

## OPTIMALISASI WHATSAPP BUSINESS UNTUK MEINGKATKAN PENJUALAN MITRA SAMIRA TRAVEL

Moh. Chairil Asmawan<sup>1</sup>, Suranto<sup>2</sup>, Rochman Hadi Mustofa<sup>3</sup>,  
Habil Azhar Hendrawan<sup>4</sup>, Kartika Thoyibbah<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [mca122@ums.ac.id](mailto:mca122@ums.ac.id)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [sur122@ums.ac.id](mailto:sur122@ums.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [rhm342@ums.ac.id](mailto:rhm342@ums.ac.id)

<sup>4</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [a210190105@student.ums.ac.id](mailto:a210190105@student.ums.ac.id)

<sup>5</sup>Universitas Muhammadiyah Surakarta. Email: [a210190103@student.ums.ac.id](mailto:a210190103@student.ums.ac.id)

### ABSTRACT

*One of the problems faced by Samira Travel's partners is marketing and skills in utilizing technology, especially WhatsApp business. This social media is very popular in Indonesian society, but not all Indonesian people, especially Samira Travel partners, know this application. For this reason, there needs to be a training activity so that Samira Travel partners can take full advantage of this application. This activity was carried out using the Training of Trainer (TOT) method which was carried out for approximately 6 hours which was divided into 2 sessions, lecture sessions and hands-on practice. The activity was held at the Samira Travel Soloraya branch office which was attended by the head of the Samira Travel Soloraya branch and 30 partners of Samira Travel. The purpose of this training activity is that Samira Travel's partners can implement strategies to take advantage of digital marketing through the WhatsApp business. The results of this training activity showed that 97% of those present already had a WhatsApp business account and 3% did not have a WhatsApp business account because cellphones were not supported. Samira Travel partners have proven to understand the use or management of whatsapp business as a sales medium. In addition, Samira Travel's partners feel that there is an increase in their skills on how to optimize various features in WhatsApp business. Suggestions from training activities are the need for follow-up activities with different materials, namely how to create promotional content*

**Keywords:** *Whatsapp business, Samira Travel partner, Sales.*

### ABSTRAK

*Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh mitra Samira Travel adalah pemasaran atau marketing dan ketrampilan dalam memanfaatkan teknologi khususnya whatsapp business. Sosial media ini sangat populer di masyarakat Indonesia, namun tidak semua masyarakat Indonesia khususnya mitra Samira Travel mengetahui aplikasi ini. Untuk itu, perlu ada suatu kegiatan pelatihan agar mitra Samira Travel dapat memanfaatkan aplikasi ini secara maksimal. Kegiatan ini dilaksanakan dengan Metode Training of Trainer (TOT) yang dilaksanakan kurang lebih selama 6 jam yang dibagi menjadi 2 sesi, sesi ceramah dan praktik secara langsung. Kegiatan dilaksanakan di kantor cabang Samira Travel Soloraya yang dihadiri oleh kepala cabang Samira Travel Soloraya dan mitra Samira Travel yang berjumlah 30 mitra. Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah mitra Samira Travel dapat menerapkan strategi untuk memanfaatkan digital marketing melalui whatsapp business. Hasil dari kegiatan pelatihan ini menunjukkan bahwa 99% yang hadir telah memiliki akun whatsapp business dan 1% belum memiliki akun whatsapp business dikarenakan handphone tidak support. Mitra Samira Travel terbukti sudah memahami dalam penggunaan ataupun pengelolaan whatsapp business sebagai media penjualan. Selain itu, mitra Samira Travel merasakan adanya peningkatan ketrampilan tentang cara mengoptimalkan berbagai fitur yang ada di whatsapp business. Saran dari kegiatan pelatihan adalah perlunya kegiatan tindak lanjut dengan materi yang berbeda yaitu bagaimana cara membuat konten promosi*

