

Pendampingan Pemanfaatan Whatsapp Business untuk Media Pengarsipan dan Pemasaran Digital

**Becik Gati Anjari^{1*}, Tatiana Kristianingsih², Izzatul Ulya³
Rizka Rahmawati⁴, Zhulvardyan Armayrishtya⁵**

^{1,2,3,4,5} Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang

Jl. Soekarno Hatta No.9, Jatimulyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia.

e-mail: ¹becik.gati@polinema.ac.id, ²tatiana.asdhi@gmail.com, ³izza.ulya91@gmail.com
⁴rizka3rahma@gmail.com ⁵zhulvardyan.armayrishtya@polinema.ac.id

Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis dituntut untuk mengoptimalkan teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional. WhatsApp Business menjadi media digital yang banyak digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mengenalkan usaha, membuat katalog produk, memanfaatkan fasilitas balas cepat dan pesan otomatis, serta menjaga keamanan data dan analisis. Pernik Dessy, sebuah usaha sprej kustom di Malang dengan lebih dari sepuluh *reseller*, masih menggunakan WhatsApp pribadi, sehingga kesulitan dalam pengarsipan dan pemasaran. Pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business untuk pengarsipan dan pemasaran digital dilakukan melalui analisis kebutuhan, pelatihan, implementasi fitur utama, dan evaluasi hasil. Analisis kebutuhan memahami kendala spesifik, pelatihan memastikan pemahaman fitur, dan implementasi melibatkan pemasangan aplikasi, pembuatan katalog produk, serta pengaturan balas cepat dan pesan otomatis. Evaluasi melalui wawancara dan kuesioner kepuasan mengukur perubahan efisiensi. Hasil pendampingan menunjukkan peningkatan signifikan dalam efisiensi operasional Pernik Dessy. Pengarsipan data menjadi lebih terstruktur, pemasaran produk melalui katalog digital meningkatkan visibilitas dan komunikasi dengan reseller, dan fitur balas cepat menghemat waktu dalam merespons pelanggan. Evaluasi menunjukkan kepuasan mitra terkait pemaparan dari Tim PkM Polinema sebesar 83,6%, sedangkan pemahaman materi terkait WA business peserta sebesar 84,4% dan kemudahan yang dirasakan saat menggunakan WhatsApp business saat melakukan pelayanan pada konsumen sebesar 80,8%. Kesimpulan dari hasil kegiatan ini yaitu pemilik usaha dan reseller merasa mendapatkan kemudahan dalam melayani pelanggan.

Kata Kunci: Pengarsipan Data; Pemasaran Digital; WhatsApp Business

Abstract

In the ever-evolving digital era, businesses are required to optimize technology to improve operational efficiency. WhatsApp Business has become a digital media that is widely used to communicate with customers, introduce businesses, create product catalogs, utilize fast ball and automatic message facilities, and maintain data security and analysis. Pernik Dessy, a custom bed sheet business in Malang with more than ten resellers, still uses personal WhatsApp, making it difficult to archive and market. Assistance in utilizing WhatsApp Business for digital archiving and marketing is carried out through needs analysis, training, implementation of key features, and evaluation of results. Needs analysis understands specific constraints, ensures training in understanding features, and implementations involving application installation, product catalog creation, and setting up fast balls and automatic messages. Evaluation through



interviews and satisfaction questionnaires measures changes in efficiency. The results of the assistance show a significant increase in Pernik Dessy's operational efficiency. Data archiving becomes more structured, product marketing through digital catalogs increases visibility and communication with resellers, and the quick reply feature saves time in responding to customers. The evaluation showed that partner satisfaction regarding the presentation from the Polinema PkM Team was 83.6%, while the understanding of the material related to WA business participants was 84.4% and the ease felt when using WhatsApp business when serving consumers was 80.8%. The conclusion of this activity is that business owners and resellers feel that they get convenience in serving customers.

