

EDUKASI PENGGUNAAN DAN MANFAAT WHATSAPP BUSINESS TERHADAP MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RUMAH KESADARAN DAN IPEMI

^{1*}Nia Latifah, ²Ika Kusumawati, ³Tri Widagdo, ⁴Rachmat Yumadhi, ⁵Hendra Efendi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*latifahnia93@gmail.com](mailto:latifahnia93@gmail.com)

Abstrak

UMKM adalah unit usaha milik pribadi yang saat ini sudah dikenal akrab oleh masyarakat. Dimasa pandemi saat ini, UMKM menjadi salah satu yang terdampak karena berkurangnya pembeli dari biasanya. Seperti yang disampaikan oleh staf ahli kementerian keuangan yang disampaikan pada 16 Oktober 2020 melalui bisnis.tempo.co, menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang paling terdampak sehingga berdasarkan survei ADB sebanyak 48,6 persen UMKM tutup sementara. Kondisi pandemi saat ini menjadi hal yang sangat berpengaruh dibidang apapun, termasuk UMKM. Disisi lain, teknologi yang saat ini sudah semakin maju menjadi peluang untuk membawa UMKM kembali berdiri. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan aplikasi Whatsapp Business. Aplikasi ini adalah varian dari Whatsapp yang bisa dimanfaatkan untuk berjualan atau berbisnis. Tampilannya di desain khusus agar pengguna Whatsapp dapat dengan mudah mempromosikan barang dagangannya, dan mempermudah menemukan sasaran konsumen yang tepat. Sehingga dapat meningkatkan angka penjualan. Dengan demikian, Pengabdian Kepada Masyarakat ini diberi judul Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis tentang pembuatan akun whatsapp business dan cara memanfaatkannya untuk pelaku UMKM. Dengan menggunakan metode seminar, praktek, dan diskusi, diharapkan pelaku UMKM dapat menyerap pengetahuan tentang aplikasi ini, sehingga dapat dengan mudah menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari.

Kata Kunci: UMKM, Whatsapp Business, Pengabdian Kepada Masyarakat, COVID-19

Abstract

MSMEs are privately owned business units that are currently well known to the public. During the current pandemic situation, MSMEs are affected due to fewer buyers than usual. As conveyed by the Ministry of Finance's expert staff who was conveyed on October 16, 2020, via Bisnis.tempo.co, stating that MSMEs were the most affected businesses, and based on an ADB survey, 48.6 percent of MSMEs were temporarily closed. The current pandemic condition has become very influential in any field, including MSMEs. On the other hand, technology that is now increasingly advanced is an opportunity to revive MSMEs. One of them is by using the Whatsapp Business application. This application is a variant of Whatsapp that can be used to sell or do business. The display is specially designed so that Whatsapp users can easily promote their wares and make it easier to find the best target consumers. Therefore, it can increase sales figures. Thus, this Community Service has titled Education on the Use and Benefits of Whatsapp Business to Increase Sales of MSMEs Rumah Kesadaran and IPEMI. The general purpose of this service activity is to provide training and practical knowledge about creating WhatsApp business accounts and how to use them for MSME players. By using seminar, practice, and discussion methods, it is expected that MSME players can absorb knowledge about this application so that it can be easily used in daily activities.

Keywords: MSMEs, Whatsapp Business, Community Service, COVID-19

PENDAHULUAN

UMKM bagi Indonesia saat ini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem perekonomian. Tidak hanya membantu dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, UMKM juga sangat membantu dalam membuka peluang

pekerjaan menjadi lebih luas. Karena pada dasarnya kegiatan UMKM dilakukan dikalangan masyarakat, sehingga persyaratan dalam penerimaan pekerjaan bagi pelaku UMKM tidak lah sulit. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dari latar belakang apapun. Dengan adanya UMKM,

angka pengangguran di Indonesia menjadi lebih berkurang.

Selama ini, pemerintah sudah berperan aktif dalam membantu keberlangsung UMKM di Indonesia. Namun, pada situasi pandemi yang dimulai sejak tahun 2020 membuat pelaku UMKM merasa kesulitan dalam merespon keadaan tersebut. Bahkan tercatat pada Oktober 2020, berdasarkan hasil survei ADB menyatakan bahwa sebanyak 48,6 persen UMKM tutup sementara karena perputaran modal dan keuntungan yang tidak baik. Terguncangnya posisi UMKM di Indonesia membawa dampak yang buruk juga bagi perekonomian di Indonesia.

