

## Optimasi Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Sarana Pengembangan Pemasaran Produk Usaha Anggota PKK

Nova Tri Romadloni<sup>1</sup>, Nisa Dwi Septiyanti<sup>2</sup>, Rauhulloh Ayatulloh Khomeini Noor Bintang<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Karanganyar, Jawa Tengah  
Email: <sup>1</sup>novatrir@umuka.ac.id, <sup>2</sup>nisadwiseptiyanti@umuka.ac.id, <sup>3</sup>rauhulloh.bintang@umuka.ac.id

### Abstract

*In realizing social welfare in terms of the economy, it starts from a small scope, namely the family. Where each family has a role as a PKK member, through this membership can provide training to market the products owned by each member so that they can overcome the problems that exist in the sale of products that are not well known to many people or have a less wide reach. This community service activity aims as an effort to increase knowledge and insight regarding digital marketing, especially focusing on using Whatsapp business so that it is more optimal in marketing products so that product sales results increase and increase family income. This activity was attended by PKK members Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar. Some PKK members already have or already have WhatsApp accounts, but some others have not used WhatsApp specifically for business, namely Whatsapp business. The training is carried out using the devices of each member so that they can be directly applied to their respective businesses and products during the training. The results of the training were that PKK members were very enthusiastic about optimizing the use of whatsapp business as a media for product marketing, but in this training they still needed advanced training in aspects of creating whatsapp story content to make it more attractive to potential buyers.*

**Keywords:** Digital Marketing, Whatsapp Business, Business Product

### Abstrak

Dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat dalam hal perekonomian berawal dari lingkup kecil yaitu keluarga. Dimana setiap keluarga terdapat peran sebagai anggota PKK, melalui keanggotaan tersebut dapat memberikan pelatihan untuk memasarkan produk yang dimiliki oleh setiap anggota sehingga dapat mengatasi permasalahan yang terdapat pada penjualan produk yang kurang dikenal oleh banyak orang atau jangkauan kurang luas. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan mengenai digital marketing terutama fokus dengan cara menggunakan whatsapp business supaya lebih optimal dalam memasarkan produk sehingga hasil penjualan produk lebih meningkat dan menambah penghasilan keluarga. Kegiatan ini diikuti oleh anggota PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar. Beberapa anggota PKK sudah memiliki atau telah mempunyai akun whatsapp namun sebagian yang lain belum menggunakan whatsapp yang khusus digunakan untuk bisnis yaitu whatsapp business. Pelatihan dilaksanakan dengan menggunakan perangkat masing-masing anggota sehingga dapat langsung diterapkan untuk usaha dan produk masing-masing pada saat pelatihan. Hasil dari pelatihan tersebut anggota PKK sangat antusias untuk mengoptimalkan penggunaan whatsapp business sebagai media pemasaran produk, namun dalam pelatihan ini masih memerlukan pelatihan tingkat lanjut dalam aspek pembuatan konten whatsapp story agar lebih menarik calon pembeli.

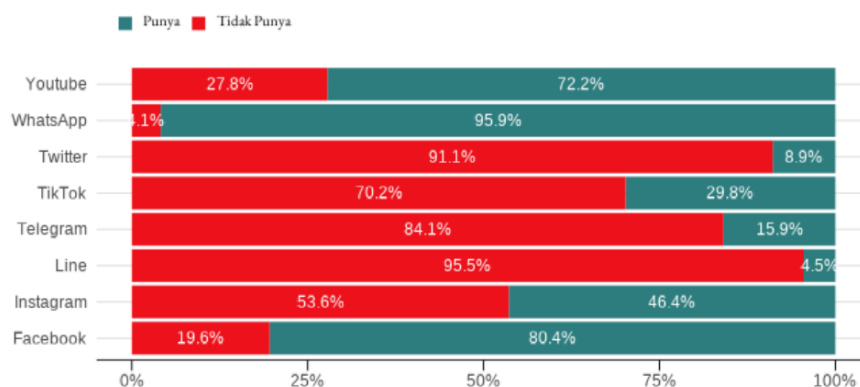
**Kata Kunci:** Digital Marketing, Whatsapp Business, Produk Usaha

### A. PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, pelaku usaha tidak hanya bersaing di tingkat regional, tetapi juga dapat bersaing secara internasional. Banyak marketplace dan platform social media menjadi jembatan bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasanya dengan berbagai promosi menarik yang diperlukan.

