

## PENDAMPINGAN OPTIMALISASI E-KATALOG PADA WHATSAPP BUSINESS DI UMKM WONTON CRISPY FATBOYS DAN UMKM OMAH JAMU WATU (JAMU KEMUNING BU ERNI)

Srianingsi Ma'dika<sup>1\*</sup>, Tutut Dewi Astuti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

*Email\**: [srianingsi.madika@gmail.com](mailto:srianingsi.madika@gmail.com), [tutut@mercubuana-yogya.ac.id](mailto:tutut@mercubuana-yogya.ac.id)

**Abstract.** *The implementation of this community service aims to help micro, small, and medium enterprises (MSMEs) like Wonton Crispy Fatboys and Argomulyo Herbal House, especially Jamu Kemuning Bu Erni, who have problems marketing their products through digital platforms, or what is currently known as digital marketing. With this community service program, it is hoped that it can provide an understanding to MSME players about the importance of using digital platforms in product marketing and adapt to technological developments that are currently being carried out by many other business actors. In Whatsapp Business, there are many features that can be utilized to do digital marketing, one of which is the utilization of the E-catalog feature, which contains product descriptions as well as product prices, making it easier for customers who will buy these products without having to ask questions via chat to the seller, in this case MSME business actors. After the mentoring of MSMEs Wonton Crispy Fatboys and Watu Herbal House (Jamu Kemuning Bu Erni), these two MSMEs were able to understand the use of e-catalogs in WhatsApp business, increase their knowledge about technology, and understand the importance of using digital marketing in marketing their business products.*

**Keyword:** *community service, Marketing, WhatsApp business*

**Abstrak** Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Wonton Crispy Fatboys dan Rumah Jamu Argomulyo khususnya Jamu Kemuning Bu Erni, yang memiliki kendala dalam pemasaran produknya, melalui platform digital atau yang saat ini dikenal dengan digital marketing. Dengan adanya program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya penggunaan platform digital dalam pemasaran produk dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi yang saat ini banyak dilakukan oleh pelaku usaha-usaha lainnya. Pada Whatsapp Business terdapat banyak fitur yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan digital marketing salah satunya adalah pemanfaatan fitur E-katalog yang memuat deskripsi produk juga harga produk sehingga memudahkan customer yang akan membeli produk tersebut tanpa harus bertanya melalui chat kepada penjual dalam hal ini pelaku Usaha UMKM. Setelah dilakukan pendampingan UMKM Wonton Crispy Fatboys dan Omah Jamu Watu (Jamu Kemuning Bu Erni) kedua UMKM ini mampu memahami tentang pemanfaatan e-katalog pada whatsapp business, peningkatan pengetahuan tentang teknologi, dan pentingnya penggunaan digital marketing dalam pemasaran produk usaha mereka.

**Kata Kunci :** Pengabdian masyarakat, Pemasaran, *Whatsapp Business*,

### 1. Pendahuluan dan Rumusan Masalah

Era teknologi yang semakin berkembang dan mempunyai peran yang penting dalam pengembangan bisnis, terutama dalam memudahkan pelaku usaha dalam mengenalkan atau mempromosikan produk maupun brand yang dimiliki kepada public melalui platform media digital yang sudah sangat banyak. Perkembangan Teknologi bisa berdampak sangat baik untuk pertumbuhan ekonomi bangsa (Jamil, Dewi et al., 2020). Perkembangan Teknologi Informasi memberikan peluang baru bagi kehidupan perekonomian masyarakat karena pada saat ini

sudah tidak ada lagi Batasan dalam melakukan pangsa pasar dalam melakukan suatu produk atau jasa yang dimiliki. Ditambah lagi di zaman sekarang inipun sudah sangat banyak yang menyediakan berbagai informasi tentang cara menggunakan atau pengoperasian teknologi terutama dalam pemasaran produk ini.