**Kata Kunci:** *Whatsapp business, mitra Samira Travel, Penjualan*

## PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia selalu berusaha untuk memperbanyak jumlah wirausaha di berbagai daerah. Hal ini disampaikan oleh Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto pada acara Pesta Retail Nasional di ICE BSD Tangerang, beliau menyampaikan agar Indonesia menjadi negara maju, pemerintah terus memacu pertumbuhan wirausaha baik wirausaha kecil dan menengah dengan jumlah kurang lebih 4 juta wirausaha (pengusaha) sekaligus meningkatkan produktivitas dan daya saingnya di era digital (Hartarto, 2018). Namun hal ini juga perlu diimbangi dengan kualitas wirausaha sehingga mampu bersaing dengan negara lain.

Era revolusi industry 4.0 memang menjadi sesuatu tantangan yang harus disiapkan oleh entrepreneur. Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha yaitu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Susanti, 2020); pemasaran yang efektif (Cant & Wiid, 2016). Strategi pemasaran dalam dunia bisnis berubah sangat cepat semenjak adanya internet. Internet memunculkan berbagai aplikasi yang dapat digunakan masyarakat untuk berbagai transaksi komersial (Kurniawan, Aries, 2018). Penggunaan internet yang cukup besar memberikan dampak pada berbagai bidang khususnya bidang pemasaran, dan sampai sekarang kita mengenal namanya *digital marketing*. Tujuan utama dari implementasi strategi *digital marketing* adalah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan pelanggan, bahkan sampai kepada kepuasan pelanggan (Rapitasari, 2016).

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran baik saat pandemic covid-19 atau sesudah pandemic. Penelitian (Paranoan & Palalangan, 2022; Ratna Gumilang, 2019; Suranto et al., 2022) menunjukkan bahwa strategi pemasaran menggunakan digital marketing sangat berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan hasil penjualan. Secara tidak langsung ketiga penelitian ini memberikan saran agar pelaku ekonomi beralih menggunakan digital marketing. Platform digital marketing sangat banyak di Indonesia, salah satunya adalah whatsapp business. Whatsapp business merupakan salah satu aplikasi gratis yang digunakan untuk berkomunikasi lewat chat atau panggilan video, biasanya sering digunakan kalangan bisnis (Astria & Santi, 2021). Menurut data yang bersumber dari (Vika Azkiya Dihni, 2022) menyatakan bahwa negara Indonesia termasuk pengguna terbanyak kedua setelah negara India yaitu 73 juta per Juni 2022. Sedangkan negara India memiliki 291,58 juta pengguna whatsapp business. Hal ini sangat disayangkan, karena aplikasi whatsapp business mempunyai berbagai fitur yang cocok untuk kalangan bisnis. Berbagai fitur yang ada di whatsapp business adalah *auto greeting, auto reply scheduler, katalog produk, broadcast message, quick replies, label pesan, statistik pesan* (UKM, 2022).

Whatsapp business memainkan peran penting dalam dunia bisnis, yaitu menjangkau banyak customer, membuat grup untuk memudahkan pemasaran, memantau sistem pengiriman (Astria & Santi, 2021). Selain memiliki berbagai peran, whatsapp business juga terbukti dapat membantu meningkatkan penjualan, seperti yang disampaikan (Hendriyani et al., 2020) bahwa penggunaan whatsapp business dapat meningkatkan penjualan di PT. Saung Angklung Udjo. Whatsapp business juga bisa

digunakan sebagai media promosi saat kondisi krisis, sulit seperti saat pandemi. Hal ini seperti apa yang disampaikan oleh (Andamisari, 2021; Syarif et al., 2022) bahwasanya whatsapp business menjadi aplikasi digital marketing yang paling handal walaupun saat krisis atau saat pandemi.

