



**PENGUNAAN INSTANT MESSAGING (WHATSAPP) SEBAGAI PROMOSI
PRODUK ATAU JASA ONLINE DI MA AL JAUHAROTUNNAQIYYAH JERANG BARAT**

**USE OF INSTANT MESSAGING (WHATSAPP) AS ONLINE PROMOTION OF
PRODUCTS OR SERVICES AT MA AL JAUHAROTUNNAQIYYAH WEST JERANG**

Fauzan Dika^{1*}, Kanim²

^{1*} Universitas Pamulang, Serang, Indonesia

² Universitas Pamulang, Serang, Indonesia

¹dosen02872@unpam.ac.id

²dosen03043@unpam.ac.id

Abstrak: WhatsApp Business merupakan aplikasi WhatsApp yang dikhususkan bagi orang yang memiliki bisnis dan dapat diunduh secara gratis ditujukan untuk orang-orang yang mengembangkan bisnisnya dengan menggunakan *smartphone* melalui media sosial, baik untuk mempromosikan produk ataupun untuk berkomunikasi dengan calon konsumennya. Berdasarkan keterangan dari kepala sekolah SMA Negeri 8 Kota Serang kebanyakan para siswa dan guru yang memiliki usaha/jasa belum memahami perlunya WhatsApp Business. Business ini dalam mengembangkan usaha. Maka dari itu, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan akun WhatsApp Business kepada para pemilik usaha/jasa. Kegiatan ini diikuti oleh 10 guru dan 20 siswa pemilik usaha/jasa. Metode dalam kegiatan ini adalah dengan menggunakan metode sosialisasi, pelatihan, dan evaluasi terhadap hasil kegiatan, dan kegiatannya dilakukan dengan lima tahap, yaitu tahap persiapan materi WhatsApp Business, tahap pelaksanaan sosialisasi WhatsApp Business, tahap tahap pelatihan WhatsApp Business. Hasil pengabdian ini dapat meningkatkan pengetahuan dalam promosi pada WhatsApp Business. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, dengan data teknik pengumpulannya melalui wawancara mendalam dan observasi. Dengan data diperoleh dari beberapa sumber, disimpulkan bahwa aplikasi WhatsApp (WA) dapat digunakan untuk membangun hubungan interpersonal yang baik dengan konsumen. Pengabdian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi WA dapat meningkatkan keuntungan bagi pelaku usaha di MA AL JAUHAROTUNNAQIYYAH JERANG BARAT. Hasil kegiatan ini menunjukkan, para pemilik usaha/jasa baik guru dan siswa mampu menggunakan dan memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: WhatsApp Business, promosi produk, promosi jasa

Abstract: WhatsApp Business is a WhatsApp application specifically for people who have businesses and can be downloaded for free for people who develop their businesses using smartphones through social media, either to promote products or to communicate with potential consumers. Based on information from the principal of SMA Negeri 8 Kota Serang, most students and teachers who have businesses/services do not understand the need for WhatsApp Business. Business in developing their businesses. Therefore, this community service aims to provide socialization and training on the use of WhatsApp Business accounts to business/service owners. This activity was attended by 10 teachers and 20 students who own businesses/services. The method in this activity is to use the socialization, training, and evaluation methods of the results of the activity, and the activities are carried out in five stages, namely the preparation stage of WhatsApp Business materials, the implementation stage of WhatsApp Business socialization, the WhatsApp Business training stage. The results of this community service can increase knowledge in promotion on WhatsApp Business. The method used is a qualitative research method, with data collection techniques through in-depth interviews and observations. With data obtained from several sources, it is concluded that the WhatsApp (WA) application can be used to build good interpersonal relationships with consumers. This devotion shows that the use of the WA application can increase profits for business actors in MA AL JAUHAROTUNNAQIYYAH JERANG BARAT.

The results of this activity show that business/service owners, both teachers and students, are able to use and utilize Whatsapp Business as a promotional media to increase sales.

