

## PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN

Oleh:

**Moh. Ibnu Fajar<sup>1</sup>**

**Tri Ayuningtyas<sup>2</sup>**

**Verlina Tasya Amanda<sup>3</sup>**

**Firman Suhail Lutfiansyah<sup>4</sup>**

**A. A Mrullah Al Maghroby<sup>5</sup>**

Universitas Trunodjoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten  
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [ibnu.fajar@trunojoyo.ac.id](mailto:ibnu.fajar@trunojoyo.ac.id), [ayuningt48@gmail.com](mailto:ayuningt48@gmail.com),  
[verlinatasyaa30@gmail.com](mailto:verlinatasyaa30@gmail.com), [firmansehailutfiansyah@gmail.com](mailto:firmansehailutfiansyah@gmail.com),  
[aamrullahalmaghroby@gmail.com](mailto:aamrullahalmaghroby@gmail.com).

**Abstract.** *The development of digital technology has driven changes in marketing strategies, including for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, low digital literacy remains a major obstacle for MSMEs in optimally utilizing digital media, especially in rural areas. This community service activity aims to improve the skills and understanding of MSMEs in Sabiyan Village in utilizing WhatsApp Business as a medium for business promotion and communication. The implementation method included a preparation stage through surveys and observations, an implementation stage consisting of training and assistance in using WhatsApp Business, and an evaluation stage to assess the participants' level of understanding after the activity. The training material covered creating a WhatsApp Business account, managing a business profile, creating a product catalog, using automated messages, and communication strategies with consumers. The results of the activity show that this training was able to increase the knowledge, skills, and confidence of MSME players in utilizing WhatsApp Business in a more professional and structured manner. Participants showed high enthusiasm and were able to implement*

Received December 19, 2025; Revised December 31, 2025; January 19, 2026

\*Corresponding author: [ibnu.fajar@trunojoyo.ac.id](mailto:ibnu.fajar@trunojoyo.ac.id)

## PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN

*WhatsApp Business features as a means of digital promotion. Thus, the use of WhatsApp Business has proven to be an effective, easy-to-implement digital marketing solution that is suitable for the characteristics of MSMEs in Sabiyan Village in an effort to increase business competitiveness in the digital era.*

**Keywords:** *Whatsapp Business, Msmes, Digital Marketing, Online Promotion, Community Service.*

**Abstrak.** Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan strategi pemasaran, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama UMKM dalam memanfaatkan media digital secara optimal, khususnya di wilayah pedesaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman pelaku UMKM di Desa Sabiyan dalam memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media promosi dan komunikasi bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi tahap persiapan melalui survei dan observasi, tahap pelaksanaan berupa pelatihan dan pendampingan penggunaan WhatsApp Business, serta tahap evaluasi untuk menilai tingkat pemahaman peserta setelah kegiatan. Materi pelatihan mencakup pembuatan akun WhatsApp Business, pengelolaan profil usaha, pembuatan katalog produk, penggunaan pesan otomatis, serta strategi komunikasi dengan konsumen. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan WhatsApp Business secara lebih profesional dan terstruktur. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi serta mampu mengimplementasikan fitur-fitur WhatsApp Business sebagai sarana promosi digital. Dengan demikian, pemanfaatan WhatsApp Business terbukti menjadi solusi pemasaran digital yang efektif, mudah diterapkan, dan sesuai dengan karakteristik UMKM di Desa Sabiyan dalam upaya meningkatkan daya saing usaha di era digital.

**Kata Kunci:** *Whatsapp Business, UMKM, Pemasaran Digital, Promosi Online, Pengabdian Masyarakat.*

## LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan pemasaran. Digital marketing menjadi salah satu bentuk adaptasi yang sangat relevan di era digital karena memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk, berinteraksi dengan konsumen, serta melakukan transaksi secara daring tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pemanfaatan media digital dalam pemasaran memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif dibandingkan metode pemasaran konvensional (Nilam Sari, 2025).

UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai penggerak ekonomi lokal dan penyerap tenaga kerja. Namun demikian, masih banyak UMKM yang menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usahanya, terutama pada aspek pemasaran. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya tingkat literasi digital dan keterbatasan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi. Kondisi ini menyebabkan UMKM belum mampu mengoptimalkan potensi pemasaran digital secara maksimal, sehingga pertumbuhan usaha berjalan relatif lambat dan kurang kompetitif (Welkom et al., 2025). Perkembangan penggunaan internet dan media sosial di Indonesia seharusnya menjadi peluang besar bagi UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital. Media sosial memiliki karakteristik yang mudah diakses, biaya relatif rendah, serta mampu menjangkau konsumen dalam jumlah besar. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan membantu UMKM dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan konsumen (Fitriana et al., 2023).

Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah WhatsApp. WhatsApp tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi personal, tetapi juga telah berkembang menjadi media komunikasi bisnis. WhatsApp Business hadir sebagai aplikasi yang dirancang khusus untuk mendukung aktivitas usaha dengan menyediakan fitur profil bisnis, katalog produk, pesan otomatis, label pelanggan, serta statistik pesan yang membantu pelaku UMKM dalam mengelola komunikasi bisnis secara lebih profesional dan terstruktur (Nilam Sari, 2025).

## **PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN**

Pemanfaatan WhatsApp Business terbukti memberikan dampak positif terhadap aktivitas pemasaran UMKM. Aplikasi ini memungkinkan pelaku usaha menyampaikan informasi produk secara lebih lengkap, merespons konsumen dengan cepat, serta membangun kepercayaan pelanggan melalui komunikasi yang intensif dan personal. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business dalam strategi pemasaran online mampu meningkatkan jumlah penjualan dan efektivitas pemasaran UMKM (Astria et al., 2021). Namun, meskipun WhatsApp Business memiliki potensi besar sebagai media promosi, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkannya secara optimal. Banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan WhatsApp hanya sebatas untuk komunikasi pribadi dan belum memahami fitur-fitur bisnis yang tersedia. Kurangnya pemahaman ini disebabkan oleh minimnya sosialisasi, pelatihan, serta pendampingan terkait pemanfaatan WhatsApp Business sebagai strategi pemasaran digital (Welkom et al., 2025). Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Sabiyon. Desa Sabiyon memiliki potensi UMKM yang cukup besar dengan berbagai jenis usaha produktif yang memiliki nilai jual. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di Desa Sabiyon masih mengandalkan pemasaran tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut dan penjualan langsung di lingkungan sekitar. Pola pemasaran ini menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas dan belum mampu menjawab tantangan persaingan usaha di era digital.

Selain sebagai media promosi, WhatsApp Business juga berperan penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pelayanan UMKM. Pemanfaatan fitur-fitur seperti pesan otomatis, balasan cepat, dan label pelanggan mampu membantu pelaku usaha dalam merespons permintaan konsumen dengan lebih cepat dan terstruktur. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business dapat mengurangi waktu respons kepada pelanggan serta meminimalkan kesalahan pencatatan pesanan, sehingga proses pelayanan menjadi lebih efektif dan profesional. Peningkatan efisiensi pelayanan melalui WhatsApp Business juga berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Komunikasi yang cepat, jelas, dan mudah diakses membuat konsumen merasa lebih diperhatikan dan nyaman dalam melakukan transaksi, sehingga mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara UMKM dan konsumennya (Raba et al., 2025).

Lebih lanjut, penerapan WhatsApp Business membantu UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya dan tenaga kerja. Melalui otomatisasi pesan dan pengelompokan pelanggan, pelaku UMKM dapat mengelola komunikasi dan pesanan secara lebih sistematis tanpa harus menambah biaya operasional, sehingga meningkatkan efisiensi dan profesionalisme usaha (budimas-16951-Article Text-52748). Oleh karena itu, integrasi WhatsApp Business dalam strategi pemasaran digital tidak hanya berorientasi pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada perbaikan kualitas layanan dan daya saing UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era digital (Raba et al., 2025) .