Salah satu pelaku bisnis yang belum dapat menggunakan atau memaksimalkan whatsapp business adalah mitra Samira Travel atau agen sebuah travel. Samira Travel sendiri merupakan sebuah biro perjalanan ibadah haji dan umrah. Selain melayani perjalanan ibadah haji dan umrah, Samira Travel juga mempunyai bisnis yang lain yaitu jualah.id, Samira Farm, aqiqoh, SKS Resto. Namun, sayangnya mitra Samira Travel belum mampu memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa mitra Samira Travel mengalami kendala dalam hal pemasaran khususnya terkait dengan *digital marketing*. Mitra Samira Travel hanya mengandalkan Whatsapp biasa atau masih dalam tahap mengunggah status Whatapp saja belum bisa menggunakan Whatsapp bisnis secara maksimal.

Observasi awal menunjukkan bahwa mitra Samira Travel belum maksimal dalam memanfaatkan teknologi dalam pemasaran khususnya Whatsapp business. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap mitra Samira travel menunjukkan bahwa:

Tabel 1. Hasil Identifikasi Awal Kesulitan Mitra Samira Travel Dalam Penggunaan Digital Marketing

No.	Kesulitan
1	Mitra Samira Travel belum paham terkait <i>digital marketing</i>
2	Mitra Samira Travel belum bisa membuat content digital (video, caption)
3	Mitra Samira Travel masih kurang tepat dalam menentukan target pasar
4	Mitra Samira Travel baru menggunakan Whatsapp saja belum menggunakan Whatsapp bisnis
5	Mitra Samira Travel belum maksimal dalam menggunakan whatsapp business

Kondisi seperti diatas, menuntut perhatian khusus dari berbagai stakeholders salah satunya adalah dari bidang akademis. Sektor akademik, melalui dosen perlu mengadakan kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) terkait penggunaan digital marketing khususnya optimalisasi whatsapp business untuk meningkatkan penjualan.

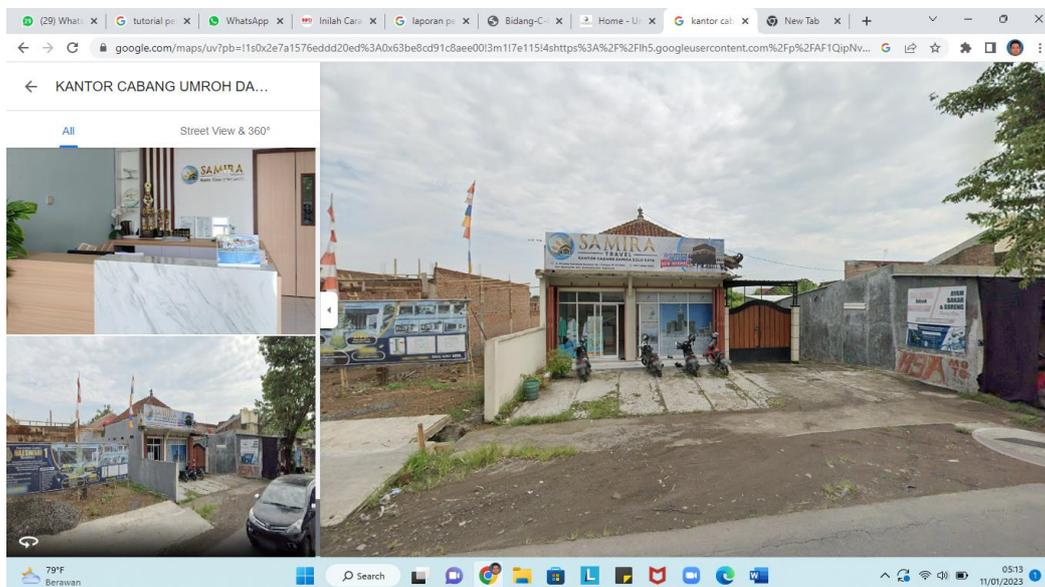
## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada msyarakat ini merupakan program pendampingan yang ditujukan kepada mitra Samira Travel dalam optimalisasi whatsapp business untuk meningkatkan penjualan. Dalam kegiatan ini melibatkan 1 dosen yang berkolaborasi dengan 2 mahasiswa Prodi Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Tim yang berkolaborasi ini, nantinya akan mendampingi 30 mitra Samira Travel dimana masing-masing sudah mempunyai tugas sendiri-sendiri.