Keywords: *Data Archiving; Digital Marketing; Send a message to WhatsApp.*

Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis dihadapkan pada kebutuhan untuk mengoptimalkan teknologi guna meningkatkan efisiensi operasional. Perkembangan tersebut yang merubah dunia pemasaran menjadi lebih efisien dan tertata menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang selalu bergerak dinamis, sehingga dapat dimanfaatkan dan dijadikan peluang bagi pelaku bisnis, terutama bagi pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A., 2020). UMKM dapat berhasil bersaing dengan perusahaan besar meskipun sumber daya mereka terbatas dengan memanfaatkan pemasaran digital (Surna Lastri, Syamsidar, Evriyenni, 2024). Terdapat berbagai platform media sosial yang populer, termasuk Whatsapp dan Instagram, yang menyediakan fitur khusus bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Penelitian oleh (Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & , 2020) juga menunjukkan bahwa media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Youtube, Facebook, Twitter, Line, dan lainnya menjadi trend dalam pemasaran digital. WhatsApp Business telah menjadi alat digital yang populer untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mengenalkan usaha, membuat katalog produk, serta memanfaatkan fitur balas cepat dan pesan otomatis. Penggunaan aplikasi WhatsApp Business menjadi alat yang sangat penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Whatsapp yang mana merupakan aplikasi percakapan yang sering digunakan di Indonesia dalam berkomunikasi, Begitu banyaknya pengguna WhatsApp menjadi potensi dalam sebuah proses bisnis (Ramdani, F., & Alijoyo, A., 2021).

Pernik Dessy, adalah UMKM yang bergerak pada usaha sprei kustom di Malang. UMKM Pernik dessy mengandalkan penjualan melalui ecommerce dan juga para reseller. Usaha Pernik Dessy memiliki lebih dari sepuluh reseller. saat ini masih menggunakan WhatsApp pribadi, mengakibatkan kesulitan dalam pengarsipan dan pemasaran produk. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih banyak menyukai belanja melalui online apalagi semenjak berakhirnya masa pandemi covid-19 hal tersebut membawa keuntungan bagi para pelaku UMKM (Ikerismawati, 2023).

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk membantu Pernik Dessy mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business guna meningkatkan efisiensi operasional dan komunikasi serta mendingkatkan daya saing pada dunia bisnis online. Latar belakang pengabdian ini adalah bagaimana menyelesaikan tantangan pengarsipan dan pemasaran yang dihadapi oleh usaha kecil yang masih menggunakan alat komunikasi pribadi. Manfaat dari pendampingan ini meliputi pengelolaan data yang lebih terstruktur, pemasaran yang lebih efektif melalui katalog digital, serta peningkatan komunikasi dengan reseller. Selain itu, bagi reseller, manfaatnya mencakup akses yang lebih mudah ke informasi produk, pemrosesan pesanan yang lebih cepat, dan komunikasi yang lebih efisien dengan pihak usaha, yang pada akhirnya dapat meningkatkan

kepuasan dan efektivitas dalam berbisnis. Dengan demikian, diharapkan bahwa penerapan WhatsApp Business akan memberikan dampak positif pada operasional dan pertumbuhan usaha Pernik Dessy, serta memberikan keuntungan bagi para reseller.

Metode

Pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business untuk Pernik Dessy dilakukan melalui empat tahapan utama:

1. Analisis Kebutuhan

Tahap pertama adalah melakukan analisis mendalam untuk memahami kendala dan kebutuhan spesifik Pernik Dessy terkait pengarsipan data dan pemasaran. Ini melibatkan wawancara dengan pemilik usaha dan reseller untuk mengidentifikasi masalah yang ada serta harapan mereka terhadap solusi digital. Dalam konteks bisnis dan teknologi informasi, seringkali terdapat kesenjangan yang mempengaruhi kemampuan untuk mengintegrasikan keduanya dengan baik. Diperlukan analisis untuk mengidentifikasi strategi digitalisasi UMKM dan faktor yang mempengaruhinya di era masyarakat 5.0. Digitalisasi UMKM memainkan peran penting di era masyarakat 5.0 dalam meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan kemampuan bersaing UMKM secara global (Nurmi Laziva, Muhammad Qoes Atieq, 2024).

