

Pelatihan Instagram Bisnis dan Whatsapp Bisnis Untuk UKM di Desa Tonjong, Kabupaten Bogor

Raesita Rakhmawati Rosadi¹, Irla Yulia²

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Terbuka
Email: irla@ecampus.ut.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 29 November 2023

Direvisi : 07 Desember 2023

Disetujui : 15 Desember 2023

Kata Kunci :

Promosi, Pemasaran; UKM;
Instagram Bisnis; WhatsApp
Bisnis

ABSTRAK

Di era digital saat ini produk dan jasa para pengusaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak hanya dapat dipasarkan secara tradisional tetapi juga lewat platform digital seperti *e-commerce* dan media sosial. Tidak seperti berjualan di *e-commerce*, pemasaran produk di media sosial jauh lebih mudah dan sederhana. Saat ini, pemasaran produk pengusaha UKM di Desa Tonjong, Kabupaten Bogor masih mengandalkan cara tradisional dan belum menggunakan platform digital. Untuk mendongkrak pemasaran produk perlu diadakan pelatihan pemasaran melalui platform media sosial bagi para pelaku UKM Desa Tonjong agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan pemasaran ini difokuskan pada penggunaan aplikasi Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Hal ini karena, dua aplikasi ini adalah aplikasi yang paling sering digunakan dan diakses oleh masyarakat Indonesia. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian pemasaran para pelaku UKM Desa Tonjong melalui platform Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan produknya. Setelah diadakan pelatihan, peserta memiliki akun Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis, serta memiliki keahlian untuk menggunakannya dalam kegiatan promosi dan penjualan produknya.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: 29 November 2023

Revised: 7 Desember 2023

Accepted: 15 December 2023

Keywords:

Marketing; SME; Instagram
Business; Whatsapp Business

ABSTRACT

In the current digital era, products and services of Small and Medium Enterprises (SMEs) can be marketed not only through traditional means but also through digital platforms such as e-commerce and social media. Unlike selling on e-commerce platforms, marketing products on social media is much easier and straightforward. Currently, the marketing of products by SME entrepreneurs in the village of Tonjong, Bogor Regency, still relies on traditional methods and has not yet utilized digital platforms. To boost the marketing of their products, it is essential to conduct marketing training through social media platforms for the participants of SMEs in Tonjong village, enabling them to reach a wider market. The focus of this marketing training is on using Instagram Business and WhatsApp Business applications. This is because these two applications are the most frequently used and accessed by the Indonesian community. The aim of this training is to enhance the marketing skills of the SME participants in Tonjong village, utilizing Instagram Business and WhatsApp Business platforms to market and promote their products. After the training, the participants will have their own Instagram Business and WhatsApp Business accounts and possess the skills to use them effectively for promoting and selling their products..

1. Pendahuluan

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan media sosial telah menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran bagi berbagai jenis bisnis. Hal ini tidaklah mengherankan mengingat saat ini, menurut laporan We Are Social dan Hootsuite, jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia di bulan Januari 2023 telah mencapai 4,76 miliar (Annur, 2023). Sedangkan di Indonesia sendiri jumlah aktif pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2023 telah mencapai 167 juta orang dimana jumlah ini setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri (Widi, 2023).

Salah satu platform media sosial yang sangat populer adalah Instagram dan WhatsApp. Berdasarkan laporan survey *digital* dan tren penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2023 yang dilakukan oleh We Are Social disebutkan bahwa sebesar 92,1% masyarakat Indonesia menggunakan WhatsApp sebagai media sosial utama dan sebesar 86,5% masyarakat menggunakan media sosial instagram (Sufyann, 2023). Tingginya penggunaan kedua media sosial tersebut di masyarakat membuat kedua platform ini menjadi alat yang efektif bagi bisnis untuk membangun merek (Andata *et al.*, 2022), meningkatkan visibilitas, dan berinteraksi dengan pelanggan (Lefanre, 2023). Namun, banyak UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) belum memanfaatkan potensi penuh dari Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis.

Di Indonesia sendiri, UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar karena memberikan kontribusi sebesar 97% dalam hal penyerapan tenaga kerja, 60% terhadap PDB nasional serta 58% menjadi penyumbang dari total investasi serta sebesar 14% menjadi penyumbang ekspor di Indonesia (Kominfo, 2020). Oleh karena itu UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan dan memanfaatkan teknologi digital untuk bertahan dan berkembang. Hadirnya media sosial menjadi salah teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya (Herdiyani *et al.*, 2022).