Pelatihan dan pendampingan digital marketing menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Pelatihan pemanfaatan WhatsApp Business yang bersifat praktis dan aplikatif terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara digital dan meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen (Fitriana et al., 2023) . Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan dan pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media promosi UMKM di Desa Sabiyan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, kemampuan pemasaran, serta pemahaman pelaku UMKM dalam mengelola komunikasi dan promosi produk secara digital. Diharapkan melalui kegiatan ini, pelaku UMKM di Desa Sabiyan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing usaha di era digital.

Pemanfaatan WhatsApp Business sebagai sarana promosi dan penjualan juga didukung oleh hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang menunjukkan bahwa aplikasi ini efektif digunakan oleh UMKM dengan keterbatasan sumber daya pemasaran. WhatsApp Business memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk, promosi, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan secara mudah dan cepat tanpa memerlukan biaya tambahan. Kondisi ini menjadikan WhatsApp Business sebagai media pemasaran yang praktis dan sesuai dengan karakteristik UMKM. Selain meningkatkan jangkauan promosi, penggunaan WhatsApp Business berkontribusi terhadap peningkatan omzet penjualan UMKM. Melalui fitur katalog produk, pesan otomatis, dan komunikasi dua arah, pelaku usaha dapat memberikan pelayanan yang lebih responsif dan profesional kepada konsumen. Pelayanan yang baik dan komunikasi yang

## **PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN**

intensif terbukti mampu meningkatkan minat beli serta mendorong loyalitas pelanggan terhadap produk UMKM. Lebih lanjut, kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan WhatsApp Business mampu membantu pelaku UMKM yang sebelumnya belum memiliki strategi pemasaran digital. Setelah diberikan pelatihan, pelaku usaha menjadi lebih memahami cara memanfaatkan fitur WhatsApp Business untuk promosi produk, pengenalan produk baru, hingga pengelolaan komunikasi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa WhatsApp Business tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi pemasaran digital yang efektif bagi pengembangan UMKM (Handijono et al., 2024) .

Hasil pengabdian kepada masyarakat di berbagai wilayah juga menegaskan bahwa keberhasilan pemanfaatan WhatsApp Business sangat dipengaruhi oleh adanya proses pendampingan yang berkelanjutan. Pelaku UMKM yang mendapatkan pelatihan terstruktur menunjukkan peningkatan pemahaman dalam penggunaan fitur WhatsApp Business, mulai dari pengelolaan katalog produk hingga optimalisasi komunikasi dengan pelanggan. Pendekatan pendampingan ini terbukti mampu meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperkuat kesiapan UMKM dalam menghadapi transformasi digital. Lebih lanjut, penggunaan WhatsApp Business yang didukung dengan edukasi dan pendampingan berkelanjutan mampu meningkatkan daya saing UMKM secara digital. Komunikasi yang lebih profesional dan responsif membantu pelaku usaha membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, sekaligus meningkatkan efisiensi operasional usaha. Temuan ini menegaskan bahwa WhatsApp Business merupakan media pemasaran digital yang relevan dan mudah diadopsi oleh UMKM, khususnya di wilayah pedesaan (Santoso et al., 2025) .

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Eko Setia Budi dkk. menunjukkan bahwa pelatihan dan pemanfaatan teknologi WhatsApp Business mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran dan penjualan produk secara digital. Melalui pelatihan yang disertai praktik langsung, pelaku UMKM menjadi lebih memahami penggunaan fitur-fitur WhatsApp Business seperti katalog produk, pesan otomatis, dan pengelolaan profil usaha untuk mendukung kegiatan promosi. Penerapan WhatsApp Business juga berdampak positif terhadap peningkatan efektivitas pelayanan, perluasan jangkauan pasar, serta peningkatan penjualan produk UMKM. Dengan demikian, WhatsApp

Business terbukti sebagai media pemasaran digital yang mudah diterapkan, efisien, dan sesuai dengan karakteristik UMKM, khususnya bagi pelaku usaha dengan keterbatasan sumber daya pemasaran (Eko Setia Budi et al., 2024) .

