

## PELATIHAN OPTIMASI MEDIA ONLINE WHATSAPP UNTUK BERJUALAN BAGI UMKM KELURAHAN MANGUNHARJO TUGU

**Fatkahul Amin<sup>\*1</sup>, Setyawan Wibisono<sup>2</sup>, Mardi Siswo Utomo<sup>3</sup>, Endang Lestariningsih<sup>4</sup>, Dwi Agus Diartono<sup>5</sup>, Wiwien Hadikurniawati<sup>6</sup>, Taufiq Dwi Cahyono<sup>7</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Fakultas Teknologi Informasi dan Industri, Universitas Stikubank Semarang  
Jl. Trilomba Juang No. 1, Semarang

<sup>7</sup>Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Semarang  
Jl. Soekarno Hatta, Semarang

<sup>\*1</sup>fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id, <sup>2</sup>setyawan@edu.unisbank.ac.id, <sup>3</sup>mardi@edu.unisbank.ac.id,  
<sup>4</sup>endang\_lestariningsih@edu.unisbank.ac.id, <sup>5</sup>dwieagus@edu.unisbank.ac.id, <sup>6</sup>wiwien@edu.unisbank.ac.id,  
<sup>7</sup>taufiq\_dc@usm.ac.id

### *Abstrak*

*Pemasaran online menjadi semakin penting di era digital saat ini, terutama bagi UMKM di Kelurahan Mangunharjo yang bergerak di sektor usaha kecil dan menengah. WhatsApp, sebagai salah satu aplikasi pesan instan paling populer, menawarkan berbagai fitur yang dapat digunakan untuk memasarkan produk secara efektif dan efisien. Pelatihan ini menggunakan metode praktis yang melibatkan demonstrasi langsung dan tugas mandiri bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan keterlibatan pelanggan dan konversi penjualan melalui penggunaan WhatsApp. Selain itu, fitur-fitur seperti WhatsApp Business memungkinkan pengelolaan bisnis yang lebih terstruktur dan profesional. Pemanfaatan WhatsApp yang tepat dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung strategi pemasaran digital UMKM, sehingga membantu mereka berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ketat*

**Kata kunci:** whatsapp, Pemasaran online, UMKM Mangunharjo

### *Abstract*

*Online marketing is becoming increasingly important in today's digital age, especially for UMKM in Mangunharjo residence, which operates in the small and medium-sized enterprise sector. One of the most popular instant messaging apps, WhatsApp, provides a variety of features for effective and efficient product marketing. This training utilized practical methods that involve direct demonstration and self-employment for small and medium-sized enterprises. The training results demonstrated that WhatsApp increased customer engagement and sales conversion. Furthermore, features like WhatsApp Business allow for more structured and professional business management. Appropriate use of WhatsApp can be a very effective tool in supporting UMKM's digital marketing strategy, thus helping them thrive in the midst of increasingly competitive markets.*

**Keywords:** whatsapp, online marketing, UMKM mangunharjo

## PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang menghadapi kendala dalam memasarkan produk secara efektif [1]. Perkembangan teknologi dan internet memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka. WhatsApp dengan berbagai fitur bisnisnya, menjadi alat yang sangat potensial untuk pemasaran digital. Pengabdian masyarakat ini dirancang untuk membantu UMKM memanfaatkan WhatsApp sebagai media pemasaran online [2] yang efektif.

Masyarakat pada umumnya akan selalu berusaha meningkatkan kemampuan dalam bertahan hidup melalui berbagai usaha, artinya kemampuan masyarakat harus selalu ditingkatkan terlepas apapun kondisi mereka [3].

Masyarakat di Kelurahan Mangunharjo Kecamatan Tugu memiliki potensi yang menjanjikan untuk meningkatkan penghasilan mereka melalui pemasaran online [4], hal ini dikarenakan beberapa masyarakat menjadi ibu rumah tangga yang produktif yaitu memiliki penghasilan melalui usaha kecil mereka [5].