Tugas dosen adalah mempresentasikan materi whatsapp business secara teori, sedangkan tugas mahasiswa akan mendampingi mitra selama praktik secara langsung dimana 1 mahasiswa akan mendampingi 15 mitra. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 8 Januari 2023 selama kurang lebih 6 jam yang dimulai jam 09.00 sampai jam 12.00. Kemudian jam 12.00-13.00 digunakan untuk ISHOMA, dan jam 13.00 dilanjutkan dengan kegiatan praktik secara langsung sampai jam 15.00.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan mitra Samira Travel ini dilaksanakan pada tanggal 8 Januari 2023 bertempat di Kantor Cabang Samira Travel Sukoharjo yang beralamat di Ngemplak Kartasura Sukoharjo Jawa Tengah. Kegiatan dilakukan melalui dua tahap yaitu penjelasan materi dan pendampingan pelaksanaan atau praktik secara langsung. Tahap satu yaitu, penjelasan materi dilakukan dari jam 09.00-12.00 dengan materi whatsapp business. Berikut letak lokasi mitra melalui aplikasi google map <https://maps.app.goo.gl/Em3TXFbuMRMVRhsQ9>



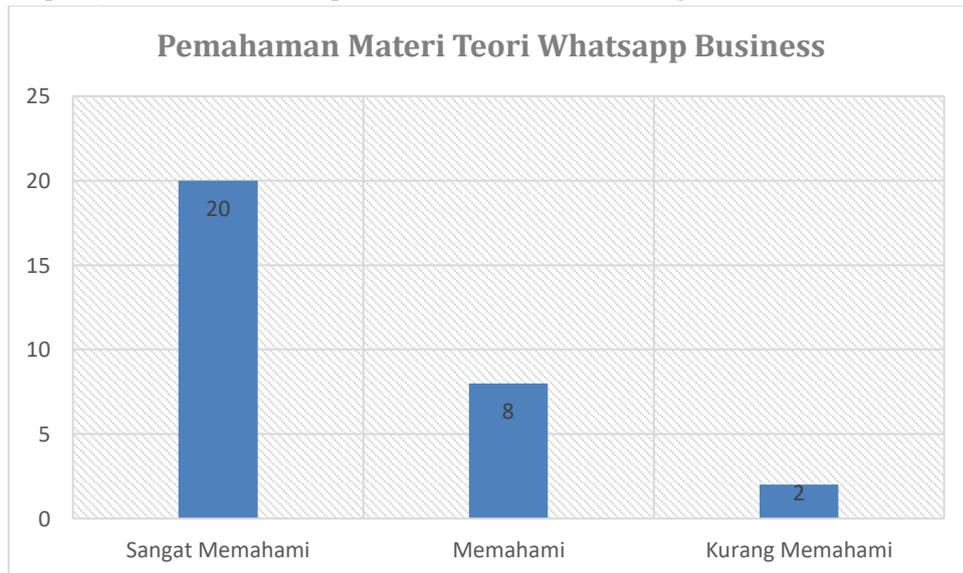
Gambar 1. Letak Kantor Cabang Umroh dan Haji Samira Travel Sukoharjo

Materi presentasi yang disampaikan terkait dengan kegiatan workshop antara lain terkait dengan membuka mindset mitra Samira Travel, mengapa harus menggunakan *whatsapp business*, bagaimana optimalisasi penggunaan whatsapp business. Presentasi dilakukan dalam waktu 2 jam dengan model ceramah dan 1 jam dilanjutkan dengan diskusi membahas kendala dan permasalahan yang dihadapi mitra Samira Travel. Dari kegiatan diskusi ini, ditemukan permasalahan yang dihadapi mitra yaitu tidak mudah mencari target market, belum bisa menggunakan whatsapp business. Setelah mengetahui beberapa permasalahan yang muncul kemudian dibahas bersama untuk menentukan solusi. Peserta pelatihan sangat antusias dalam mendengarkan penjelasan materi whatsapp business, seperti terlihat dalam gambar 2.



