

Permasalahan yang kemudian muncul adalah pemasaran produk yang dihasilkan masih menggunakan cara tradisional, yakni hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut orang yang dikenal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlu diadakan pengarahan dan pembekalan terhadap kelompok Koperasi Tajur Halang. Diharapkan melalui pembekalan ini, anggota Koperasi semakin bertambah pengetahuan dan pemahamannya dalam mengelola strategi digital marketing melalui aplikasi WhatsApp business, meningkatkan layanan kesadaran secara keseluruhan akan memperkuat hubungan dengan konsumen yang memiliki keterampilan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pelatihan keterampilan digital marketing memiliki peran penting dalam memajukan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Tajurhalang, Kabupaten Bogor. Di tengah pergeseran ke arah ekonomi digital, penting bagi UMKM untuk mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif guna meningkatkan daya saing mereka. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan UMKM di Tajurhalang dalam memanfaatkan platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Melalui pelatihan, workshop, dan pendampingan langsung, kami bertujuan untuk memberikan pengetahuan praktis tentang strategi digital marketing yang tepat, yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kehadiran online mereka. Metode evaluasi kualitatif digunakan untuk memantau dan mengevaluasi dampak dari pelatihan yang diberikan kepada para pelaku usaha. Temuan dari penelitian ini

diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan kemandirian UMKM di Tajurhalang, Kabupaten Bogor (Bong et al., 2020)

Keterampilan dalam menguasai digital marketing sangat penting diberikan kepada pelaku UMKM di Malang, karena: Pertama, mereka belum menguasai pemasaran berbasis digital dengan efektif sehingga belum memanfaatkan digital marketing secara maksimal. Kedua, tanpa memiliki kompetensi ini (penguasaan digital marketing), maka akan menyulitkan para pelaku UMKM bersaing dalam perdagangan, sehingga keterampilan ini penting diberikan terlebih dahulu kepada para pelaku UMKM. Teknik pendampingan yang digunakan adalah teknik pendampingan terarah yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hasil positif dan memuaskan dari pelatihan pemasaran berbasis digital ini merupakan langkah awal yang dilakukan team pengabdian dalam membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk meningkatkan frekuensi penjualan (Wati et al., 2020)

Pengabdian Kepada Masyarakat ini berjudul Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan dengan Pemanfaatan Whatsapp Business pada UMKM Jabar Juara di Kota Depok. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Memberikan penyuluhan, pendampingan dan pelatihan mengenai strategi pemasaran produk-produk UMKM makanan yang efektif dan aplikatif untuk diimplementasikan dimasa pandemic covid-19. Metode yang digunakan dalam kegiatan Pendampingan Kepada masyarakat kali ini adalah metode wawancara, pendampingan dan pelatihan penggunaan teknologi sosial media whatsapp business sebagai sarana pemasaran produk-produk UMKM makanan. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa sharing informasi dan alih teknologi serta peran serta baik pemerintah, dunia pendidikan maupun stakeholders lain dalam upaya pendampingan dan pengembangan UMKM sangat diharapkan oleh Pelaku Usaha UMKM ditingkat lapangan. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dalam kondisi sulit, masih ada strategi-strategi konkrit yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha UMKM Makanan dalam rangka optimalisasi pemasaran dan penjualan produk-produknya diantaranya adalah penggunaan aplikasi whatsapp business. (Syarif et al., 2022)

WhatsApp Business merupakan aplikasi WhatsApp yang dikhususkan bagi orang yang memiliki bisnis dan dapat diunduh secara gratis, begitu juga dengan Instagram Business. Seperti namanya, Instagram Business ditujukan untuk orang-orang yang mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan telepon genggam melalui media sosial, baik untuk mempromosikan produk ataupun untuk berkomunikasi dengan calon konsumennya (Nur Fitriana, Dewi Clarita, 2023)