Kelompok beberapa orang yang memiliki usaha ini tergabung dalam UMKM yang dibina dan difasilitasi oleh Kelurahan Mangunharjo. Pada kenyataannya kebanyakan dari mereka belum memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang cakap tentang pemasaran online menggunakan media online [6]. Jika mereka mampu mengoptimalkan handphone yang mereka miliki dan digunakan sehari-hari untuk melakukan pemasaran online tentunya akan bisa meningkatkan pendapatan mereka sehari-hari yang berarti bisa meningkatkan kesejahteraan mereka [7]. Untuk itu perlu meningkatkan kemampuan anggota UMKM agar: (1) Meningkatkan pemahaman UMKM tentang pentingnya pemasaran digital; (2) Melatih UMKM dalam menggunakan WhatsApp sebagai alat pemasaran; (3) Mendukung UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran melalui WhatsApp. Pelatihan digital marketing menggunakan media online Whatsapp diperlukan untuk bisa membantu meningkatkan pendapatan anggota UMKM kelurahan Mangunharjo [8].

## **METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Pelatihan praktis adalah sesi di mana peserta tidak hanya menerima teori atau informasi secara pasif, tetapi juga diberikan kesempatan untuk menerapkan langsung pengetahuan yang telah mereka pelajari. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dan mempraktikkan keterampilan dalam situasi yang menyerupai kondisi nyata.

### *2.1 Persiapan Materi dan Alat*

Untuk mempersiapkan materi dan alat untuk pelatihan UMKM di Mangunharjo, berikut beberapa langkah yang bisa diambil:

- a. Kurikulum Detail: Peserta mendapatkan Kurikulum yang mencakup semua aspek yang akan dipraktikkan, seperti konsep pembuatan media sosial, perencanaan membuat media sosial, pembuatan akun media sosial, strategi pemasaran, pembuatan konten, dan analisis data. Peserta mendapatkan pengetahuan teori dan praktik secara langsung serta dilakukan tanya jawab. Antusiasme peserta sangat besar terbukti dari banyaknya pertanyaan dan diskusi tentang media sosial Whatsapp.
- b. Alat dan Perangkat: Peserta membawa peralatan yang diperlukan untuk membuat konten. Pastikan semua alat dan perangkat yang diperlukan, seperti smartphone, koneksi internet, dan perangkat lunak pendukung, tersedia dan siap digunakan.

### *2.2 Instruksi Langsung dan Demonstrasi*

Instruksi langsung dan demonstrasi adalah metode yang efektif dalam pelatihan UMKM untuk memastikan peserta benar-benar memahami materi yang disampaikan. Berikut adalah beberapa langkah untuk melaksanakan instruksi langsung dan demonstrasi:

- a. Instruksi Terstruktur: Konsep pemasaran online secara utuh diberikan kepada peserta UMKM dimulai dari (1) Product Knowledge, (2) Perencanaan membuat Whatsapp yang benar, (3) proses membuat konten yang benar dan (4) Pemasaran online. Ada 4 (empat) sesi yang dilakukan secara runtut dan dilakukan teori dan praktik secara langsung.
- b. Demonstrasi Langsung: Demonstrasi langsung untuk menunjukkan cara melakukan setiap tugas atau aktivitas. Dilakukan oleh pelatih tutorial yang diproyeksikan di layar. Proses demonstrasi penggunaan alat secara langsung dimaksudkan agar peserta langsung bisa memahami dan mempraktikkan pemasaran online secara bertahap. Gambar 1 menunjukkan pelatih sedang mendemonstrasikan handphone untuk pemasaran online.



Gambar 1. Tutorial Menggunakan Aplikasi

### 2.3 Praktik Mandiri

Praktik mandiri adalah bagian penting dari pelatihan yang memungkinkan peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari. Berikut adalah beberapa langkah untuk mengatur sesi praktik mandiri yang efektif:

1. Tugas Praktis: Pada sesi Pelatihan diberikan tugas-tugas praktis yang harus diselesaikan oleh peserta secara mandiri atau dalam kelompok kecil. Peserta diberikan contoh-contoh konten yang bagus dan menarik yang dibuat melalui aplikasi yang ada di handphone mereka yaitu aplikasi photoroom seperti terlihat pada gambar 2. Jika peserta belum memiliki aplikasi dilakukan proses instalasi sendiri oleh peserta dengan didampingi jika mengalami kesulitan.