Salah satu desa yang berada di kawasan Kab Bogor, Desa Tonjong, memiliki potensi UMKM yang belum dioptimalkan dalam pemasaran produknya. Mayoritas UMKM di desa ini, khususnya pemilik peternakan sapi yang menghasilkan susu sapi segar, masih mengandalkan metode pemasaran konvensional seperti spanduk, poster, dan promosi mulut ke mulut. Dampaknya, efektivitas pemasaran produk terbatas pada wilayah sekitar, terutama di Kecamatan Parung, Bogor. Para pelaku UMKM di Desa Tonjong, terutama ibu-ibu pemilik peternakan sapi, masih terbatas pengetahuannya dalam menggunakan teknologi untuk memasarkan produknya. Selama ini, produk hanya dijual melalui agen dan tidak memiliki akses luas ke konsumen. Oleh karena itu, terdapat peluang besar bagi pengusaha untuk mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi dan media sosial seperti Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis, sehingga dapat mencapai pasar yang lebih luas.

Adanya pelatihan yang difokuskan pada penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis diharapkan dapat memberikan manfaat besar bagi UMKM di Desa Tonjong. UMKM sering kali memiliki sumber daya dan anggaran yang terbatas, sehingga mereka membutuhkan panduan yang tepat untuk memanfaatkan kedua platform tersebut secara efektif. Pelatihan ini akan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan bagi pemilik UMKM untuk mengoptimalkan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis sebagai alat pemasaran.

Instagram Bisnis menawarkan berbagai fitur yang dirancang khusus untuk kebutuhan bisnis, seperti Instagram Stories, Instagram Shopping, dan analitik yang mendalam (Instagram, 2023). Berdasarkan data Hootsuite Social *trends* pada tahun 2021, instagram merupakan salah satu media

yang menempati posisi pertama sebagai media sosial yang paling efektif untuk mempromosikan bisnis (Aryani *et al.*, 2022). Para pengguna media sosial instagram rata-rata menghabiskan per harinya sebanyak 53 menit untuk melihat foto dan video yang di *share*, menonton Instagram Story, memberikan reaksi (*likes, comment dan re-post*) serta berinteraksi melalui *direct message* (Veranita, Susilowati and Yusuf, 2021). Meskipun begitu, banyak UMKM yang belum menyadari potensi dan manfaat dari fitur-fitur yang disajikan oleh media sosial instagram. Dengan pelatihan yang sesuai, pemilik UMKM dapat belajar cara menggunakan Instagram Stories untuk mempromosikan produk atau layanan mereka secara kreatif dan menarik perhatian pelanggan. Mereka juga dapat memanfaatkan fitur Instagram Shopping untuk membuat toko online yang mudah diakses oleh pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan konversi penjualan.

Sementara itu, WhatsApp Bisnis juga menawarkan sejumlah fitur yang berguna untuk pemasaran UMKM. Nyatanya, banyak pemilik UMKM yang belum memahami cara menggunakannya dengan efektif. Pelatihan dalam penggunaan WhatsApp Bisnis akan memungkinkan pemilik UMKM untuk mempelajari cara membuat profil bisnis yang menarik, menggunakan pesan otomatis untuk memberikan respons cepat kepada pelanggan, dan mengoptimalkan daftar *broadcast* untuk mengirim pesan massal kepada pelanggan (WhatsApp Business, 2023). Seperti halnya yang juga dikatakan Muhammad (2019) beberapa hal yang dapat dilakukan oleh para UMKM adalah dengan memanfaatkan media sosial WhatsApp Bisnis adalah mengatur sapaan pesan otomatis yang dapat dimanfaatkan oleh para UMKM untuk menyapa para pelanggannya dan melakukan promosi. Kemudian fitur *setting away message* dimana fitur ini dapat dimanfaatkan untuk memberi tahu para pelanggan bahwa admin sedang sibuk. Berikutnya adalah fitur jadwal promosi *hard selling* agar para pengelola akun WhatsApp Business tidak dianggap sebagai *spammer* karena terlalu sering melakukan pengiriman pesan juga fitur untuk menampilkan informasi pada katalog WhatsApp Bisnis (Rachmawaty, 2021). Dengan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi ini, pemilik UMKM dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memberikan layanan yang lebih baik, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan mereka (Astria and Santi, 2021).