Hal tersebut juga dirasakan oleh UMKM Rumah Kesadaran Dan IPEMI. Bagaimana pandemi ini membawa dampak berkurangnya akses untuk melakukan supply barang, terbatasnya aktivitas untuk melakukan distribusi, dan berkurangnya pelanggan. Membuat mereka merasa kesulitan dalam merespon situasi pandemi saat ini. Belum lagi saat ini e-commerce sudah semakin akrab di lingkungan masyarakat Indonesia. Membuat para pelaku UMKM menjadi semakin sulit untuk mendapatkan pasarnya. Karena para pembeli cenderung untuk melakukan transaksi melalui e-commerce tersebut.

Sebelum adanya pandemi COVID- 19, UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI lebih sering melakukan promosi secara langsung. Dari orang ke orang, dan dari rumah ke rumah. Cara seperti ini mereka anggap lebih tepat sasaran dan lebih tepat target. Sehingga calon pembeli dapat secara langsung bertanya apabila ada yang perlu di konfirmasi atau membutuhkan penjelasan lebih detail. Setelah adanya pandemi, aktivitas tersebut menjadi dibatasi. Para pelaku UMKM tidak dapat dengan mudah menemui calon pelanggannya karena terbentur dengan kebijakan pemerintah untuk melakukan jaga jarak sosial.

Pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI rata-rata adalah ibu-ibu dengan usia sekitar 35 sampai 42 tahun. Bagi mereka, aplikasi yang paling akrab dikalangan mereka adalah Whatsapp. Namun, tidak semua dari mereka mengetahui bahwa Whatsapp memiliki varian yang khusus digunakan untuk berbisnis, yang dinamakan

Whatsapp Business. Secara umum tampilan dari Whatsapp Business tidaklah berbeda dari Whatsapp biasa dan Whatsapp bukan sesuatu yang asing bagi pelaku UMKM, sehingga akan mudah jika aplikasi ini diperkenalkan dan diterapkan oleh pelaku UMKM. Dengan tujuan agar angka penjualan dari UMKM dapat kembali meningkat. Sehingga kami buatlah sebuah pendekatan kepada pelaku UMKM melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), dengan sasarannya adalah Pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI dan dengan pembahasan tentang edukasi dan pemanfaatan Whatsapp Business, dengan harapan pelaku UMKM dapat memanfaatkan aplikasi Whatsapp Business ini sebagai wadah untuk promosi dan transaksi

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan seminar dan tanya jawab. Materi tentang Whatsapp Business disampaikan langsung oleh Rachmat Yumadhi. Dalam proses pemaparannya, beliau juga mempraktikkan bagaimana cara menggunakan Whatsapp Business dan apa saja manfaat yang didapatkan. Metode ini kami namakan sebagai *learning by doing*, sambil diperlihatkan bagaimana Whatsapp Business bekerja, sambil pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI mempraktikkan cara penggunaannya.

Gambar 1. Pemaparan tentang Whatsapp



Business di Yayasan Rumah Kesadaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini selain dihadiri oleh pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI, juga dihadiri oleh ibu-ibu PKK Kota Tangerang Selatan. Ketua dari PKK Kota Tangerang Selatan, yaitu Ibu Tini Benjamin Davnie, juga turut hadir. Beliau memberikan

sambutan yang memotivasi pada pelaku UMKM dengan moto yang disampaikan yaitu "lebih baik menjadi kepala semut, daripada menjadi ekor gajah". Dalam moto tersebut beliau menjelaskan artinya, sebagai berikut: berbanggalah para pelaku UMKM, karena sekecil apapun usaha yang dilakukan, pemilik dan pimpinan dari usaha tersebut adalah dirinya sendiri, bukan menjadi ekor atau pekerja dari orang lain.



Gambar 2. Sambutan Ibu Tini Benjamin Davnie pada kegiatan PKM

Dalam kegiatan PKM ini juga dilakukan penandatanganan MoU dengan 3 lembaga yaitu Universitas Pamulang, PKK Kota Tangerang Selatan, dan Yayasan Rumah Kesadaran. Dengan tujuan untuk menciptakan mitra yang strategis dalam rangka membangunkan potensi hebat dan sumber daya yang ada di Kota Tangsel, salah satunya adalah berasal dari kontribusi mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang.