Gambar 2. Peserta Pelatihan Antusias Dalam Mendengarkan Teori Whatsapp business

Hasil penjelasan materi melalui presentasi menunjukkan bahwa dari 30 peserta yang hadir dan mengikuti workshop pelatihan whatsapp business adalah 20 peserta menjawab sangat memahami dengan cara mengacungkan jari, 8 peserta menjawab cukup memahami, dan 2 peserta menjawab kurang memahami. Dari hasil tersebut, berarti dengan metode presentasi yang dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab semua peserta pelatihan mampu memahami bagaimana cara penggunaan whatsapp business. Hasil penjelasan materi dapat dilihat dalam bentuk grafik 1.

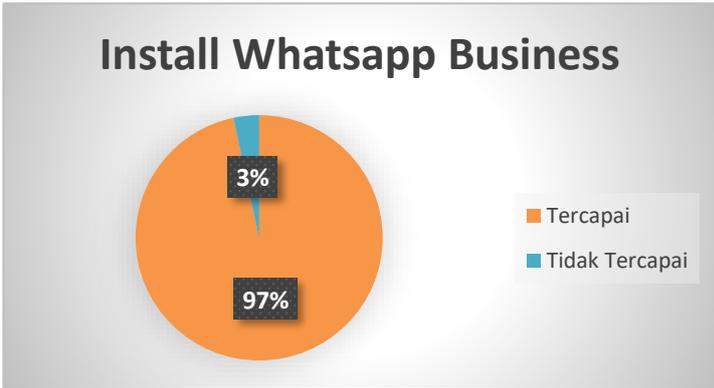
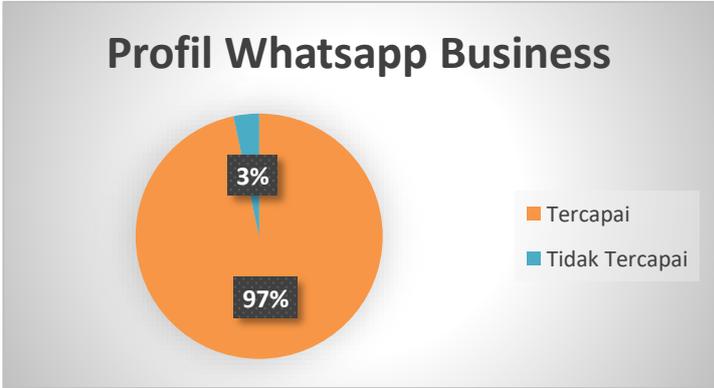


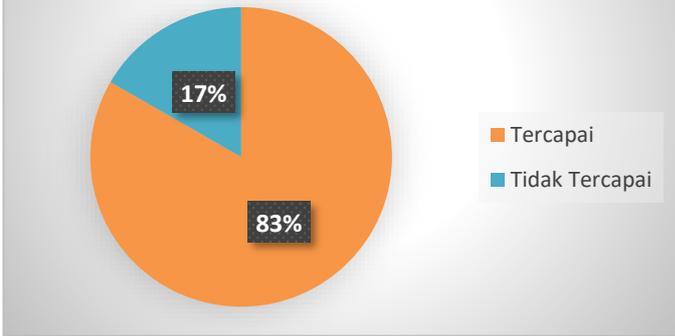
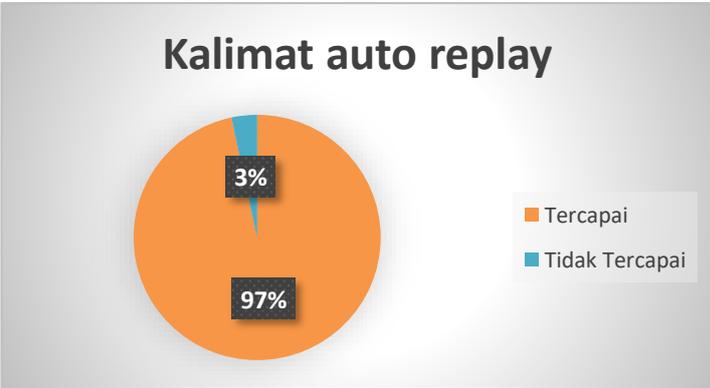
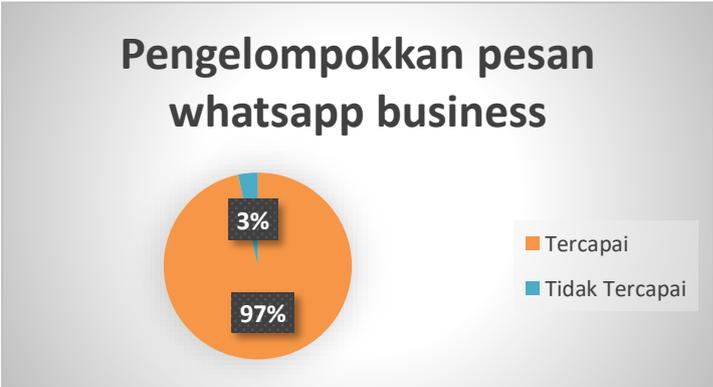
Grafik 1. Pemahaman Materi Teori Whatsapp business