Gambar 2. Praktik bersama peserta menggunakan aplikasi photoroom

2. Pengawasan dan Bimbingan: Implementasi penggunaan handphone untuk membuat konten digital yang menarik dilakukan oleh semua peserta menggunakan handphone yang mereka miliki. Setelah mengetahui cara membuat tampilan produk yang menarik dan telah diberikan pelatihannya, selanjutnya peserta mempraktikkan dengan mengambil produk yang dibawa untuk kemudian dibuat konten iklan yang menarik menggunakan whatsapp seperti terlihat pada gambar 3.



Gambar 3. Peserta Praktik Menggunakan Produk Mereka Masing-Masing

### 3. Sesi Tanya Jawab dan Diskusi

- a. Tanya Jawab: Peserta pelatihan diberikan waktu untuk tanya jawab seputar digital marketing secara bertahap, mulai dari sesi 1 sampai dengan sesi 4. Beberapa hal yang dirasa peserta belum jelas langsung ditanyakan kepada narasumber.
- b. Diskusi Kelompok: Diskusi kelompok untuk membahas tantangan dan solusi yang ditemukan selama pelatihan praktis dilakukan dengan mengambil contoh produk yang peserta miliki untuk dibuat konten yang menarik. Ini dilakukan karena bisa meningkatkan pemahaman peserta melalui berbagi pengalaman, khususnya berbagi pengalaman tentang membuat konten menggunakan handphone dan memasarkan produk menggunakan media online whatsapp.

### 4. Evaluasi dan Umpan Balik

- a. Penilaian Hasil Praktis: Peserta yang mengikuti kegiatan melakukan pengambilan gambar menggunakan handphone masing-masing dan melakukan editing menggunakan aplikasi photoroom yang telah diberikan teori dan praktik pada sesi sebelumnya. Peserta melakukan dengan mandiri dan selalu dikonsultasikan hasilnya dan dilakukan perbaikan-perbaikan untuk hasil yang bagus. Peserta yang telah selesai editing gambar dan telah menambahkan gambar selanjutnya hasilnya diperlihatkan kepada pelatih atau pendamping.
- b. Refleksi dan Perbaikan: peserta merefleksikan apa yang telah mereka pelajari dan bagaimana mereka bisa memperbaiki atau meningkatkan keterampilan mereka.

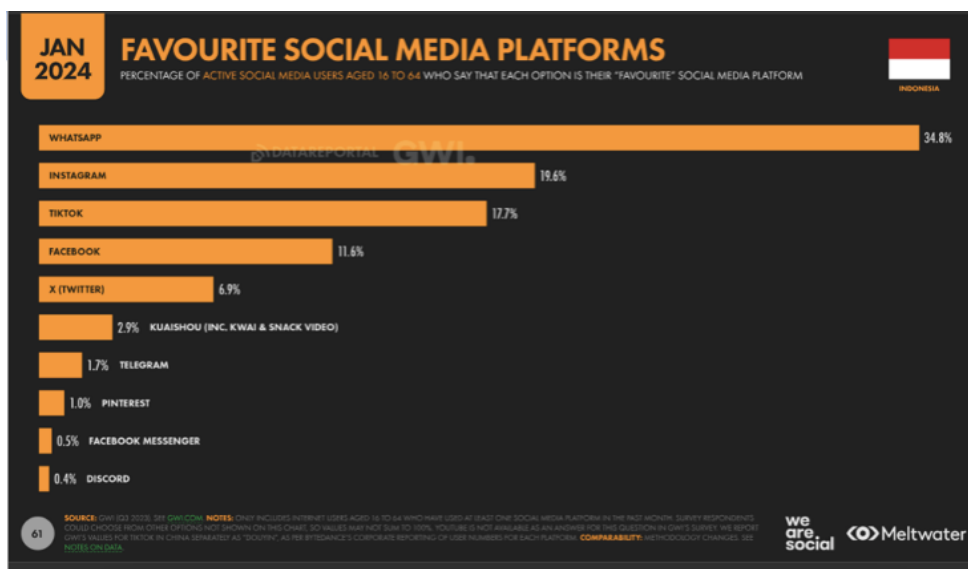
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta mampu memahami product knowledge dan peserta mampu membuat target market sesuai dengan teori dan aplikasinya. Gambar 4 menunjukkan elemen-elemen dalam product knowledge yang harus dikuasai oleh peserta sebelum melaksanakan promosi penjualan, baik promo produk maupun jasa.