Gambar 3. Penandatanganan MOU oleh 3 Lembaga

Acara dilakukan pada tanggal 7 Oktober 2021, yang dimulai pada pukul 09.00 WIB, yang disponsori oleh produk kecantikan JAFRA dan Tokosayur.co serta pemberian buku oleh Nanang Qosim (Naqoy) tentang Wirausaha karya NAQOY CENTER berjudul "Jejak Makna dari nol menjadi pengusaha mulia, sebuah contoh sukses dari pengusaha asal minang bernama Barizal Koto". Hal tersebut membuat seluruh peserta antusias dalam mengikuti

kegiatan PKM ini. Selain ilmu yang bermanfaat, peserta juga disajikan rangkaian kegiatan yang menyenangkan, dengan beragam hadiah persembahan dari JAFRA dan Tokosayur.co.

PKM yang kami angkat disini adalah tentang pemanfaatan Whatsapp Business. Karena pada masa pandemi ini, pelaku UMKM dituntut untuk dapat berpikir secara kreatif agar tetap dapat bersaing. Pemanfaatan Whatsapp Business mejadi salah satu caranya. Karena Whatsapp adalah salah satu aplikasi yang sudah sangat terkenal di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan data yang ditulis dalam <https://databoks.katadata.co.id/> tercatat bahwa selama tahun 2020 ada 2 Miliar pengguna Whatsapp yang aktif melakukan pengiriman pesan. Selain itu berdasarkan data yang di tulis dalam <https://katadata.co.id/>, Whatsapp Business diciptakan agar layanan ini dapat meningkatkan penjualan dan membantu membidik pasar yang tepat bagi UMKM dan komunitas yang menggunakannya. Dalam tulisan tersebut di katakana bahwa berdasarkan Morning Consult, penggunaan layanan Whatsapp Business ini berhasil meningkatkan penjualan dari 77% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tercatat per tahun 2020 ada lebih dari 5 juta pengguna WhatsApp Business dan kebanyakan dari mereka adalah pelaku kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah. Karena banyak manfaat yang bisa dirasakan secara langsung bagi pengguna Whatsapp Business. Untuk itu, kami sajikan Whatsapp Business ini kepada pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI agar mereka juga menjadi salah satu UMKM yang berhasil dengan memanfaatkan Whatsapp Business ini.



Gambar 4. Panitia PKM, Dosen Pendamping beserta Peserta dari Rumah Kesadaran.



Gambar 5. Panitia Utama PKM Pemasaran

KESIMPULAN

Hasil dari Pelaksanaan kegiatan PKM oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang dapat membuahkan hasil yang positif. Hal ini dapat dilihat dari antusias dan semangat dari para peserta yang mengikuti kegiatan PKM ini. Mereka dengan seksama mengikuti setiap alur kegiatan, baik dalam hal pemberian materi, tanya jawab, dan kuis.

Saran kami bagi ketiga lembaga yang telah sama-sama menandatangani MoU dapat tetap bersinergi untuk mengembangkan sumber daya yang ada, khususnya pada pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan. Kami berharap, materi dari PKM tentang Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business ini dapat secara konsisten diterapkan dalam proses pemasaran dari UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI, serta PKK Kota Tangerang Selatan. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi ini dapat terimplementasikan dengan baik, dalam meningkatkan penjualan di saat pandemi dan di masa yang akan datang. Kami berharap kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa yang akan datang dapat lebih terprogram dan terlaksana dengan baik. Sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih banyak bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Advertorial. 2021. "Nasib UMKM Terpinggirkan Di Tengah Pandemi". Dalam <https://tirto.id/nasib-umkm-terpinggirkan-di-tengah->

pandemi-ga1D. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Antara. 2020. "Kemenkeu Ungkap Nasib UMKM di Asia Tenggara Akibat Pandemi". Dalam

Haryadi, R. N., et al (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Lidwina, Andrea. 2021. "Berapa Jumlah Pengguna Aktif WhatsApp dan Platform Pesaingnya?". Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/21/berapa-jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-dan-platform-pesaingnya>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Nn. 2020. "Ini Sederet Upaya Pemerintah Memajukan UMKM". Dalam <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-sederet-upaya-pemerintah-memajukan-umkm/>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Nn. 2020. "Luasnya Pasar Pengguna Whatsapp Jadi Potensi Besar Bagi Pebisnis". Dalam

Nn. 2021. "Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya". Dalam <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. Digitalisasi UMKM, 57. <https://bisnis.tempo.co/read/1405851/kemenkeu-ungkap-nasib-umkm-di-asia-tenggara-akibat-pandemi/full&view=ok>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

<https://www.sirclo.com/luasnya-pasar-pengguna-whatsapp-jadi-potensi-besar-bagi-pebisnis/>. Diakses pada 29 Oktober 2021.