Keywords: *Whatsapp Business, product promotion, service promotion*

Article History:

Received	Revised	Published
18 Januari 2025	10 Maret 2025	15 Maret 2025

Pendahuluan

Berkaitan dengan media sosial, menurut Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (2021) menjelaskan bahwa media sosial adalah media online berbasis internet yang penggunaanya bertugas untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada khalayak luas atau tidak, meningkatkan nilai konten buatan pengguna dan persepsi interaksi dengan orang lain. Kotler dan Keller (2021) mengatakan bahwa media sosial adalah media yang digunakan konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio dan video dengan orang lain dan bisnis, dan sebaliknya. Salah satu platform digital yang saat ini sedang naik daun adalah WhatsApp Business. WhatsApp Business merupakan aplikasi percakapan yang dirancang khusus untuk keperluan bisnis, yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan mereka secara langsung melalui aplikasi ini.

Menurut survei yang dilakukan oleh Budiarto dan Iswanto (2020), WhatsApp Business telah digunakan oleh sebagian besar pelaku usaha kecil dan menengah di Indonesia sebagai platform pemasaran digital, termasuk di industri restaurant. Dalam industri ini, penggunaan WhatsApp Business dapat menjadi sarana yang efektif dan efisien untuk berkomunikasi dengan pelanggan, mempromosikan menu dan acara khusus, serta menghasilkan penjualan tambahan.

Promosi digital adalah strategi promosi yang menggunakan teknologi informasi yang terus berkembang. Untuk membuat strategi digital marketing yang tepat, bisnis harus mempertimbangkan faktor internal dan eksternal. Pemasaran digital bukanlah ide yang berfokus pada teknologi. Sebaliknya, itu adalah ide bagi pengusaha, yaitu bagaimana mereka melihat pengusaha dan menggunakan teknologi untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan penjualan produk mereka. Jumlah orang yang menggunakan internet menawarkan peluang baru bagi UKM. Peradaban manusia telah mengalami banyak perubahan sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan globalisasi yang pesat, yang telah membawa perkembangan teknologi ke arah yang serba digital. Sebanyak 3.79 juta pelaku UMKM, atau hanya 8%, memahami konsep digital marketing. Digital marketing adalah pemasaran yang dilakukan dengan internet, media sosial, dan perangkat digital lainnya.

Digital marketing dapat membantu bisnis kecil dan menengah (UMKM) dalam mempromosikan dan memasarkan barang dan jasa mereka. Mereka juga dapat mengakses pasar baru yang sebelumnya tertutup atau terbatas karena keterbatasan waktu, jarak, dan metode komunikasi (Prabowo, 2018). Media sosial populer saat ini digunakan untuk memasarkan produk, termasuk Facebook, YouTube, Instagram, dan berbagai jenis media sosial lainnya. Digital marketing memiliki banyak keuntungan, seperti menurunkan biaya pemasaran dan menjangkau pasar yang lebih luas, serta memberikan ruang dan waktu pemasaran yang tidak terbatas.

Berdasarkan pendahuluan yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini adalah bagaimana Penggunaan *Instant Messanging (Whatsapp)* Sebagai Promosi Produk Atau Jasa Online Di MA AL JAUHAROTUNNAQIYYAH JERANG BARAT? Adapun tujuan dari rumusan masalah di atas untuk mengetahui bagaimana penerapan digital marketing dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia.

Metode

Metode kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020:7) metode penelitian kualitatif deskriptif adalah pengumpulan data yang berbentuk kata-kata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Data yang terkumpul setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain. Metode kualitatif digunakan

dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor keberhasilan, kemudahan dan kendala pada promosi produk atau jasa yang dilakukan di SMA Negeri 8 Kota Serang.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam. Metode ini menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati ciri-ciri metode penelitian kualitatif antara lain bersifat deskriptif, lebih banyak tekanan pada proses dan makna subjek, menggunakan landasan teori sebagai pemandu, menekankan pada kedalaman data yang diperoleh, analisis data bersifat induktif atau kualitatif dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Teknik Pengumpulan data pertama menggunakan *study literature* digunakan untuk mempelajari dan mengumpulkan materi berkaitan dengan promosi produk dan jasa berbasis online. Dilanjutkan dengan Pembuatan Media dan Observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati respon siswa setelah mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh siswa maupun guru guna mengembangkan usaha dibidang online.