Gambar 4. Komponen Product Knowledge

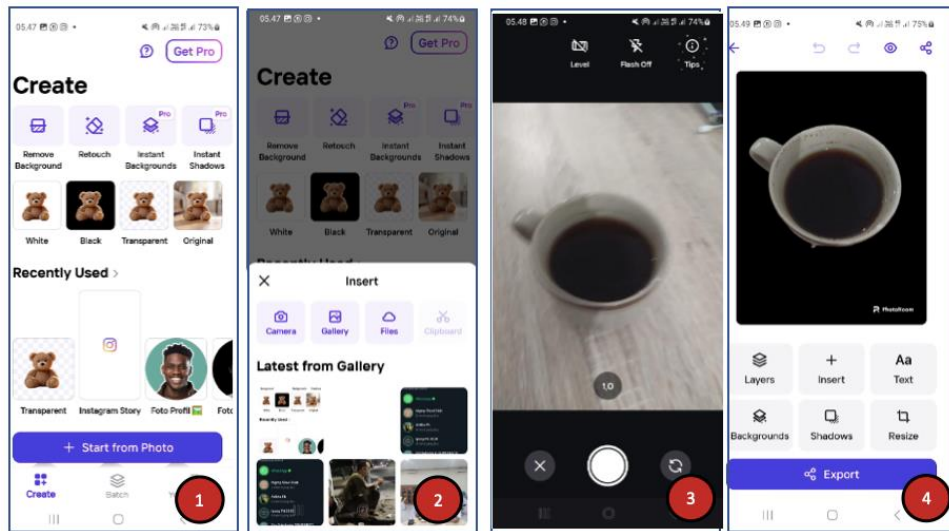
Pengetahuan tentang membaca data dengan benar juga diberikan kepada peserta yang bisa digunakan untuk menentukan platform media online yang akan digunakan untuk melakukan promosi penjualan produk mereka. Peserta mampu memilih media online yang tepat untuk digunakan pemasaran online, gambar 5 menunjukkan data pengguna aplikasi di Indonesia.



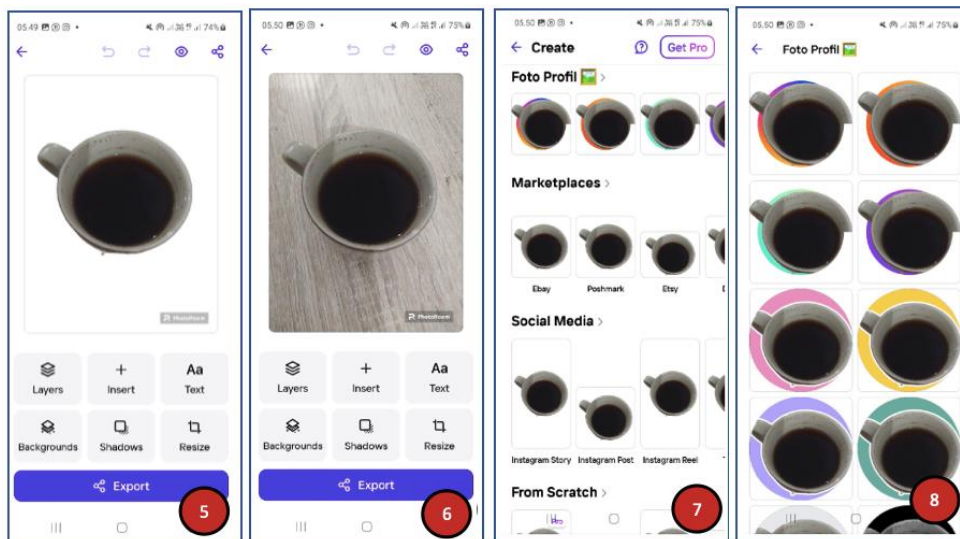
Gambar 5. Data Pengguna Aplikasi di Indonesia

Selanjutnya peserta diajarkan cara membuat konten menggunakan handphone mereka masing-masing dengan sebelumnya dilakukan instalasi aplikasi photoroom. Tahap demi tahap peserta mencoba membuat foto produk dan mengeditnya agar tampilan menarik. Gambar 6, 7 dan 8 menunjukkan tahapan proses pembuatan konten menggunakan aplikasi photoroom. Hasilnya Peserta bisa membuat konten menggunakan aplikasi photoroom dengan baik dan mulai bisa digunakan untuk memasarkan produk mereka.