UMKM ini dalam kegiatan pemasaran produknya belum optimal dalam penggunaan teknologi. Metode yang diberikan dengan memberikan pendampingan mengenai pentingnya memanfaatkan digital marketing agar sistem pemasaran dan kegiatan penjualannya menjadi lebih baik, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan serta daya saing dan memperluas target usaha. Solusi yang ditawarkan adalah dengan pembuatan akun media sosial kemudian dilanjutkan pada pendampingan penggunaan media sosial yang meliputi pembuatan akun media sosial seperti Instagram, WhatsApp Business, Facebook, Online Shop (Shopee), Google Maps dan upload konten produk pada media sosial. (Yani et al., 2023)

Pada saat yang bersamaan, banyak UMKM yang belum memahami teknik digital marketing yang efektif sebagai solusi di masa pandemi ini. Kegiatan pelatihan secara virtual dimaksudkan untuk membantu mitra dalam memanfaatkan teknik digital marketing seperti meningkatkan pemasaran melalui media sosial, online advertising, dan branding. Berdasarkan hasil evaluasi menunjukkan bahwa optimalisasi penggunaan dan pemanfaatan media digital telah mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dan memberikan dampak pada peningkatan pemasaran. Pelatihan pemanfaatan media digital dalam pengembangan UMKM terbukti bermanfaat dan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra (Indramayu, Negeri Sliyeg Silvana Batubara1, Fithra Maharani, 2022)

UMKM. Hasil dari kegiatan tersebut yakni pelaku usaha dapat mengakses WhatsApp Business dari pada GoFood. Pengusaha tersebut menyatakan bahwa fitur yang terdapat pada aplikasi WhatsApp Business sangat mudah dipahami dan diakses karena fitur didalamnya tidak jauh beda dengan aplikasi WhatsApp biasa. Penjualan dalam ke-2 aplikasi tersebut lebih banyak dari penjualan WhatsApp Business dari pada GoFood karena tidak terdapat tambahan biaya layanan (Ferdian et al., 2023)

Pemanfaatan konsep pemasaran berbasis digital menjadi harapan berkembang menjadi pusat kekuatan ekonomi. Media promosi digital diharapkan menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Adapun UMKM yang dijadikan objek pelatihan adalah UMKM Pelaku Bisnis Kopi Kecamatan Pantan Cuaca Gayo Lues. Teknik pendampingan yang digunakan adalah teknik pendampingan terarah yang disesuaikan dengan kebutuhan. Hasil positif dan memuaskan dari pelatihan pemasaran berbasis digital khususnya whatsapp dan line ini merupakan langkah awal yang dilakukan team pengabdian dalam membantu pelaku usaha mikro kecil dan menengah untuk meningkatkan penjualan. (Jamiati et al., 2022b) Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM melalui penerapan teknologi pemasaran digital yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM dengan menerapkan solusi yang terdiri dari pelatihan digital marketing, pelatihan sistem kanalisasi layanan pelanggan,

dan pelatihan sistem keuangan usaha kegiatannya berupa pelatihan penentuan harga pokok penjualan (HPP). Metode kegiatan meliputi persiapan pelatihan digital marketing, persiapan pelatihan sistem kanalisasi layanan pelanggan, dan persiapan pelatihan sistem keuangan usaha, monitoring dan evaluasi (Novrianda et al., 2022)

Penggunaan digitalmarketingke dalam rencana pemasaran perusahaan secara keseluruhan telah menjadi sangat penting karena kemajuan teknologi informasi dan meluasnya penggunaan internet. Namun, sejumlah besarUMKMmenghadapi tantangan dalam mengadopsi strategi pemasaran digital, terutama karena kurangnya pemahaman dan kemahiran mereka dalam bidang ini (Desy Rahmawati¹), Wahyudhi Sutrisno^{2*}), Ali Maskuri³), 2023)