Selanjutnya Metode Angket yang digunakan untuk melihat indikator keberhasilan, kendala-kendala siswa dan guru dalam mengembangkan bisnis secara online dan melihat kemudahan yang didapatkan selama mengikuti kegiatan jual beli secara online menggunakan sosial media (*WhatsApp*).

Hasil dan Pembahasan

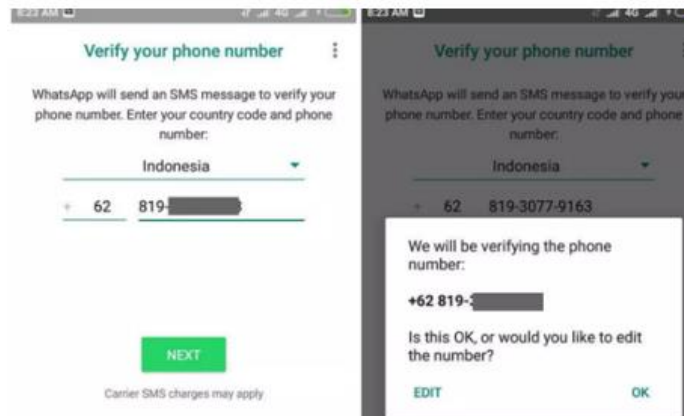
A. Pembuatan *WhatsApp* Messaging

Sebelum melakukan pembuatan *WhatsApp* messaging diwajibkan mendownload *WhatsApp* bisnis di *play store* (Android) atau *App Store* (iOS).



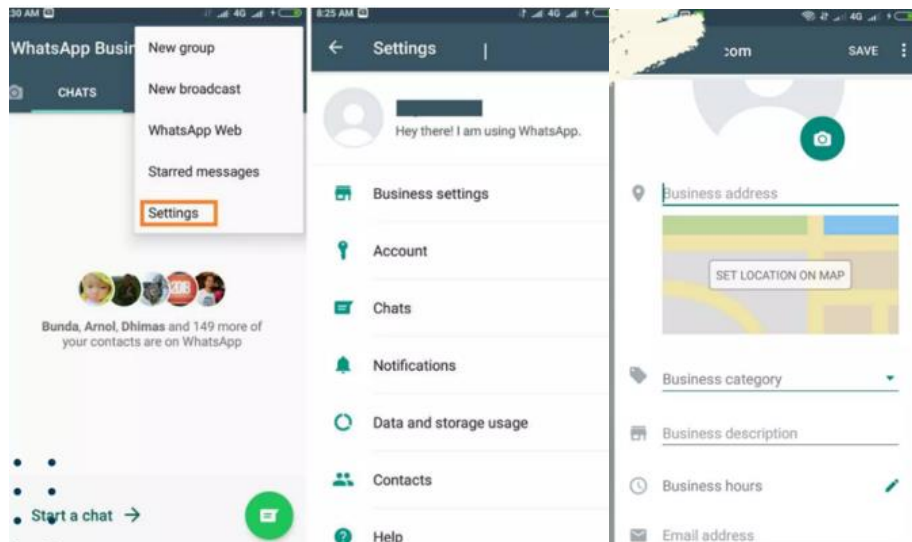
Gambar 4. 1. Download Aplikasi *WhatsApp* Busniess

Berikutnya memasukkan nomor ponsel yang ingin digunakan, biasanya sistem akan secara otomatis mengenali kode verifikasi yang dikirim melalui pesan singkat.