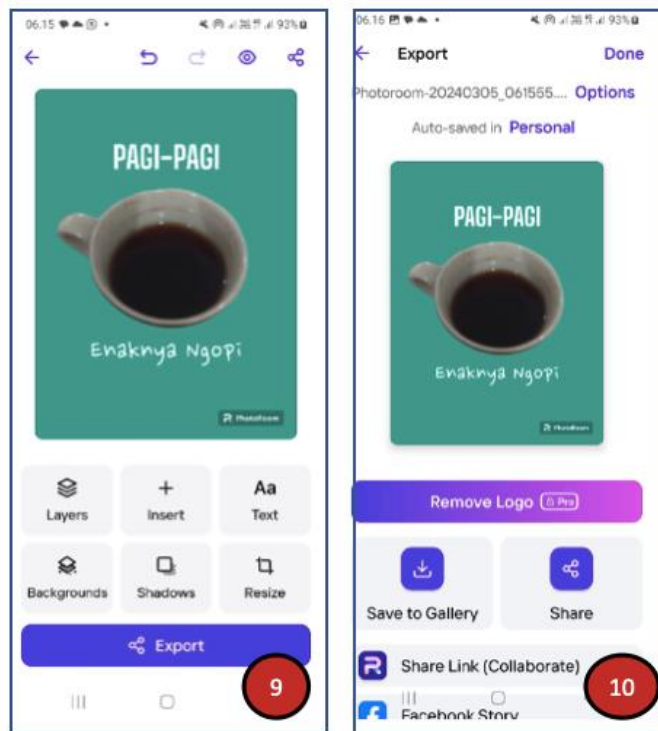




Gambar 6. Tutorial membuat konten



Gambar 7. Tutorial Edit Konten



Gambar 8. Tutorial Menyelesaikan Konten

Peserta mampu memahami dan praktik unggah promosi menggunakan wa dengan konten yang menarik sehingga akan bisa mengoptimalkan usaha mereka untuk promosi dengan media online WA. Gambar 9 menunjukkan hasil pembuatan salah satu peserta.



Gambar 9. Contoh Konten Menggunakan Aplikasi Photoroom

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan WhatsApp sebagai alat pemasaran. Peserta menunjukkan peningkatan dalam kemampuan membuat konten pemasaran, mengelola komunikasi dengan pelanggan, dan memanfaatkan fitur-fitur WhatsApp Business. Pendampingan intensif juga membantu peserta dalam mengatasi tantangan yang mereka hadapi saat menerapkan strategi pemasaran digital.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Pelatihan optimasi media online menggunakan WhatsApp untuk berjualan telah memberikan dampak positif bagi UMKM di Kelurahan Mangunharjo. Peserta mampu memahami dan menerapkan product knowledge serta mengidentifikasi target pasar dengan baik. Selain itu, mereka dapat memilih media online yang tepat untuk memasarkan produk, membuat konten promosi yang menarik, dan mengunggah produk melalui WhatsApp secara efektif. Pelatihan ini juga meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola komunikasi dengan pelanggan dan memanfaatkan fitur-fitur WhatsApp Business untuk pengelolaan bisnis yang lebih terstruktur dan profesional. Adapun pencapaian spesifik dari pelatihan ini meliputi:

1. Peningkatan pemahaman peserta tentang pentingnya pemasaran digital dan bagaimana menggunakan WhatsApp sebagai alat pemasaran.
2. Peningkatan keterlibatan pelanggan dan konversi penjualan melalui penggunaan WhatsApp.
3. Peserta berhasil membuat dan mengunggah konten promosi yang menarik, yang dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka.
4. Peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola dan mengoptimalkan fitur-fitur WhatsApp Business untuk mendukung strategi pemasaran mereka.