Selain itu, pelatihan ini juga dapat membantu UMKM memahami etika dan praktik terbaik dalam menggunakan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Mereka akan diajarkan tentang pentingnya menjaga privasi pelanggan, mendapatkan izin sebelum mengirim pesan, dan memberikan opsi untuk berhenti berlangganan jika pelanggan tidak ingin menerima komunikasi lebih lanjut. Pelatihan ini akan membantu UMKM dalam menghindari pelanggaran kebijakan platform dan membangun citra bisnis yang profesional.

PKM Pelatihan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis untuk UMKM Desa Tonjong ini adalah langkah penting dalam membantu mereka mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memanfaatkan potensi penuh dari kedua platform tersebut. Dengan memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas merek mereka (Pinanda Ramadhan *et al.*, 2020), mengembangkan jaringan pelanggan yang lebih luas (Sirodjudin and Sudarmiatin, 2023), dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka secara keseluruhan.

PKM Pelatihan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis untuk UMKM Desa Tonjong juga akan memberikan manfaat jangka panjang bagi pertumbuhan bisnis UMKM di Desa Tonjong. Dengan mempelajari strategi dan praktik terbaik dalam menggunakan kedua platform ini, pemilik UMKM di Desa Tonjong akan dapat membangun merek yang kuat dan terhubung dengan pelanggan secara

lebih efektif. Mereka akan belajar tentang penggunaan kata kunci yang relevan dan strategi konten yang menarik untuk meningkatkan visibilitas dan penemuan oleh pengguna Instagram dan WhatsApp.

Selain itu, pelatihan ini juga akan memperkenalkan UMKM Desa Tonjong dengan konsep pemasaran berbasis data. Melalui fitur analitik yang disediakan oleh Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis, pemilik UMKM Desa Tonjong akan mempelajari cara melacak kinerja konten dan kampanye pemasaran mereka. Mereka akan belajar untuk memahami metrik seperti jangkauan, keterlibatan, dan konversi, yang akan membantu mereka dalam mengukur keberhasilan kampanye dan membuat keputusan yang lebih cerdas dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka di masa mendatang.

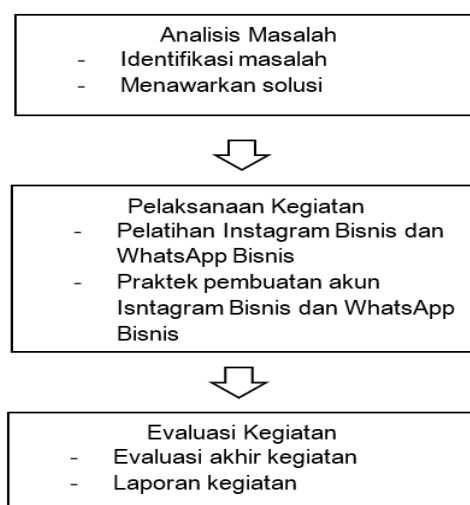
Pelatihan ini dapat menjadi *platform* untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman antara pemilik UMKM di Desa Tonjong. Mereka dapat saling bertukar ide, strategi, dan tips praktis dalam mengoptimalkan penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Ini akan menciptakan komunitas yang solid dan mendukung, di mana para pengusaha dapat saling memotivasi dan membantu satu sama lain dalam mencapai kesuksesan.

Selain manfaat langsung bagi UMKM di Desa Tonjong, pelatihan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis juga dapat memiliki dampak ekonomi yang lebih luas. Dengan membantu pengusaha dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka, pelatihan ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan lapangan kerja. UMKM yang lebih kuat dan sukses akan dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi perekonomian dan mendorong inovasi dalam industri mereka.

Secara keseluruhan, PKM Pelatihan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis untuk UMKM di Desa Tonjong adalah langkah penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UMKM dalam era digital. Dengan memanfaatkan potensi penuh dari Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis, UMKM Desa Tonjong dapat memperluas jangkauan, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka secara keseluruhan.