Setelah tahapan penjelasan materi selesai, maka tahap selanjutnya adalah pendampingan pelaksanaan penggunaan whatsapp business atau praktik secara langsung. Kegiatan praktik ini dilaksanakan kurang lebih selama 2 jam dimulai dari jam 13.00 – 15.00. Kegiatan praktik ini dimulai dari: 1) pendaftaran akun whatsapp business. Pendaftaran akun whatsapp business ini bisa dilakukan dengan dua cara yaitu migrasi dari akun personal menjadi akun bisnis, dan mempunyai double aplikasi akun

personal dan business. Jika memilih yang kedua, maka syaratnya adalah menggunakan nomor yang berbeda. 2) merubah profil whatsapp business, dengan cara mengubah alamat bisnis dan jenis atau kategori bisnis, mengatur jam kantor, memberikan link jika punya sosial media yang lain, misal tik tok, Instagram atau alamat website. 3) mengenal fitur yang ada di whatsapp business yaitu profil whatsapp business, pengisian katalog whatsapp business, kalimat *auto replay*, pengelompokkan pesan whatsapp business.

Hasil kegiatan pelatihan whatsapp business kepada 30 mitra Samira Travel didasarkan pada target kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dari kegiatan pelatihan, didapatkan hasil yang dapat dilihat pada tabel 2.

Hasil Survei	Keterangan						
<p>Install whatsapp business 30 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Install Whatsapp Business</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tercapai</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>Tidak Tercapai</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Tercapai	97%	Tidak Tercapai	3%	<p>Dari hasil evaluasi didapati bahwa semua mitra Samira Travel yang berjumlah 30 sudah meng-install whatsapp business sebanyak 29 atau 97%. Artinya kegiatan ini tercapai 100%</p>
Kategori	Persentase						
Tercapai	97%						
Tidak Tercapai	3%						
<p>Profil whatsapp business misalnya nama bisnis, deskripsi, alamat, jam kerja, dan kategori. 30 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Profil Whatsapp Business</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Tercapai</td> <td>97%</td> </tr> <tr> <td>Tidak Tercapai</td> <td>3%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Tercapai	97%	Tidak Tercapai	3%	<p>Hasil pelatihan menunjukkan 97% sudah melengkapi profil whatsapp business dilengkapi dengan foto profil</p>
Kategori	Persentase						
Tercapai	97%						
Tidak Tercapai	3%						
<p>Pengisian katalog whatsapp business</p>	<p>Hasil pendampingan menunjukkan bahwa 25 peserta atau 83% sudah bisa mendesain foto katalog produk untuk whatsapp</p>						