### **Saran**

Untuk meningkatkan hasil yang telah dicapai, disarankan agar:

1. Pelatihan rutin diadakan untuk memperdalam keterampilan pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan kebutuhan konsumen.
2. Evaluasi berkala dilakukan terhadap konten yang dihasilkan dengan meminta umpan balik dari konsumen, sehingga dapat diidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan disesuaikan dengan preferensi konsumen.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan pelatihan ini. Terima kasih khususnya disampaikan kepada:

1. Universitas Stikubank Semarang, yang telah menyediakan fasilitas dan dukungan administratif yang memungkinkan pelatihan ini terlaksana dengan baik.
2. Para peserta pelatihan, UMKM di Kelurahan Mangunharjo, yang telah aktif berpartisipasi dan berkomitmen untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital mereka.
3. Kelurahan Mangunharjo, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh kepada UMKM untuk mengikuti pelatihan ini.
4. Tim Pelatih dan Pendamping, yang telah dengan sabar memberikan materi, demonstrasi, serta bimbingan praktis kepada peserta.
5. Tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan moral, material, dan logistik selama pelatihan berlangsung.
6. Tim pengabdian menyampaikan apresiasi kepada pihak sponsor yang telah memberikan dukungan finansial sehingga pelatihan ini dapat dilaksanakan dengan lancar. Semoga kerjasama yang baik ini dapat terus berlanjut di masa mendatang untuk kegiatan-kegiatan pengabdian masyarakat lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. A. Diartono dan F. Amin, “Peningkatan Kompetensi Guru Pemasaran Online Kurikulum 2013 Bagi MGMP Pemasaran,” *J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 1, no. 1, hal. 13–26, 2017.
- [2] E. Puspitasari, F. Amin, A. Rizal, E. Nurraharjo, dan F. A. Sutanto, “Peningkatan kompetensi digital marketing MGMP pemasaran dalam dimensi penguatan karakter pelajar pancasila,” *J. Inov. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 7, no. 1, hal. 181–195, 2024, doi: 10.33474/jipemas.v7i1.20880.
- [3] F. Amin, Setyawan Wibisono, Edy Supriyanto, Enty Nur hayati<sup>4</sup>, dan Elen Puspitasari, “Pemberdayaan Penyandang Disabilitas Pada Persatuan Penyandang Disabilitas Indonesia (Ppdi) Kota Pekalongan Melalui Usaha Mikro Produksi Kudapan,” *J. Ilm. Padma Sri Kreshna*, vol. 5, no. 2, hal. 31–36, 2024, doi: 10.37631/psk.v5i2.1208.
- [4] Abdul Rozaq, Inung Diah Kurniawati, Yessi Yunitasari, dan Latjuba Sofyana STT, “Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok,” *J. Nusant. Berbakti*, vol. 1, no. 1, hal. 88–95, 2023, doi: 10.59024/jnb.v1i1.64.
- [5] N. Azizah, A. Z. Zaharani, C. R. Varlitya, A. Diana, dan F. Fitriyani, “Pengembangan Kapasitas UMKM Jajanan Khas Aceh Modifikasi Melalui Pengenalan Digitalisasi Marketing: Platform Instagram,” *J. Altifani Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, hal. 243–249, 2023, doi: 10.59395/altifani.v3i2.366.
- [6] D. Y. Setyawan, L. Rosmalia, dan C. Hikmah, “PELATIHAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL (WHATSAPP DAN MARKETPLACE) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM DIVA FRUITS AND SNACK,” *J-Abdi (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 11, hal. 3557–3566, 2022.
- [7] R. Maulana, M. K. Reza, D. Risdiansyah, dan M. Rosmiati, “Optimasi Penggunaan Whatsapp Bisnis Dalam Penjualan Produk Pada Umkm Borneo Istimewa,” *J. Penelit. dan Pengabd. Masy. Jotika*, vol. 3, no. 2, hal. 29–32, 2024, doi: 10.56445/jppmj.v3i2.124.
- [8] E. S. Budi *et al.*, “Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada UMKM,” *JPM J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 3, hal. 293–299, 2024, doi: 10.47065/jpm.v4i3.1627.