Istilah digital marketing sudah tidak asing lagi kalangan masyarakat milenial saat ini. Digital marketing sendiri merupakan teknik pemasaran sebuah produk atau jasa dengan memanfaatkan *e-commerce* dan *social media* dengan tujuan untuk menjangkau *customer* sebanyak-banyaknya dan seluas-luasnya secara efisien dan relevan (Taan et al., 2021).

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 WhatsApp menjadi *social media* yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Persentasenya 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 survey 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 sosial yang paling banyak dimiliki dan digunakan oleh masyarakat Indonesia sehari-hari



Sumber: KIC dan Kominfo Oktober 2021

WhatsApp merupakan salah satu platform media sosial 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 (Han & Keskin, 2016). 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 (Rahmadania & Nurhidayat, 2023)

WhatsApp business menawarkan fitur berbagi lokasi, dokumen, gambar, foto, daftar kontak dan tautan website. Fitur tambahan lain yang dimiliki oleh WhatsApp business diantaranya:

1. Profile business: fitur ini memberikan informasi profil usaha, alamat usaha, daftar kontak, alamat email dan situs website.
2. Katalog produk: fitur ini digunakan untuk menambahkan foto produk, deskripsi produk dan juga menampilkan harga
3. Label chat: fitur ini digunakan untuk mengelompokkan kontak atau chat dengan adanya label chat kategori pesan masuk dapat lebih terkontrol dan terarah
4. 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*
5. Statistic pesan: fitur ini digunakan untuk mengetahui statistik pesan terkirim dan pesan yang diterima sehingga dapat terlihat persentase pesan yang sampai ke konsumen

Seiring tren belanja konsumen yang semakin berubah, penting bagi pelaku usaha memiliki wawasan yang cukup sesuai dengan perkembangan teknologi. Beberapa penelitian mengenai digital marketing telah banyak

dilakukan, salah satunya penelitian tentang analisis penggunaan whatsapp business dalam meningkatkan penjualan dan kedekatan pelanggan, dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa dengan memanfaatkan WhatsApp business dapat meningkatkan penjualannya mencapai 43% dan menemukan jangkauan pelanggan menjadi lebih luas (Hendriyani et al., 2020). Studi lain membahas tentang peran WhatsApp sebagai alat komunikasi bisnis yang muncul di kalangan Startup dan UMKM, dari studi tersebut menyatakan bahwa whatsapp business membantu banyak pelaku bisnis dengan mudah menjual produk atau jasa dengan cara yang efektif dengan menggunakan mode komunikasi WhatsApp (Kumar Kottani & Kumar, 2021). Penelitian lain juga membahas manfaat whatsapp sebagai media komunikasi pada usaha kecil dengan memanfaatkan fitur-fitur yang dimiliki oleh WhatsApp business seperti tampilan profile usaha, katalog product, layanan balas otomatis, dan grup WhatsApp terbukti dapat meningkatkan penjualan *product* (Sugiyantoro et al., 2022).

Sebuah bisnis dikatakan berlanjut apabila mencapai target penjualan. Saat ini teknologi telah banyak dimanfaatkan untuk meningkatkan kreatifitas penjual dalam menarik *customer* dalam hal membangun kolaborasi, menciptakan *customer engagement*, mempercepat proses serta akuntabilitas penjualan dan meningkatkan profesionalisme transaksi dengan *customer* potensial (Shah et al., 2020). Media promosi merupakan salah satu bagian dari system pemasaran, oleh sebab itu para pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan teknologi serta mampu menyusun strategi penjualan dengan cara penjualan langsung (*Direct Selling*) maupun penjualan tidak langsung (*Indirect Selling*) melalui *channel partner* strategi bisnis untuk mengatur proses penjualan inilah yang disebut dengan model bisnis. Merubah model penjualan konvensional menjadi penjualan berbasis digital diperlukan keretampilan khusus, diantaranya adalah soft skill dalam digital marketing, membuat konten *product* yang menarik serta yang tidak kalah pentingnya adalah menguasai penggunaan platform sosial media (Hendriyani et al., 2020).

Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan salah satu organisasi masyarakat yang memberdayakan perempuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan Indonesia. PKK memiliki peran untuk mendukung terlaksananya program pemerintah daerah dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di masyarakat setempat melalui inovasi dan kegiatan yang dilakukan dengan partisipasi dan pemberdayaan keluarga. Kesejahteraan Keluarga menjadi salah satu tujuan dari PKK, hal tersebut dikarenakan keluarga merupakan unit terkecil masyarakat yang berpengaruh terhadap tercapainya kinerja pembangunan. Salah satu fungsi PKK adalah untuk menciptakan pembangunan masyarakat dari lingkup terkecil. Sebagai implementasi ‘kesadaran’ peran perempuan sebagai penggerak terwujudnya keluarga mandiri, maju, sejahtera dan bahagia (Nurul Izzhati et al., 2022).

Kegiatan yang dilakukan kelompok PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar sebagian besar melakukan aktivitas yang produktif dan memiliki nilai jual. Aktifitas dalam setiap pertemuan yang dilakukan sebulan sekali, dimanfaatkan oleh kelompok PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar untuk menambah wawasan dan pengetahuan. Pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh Desa maupun anggota PKK itu sendiri mampu mengajak anggota lainya untuk lebih produktif menghasilkan suatu produk, baik berupa makanan maupun barang kerajinan. Beberapa dari anggota PKK sendiri telah memiliki jenis usaha yang berbeda, jadi anggota PKK 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 PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar. Diharapkan melalui pembekalan ini, anggota PKK 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.

## B. PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan (*training*) yang diikuti oleh anggota PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar. Kegiatan tersebut berlangsung pada hari Minggu, 19 Februari 2023 dengan jumlah peserta sebanyak 50 Orang, kebanyakan dari peserta adalah wanita usia 30 – 50 Tahun. Adapun dalam pelaksanaan ini terdapat beberapa tahapan seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

- 1) Analisis Situasi  
Tahapan yang pertama diawali dengan analisis berupa kunjungan kepada anggota PKK yang memiliki usaha. Dalam kunjungan tersebut berdiskusi terhadap masalah yang ditemukan pada proses mengembangkan usaha rumahan yang ada. Sehingga didapatkan situasi atau diketahui kondisi yang ada.
- 2) Pelatihan  
Kegiatan dimulai dengan memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai pentingnya digital marketing, pelatihan mengelola *whatsapp business* dan menampilkan iklan agar diketahui atau dijangkau oleh banyak orang. Pada tahapan pelatihan ini dilaksanakan sesuai dengan menerapkan materi yang disampaikan.
- 3) Pendampingan  
Setelah melalui tahap pelatihan, proses selanjutnya adalah dilakukan pendampingan untuk memantau jalannya implementasi dari pelatihan. Pada tahapan ini peserta berinteraksi secara langsung dan jika terdapat kesulitan dapat ditanyakan langsung kepada pendamping.
- 4) Evaluasi  
Terakhir dari pelaksanaan pengabdian masyarakat yaitu, evaluasi kegiatan untuk mengetahui manfaat dan penilaian kesesuaian terhadap tujuan awal dari kegiatan.

Materi yang diberikan pada saat pelatihan adalah bagaimana menggunakan sosial media *whatsapp business* sebagai media untuk memasarkan produk dengan tujuan agar dapat meningkatkan jumlah pendapatan anggota PKK. Terdapat beberapa bahasan pokok diantara nya adalah seperti berikut :