<p style="text-align: center;"><b>Pengisian Katalog Whatsapp Business</b></p>  <table border="1" data-bbox="710 465 893 560"> <tr> <td>83%</td> <td>Tercapai</td> </tr> <tr> <td>17%</td> <td>Tidak Tercapai</td> </tr> </table>	83%	Tercapai	17%	Tidak Tercapai	<p>business sedangkan 5 peserta atau 17% belum bisa secara maksimal dalam membuat desain foto katalog produk</p>
83%	Tercapai				
17%	Tidak Tercapai				
<p>Kalimat auto replay</p> <p style="text-align: center;"><b>Kalimat auto replay</b></p>  <table border="1" data-bbox="726 1064 901 1153"> <tr> <td>97%</td> <td>Tercapai</td> </tr> <tr> <td>3%</td> <td>Tidak Tercapai</td> </tr> </table>	97%	Tercapai	3%	Tidak Tercapai	<p>Peserta pelatihan 97% sudah bisa membuat kalimat konten auto replay untuk whatsapp business</p>
97%	Tercapai				
3%	Tidak Tercapai				
<p>Pengelompokkan pesan whatsapp business</p> <p style="text-align: center;"><b>Pengelompokkan pesan whatsapp business</b></p>  <table border="1" data-bbox="702 1624 885 1713"> <tr> <td>97%</td> <td>Tercapai</td> </tr> <tr> <td>3%</td> <td>Tidak Tercapai</td> </tr> </table>	97%	Tercapai	3%	Tidak Tercapai	<p>Peserta pelatihan dengan jumlah 29 menguasai bagaimana cara pengelompokkan pesan whatsapp business</p>
97%	Tercapai				
3%	Tidak Tercapai				

Hasil pelatihan yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa kepada peserta pelatihan menunjukkan bahwa mitra Samira Travel sudah bisa menggunakan, mengelola whatsapp business. Dengan adanya whatsapp business ini, mitra Samira

Travel lebih mudah dalam mempromosikan produknya, mempermudah komunikasi dengan pelanggan dan menjadikan mitra Samira Travel menjadi terpercaya. Kemudahan mitra Samira Travel dalam pelatihan whatsapp business sejalan dengan hasil penelitian (Kusnaeni, 2020) bahwa pelatihan menggunakan whatsapp business tidak mengalami kendala, bahkan 100% menyatakan tidak ada kendala dalam menggunakan whatsapp business.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian (Farhati & Hendriyani, 2021) yang menyatakan bahwa whatsapp business sangat mudah digunakan, dan membantu komunikasi saat pandemi covid-19. Apalagi whatsapp business menyediakan fitur yaitu katalog produk, dimana mampu menyimpan berbagai file dalam bentuk foto, gambar maupun video dengan harapan minimalnya mitra Samira Travel mampu membuat foto, mendesain atau membuat video sendiri dan memposting sendiri. Adanya postingan yang menarik dari mitra Samira Travel maka akan terjadi komunikasi antara mitra Samira dengan calon jamaah. Selain menjalin komunikasi dengan calon jamaah, aktivitas posting foto, posting video yang menarik, menantikan *like* akan munumbuhkan *personal branding* bagi mitra Samira Travel. Hal ini sesuai dengan penelitian (Hermawan, 2018) bahwa *personal branding* yang kuat sangat mempengaruhi anak muda dalam proses pengambilan keputusan untuk pembelian produk.

## **SIMPULAN**

Whatsapp business merupakan salah aplikasi yang berfungsi untuk berkomunikasi baik lewat chat, telpon whatsapp business dan panggilan video. Pada umumnya whatsapp business digunakan kalangan bisnis karena sangat mudah digunakan. Namun sayangnya, masih banyak mitra Samira Travel yang belum menggunakan whatsapp business ataupun belum maksimal dalam memanfaatkan whatsapp business. Maka perlu adanya pelatihan atau pendampingan pemanfaatan whatsapp business untuk meningkatkan penjualan.