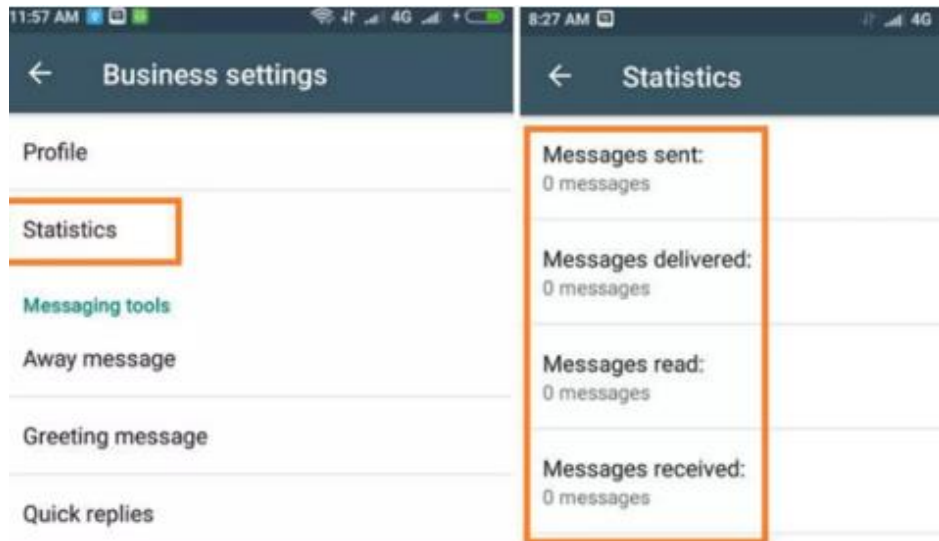
Gambar 4. 2. *Verify Phone Number*

Profil bisnis, seperti alamat, kategori bisnis, jam buka dan alamat web bisa diubah dan ditambahkan dengan mengakses klik menu setting - *online setting* - *profile*. Di dalam pengaturan tersebut bisa melengkapi data perusahaan seperti lokasi kantor atau toko, kategori, foto, deskripsi dan juga situs web.



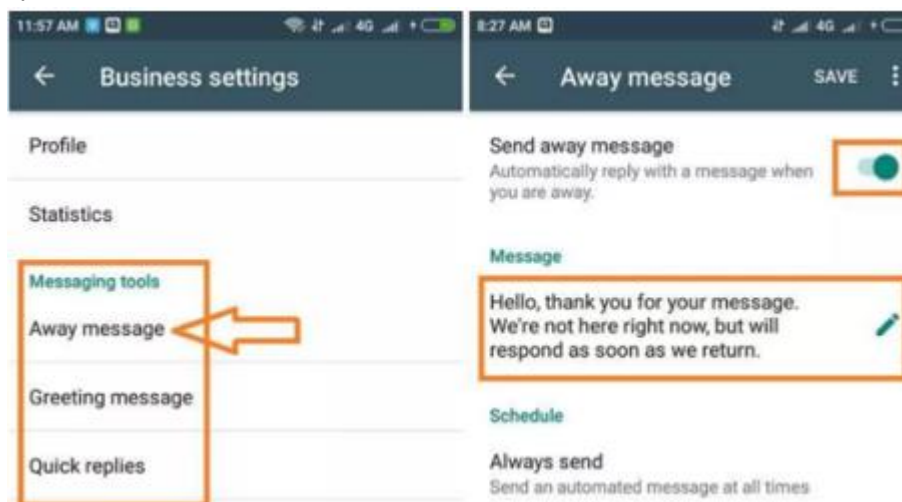
Gambar 4. 3. *Profil Bisnis*

Panel *statistic* telah disiapkan untuk menampung informasi tentang berapa banyak pesan yang anda terima dan kirimkan kepada pelanggan. Caranya masih di menu *setting* tap *statistics*.