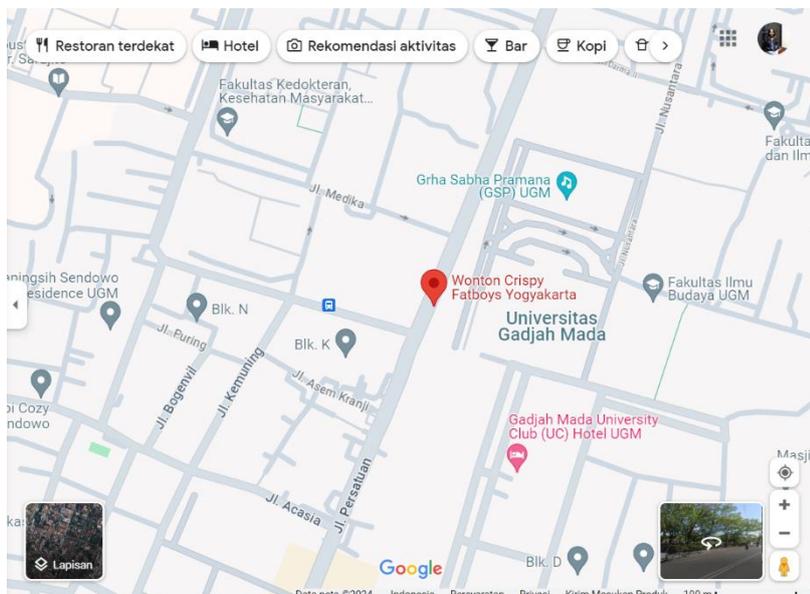
Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu usaha yang mempunyai peranan penting pula dalam pembangunan dan perekonomian bangsa. Karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan peluang kerja bagi masyarakat yang berada di sekitar UMKM tersebut guna membangun pula kesejahteraan masyarakat daerah demi kestabilan kesenjangan sosial (Asi, Susanti et al., 2022). Peran dan perkembangan UMKM terhadap perekonomian, karena prinsip seorang pelaku usaha adalah memanfaatkan kesempatan yang ada demi berkembangnya perekonomian dan sumber daya yang efektif, karena pemanfaatan ini dalam menghasilkan kreativitas juga inovasi yang kreatif juga terus dikembangkan (Ulansari & Wahyuningrum., 2021). Pada saat wabah covid-19 melanda Indonesia bahkan hampir seluruh dunia banyak UMKM yang terpaksa menutup usaha mereka karena adanya pembatasan aktivitas di luar ruangan (Ghazalah., 2022). Hal ini menjadi salah satu permasalahan yang seharusnya mereka bisa saja memanfaatkan media online mereka atau yang disebut dengan *Digital Marketing* (Pabulo Astuti, et.al). Pemasaran menggunakan *digital marketing* membutuhkan Teknik dan strategi pasar yang akan dijalankan serta memahami karakteristik perilaku konsumsi masyarakat yang dapat mudah diketahui dari aktivitas transaksi melalui media digital (Renyaaan & Ilham., 2022). Pada saat ini, sudah banyak UMKM yang menggunakan social media untuk memasarkan produk ataupun brand mereka namun masih banyak juga yang masih dengan cara manual yakni berjualan di pasar atau hanya mengandalkan langganan tetap mereka. Ini dikarenakan kurangnya pengetahuan ataupun sosialisasi terkait dengan optimalisasi ataupun cara penggunaan dari teknologi-teknologi yang dapat mendukung bisnis mereka.

Whatsapp Business sendiri adalah aplikasi perpesanan khusus bisnis yang gratis yang dapat diunduh baik di Android ataupun iPhone. Whatsapp bisnis dirancang untuk memudahkan pelaku bisnis UMKM berinteraksi dengan pelanggan mereka di media online (Wati, Martha et al., 2020). Whatsapp bisnis mempunyai beberapa fitur bisnis yang tentunya berbeda dengan whatsapp biasanya, yaitu fitur profil bisnis yang berisi tentang informasi seputar usaha seperti nama usaha, alamat usaha, jam, operasional, situs web, dan deskripsi dari usaha UMKM tersebut (Febriana, Setyowati et al., 2022). Kemudian fitur katalog yang menampilkan foto produk, harga dan deskripsi dari produk tersebut. Kemudian ada untuk fitur yang berfungsi untuk langsung memesan produk tersebut sehingga pesanan tersebut otomatis masuk kepada