Digital marketing merupakan suatu kegiatan promosi dan pencarian melalui media digital secara online dengan menggunakan jejaring sosial UMKM yang kurang memahami pentingnya penggunaan digital marketing dan pemanfaatan teknologi informasi serta keterbatasan wawasan mengenai digitalisasi. Metode yang dipakai dalam kegiatanpendampingan ini yaitu dengan melakukan pendekatan partisipatif, dimana pada proses pendampingan ini para pelaku UMKM terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan yang dilakukan Program yang dilakukan pada pendampingan ini meliputi rebranding produk, digital marketing dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, whatsapp business dan google bisnis, serta pendampingan pembuatan konten digital. (Diana et al., 2023)

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan didalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut ini:

a. Persiapan

Dilakukan dengan mengamati dan melakukan analisa terhadap kebutuhan Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur yang dimulai melakukan survei dan melakukan observasi langsung Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur dan wawancara kepada ketua UMKM Tajur

b. Pelaksanaan

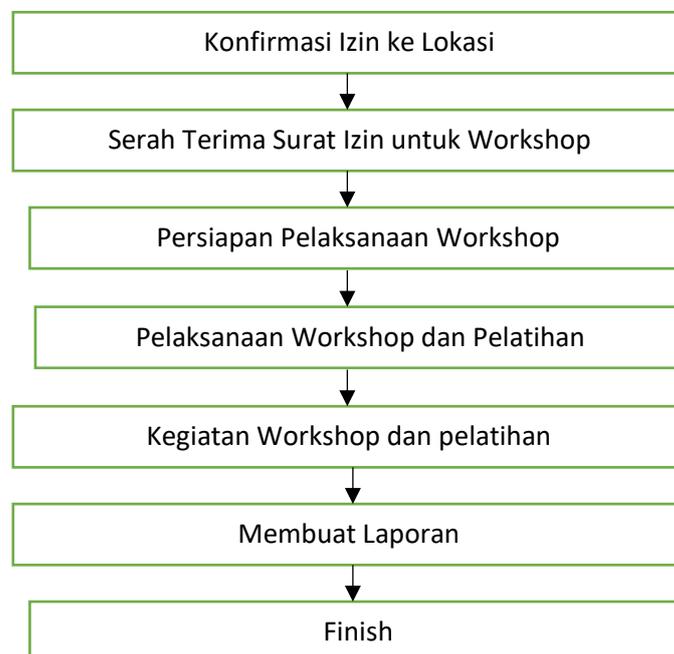
Dalam tahapan pelaksanaan dilakukan dengan Pelatihan dan pemanfaatan teknologi whatsapp business dalam mengembangkan penjualan produk pada Ukm Tajur Halang Makmur Bogor dan proses tanya jawab dalam pemberian pengetahuan lebih dalam. Kantor Kecamatan Tajur Halang Jl. Cendrawasih No. 28 Tajur Halang Kec. Tajur Halang Kab. Bogor Jawa Barat 16320

c. Evaluasi

Tahapan ini dilakukan jika ada kendala yang terjadi setelah dilakukan penerapan terhadap penggunaan teknologi whatsapp business

d. Dokumentasi

Tahapan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dan bukti setelah dilakukan kegiatan pengabdian. Dari beberapa kegiatan yang dilakukan, dapat terlihat pada gambar 1:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan

Proses bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan pada pengabdian masyarakat ini terdiri dari pengurus dan anggota dari Koperasi UKM Tajurhalang Makmur untuk mengetahui penggunaan Pelatihan dan pemanfaatan teknologi whatsapp business ini dimulai dari pemanfaatan, penggunaan dan Pengabdian masyarakat ini akan dilakukan secara offline dan pengurus Koperasi UKM Tajurhalang Makmur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada : Hari/Tanggal : Sabtu, 6 Januari 2024 Waktu : 9.00 – 12 WIB, Tempat: Kantor Kecamatan Tajur Halang Jl. Cendrawasih No. 28 Tajur Halang Kec. Tajur Halang, Kab. Bogor Jawa Barat 16320 yang di hadiri oleh peserta, para dosen dan juga mahasiswa