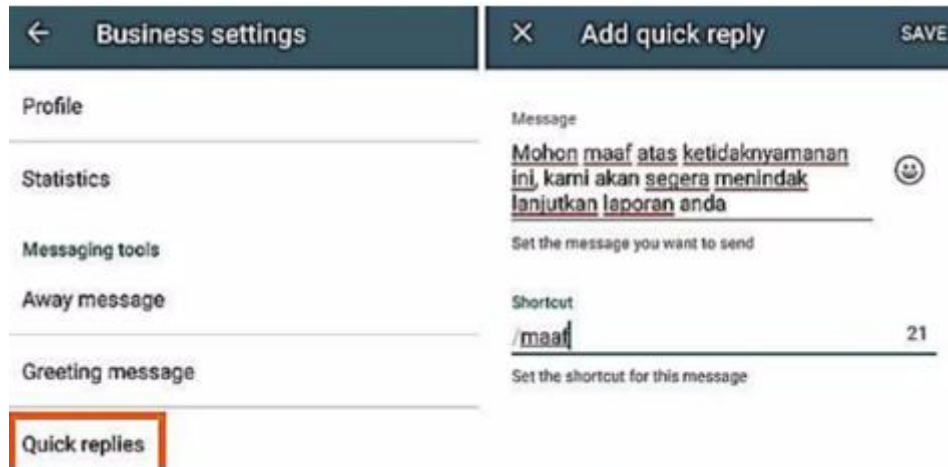
Gambar 4. 4. Statistik Pesan

Tap menu settings – *online settings* – *away message*, kemudian beri tanda centang untuk mengaktifkan fitur ini, dan edit pesan default yang sudah ada, setelah selesai tapi save untuk menyimpan perubahan.



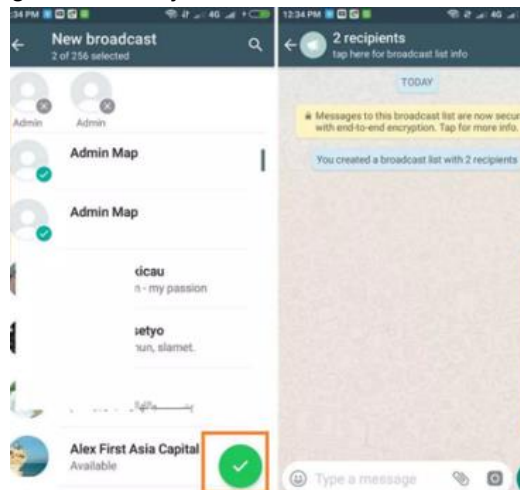
Gambar 4. 5. Away Message

Langkah selanjutnya bisa mengaktifkan fitur quick replies caranya buka menu *setting* – *online settings* – *quick replies*.



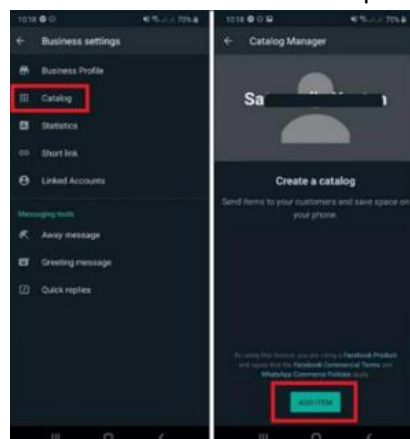
Gambar 4. 6. Quick Replies

Pesan broadcast merupakan salah satu media paling umum digunakan untuk menawarkan produk baru, harga promo, program paket dan lain sebagainya. Langkah-langkahnya tap tombol menu utama – *new broadcast*, tandai kontak yang ingin dimasukkan ke daftar penerima pesan broadcast – kemudian tap ikon centang berwarna hijau.