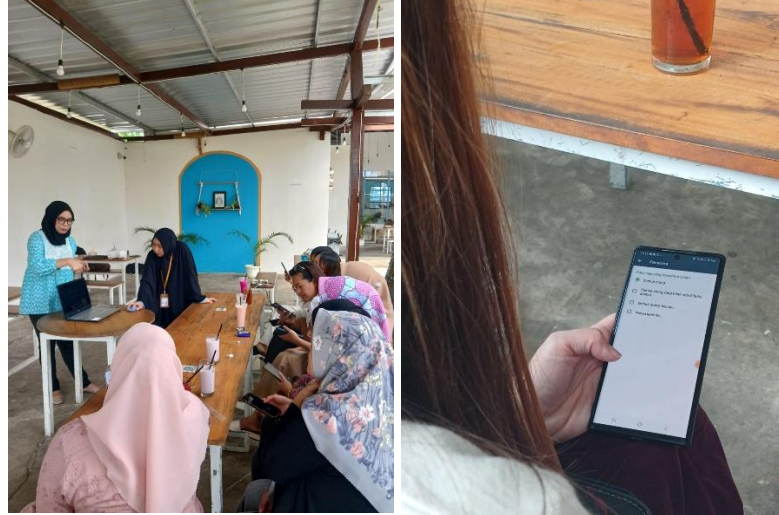


Gambar 1. Wawancara dan menganalisis masalah

2. Pelatihan Penggunaan

Tahap kedua melakukan pelatihan kepada tim Pernik Dessy mengenai fitur-fitur utama WhatsApp Business. Pelatihan ini mencakup cara membuat dan mengelola katalog produk, penggunaan fitur balas cepat, pengaturan pesan otomatis, serta pemanfaatan alat analisis untuk memantau kinerja pemasaran. Implementasi manajemen bisnis digital juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan pelanggan. Dengan alat-alat digital seperti chatbot, platform dukungan pelanggan online, dan analisis data pelanggan yang mendalam, perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk

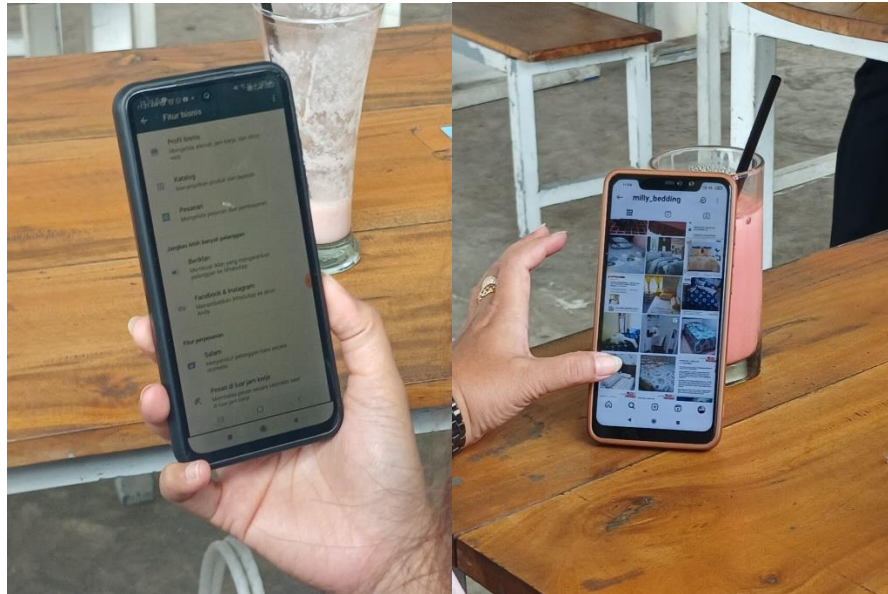
merespons pertanyaan pelanggan dengan lebih cepat, menyelesaikan masalah dengan lebih efisien, dan menyampaikan konten yang lebih relevan kepada pelanggan. Peningkatan layanan pelanggan ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, dan memperkuat citra positif perusahaan (Hidayati, H., Wediawati, B., & Sari, N., 2023)



Gambar 2. Praktik menggunakan WA Business

3. Implementasi

Pada tahap ketiga, dilakukan implementasi teknis dari WhatsApp Business. Kegiatan ini termasuk pemasangan aplikasi, konfigurasi akun, pembuatan katalog produk dari pernik desy, pengaturan fitur balas cepat dan pesan otomatis, serta integrasi dengan sistem pengarsipan yang ada. Pengarsipan informasi dalam bentuk elektronik yang ada pada regulasi transaksi penjualan UMKM ini menjadi salah satu fokus utama pengabdian ini, sehingga selain mengajarkan aplikasi tim pkm juga mengedukasi terkait cara mengarsipkan data digital. Penyimpanan arsip dalam bentuk digital merupakan salah satu alternatif solusi dalam praktik pengelolaan arsip manual/berbasis kertas (Ghifari Aminudin Fad'li, Marsofiyati, Suherdi, 2021). Hal ini dimungkin karena penyimpanan arsip dalam bentuk digital memberikan banyak keuntungan dalam hal peningkatan efisiensi dan efektivitas pengelolaan arsip. Pengarsipan dalam bisnis digital menjadi sangat penting memberikan jaminan perlindungan hukum, hak keperdataan, dan hak kekayaan intelektual (Erlangga Andi Sukma, 2022).