3.2 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan kelompok Koperasi UMKM Tajur Halang, sebagian besar melakukan aktivitas yang produktif dan memiliki nilai jual. Aktifitas dalam setiap pertemuan yang dilakukan sebulan sekali, dimanfaatkan oleh kelompok Ibu-ibu Koperasi Tajur Halang, untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Desa maupun anggota Koperasi itu sendiri mampu mengajak anggotan lainnya untuk lebih produktif menghasilkan suatu produk, baik berupa makanan maupun barang kerajinan. Beberapa dari anggota Koperasi sendiri telah memiliki jenis usaha yang berbeda, jadi anggota Koperasi akan berbagi keterampilan dengan anggota yang lainnya.

Permasalahan yang kemudian muncul adalah pemasaran produk yang dihasilkan masih menggunakan cara tradisional, yakni hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut orang yang dikenal. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, perlu diadakan pengarahan dan pembekalan terhadap kelompok Koperasi Tajur Halang. Diharapkan melalui pembekalan ini, anggota Koperasi semakin bertambah pengetahuan dan pemahamannya dalam mengelola strategi digital marketing melalui aplikasi Whatsapp business, meningkatkan layanan kesadaran secara keseluruhan akan memperkuat hubungan dengan konsumen yang memiliki keterampilan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan memberikan modul panduan atau tutorial cara Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business karena metode ini dapat memberikan kesempatan kepada para peserta untuk dapat langsung mempraktekkan terhadap materi yang disampaikan oleh tutor. Hal ini juga sesuai dengan peserta pengabdian masyarakat yang rata-rata para ibu-ibu untuk belajar sendiri tanpa didampingi dan juga ada modul panduannya sehingga lebih cepat. Tahapan yang diberikan dari kami yaitu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur harus bisa untuk mengetahui teknologi media sosial yang baik, langsung kepada Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur secara praktek langsung, sampai berhasil, dan kami bersyukur sudah banyak pada saat Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi dengan pemberian materi yang kami sampaikan. Kami senang karena anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur dapat ilmu yang berguna buat Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business pada Ibu-ibu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur

3.3 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dimana setelah Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business untuk mengelolah karena metode ini dapat memberikan kesempatan kepada para peserta untuk dapat langsung mempraktekkan terhadap materi dan dilakukan penerapan dalam pemberian pelatihan dalam melihat transfer ilmu dapat diterapkan maupun dan hasil yang ditemukan berupa kemudahan dan membantu Ibu-ibu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur dalam penyimpanan data dan pengumpulan data, semangat yang diberikan oleh pihak peserta pelatihan memperlihatkan minat belajar dan menerima ilmu dalam pelatihan sangat bermanfaat, keberhasilan dalam membuat contoh soal dan ujian yang diterapkan dalam Pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business pada Ibu-ibu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur merupakan keberhasilan dalam pelaksanaan kegiatan.

Evaluasi kegiatan yang dilaksanakan Melalui observasi partisipan langsung kepada peserta yang di dampinginya saat praktek berlangsung. Selama praktek, setiap anggota pengabdian melakukan interaksi kepada peserta dan melihat sejauh mana pemahaman peserta dalam mengikuti pembelajaran pelatihan dan pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business pada Ibu-ibu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur Untuk Penyimpanan yang diadakan. Data dari catatan setiap anggota tim pengabdian menjadi bahan analisis tematik dengan pendekatan induktif, yang dapat menunjukkan minat serta kemampuan peserta untuk memahami pembelajaran yang diberikan.