- a) Membuat Akun dan Verifikasi  
Dalam tahapan awal ini peserta melakukan instalasi *whatsapp business* bagi yang belum memiliki akun bisnis untuk produk yang akan dipasarkan. Pada saat mengunduh aplikasi *whatsapp bisnis* dianjurkan untuk mengunduh dari penyedia aplikasi resmi seperti halnya jika perangkat android dapat mendownload melalui playstore, kemudian untuk perangkat ios dapat mengunduh melalui apple store. Sehingga aplikasi yang digunakan adalah resmi dan sebagai upaya agar lebih aman dan terhindar dari kejahatan internet (*Cyber Security*). Pentingnya waspada dan meningkatkan keamanan dalam menggunakan platform *whatsapp business* maka dilakukan verifikasi dua langkah dalam pembuatan akun bisnis.
- b) Mengatur *Profile* Produk  
Menampilkan profil bisnis yang berupa foto dan nama usaha, deskripsi usaha, alamat, situs web sosial media yang lain serta jam operasional yang terdapat pada pengaturan profil *whatsapp*. Pada tahapan mengatur foto dan nama usaha dapat dibuat dengan ciri khas produk masing-masing yang nantinya menjadikan produk dikenal dengan merk atau logo yang terdapat di foto serta latar belakang profil. Kemudian dapat ditambahkan alamat detail dengan maps, sehingga memudahkan pembeli untuk mengetahui langsung lokasi produksi atau penjualan, sedangkan dengan deskripsi usaha menjelaskan dengan detail apa saja yang dijual dengan jam operasional tertentu. Dapat juga ditambahkan alamat sosial media yang lain dengan link jika memiliki beberapa akun sosial media atau *website*.
- c) Mengelola Katalog  
Pembuatan katalog pada *whatsapp bisnis* digunakan untuk peserta yang memiliki beberapa macam atau jenis produk. Dengan menggunakan katalog lebih banyak manfaat yang didapatkan seperti halnya kepada calon pembeli dapat melihat dan memilih serta membandingkan macam-macam produk yang dijual dengan detail seperti gambar yang dapat dilihat lebih dari satu dalam jenis produk yang sama dan sekaligus tertera harga dan deskripsi mengenai produk tersebut. Penggunaan katalog ini lebih rapi dan mudah untuk dicari jika sudah banyak produk yang di masukan kedalam katalog dengan penggunaan kode item pada produk.
- d) Menggunakan Fitur Perpesanan  
Fitur perpesanan terdapat 3 macam yaitu, yang pertama salam yang digunakan untuk menyambut atau menyapa pelanggan baru atau setelah 14 hari tidak aktif hal ini juga dapat diatur siapa saja yang dapat

menerima salam. Kedua, pesan diluar jam kerja digunakan ketika ada pembeli yang menguhungi diluar jam kerja yang telah diatur dalam pengaturan jam operasional. Dimana hal tersebut secara otomatis dapat memberikan informasi kepada pembeli tanpa harus dijawab atau dibalas oleh pemilik toko.

e) Mengelola Kontak

Salah satu kunci dalam memperoleh jangkauan luas atau lebih dikenal orang banyak diberbagai daerah adalah dengan memperbanyak kontak atau menerapkan sistem saling simpan. Hal ini membutuhkan beberapa teknik seperti mengumpulkan database dengan cara menggunakan google form dan menggunakan bantuan email yang terdapat pada gmail, sehingga dapat dilakukan ekspor dan import kontak secara otomatis, tidak perlu menyimpan satu per satu. Dalam hal ini nanti digunakan supaya dalam membuat whatsapp status terdapat banyak orang yang melihat dan dapat juga digunakan dengan metode boardcast ke kontak yang sudah dimiliki. Selain dengan whatsapp story dan boardcast dapat juga dilakukan dengan mengkombinasikan fungsi grup yang terdapat pada whatsapp. Semakin banyak anggota grup, semakin banyak pula informasi yang didapat dengan mudah kepada calon pembeli. Seperti halnya dapat dijadikan reseller sebagai kerja sama untuk mendapatkan keuntungan dalam memasarkan produk.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan program pengenalan digital marketing dan pelatihan menerapkan *whatsapp business* sebagai alat untuk memasarkan produk supaya lebih optimal dalam meningkatkan penghasilan anggota PKK di Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar bertempat di rumah Ketua PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar. Situasi pada saat pelatihan dimulai pada pukul 15.00 WIB hingga selesai pada pukul 17.30 WIB. Kegiatan berlangsung dengan di hadiri oleh 3 orang dosen, 3 mahasiswa dan 50 peserta. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan susunan acara menyesuaikan dengan urutan agenda kegiatan PKK.