2. Metode Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan kegiatan, tim melakukan wawancara untuk menentukan materi dan metode yang tepat. Tahapan pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah pelatihan dan pembuatan akun Instagram dan WhatsApp Bisnis. Seluruh kegiatan dilaksanakan pada tanggal 22 Juni 2023 bertempat di Desa Tonjong, Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor. Peserta kegiatan adalah 30 (tiga puluh) orang pelaku UMKM dan beberapa kader posyandu.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan menggabungkan antara metode penyuluhan dan praktek. Kombinasi ini akan membantu para peserta untuk dapat memahami materi pelatihan dan langsung mengaplikasikannya pada bisnisnya masing – masing. Materi pelatihan terdiri dari: 1) Pengenalan aplikasi Instagram dan menggunakan fungsi Instagram bisnis, 2) Penggunaan aplikasi WhatsApp bisnis, 3) Basic Foto Produk. Kegiatan pelatihan berlangsung selama 3 jam, yang terdiri dari 2 jam materi teori dan 1 jam praktek. Diawali dengan narasumber menjelaskan teori dan kemudian dilanjutkan dengan praktek yang dibantu oleh fasilitator

3. Hasil dan Pembahasan

Para peserta adalah pengusaha UMKM di Desa Tonjong yang terdiri dari; pengusaha ternak sapi dengan produk susu sapi segar, salon kecantikan, dan produk makanan. Produk susu sapi segar ini selama ini hanya dipasarkan melalui agen – agen tanpa melalui pengolahan atau pemberian merek sendiri. Pemasaran produk yang masih sangat terbatas ini menjadi salah satu kendala pengusaha dalam menjalankan bisnisnya. Perlu dilakukan pelatihan pemasaran agar para pengusaha dapat memasarkan produknya secara lebih luas dan meningkatkan penjualannya.

Salah satu cara agar para pengusaha dapat meningkatkan penjualannya adalah dengan memasarkan menggunakan media sosial diantaranya Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengukur keefektifan penggunaan media sosial dalam peningkatan penjualan. Salah satu penelitian tersebut dilakukan oleh Maksudi, dkk dimana ditemukan bahwa penggunaan instragram sangat berpengaruh terhadap peningkatan omzet penjualan. Artinya semakin baik pengelolaan instagram sebagai media promosi maka akan meningkatkn minat pembeli sehingga dampaknya omzet penjualan akan meningkat (Maksudi *et al.*, 2021). Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Samaida (2023) dimana dikatakan bahwa media sosial whatsapp dan instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan (Samaida, 2023).

Sayangnya sebagian besar pengusaha belum mengetahui dan juga belum menggunakan fitur Instagram dan Whatsapp Bisnis untuk usahanya. Padahal, Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis dapat digunakan untuk memasarkan produk secara lebih luas. Seperti pada WhatsApp Bisnis, beberapa fitur yang tersedia diantaranya fitur katalog produk yang ditawarkan, fitur keranjang untuk menambahkan suatu produk ke dalam keranjang yang disertai dengan keterangan jumlah produk serta harga yang ditawarkan, fitur label untuk menandai mana yang termasuk bagian dari konsumen lama dan konsumen baru, fitur profil bisnis yang menyajikan informasi mengenai bisnis yang dijalankan, serta fitur otomatis yang dapat mengirim pesan secara otomatis ketika pengguna tidak sedang berada di tempat (Mardliyaturrahma, Wasiqoh and Sutanto, 2022). Penggunaan aplikasi yang sederhana dan mudah juga sangat memudahkan para pengusaha untuk dapat mempelajarinya.

Kegiatan pelatihan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis dilaksanakan pada hari Kamis, 22 Juni 2023 di Aula Kantor Desa Tonjong, Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor. Pelatihan ini diikuti oleh 30 orang peserta yang terdiri dari pelaku usaha UMKM dan ibu - ibu kader posyandu.

Dosen – dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Terbuka dilibatkan sebagai narasumber dan fasilitator dalam kegiatan pelatihan ini.



Gambar 2. Suasana Pelatihan

Pelatihan diawali dengan paparan materi dari narasumber pertama yang menjelaskan mengenai penggunaan media sosial di Indonesia secara umum. Materi kedua adalah tentang Instagram dan penggunaan Instagram Bisnis.



Gambar 3. Paparan Materi 1

Setelah paparan materi selesai, kemudian masuk ke sesi praktikum pertama. Peserta kemudian diminta untuk membuat akun Instagram Bisnis masing – masing dibantu oleh para fasilitator. Fasilitator mendampingi para peserta untuk mengunduh aplikasi, menyesuaikan pengaturan Instagram Bisnis, dan membantu membuat konten dan deskripsi bisnis yang diperlukan.