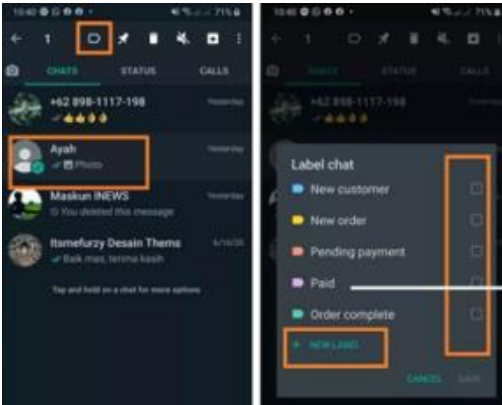
Gambar 4. 7. Pesan Broadcast

Selanjutnya buka aplikasi *Whatsapp Online* – ketuk opsi lainnya – setelah – setelan bisnis – katalog. Kemudian Tap ikon tanda tambah hijau, lalu tambah gambar – tap galeri untuk mengunggah gambar dari galeri atau kamera – berikan nama produk dan layanan.



Gambar 4. 8. Katalog Produk

Langkah terakhir memberi label pelanggan, ini untuk mempermudah memberikan tanda ke chat atau kontak tertentu yang nantinya sebagai informasi jenis atau statusnya. Caranya tap dan tahan pesan atau chat tertentu, kemudian tap label di deretan menu atas *smartphone*.



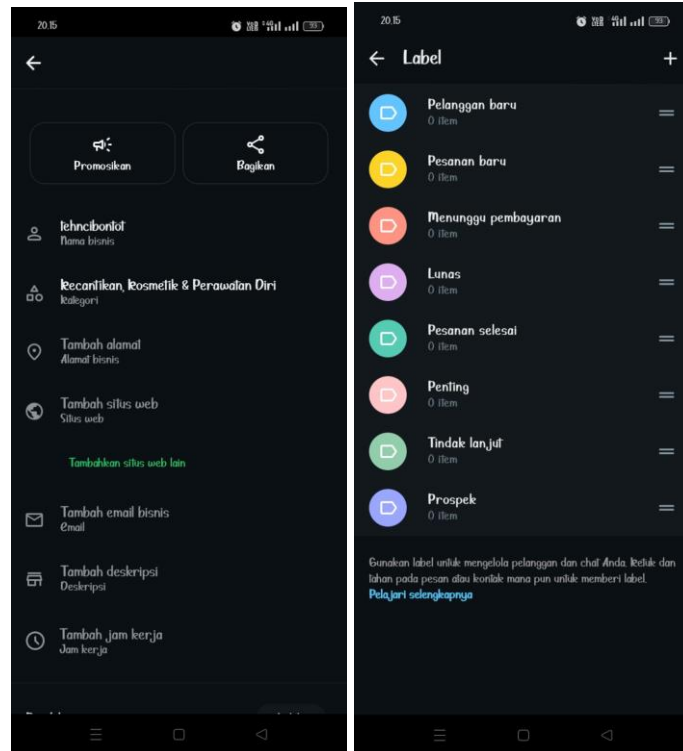
Gambar 4. 9. Label Pelanggan

B. Hasil Angket

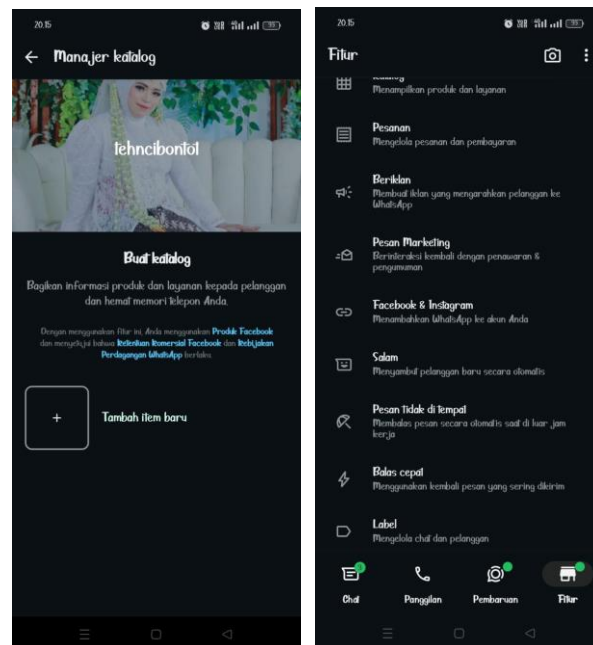
Respon- den	Pernyataan																				Jumlah	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Tidak	Ya
1	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
2	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
3	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
4	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	3	17
5	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	3	17
6	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	3	17
7	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	3	17
8	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	3	17
9	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya		Tidak	Ya	Ya	3	17
10	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	1	19
11	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
12	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	4	16
13	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	0	20
14	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
15	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	5	15
16	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	4	16
17	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	3	17
18	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	3	17
19	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	2	18
20	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	2	18
21	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	1	19
22	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	5	15
23	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	4	16
24	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	4	16
Total																					71	409