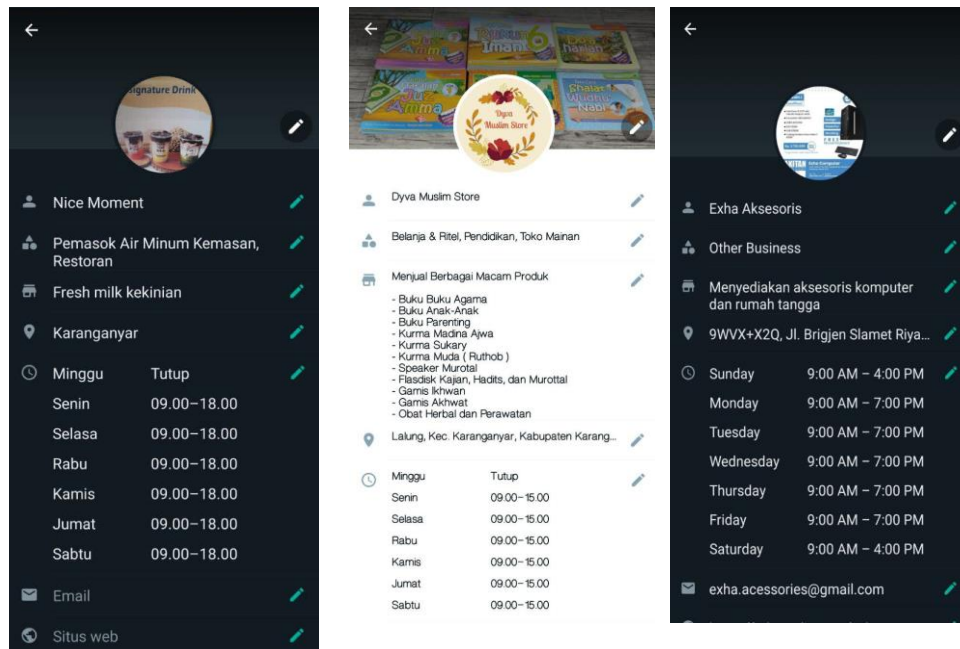
Prosesi acara yang pertama adalah pembukaan dengan serangkaian acara menyanyikan mars PKK, membaca Pancasila, UUD 1945 dan membacakan 10 program pokok PPK. Kemudian dilanjutkan dengan sambutan dari tuan rumah yang sekaligus ketua PKK setempat dan diteruskan dengan acara inti yaitu program pengenalan digital marketing dan pelatihan membuat serta mengelola *whatsapp business* yang dipaparkan oleh ketua tim pengabdian kepada masyarakat yaitu Nova Tri Romadloni, S.Kom, M.Kom. Kegiatan ini dibantu oleh 2 dosen yakni Nisa Dwi Septiyanti, S.Kom, M.Sc dan Rauhulloh A.K.N Bintang, S.Kom, M.Kom berserta dengan 3 mahasiswa atas nama Pamela, Amalia dan Akfina yang siap mendamping peserta dalam melakukan praktik mengelola whatsapp business agar lebih mudah saat berlangsungnya pelatihan. Beberapa dokumentasi saat pelatihan kepada anggota PKK terlihat pada gambar dibawah ini.