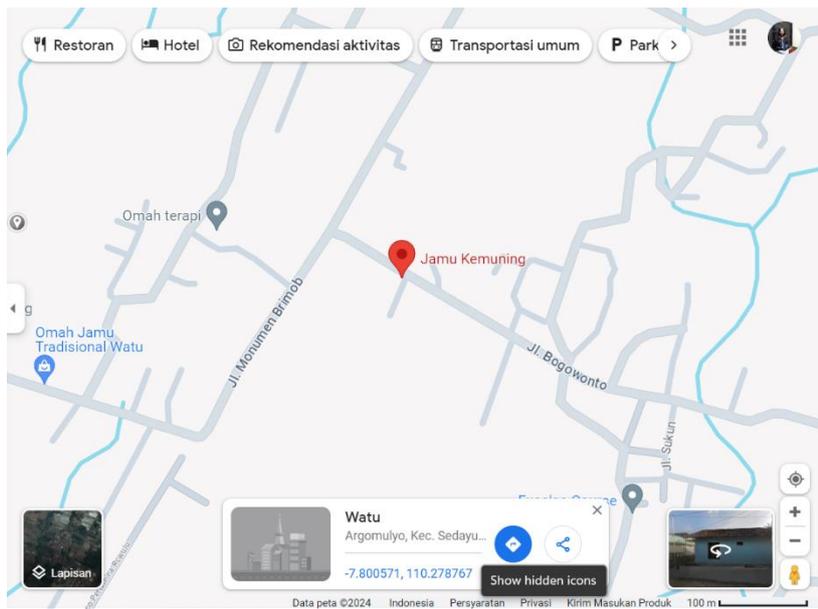
pelaku UMKM. Fitur-fitur ini sebenarnya sudah sangat lengkap dan pelaku usaha hanya perlu fast respon saja dalam menjalani usaha juga, kegiatan ini bisa dilakukan darimana saja pelaku usaha dapat memasarkan juga dapat menggunakannya.

UMKM Wonton Crispy Fatboys ini bergerak di bidang kuliner yang memproduksi makanan ringan seperti Pangsit, Cakwe dan juga Siomay yang berlokasi di Jl Kaliurang KM 3, Sendowo, Sinduadi, Mlati, Yogyakarta. Serta UMKM Omah Jamu Watu adalah usaha yang bergerak di bidang produksi jamu rumahan atau jamu cair maupun jamu instant yang beragam khususnya UMKM Jamu Kemuning yang dijalankan oleh Ibu Erni yang berlokasi di Argomulyo, Sedayu, Bantul, D I Yogyakarta. Kedua UMKM tersebut mengalami pertumbuhan dalam penjualan atau dapat disebut sebagai awal dari kemajuan dalam menjalankan usaha mereka.

Dalam menjalankan kedua usaha tersebut kedua UMKM ini masih belum optimal dalam penggunaan Whatsapp Business dan masih berjualan secara manual seperti Wonton Crispy Fatboys menggunakan gerobak di area Jl Kaliurang sekitar GSP dari pukul 16.00 sampai dengan pukul 22.00 malam atau sampai habis sedangkan untuk Jamu Kemuning yang dijalankan oleh Ibu Erni yang diproduksi pada dini hari kemudian ini dijual di pasar godean dari pagi hari sampai habis biasanya jam 12 siang, sehingga penulis mempunyai tujuan untuk membantu kedua UMKM ini untuk mencapai tujuan pelaku usaha ini dalam pemanfaatan e-katalog pada whatsapp business sebagai sarana untuk memasarkan produk-produk mereka.



**Gambar 1. Lokasi UMKM Wonton Crispy Fatboys di Jl. Kaliurang No.KM.3, Sendowo, Sinduadi, Kec. Mlati, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55582**



**Gambar 2. Lokasi UMKM Jamu Kemuning di Jl. Bogowonto No.RT 04, Watu, Argomulyo, Kec. Sedayu, Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55753**

## 2. Metode

Proses kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi Teknik wawancara, melakukan sosialisasi mengenai pentingnya menggunakan digital marketing dalam pemasaran produk menggunakan e-katalog pada whatsapp business pada UMKM Wonton Crispy Fatboys dan UMKM Omah Jamu Watu (Jamu Kemuning Bu Erni). Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman akan pentingnya penggunaan digital marketing dalam menjalankan usaha agar pelaku usaha dapat lebih mudah memasarkan produk mereka dan dapat mengoptimalkan penjualan produk dari UMKM ini.