3.4 Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan mengadakan pembelajaran pelatihan dan pemanfaatan Teknologi Aplikasi Whats App Business pada Ibu-ibu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur



Gambar 2. Peserta Ibu ibu sedang mempraktekan langsung



Gambar 3. Ibu ibu koperasi mempraktekan dan juga bertanya pada tutor

3.5 Manfaat yang dicapai

Manfaat yang di capai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sangat penting sekali untuk masyarakat khususnya pengurus serta anggota dari Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur, berikut adalah manfaat yang di capai : Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membantu memberikan pelatihan dan pemanfaatan teknologi Whats App Business dalam mengembangkan penjualan produk secara digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan ini memberikan berbagai manfaat bagi para anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur dengan Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business dalam Mengembangkan Penjualan Produk dapat digunakan dengan secara digital. Hal ini memungkinkan peningkatan kualitas produk, penyesuaian harga yang lebih baik, dan peningkatan pelayanan pelanggan secara keseluruhan, kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa penerapan digital marketing memiliki dampak yang positif terhadap peningkatan pendapatan Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur , membantu Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur untuk bersaing di era digital, mencapai target pasar yang lebih luas, dan secara keseluruhan, mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka, yang ingin tetap relevan dan sukses dalam pasar global. Peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat sangat berperan aktif pada saat kegiatan ini berlangsung sehingga kami yakin bahwa sumbangsih kami ini dapat memberikan semangat positif pada masa pasca pandemi sekarang ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bong, S., Agungputranto, A., & Purwanto, A. (2020). Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE). Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE), 01(01), 1–6.
- Desy Rahmawati¹), Wahyudhi Sutrisno^{2*}), Ali Maskuri³), A. D. P. (2023). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Catering Snack di Dukuh Kalangan Desa Genengsari. Journal of Appropriate Technology for Community Services, 5(1), 103–111. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol5.iss1.art12>
- Diana, L., Ayun, Q., Ajmal, M., Nur, S., Amalia, A., & Hafidhuddin, M. A. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing pada

- Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Pakunden, Kecamatan Sukorejo Kota Blitar. 02(01), 10–18. <https://journals.eduped.org/index.php/income>
- Ferdian, M., Laila, R., & Muzdalifah, L. (2023). Pemanfaatan Teknologi Digital Menggunakan Whatsapp Business Dan Go-Food Bagi Umkm. *Journal of Comprehensive Science*, 2(6), 1870–1875.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Perjualan Dan Kedekatan Dengan Pelanggan Di Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v5i2.29171>
- Indramayu, Negeri SliyegSilviana Batubara1, Fithra Maharani, M. (2022). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. 01(01), 42–49. <https://stp-mataram.e-journal.id/Amal/article/view/1237/967>
- Jamiati, K. N., Murdiana, V. A., Annisa, K., & ... (2022a). Membangun Bisnis Online melalui Pelatihan Whatsapp Marketing pada UMKM Pelaku Bisnis Kopi Gayo Lues, Aceh. *Prosiding Seminar ...*
- Jamiati, K. N., Murdiana, V. A., Annisa, K., & ... (2022b). Membangun Bisnis Online melalui Pelatihan Whatsapp Marketing pada UMKM Pelaku Bisnis Kopi Gayo Lues, Aceh. *Prosiding Seminar ...* [https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14364%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/a](https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14364%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/14364/7504)
- Kusrini. (2007). *Konsep Dan Aplikasi Pemdukung Keputusan*. Andi.
- Novrianda, H., Shar, A., Arisandi, D., Lebong, R., Utara, B., Tengah, B., Timur, L., Indah, T., & Nangka, P. (2022). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM di Provinsi Bengkulu. 6(1), 189–199.
- Nur Fitriana, Dewi Clarita, A. O. C. M. S. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business dan Instagram Business sebagai media promosi UKM di kelurahan Sialang Sakti. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.29408/ab.v4i1.6770>
- 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., Sains dan Teknologi, F., Muhammadiyah Karanganyar, U., & Tengah, J. (2023). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sains dan Teknologi Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK*. *Media Cetak*, 2(1), 115–122. <https://doi.org/10.55123/abdikan.v2i1.1705>
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada UMKM. *Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–148. <https://doi.org/10.31537/dedication.v4i2.362>
- Yani, N., Harini, S., Saputra, H., Hodailma, A., & Ningsih, K. F. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Pada Umkm Peci Assagofah Di Desa Banjarwangi Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 30–35. <https://doi.org/10.55606/jpmi.v2i1.1065>