**Gambar 2.** Kegiatan Pengenalan Digital Marketing dan Whatsapp Business

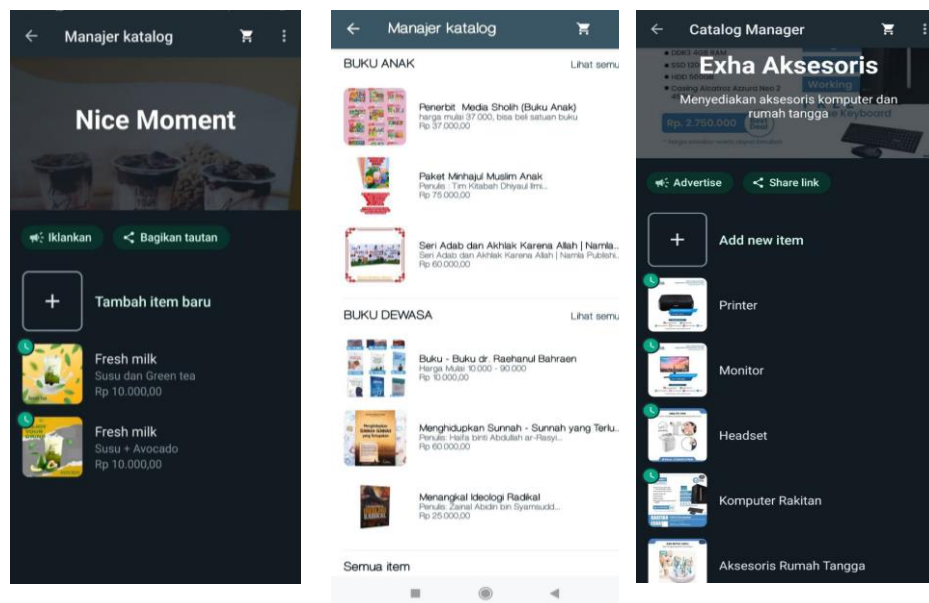
Pada gambar 1 adalah kegiatan pelatihan sedang berlangsung diawali dengan tahapan yang pertama setelah penjelasan mengenai digital marketing yaitu melakukan instalasi whatsapp bisnis, kemudian membuat akun bisnis serta mengatur verifikasi dua langkah. Dalam tahapan ini berjalan dengan lancar tidak ada kendala dari koneksi internet maupun alat. Sehingga dapat langsung dilanjutkan dengan mengisi profil produk yang dapat dilihat pada gambar 2 dibawah ini.





**Gambar 3.** Beberapa profil usaha beberapa peserta

Pada gambar 3 terdapat beberapa katalog bisnis yang di miliki peserta hasil dari pelatihan mengisi katalog. Pertama, usaha milik ibu Dewi dengan nama toko “Nice Moment” ini adalah usaha minuman yang bahan baku nya adalah susu dan powder dengan banyak rasa. Usaha milik ibu Dewi belum memiliki akun bisnis sehingga pada kesempatan pelatihan ini dapat menghasilkan profil usaha pada gambar 3 sebelah kiri. Kemudian yang kedua, usaha dengan nama “Dyva Muslim Store” adalah usaha milik ibu Ratna dengan menjual berbagai macam produk seperti buku-buku, makanan, dan pakaian. Sebelumnya usaha milik ibu Ratna belum memiliki akun bisnis di whatsapp namun sudah banyak foto produknya sehingga penulisan profil lebih mudah untuk menjelaskan usaha milik ibu Ratna. Selanjutnya yang ketiga adalah usaha milik ibu Wiyani yakni Toko Peralatan Komputer yang menjual berbagai macam computer dan peralatannya yakni, computer, printer, keyboard dan lain sebagainya. Pada mula nya ibu wiyani hanya memiliki toko yang berada dirumahnya, sudah memiliki akun sosial media Instagram ditambahkan dengan menggunakan whatsapp bisnis.



**Gambar 4.** Beberapa katalog usaha beberapa peserta

Beberapa contoh katalog yang terdapat pada beberapa produk usaha anggota PKK, diantara adalah “Nice Moment” dalam hal ini mempunya produk minuman dengan berbagai rasa, pemanfaatan katalog disini

digunakan untuk memberikan informasi detail mengenai jenis atau varian yang dijual lengkap dengan harganya sebagai contoh jenis minuman *fresh milk* dengan harga Rp. 10.000,- menjelaskan bahwa minuman tersebut memiliki rasa campuran dari susu dan avocado. Kemudian untuk toko usaha buku, makanan dan pakaian dengan nama usaha “Dyva Muslim Store” menambahkan banyak produk diantaranya adalah buku-buku anak yang telah di susun rapi di katalog. Selanjutnya pada gambar 4 yang terletak dibagian kanan yaitu toko komputer dan aksesori yang juga memasukan beberapa barang yang dijual di katalog.



Gambar 5. Beberapa fitur perpesanan peserta

Fitur perpesanan yang terlihat pada gambar 5 disini memiliki 3 macam, yang pertama balas cepat disini sebagai contoh pada kata “syukron” maka akan menampilkan kalimat “ Syukron wa Jazaakillahu Khairan”. Kedua, Salam dengan sapaan kalimat “ Terimakasih telah menghubungi Dyva Muslim Store, Silahkan beritahu apa yang bisa kami bantu”. Kemudian yang ketiga yaitu pesan di luar jam kerja dengan contoh kalimat “Terimakasih atas pesan anda. Kami sedang tidak ada saat ini, tetapi akan merespon secepat mungkin”.