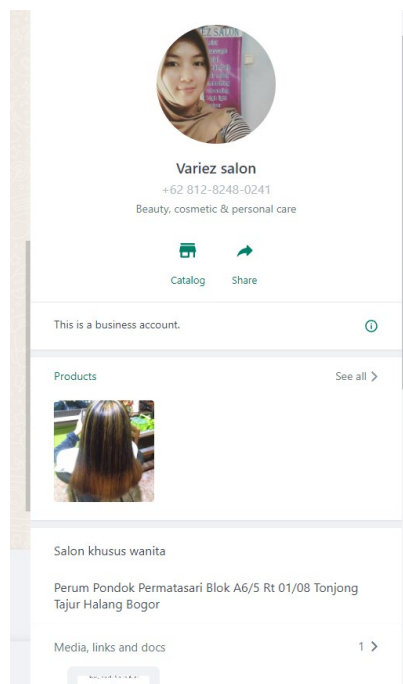
Gambar 4. Paparan Materi 2

Materi ketiga adalah tentang penggunaan aplikasi WhatsApp Bisnis. Narasumber memberikan paparan mengenai cara mengunduh dan menggunakan aplikasi. Materi selanjutnya adalah mengenai dasar – dasar foto produk. Narasumber mengajarkan para peserta bagaimana cara untuk memotret produk dengan baik dan menarik untuk kemudian dipasarkan melalui aplikasi Instagram dan WhatsApp Bisnis. Pada sesi terakhir, peserta diminta untuk langsung mempraktekan materi dengan mengunduh aplikasi dan menyatel WhatsApp Bisnis masing – masing.

Tabel 1 Hasil Kegiatan

Materi	Tujuan	Hasil
Perkenalan tentang media social dan Instagram Bisnis	Peserta mengetahui teori umum tentang media social dan dapat mengoperasikan Instagram Bisnis	Peserta membuat akun Instagram Bisnis masing – masing dan mencoba mengoperasikannya
Penggunaan WhatsApp Bisnis	Peserta mengetahui cara menggunakan WhatsApp Bisnis dan mengoperasikannya	Peserta mengunduh dan membuat WhatsApp Bisnis untuk usahanya masing – masing.

Hasil dari program pkm ini adalah para pelaku UMKM di Desa Tonjong memiliki akun Instagram Bisnis dan WhatsApp bisnis masing – masing. Akun ini kemudian dapat digunakan oleh para peserta untuk dapat mempromosikan dan mengembangkan usahanya masing – masing.



Gambar 5. Akun WhatsApp Bisnis Peserta

Sebagai bentuk evaluasi program, diadakan wawancara diakhir program dengan beberapa peserta. Hasilnya peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan dan mengaku pelatihan tersebut sangat bermanfaat bagi mereka. Praktek yang langsung dilakukan dengan didampingi fasilitator juga memudahkan mereka untuk menggunakan aplikasi.

4. Kesimpulan dan Saran

Pelatihan penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp bisnis bagi pelaku UMKM di Desa Tonjong, Kecamatan Tajurhalang, Kabupaten Bogor bertujuan agar para peserta memiliki pengetahuan dan meningkatkan kemampuan promosi para pelaku usaha. Seiring dengan perkembangan teknologi, hadirnya media sosial mulai digunakan sebagai alat promosi untuk meningkatkan penjualan produk. Hasil dari pelatihan ini ditemukan bahwa sudah ada peserta yang langsung mempraktekan penggunaan whatsApp bisnis untuk keperluan perluasan UMKM di Desa Tonjong. Saran terhadap pelatihan ini adalah agar pelatihan ini dapat dilakukan dengan lebih mendalam dan dengan pendampingan yang lebih intensif. Pelatihan dapat ditambah dengan praktek foto produk, membuat *caption*, dan cara membuat konten yang menarik di Instagram.