Pelaksanaan kegiatan pendampingan optimalisasi e-katalog pada whatsapp business dilaksanakan pada 15 April-31 Mei 2024. Metode yang digunakan terdiri dari :

1. Melakukan observasi dan wawancara terhadap UMKM Wonton Crispy Fatboys dan UMKM Omah Jamu Watu khususnya bertemu dengan pemilik UMKM Jamu Kemuning yaitu Bu Erni, guna mengetahui profiling dari kedua UMKM ini.
2. Memberikan materi tentang digital marketing dan pengenalan e -katalog pada whatsapp business kepada pelaku usaha UMKM.
3. Pelatihan dan pendampingan menggunakan e -katalog pada whatsapp business, memperkenalkan tentang whatsapp business, juga mengenalkan fitur e-katalog dalam whatsapp business yang dapat membantu pelaku usaha untuk mendeskripsikan tentang produk jualan usaha mereka.

Alur pembuatan e-katalog pada whatsapp business yang dilakukan pada saat kegiatan pembimbingan adalah sebagai berikut :

1. Mendokumentasikan produk-produk yang dijual dengan cara mengambil gambar/foto setiap produk pelaku usaha.
2. Penulis membantu membantu mengedit gambar/foto produk yang sudah diambil.
3. Membuka aplikasi whatsapp business kemudian membuka pengaturan, pilih alat bisnis kemudian katalog.
4. Setelah itu input informasi produk seperti nama produk, harga dari produk tersebut, tautan atau link tentang website dari produk ini, juga jangan lupa input gambar yang tadi sudah diambil dan diedit agar lebih menarik.
5. E-katalog pada whatsapp business siap digunakan.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **A. Profil Wonton Crispy Fatboys Yogyakarta**

Kegiatan pengabdian masyarakat diadakan di tempat usaha Wonton Crispy Fatboys yang didirikan oleh Pak Tio sejak tahun 2021 dan menjual beberapa jajanan yakni, pangsit signature, pangsit goreng, cakwe dan juga siomay dan UMKM ini mempunyai dua cabang yakni untuk cabang yang pertama terletak di Jl Kaliurang Km 3 Kelurahan Sinduadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman, D I Yogyakarta sedangkan untuk cabang yang kedua terletak di Jl Seturan Raya No 3 Kledokan, Sleman D I Yogyakarta dan juga di UMKM Omah Jamu Watu khususnya Jamu Kemuning Bu Erni yang berlokasi di desa Argomulyo, Sedayu, Bantul, D I Yogyakarta dari bulan April- Mei 2024. Wonton Crispy Fatboys memiliki 2 karyawan masing-masing 1 karyawan di setiap cabang yang membantu untuk menjual produk dari UMKM ini dan sekaligus menjaga stand yang ada di dua cabang. Namun untuk admin social medianya sendiri dipegang oleh owner dari UMKM Wonton Crispy Fatboys ini dan belum menggunakan whatsapp business dalam pengembangan bisnisnya.

#### **B. Profil Jamu Kemuning Bu Erni**

Kemudian untuk Jamu Kemuning Bu erni ini ada sejak tahun 2006 yang berawal dari bibi dari Bu Erni yang mengait rezeki dengan memproduksi jamu dan akhirnya diteruskan oleh Bu Erni. Awalnya bu Erni hanya memproduksi jamu cair saja, namun pada tahun 2016 Terbentuk suatu koperasi Wanita di desa argomulyo yang rata-rata memproduksi jamu yang Bernama Koperasi Oemah Jamu Watu untuk membuat jamu instant. Sehingga sampai saat ini setiap anggota yang terdaftar pada komunitas ini boleh menjual jamu instant yang diproduksi bersama-sama di Rumah produksi Oemah Jamu Watu tersebut. Bu erni sendiri belum

mempunyai karyawan dalam menjalankan UMKM ini, Ia sendiri yang mengelola dan memproduksi jamu cair ini. Jenis jamu yang diproduksi Bu Erni adalah jamu uyup-uyup, Jamu Godok, Jamu Temulawak, Jamu Kunir Asem, Beras Kencur, Jamu Kunyit Tawar, Jamu Kunyit Madu. Bu Erni memproduksi jamu pada dini hari dan menjualnya ke pasar pada pagi hari sampai dengan siang hari, jadi masih sangat manual dan belum menggunakan whatsapp business dalam menjalankan usahanya.