Setelah dilaksanakan program pelatihan kepada anggota PKK dapat dievaluasi bahwa melalui program pelatihan whatsapp business ini para peserta yang terdiri dari anggota PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar berdampak positif yang selaras dengan tujuan kegiatan pengabdian masyarakat yang dalam kegiatan ini ditandai dengan adanya kesadaran mengenai manfaat digital marketing untuk meningkatkan penghasilan, kemudian mendapatkan tambahan pengetahuan, pengarahan dan pendampingan mengenai penggunaan whatsapp business dan beberapa tips untuk menjualkan produk.

Anggota PKK mampu melakukan dan mengikuti pelatihan dengan hasil yang baik dan dapat mengembangkan ide untuk menerapkan digital marketing. Dimasa yang akan datang setelah adanya pelatihan ini dapat dilanjutkan dengan pelatihan meningkatkan kelola pemasaran dengan memperbanyak database kontak dan memberikan konten yang kreatif dan menarik.

#### D. PENUTUP

Berdasarkan kegiatan yang dilakukan dengan peserta pelatihan anggota PKK Badran Mulyo, Lalung, Karanganyar didapatkan kesimpulan dan saran sebagaimana penjelasan berikut ini.

##### Simpulan

Kegiatan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat diikuti oleh peserta anggota PKK dengan lancar. Pelaksanaan dilakukan dalam satu pertemuan dengan kebutuhan alat dan bahan yang telah mencukupi yaitu *smartphone* dari masing-masing anggota, koneksi internet, dan panduan praktik. Sebagian peserta telah selesai dalam menerapkan penggunaan whatsapp business diantara lain, seperti membuat akun hingga mengatur dan melengkapi fitur whatsapp business sehingga bisa langsung digunakan untuk penjualan.

##### Saran

Dalam kegiatan ini diperlukan perbaikan jika diperlukan yaitu seperti durasi kegiatan yang dilakukan untuk dapat berkembang seperti halnya membuat konten whatsapp story sehingga lebih baik untuk meningkatkan minat kepada calon pembeli. Selain konten juga terdapat perbaikan untuk peserta menyediakan beberapa informasi produk yang akan di jual terlebih dahulu, seperti nama produk, harga, deskripsi dan lainnya dari barang tersebut. Sehingga tidak perlu berlama-lama untuk melengkapi fitur katalog yang terdapat di whatsapp business . Selain informasi produk juga menetapkan nama toko, informasi *profile*, gambar atau *design* toko bagi peserta yang menjadikan evaluasi efisiensi dalam pelaksanaan kegiatan.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Han, T., & Keskin, F. (2016). Using a Mobile Application (WhatsApp) to Reduce EFL Speaking Anxiety.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). ANALISIS PENGUNAAN 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>
- Kumar Kottani, A., & Kumar, A. K. (2021). International Journal of Management and Development Studies A study on the role of WhatsApp as an emerging business communication tool among Startups and MSMEs in India. 10(11), 9–12. <https://en.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>
- Nurul Izzhati, D., Hartini, E., Industri, T., Lingkungan, K., & Dian Nuswantoro, U. (2022). Pengembangan Teknologi Pangan Usaha Jahe Ibu-Ibu Pkk RT 01 RW 04 Banyumanik (Vol. 5, Issue 2).
- Rahmadania, F. A., & Nurhidayat. (2023). Whatsapp Business As Customer Relationship Management Media (Study of PT. Gramedia Customer's Loyalty During Covid-19 Pandemic). 1–9.
- Shah, S. H. H., Lei, S., Ali, M., Doronin, D., & Hussain, S. T. (2020). Prosumption: bibliometric analysis using HistCite and VOSviewer. *Kybernetes*, 49(3), 1020–1045. <https://doi.org/10.1108/K-12-2018-0696>
- Sugiyantoro, N. L. A., Wijaya, M., & Supriyadi, S. (2022). Benefits of WhatsApp as a Communication Media on Small Business Social Networks. *The Journal of Society and Media*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.26740/jsm.v6n1.p1-16>
- Taan, H., Lesmana Radji, D., Rasjid, H., & Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo, J. (2021). SEIKO: Journal of Management & Business Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(1), 315–330. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>