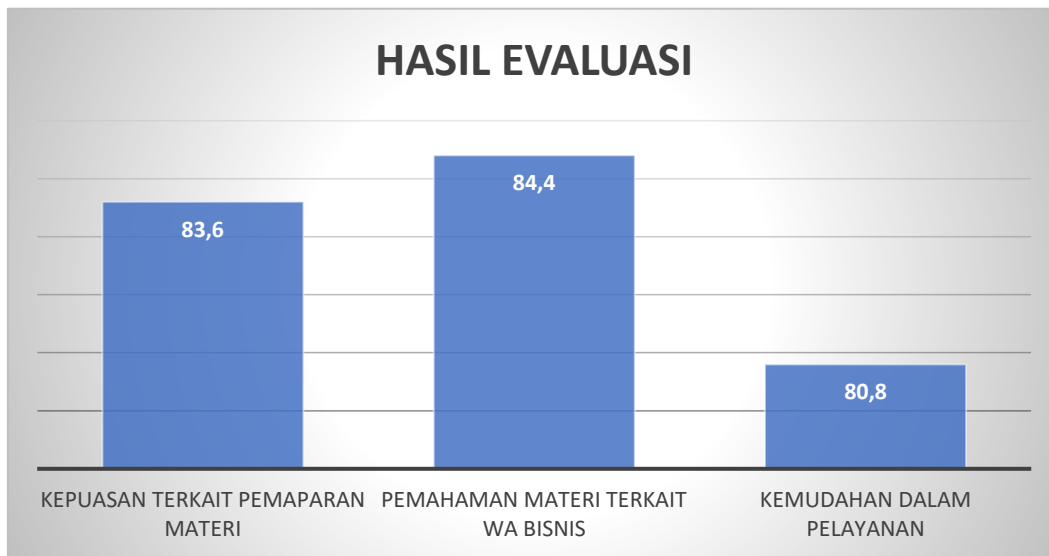
Gambar 3. Praktik menggunakan WA Business

4. Evaluasi Hasil

Tahap terakhir adalah evaluasi untuk mengukur efektivitas penerapan WhatsApp Business. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, tanya jawab dan kuesioner dengan pemilik usaha dan reseller untuk menilai perubahan dalam efisiensi operasional, pengelolaan data, serta kepuasan terhadap proses pemasaran dan komunikasi setelah 3 minggu pemakaian. Data yang diperoleh digunakan untuk menentukan apakah tujuan pendampingan telah tercapai.

Hasil dan Pembahasan

Pendampingan dalam pemanfaatan WhatsApp Business untuk Pernik Dessy menunjukkan hasil yang positif, berdasarkan kuesioner dan wawancara yang melibatkan 15 responden. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa setelah menggunakan WhatsApp Business, pemasaran menjadi lebih efektif dengan fitur label dan katalog yang mempermudah penataan produk dan interaksi dengan pelanggan. Sebelumnya, pemasaran dilakukan secara manual melalui WhatsApp pribadi, sehingga sulit untuk mengelompokkan pelanggan dan memantau penjualan. Dalam hal pengarsipan, WhatsApp Business memungkinkan penyimpanan data pelanggan dan riwayat transaksi secara lebih terorganisir, dibandingkan sebelumnya yang sering terhambat karena pencatatan tidak terstruktur. Tingkat kepuasan terhadap materi pendampingan, pemahaman peserta, dan kemudahan penggunaan WhatsApp Business juga tercermin dari peningkatan efisiensi dan pengelolaan komunikasi bisnis secara keseluruhan, sebagaimana ditampilkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Evaluasi Praktik menggunakan WA Business

Dari gambar 4 menunjukkan kepuasan pemaparan dari Tim PkM Polinema mendapatkan nilai 83,6%, sedangkan pemahaman materi terkait WA business peserta sebesar 84,4% dan kemudahan yang dirasakan saat menggunakan WhatsApp business saat melakukan pelayanan pada konsumen sebesar 80,8%. Evaluasi melalui diskusi dan kuesioner mengungkapkan bahwa pemilik usaha dan reseller mendapatkan kemudahan dalam melayani pelanggan. Para reseller melaporkan kemudahan akses ke informasi produk dan pemrosesan pesanan yang lebih cepat, sementara pemilik usaha merasakan perbaikan dalam manajemen permintaan kustom dan pengelolaan data. Secara keseluruhan, efisiensi operasional Pernik Dessy mengalami peningkatan yang signifikan.