**Gambar 3. Proses Penjualan produk yang dilakukan oleh UMKM Wonton Crispy Fatboys dan Jamu Kemuning Bu Erni yang masih manual.**

### C. Pemberian dan Pembuatan E-katalog

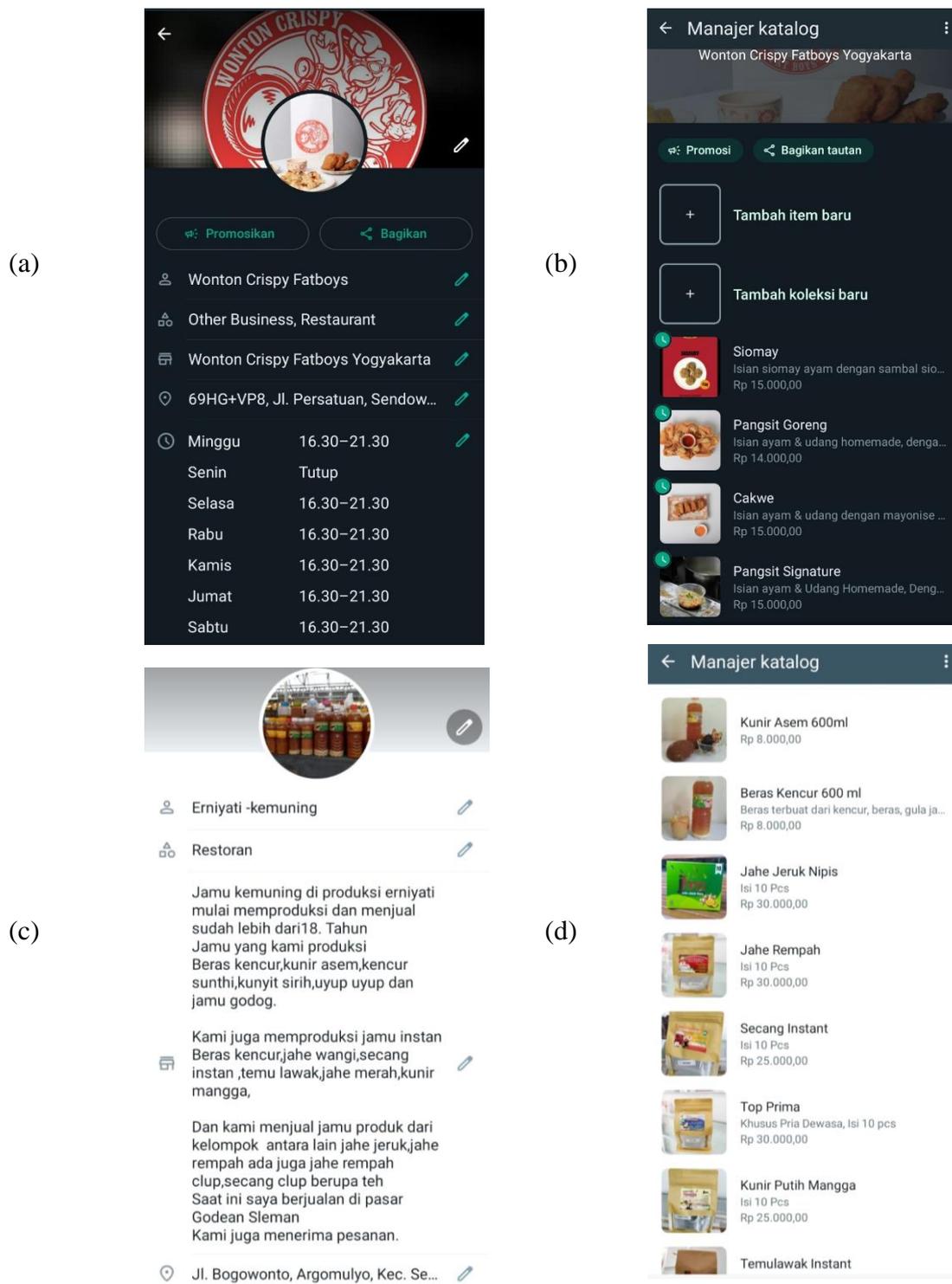
Setelah mengidentifikasi permasalahan pada kedua UMKM ini maka penulis melanjutkan dengan memberikan materi dan pengenalan tentang digital marketing dan pentingnya pemanfaatan digital marketing khususnya e-katalog whatsapp bisnis dalam mengembangkan bisnis UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendukung kegiatan usaha UMKM dengan menggunakan e-katalog pada whatsapp business. Berikut adalah langkah-langkah bimbingan dalam membuat e-katalog pada whatsapp business:

1. Memberikan materi dan pemahaman kepada kedua UMKM tentang Whatsapp business dan manfaat dari whatsapp business.
2. Mendokumentasikan produk-produk yang dimiliki oleh kedua UMKM dan membantu serta mengedukasi tentang cara mengambil gambar yang baik juga mengedukasi dasar-dasar dan tools-tools dalam mengedit foto produk.
3. Langkah berikutnya adalah membuat e-katalog pada whatsapp business yang dimulai mengunggah foto produk yang telah diedit, kemudian menambahkan nama produk serta harga pada produk, lalu menambahkan deskripsi tentang foto produk yang telah di unggah, deskripsi produk ini bisa berisi tentang komposisi dari produk tersebut, juga dapat berisi tentang khasiat atau manfaat dari produk yang diupload pada e-katalog.
4. Kemudian untuk langkah terakhir adalah mengoptimisasi dan mengedukasi tentang cara penggunaan e-katalog dalam mengelola UMKM mereka karena pesanan akan otomatis masuk jika customer yang membuka e-katalog menambahkan produk untuk disorder dan otomatis akan ada pemberitahuan pada whatsapp business penjual atau pemilik UMKM tersebut.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

Setelah dilakukan mentoring dan edukasi tentang cara membuat e-katalog serta cara penggunaan e-katalog pada whatsapp business sehingga membuahkan hasil sebagai berikut:

1. UMKM Wonton Crispy Fatboys dan UMKM Jamu Kemuning dapat membuat e-katalog pada whatsapp business, sehingga jika mereka mempunyai produk baru mereka sudah mampu untuk menambahkan produk tersebut ke dalam whatsapp business sehingga customer dengan mudah dapat memesan produk yang terdapat pada e-katalog whatsapp business.
2. Peningkatan penjualan produk melalui platform media juga kedua UMKM ini dapat mengelola platform media sosial dari menerima pesanan melalui online sehingga selain berjualan manual mereka juga bisa mengelola pesanan melalui platform sosial media.
3. Peningkatan pengetahuan tentang teknologi dalam dunia digital marketing sehingga pelaku UMKM lebih efisien dalam menjangkau lebih banyak calon konsumen serta mengeluarkan biaya yang lebih terjangkau karena dapat dilakukan dari rumah saja dan tidak perlu mengeluarkan banyak biaya misalnya biaya transportasi untuk berjualan di secara manual di pasar ataupun berjualan di gerobak.



**Gambar 4. Profil whatsapp business UMKM Wonton Crispy Fatboys (a), e-katalog whatsapp bisnis Wonton Crispy Fatboys (b), Profil whatsapp bisnis Jamu Kemuning (c), e-katalog whatsapp business Jamu Kemuning.**

**Tabel 1 Indikator Keberhasilan**

Indikator Keberhasilan	Sebelum	Sesudah
Pemahaman tentang pentingnya penggunaan platform media sosial untuk meningkatkan penjualan	Pemilik UMKM masih berjualan secara manual dan tidak paham akan pentingnya digital marketing juga penggunaan platform media sosial untuk pengembangan bisnis mereka, mereka juga ragu karena belum bisa menggunakan platform media sosial	Pemilik UMKM menganggap digital marketing sangat penting untuk digunakan apalagi saat ini teknologi berkembang pesat sehingga pelaku UMKM harus bisa mengikuti perkembangan teknologi tersebut, dengan menggunakan platform media sosial dalam pengembangan bisnis mereka.
Peningkatan pengetahuan tentang cara membuat e-katalog pada whatsapp business	Pelaku UMKM hanya menggunakan whatsapp regular saja dan hanya mengirimkan foto kepada customer, dan tidak efektif karena pelaku UMKM juga sambal berjualan di pasar maupun di gerobak sehingga customer akan menunggu sampai pesan tersebut dibalas oleh pelaku UMKM.	Kedua Pelaku UMKM ini sudah bisa membuat e-katalog pada whatsapp business dengan sendirinya dan memudahkan mereka jika mereka mempunyai produk yang baru, mereka tinggal menambahkan item pada fitur e-katalog di whatsapp business. Juga memudahkan untuk customer dalam memesan produk karena pada e-katalog sudah terdapat nama produk, harga bahkan deskripsi dari produk tersebut.
Kemampuan mengembangkan dan mengelola pesanan yang masuk pada whatsapp business	Pelaku UMKM belum bisa melakukan pengelolaan dan pengembangan usaha mereka, karena customer mereka hanya orang sudah sering membeli ataupun yang sudah tahu terkait dengan kedua UMKM ini.	Pelaku UMKM sudah bisa mengelola pesanan yang masuk di whatsapp business mereka, mereka pun tidak perlu mereply satu-satu pesan customer yang masuk karena sudah ada fitur pesan otomatis yang dibantu untuk diaktifkan. Sehingga dengan adanya whatsapp business ini kedua pelaku bisa mengembangkan usaha mereka baik secara online dan mereka sambal berjualan manual bisa berjalan keduanya.