5. Daftar Pustaka

- Andata, C.P. *et al.* (2022) 'Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness "Somethinc" Pada Pengguna Instagram', *Jurnal Komunikasi*, 13(2). Available at: <https://doi.org/10.31294/jkom>.
- Annur, C.M. (2023) *Jumlah Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia*, *katadata.co.id*. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/pertumbuhan-melambat-jumlah-pengguna-media-sosial-global-capai-476-miliar-hingga-awal-2023> (Accessed: 19 July 2023).
- Aryani, I.D. *et al.* (2022) 'INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN PADA A.D.A SOUVENIR PROJECT', *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, 2(2), pp. 466–477.
- Astria, D. and Santi, M. (2021) 'Pemanfaatan Aplikasi WhatsApp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah penjualan', *Jurnal Eksyar*, 8, pp. 246–270. Available at: <https://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/eksyar/article/view/188> (Accessed: 14 December 2023).
- Herdiyani, S. *et al.* (2022) 'PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), pp. 103–121. Available at: <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>.
- Instagram (2023) *Praktik Terbaik Terbaru Instagram Shopping*, *Meta*. Available at: <https://business.instagram.com/shopping/guide-and-best-practices> (Accessed: 20 July 2023).
- Kominfo (2020) *Tingkatkan Produktivitas dan Nilai Tambah UMKM Melalui Teknologi Digital*, *Kominfo.go.id*. Available at: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30276/tingkatkan-produktivitas-dan-nilai-tambah-umkm-melalui-teknologi-digital/0/berita> (Accessed: 17 July 2023).
- Lefanre (2023) *25 Manfaat Media Sosial Bagi Bisnis, Meningkatkan Keberhasilan dan Pertumbuhan*, *idmetafora.com*. Available at: <https://idmetafora.com/news/read/3514/25-Manfaat-Media-Sosial-bagi-Bisnis-Meningkatkan-Keberhasilan-dan-Pertumbuhan.html> (Accessed: 17 July 2023).
- Maksudi, M.Y. *et al.* (2021) 'Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya', *Jurnal STEI Ekonomi*, 30, pp. 94–101. Available at: <http://repository.stei.ac.id/7192/1/Jurnal%20-%20Pengaruh%20Penggunaan%20Instagram%20Terhadap%20Omzet%20Penjualan%20P>

roduk%20Pakaian%20pada%20UMKM%20Inoy%20Daily%20Wear%20di%20Tasikmalaya%202022.pdf (Accessed: 14 December 2023).

Mardiyaturrahma, A., Wasiqoh, A. and Sutanto, Y.P. (2022) 'Digitalisasi Pemasaran Produk UMKM Dengan Pemanfaatan WhatsApp Business di Desa Karanggayam Srengat Kabupaten Blitar', *JPPNu (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Nusantara)*, 4, pp. 175–181. Available at: <https://journal.unublitar.ac.id/jppnu/index.php/jppnu/article/view/116/111> (Accessed: 14 December 2023).

Pinanda Ramadhan, H. *et al.* (2020) 'PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM CELANA DI PETISAH', *Jurnal Plans*, 15. Available at: <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/plans/article/viewFile/52253/22663> (Accessed: 14 December 2023).

Rachmawaty, A. (2021) 'Optimalisasi Media Sosial Dalam meningkatkan Penjualan di Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar', *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 8, pp. 29–44. Available at: <https://jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/view/535> (Accessed: 14 December 2023).

Samaida, F. (2023) *Pengaruh Media Sosial WhatsApp, Facebook dan Instagram Terhadap Volume Penjualan Produk Tempe Crispy Kahla*. Universitas Nusa Putra. Available at: <https://repository.nusaputra.ac.id/id/eprint/469/> (Accessed: 14 December 2023).

Sirodjudin, M. and Sudarmiati (2023) 'Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review', *Ebismen : Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2.

Sufyann, I.K. (2023) *Whatsapp Jadi Media Sosial Yang Sering Digunakan di Indonesia tahun 2023, Mengalahkan Instagram dan Facebook*. Available at: <https://jurnalsoreang.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-1016776155/whatsapp-jadi-media-sosial-yang-sering-digunakan-di-indonesia-tahun-2023-mengalahkan-instagram-dan-facebook> (Accessed: 12 July 2023).

Veranita, M., Susilowati, R. and Yusuf, R. (2021) 'Pemanfaatan Platform Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi iNdustri Kuliner Saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Akun @kolakcampurkolaku)', *JBK Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17, pp. 279–290. Available at: <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/JBK/article/view/170> (Accessed: 14 December 2023).

WhatsApp Business (2023) *Integrasikan Dengan Stack Teknologi Anda yang Ada, WhatsApp Business*. Available at: <https://business.whatsapp.com/products/business-platform> (Accessed: 20 July 2023).

Widi, S. (2023) *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023, dataindonesia.id*.