Penerapan WhatsApp Business memberikan dampak positif yang jelas pada operasional Pernik Dessy. Dengan pengarsipan data yang lebih terstruktur, pemilik usaha dapat mengelola informasi produk dan interaksi dengan reseller secara lebih efisien. Fitur katalog produk tidak hanya mempermudah pemasaran tetapi juga meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk, yang sangat penting dalam usaha yang bergantung pada reseller untuk distribusi. Fitur balas cepat dan pesan otomatis berfungsi untuk mengurangi waktu respon, yang berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan reseller. Pengurangan beban kerja tim juga memungkinkan mereka untuk fokus pada aspek-aspek lain dari bisnis yang lebih strategis. Manfaat ini menjadi lebih jelas dalam konteks usaha kecil seperti Pernik Dessy, di mana efisiensi operasional dan komunikasi yang efektif adalah kunci untuk pertumbuhan dan keberhasilan.

Secara keseluruhan, implementasi WhatsApp Business tidak hanya memperbaiki proses pengarsipan dan pemasaran tetapi juga memperkuat hubungan antara Pernik Dessy dengan resellernya tetapi juga komunikasi antara reseller dengan pelanggan. Perusahaan yang berhasil memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap konsumen sehingga konsumen menjadi puas, dapat menjadi tolak ukur keberhasilan suatu usaha (Kotler, 2009). Pendampingan ini membuktikan bahwa teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan komunikasi dalam bisnis kecil. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Haryanto, H., Delfina, Jessica, Chang, J., & Quinn, F, 2022) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan. Diperkuat dengan pengabdian (Maryan, 2022) yang memberi pernyataan sama

bahwa Whatsapp business mempermudah penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Kesimpulan

Penerapan WhatsApp Business pada Pernik Dessy meningkatkan efisiensi operasional dan komunikasi dalam bisnis. Dengan menggunakan fitur-fitur seperti katalog produk, balas cepat, dan pesan otomatis, pengarsipan data menjadi lebih terstruktur, dan pemasaran produk menjadi lebih efektif. Para reseller juga merasakan manfaat berupa akses yang lebih mudah ke informasi produk dan pemrosesan pesanan yang lebih cepat, yang berkontribusi pada kepuasan yang lebih tinggi dan hubungan yang lebih baik dengan pemilik usaha.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business memperbaiki manajemen permintaan kustom, meningkatkan visibilitas produk, dan mengurangi waktu respon dalam komunikasi serta meningkatkan kepuasan konsumen. Pendampingan ini menunjukkan bahwa alat digital yang tepat dapat memberikan dampak positif yang signifikan pada operasional usaha kecil. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital seperti WhatsApp Business merupakan langkah strategis untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan data dan pemasaran bagi bisnis seperti Pernik Dessy.

Daftar Pustaka

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & . (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17–31.
- Erlangga Andi Sukma, I. U. (2022). Bimbingan Dan Penyuluhan Pentingnya Arsip Keluarga: Gerakan Masyarakat Sadar Arsip. *J-Abdimas*, 174-178.
- Ghifari Aminudin Fad'li ,Marsofiyati,Suherdi. (2021). Implementasi Arsip Digital Untuk Penyimpanan Dokumen Digital . *urnal Manuhara :Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis* , 1-10.
- Haryanto, H., Delfina, Jessica, Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 181–186.
- Hidayati, H., Wediawati, B., & Sari, N. (2023). Digital Terhadap Minat Berwirausaha Dibidang Start-Up (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Kosentrasi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Dinamika*, 38–45.
- Ikerismawati, S. S. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Google Maps dan Whatsapp Bisnis Sebagai Media Digital Marketing Bagi UMKM di Kelurahan Sebani Kota Pasuruan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 1294–1302.
- Kotler, P. M. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maryan, I. (2022). Pelatihan Optimalisasi Whatssap Business . *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 153-159.
- Nurmi Laziva, Muhammad Qoes Atieq. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Manajemen Business Innovation Conference-MBIC*, 1050-1076.
- Ramdani, F., & Alijoyo, A. (2021). Efektivitas Media Sosial untuk Meningkatkan Penjualan Saat Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat. *Jurnal PkM MIFTEK*, 151-157.

Surna Lastri, Syamsidar, Evriyenni. (2024). Pendampingan Pengembangan Bisnis Umkm: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Abdimas Ekonomi dan Bisnis*, 50-58.

Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan WhatsApp Business Pada UMKM. *edication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137– 148.