Melalui kegiatan pelatihan whatsapp business ini, mitra Samira Travel yang didampingi sudah mengunduh dan menggunakan whatsapp business sebanyak 97% yang 3% tidak tercapai dikarenakan terdapat 1 mitra Samira Travel yang tidak dapat mengunduh dan menggunakan whatsapp business dikarenakan handphone tidak support. Kesimpulannya, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat dirasakan manfaatnya bagi mitra Samira Travel, sehingga memungkinkan untuk mempunyai target pasar yang lebih luas, agar dapat meningkatkan penjualan mitra Samira Travel, khususnya di daerah Soloraya.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat dan Pengembangan Persyarikatan (LPMPP) Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mendukung dalam pembiayaan kegiatan ini melalui skim Pengembangan Individual Dosen (PID). Terima kasih juga disampaikan kepada Samira Travel Kantor Cabang Soloraya yang telah memberikan ijin kegiatan serta ikut berpartisipasi secara kolaboratif dalam kegiatan pengabdian.

**DAFTAR RUJUKAN**

- Andamisari, D. (2021). Penggunaan Status Whatsapp Sebagai Digital Marketing Warga Kecamatan Medan Satria Bekasi Di Era New Normal. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 5(1), 66–72. <https://doi.org/10.31334/lugas.v5i1.1559>
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246–270. <http://ejournal.staim-tulungagung.ac.id/index.php/Eksyar>
- Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2016). The use of traditional marketing tools by SMEs in an emerging economy: A South African perspective. *Problems and Perspectives in Management*, 14(1), 64–70. [https://doi.org/10.21511/ppm.14\(1\).2016.07](https://doi.org/10.21511/ppm.14(1).2016.07)
- Farhati, A., & Hendriyani, C. (2021). *Peran Sosial Media Whatsapp Business Dalam Melayani Reservasi Pelanggan dan Meningkatkan Strategi Promosi oleh Kaum Milenial di Jungle Milk Lembang. November.*
- Hartarto, A. (2018). *Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju.* Jumat, 23 Nopember 2018. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-butuh-4-juta-wirausaha-baru-untuk-menjadi-negara-maju>
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analisis Penggunaan 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>
- Hermawan, D. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, 1, 1–12. [https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472\\_Daniel\\_Content creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Kurniawan, Aries, M. A. (2018). Small and Medium Enterprises (SMES) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*, 1(2).
- Kusnaeni, A. (2020). Pelatihan Bisnis Fashion Melalui Whatsapp Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Bagi Umkm Cimahi. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(1), 42. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i1.3694>
- Paranoan, N., & Palalangan, C. A. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>
- Rapitasari, D. (2016). Digital Marketing Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Application Based Digital Marketing As a Strategy To Improve Customer Satisfaction Core. *Cakrawala*, 10(2), 107–122.
- Ratna Gumilang, R. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(1), 9–14. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v10i1.25>
- Suranto, S., Efita Sari, D., Narimo, S., Ulfatun, T., Hadi Mustofa, R., Suwandi, J., Fahmi

- Johan Syah, M., Jatmika, S., Nur Wahyudi, T., Chairil Asmawan, M., Annang Setiyawan, Y., & Azhar Hendawan, H. (2022). Optimalisasi Penggunaan Digital Marketing Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Pada Industri Kecil Menengah Di Desa Kingkang, Kabupaten Klaten. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 123–136. <http://ejurnal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/J-ABDIPAMAS>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Syarif, Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 54–66. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v2i1.56>
- UKM, K. K. dan. (2022). *Fitur dan Cara Menggunakan WhatsApp Business untuk Meningkatkan Penjualan*. <https://smesta.kemenkopukm.go.id/fitur-dan-cara-menggunakan-whatsapp-business-untuk-meningkatkan-penjualan/>
- Vika Azkiya Dihni. (2022). *10 Negara dengan Jumlah Unduhan WhatsApp Bisnis Terbanyak, Ada Indonesia?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/23/10-negara-dengan-jumlah-unduh-an-whatsapp-bisnis-terbanyak-ada-indonesia>