Diharapkan setelah dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan, para pelaku UMKM bisa melakukan penambahan item dalam e-katalog pada whatsapp business mereka, juga kedua UMKM ini dapat mengelola pesanan secara online yang dapat membantu untuk mengembangkan usaha mereka. Sesi pendampingan untuk pembuatan dan pengelolaan whatsapp business diakhiri dengan foto bersama pelaku UMKM (Gambar 3).



**Gambar 5: Foto bersama dengan pelaku UMKM Wonton Crispy Fatboys dan UMKM Jamu Kemuning Bu Erni**

#### **4. Kesimpulan**

Setelah penulis melakukan pengabdian ini dalam hal membantu optimalisasi atau pembuatan dan pengelolaan whatsapp business, maka diambil kesimpulan bahwa salah satu kendala UMKM sulit mengembangkan usaha mereka karena kurangnya sosialisasi tentang penggunaan platform media sosial dan juga manfaat digital marketing bagi keberlangsungan usaha, kedua UMKM ini boleh dikatakan gaptek sehingga mereka ragu dalam penggunaan platform media sosial. Dengan adanya pendampingan ini kedua UMKM dapat menggunakan media sosial khususnya membuat katalog pada whatsapp business agar memudahkan customer dalam melakukan pemesanan produk, juga memudahkan pelaku UMKM untuk mengelola pemesanan produk karena sudah bersifat otomatis, sehingga kedua UMKM inipun tetap dapat melakukan penjualan secara manual sambil memantau sosial media secara bersamaan.

#### **Daftar Pustaka**

- Asi, Y. S., Susanti, E. A., Diyanor, W., Rusvita, R., Suhariadi, Hasanah, L., & Minardi, N. S. (2022). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Usaha Kebabku Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7-10.
- Febriana, K. A., Setyowati, R. M., & Indainanto, Y. I. (2022). Peningkatan Keterampilan Penggunaan Whatsapp Business Sebagai Komunikasi Digital Dalam Meningkatkan Usaha Sentra Industri Tas Di Desa Truko Kabupaten Kendal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Usm*, 1235-1242.
- Ghazalah, A. (2022). *Penerapan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Di Pt Mirota Ksm Pada Masa Pandemi Covid 19*. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia . Retrieved From <https://Dspace.Uii.Ac.Id/Handle/123456789/42613>

- Jamil, M., Mutmainah, D., Azizah, M., Brilyadita, S. S., & Ramadhan, A. I. (2020). Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya. *Journal Of Service Learning*, 196-207.
- Pabulo, A. M., & Astuti, T. D. (2024). Pendampingan Taman Kuliner Bangunharjo Sebagai Bagian Dari Unit Bisnis Bumkal Bangkit Karya Bangunharjo. *Jurnal Pengabdian Indonesia (Jpin)*, 37-39. Retrieved From [Http://jurnalpengabdianindonesia.Com/](http://jurnalpengabdianindonesia.com/)
- Renyaan, D., & Ilham. (2022). Digitalisasi Kios Sembako Masa Pandemi Covid-19 Di Pasar Kaget Koya Barat-Kota Jayapura, Papua. *Jurnal Pengabdian Ahmad Yani Stti Bontang*, 1-9.
- Ulansari, A. F., & Wahyuningrum. (2021). *Pelaksanaan Proses Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Terhadap Umkm "Toko Kayu Aren"*. Gresik, Jawa Timur: Repository.Uisi.Ac.Id. Retrieved From [Https://Cdn.Repository.Uisi.Ac.Id](https://cdn.repository.uisi.ac.id)
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business Pada Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Unpar*, 137-148.