C. Hasil Media *Whatsapp* Mesagging

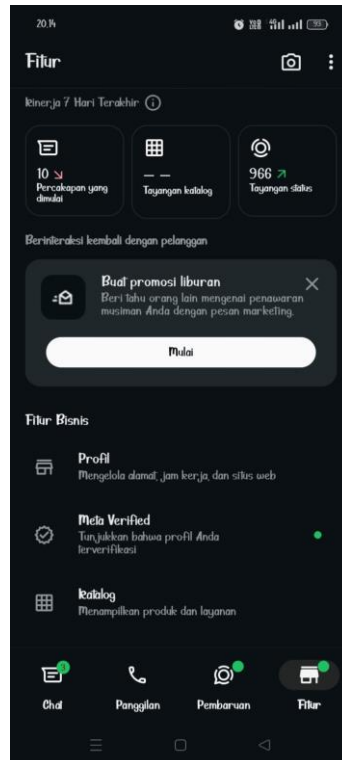
Berikut merupakan beberapa hasil dari pembuatan media *WhatsApp* messaing for busniess yang di buat oleh siswa maupun guru di MA AL Jauharotunnaqiyyah Jerang Barat.



Gambar 4. 10. Hasil Pembuatan Promotion dan Label



Gambar 4. 11. Hasil Pembuatan Katalog dan Pengaturan Fitur



Gambar 4. 12. Hasil Pembuatan Promosi

Kesimpulan

Hasil koefisien reproduisibilitas harus memiliki nilai >0.90 namun Hasil 0,85 Belum memenuhi koefisien reproduisibilitas dengan kata lain masih kurang 0,05 hal ini bisa disebabkan karena jumlah audiensi yang kurang banyak atau sebab capaian yang diminta yang dituangkan kedalam indikator pernyataan masih belum bisa diterapkan karena ketebatasan waktu dan pemahaman menggunakan aplikasi.

Namun hasil koefisien skalabilitas memiliki nilai >0.69 Hasil ini sudah memenuhi dengan mengambil sampling ukur pada pernyataan ke 13, artinya 69% dari seluruh error yang mungkin terjadi sebenarnya bukan error, tetapi merupakan respons yang konsisten dari dugaan.

Saran

Para pelaku bisnis kecil baik siswa, guru dan penjual di kantin di MA Al Jauharotunnaqiyyah Jerang Barat sebaiknya meningkatkan pengetahuannya untuk melakukan pemasaran secara *online* agar dapat meningkatkan pendapatannya tanpa harus mengeluarkan dana yang banyak sebagai modal hal ini dibuktikan dengan hasil responden memilih Tidak sebesar 71.

Referensi

- Fitriana Nur, Dkk. (2023), "Pemanfaatan *Whatsapp Online* dan *Instagram Online* Sebagai Media Promosi UKM di Kelurahan Sialang Sakti". ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Vol. 4, No. 1, Juli 2023.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan *Whatsapp Online* 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 *Online* communication tool among Startups and MSMEs in India. 10 (11), 9–12.
<https://en.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>.

Ahsantamam (2021). "Tutorial Instalasi using *Whatsapp Online* "
<https://www.slideshare.net/slideshow/whatsapp-Business-250839894/250839894>