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang dilakukan didalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan kegiatan sebagai berikut ini:

### 1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan dengan survey dan observasi UMKM di Desa Sabiyon untuk mengetahui kondisi usaha serta permasalahan yang dihadapi, khususnya pada aspek pemasaran digital. Hasil analisis kebutuhan tersebut digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan.

### 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media pemasaran UMKM. Materi pelatihan meliputi pembuatan akun, pengelolaan profil bisnis, katalog produk, pesan otomatis, serta strategi komunikasi dengan konsumen. Kegiatan disertai dengan praktik langsung dan sesi tanya jawab.

### 3. Tahap Evaluasi

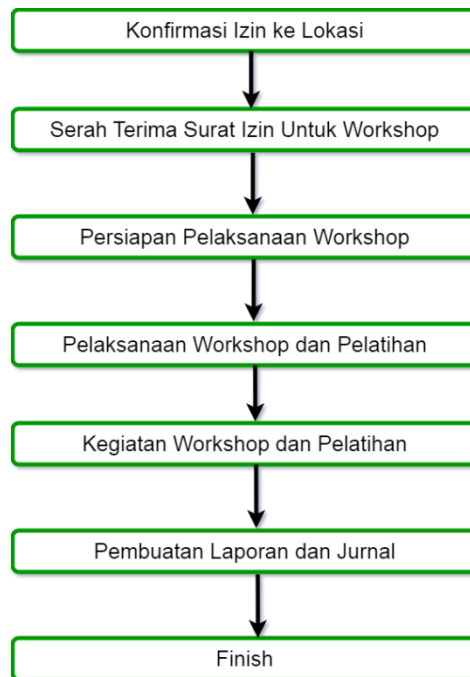
Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta dan mengidentifikasi kendala dalam penerapan WhatsApp Business setelah pelatihan.

### 4. Tahap Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dan bukti kegiatan berupa foto dan daftar hadir sebagai bahan laporan pengabdian.

# PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN

**Gambar 1.** Tahap Pelaksanaan Kegiatan



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penjelasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan pelaku UMKM di Desa Sabiyan sebagai peserta utama. Fokus kegiatan adalah pelatihan dan pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business sebagai media pemasaran digital untuk mendukung pengembangan usaha UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital yang mudah diakses dan digunakan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara luring (*offline*) agar peserta dapat memperoleh pendampingan secara langsung. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Hari/Tanggal: Kamis, 8 Januari 2026, Waktu: 09.00–12.00 WIB, bertempat di Balai Desa Sabiyan. Peserta kegiatan terdiri dari pelaku UMKM Desa Sabiyan, Ibu-Ibu PKK, serta mahasiswa yang berperan sebagai pemateri selama kegiatan berlangsung.

### Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan pengenalan konsep pemasaran digital dan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi bagi pengembangan usaha UMKM di Desa Sabiyan. Pada tahap awal, peserta diberikan

pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen di era digital serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM melalui penggunaan media sosial, khususnya WhatsApp Business, sebagai sarana promosi dan komunikasi bisnis. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan teknis penggunaan aplikasi WhatsApp Business. Peserta dibimbing secara langsung dalam proses pembuatan akun WhatsApp Business, pengaturan profil usaha, serta pengisian informasi bisnis yang mencakup nama usaha, deskripsi produk, alamat, dan jam operasional. Peserta juga diberikan penjelasan mengenai pentingnya tampilan profil usaha yang profesional untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pada sesi berikutnya, peserta dilatih untuk membuat dan mengelola katalog produk. Dalam sesi ini, peserta mempraktikkan cara mengunggah foto produk, menuliskan deskripsi produk, serta mencantumkan harga. Selain itu, peserta diperkenalkan dengan fitur pesan otomatis dan balasan cepat yang dapat digunakan untuk merespons konsumen secara efisien. Fitur ini dinilai sangat membantu pelaku UMKM dalam melayani pelanggan tanpa harus selalu aktif secara manual. Kegiatan pelatihan juga disertai dengan sesi tanya jawab dan diskusi interaktif antara peserta dan tim pengabdian. Peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha, khususnya dalam hal pemasaran dan komunikasi dengan pelanggan. Melalui diskusi ini, peserta memperoleh solusi praktis serta strategi sederhana yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usahanya.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kegiatan berlangsung dengan suasana yang interaktif dan partisipatif. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap sesi pelatihan dan praktik. Dengan pendekatan pembelajaran langsung dan pendampingan intensif, pelatihan pemanfaatan WhatsApp Business ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Desa Sabiyon dalam memasarkan produk serta memperluas jangkauan pasar secara digital.

### **Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan WhatsApp Business setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap aktivitas peserta saat praktik serta interaksi antara tim pengabdian dan peserta. Hasil evaluasi menunjukkan

## **PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN**

bahwa sebagian besar peserta mampu mengoperasikan fitur dasar WhatsApp Business dan mulai memahami cara menggunakannya sebagai media promosi dan komunikasi dengan konsumen. Selain itu, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari keaktifan peserta dalam bertanya dan mencoba fitur-fitur yang diperkenalkan. Pelatihan ini dinilai membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan efisiensi komunikasi, pengelolaan data pelanggan, serta penyampaian informasi produk secara lebih terstruktur dan profesional.

### **Dokumentasi Kegiatan**

Dokumentasi kegiatan dilakukan sebagai bagian dari pelaporan dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dokumentasi meliputi pengambilan foto selama proses pelatihan, pencatatan daftar hadir peserta, serta pengumpulan catatan hasil kegiatan. Dokumentasi ini digunakan sebagai bukti pelaksanaan kegiatan sekaligus sebagai bahan pendukung dalam penyusunan laporan dan artikel pengabdian kepada masyarakat.

**Gambar 1.** Peserta bertanya secara langsung



**Gambar 2.** Peserta mempraktekan materi secara langsung



## **Manfaat yang dicapai**

Manfaat yang di capai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sangat penting sekali untuk pelaku UMKM Desa Sabiyon dan Ibu-Ibu PKK, berikut adalah manfaat yang di capai: Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini membantu memberikan pelatihan dan pemanfaatan teknologi WhatsApp Business dalam mengembangkan penjualan produk secara digital.

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat yang signifikan bagi pelaku UMKM di Desa Sabiyon melalui pelatihan dan pemanfaatan teknologi WhatsApp Business sebagai media pemasaran digital. Pemanfaatan WhatsApp Business membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas penyajian produk, pengelolaan informasi usaha, serta pelayanan kepada pelanggan secara lebih cepat, terstruktur, dan profesional. Penerapan digital marketing melalui WhatsApp Business terbukti mampu meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM, khususnya dalam menjangkau pasar yang lebih luas, memperkuat komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha di tengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin dinamis.

Strategi pemasaran digital ini menjadi solusi yang relevan bagi UMKM dalam menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media digital. Partisipasi aktif dan antusiasme peserta selama kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki motivasi yang tinggi untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business dapat menjadi langkah strategis dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Desa Sabiyon pada era transformasi digital saat ini.

# PELATIHAN DAN PEMANFAATAN WHATSAPP BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI UMKM DI DESA SABIYAN

## DAFTAR REFERENSI

- Astria, D., & Santi, M. (2021). *Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan*. Retrieved From <Http://Ejournal.Staim-Tulungagung.Ac.Id/Index.Php/Eksyar>
- Eko Setia Budi, Ade Priyatna, Eva Zuraidah, Sanwani, Dito Tri Ardana, Aprilia Dimas Sahid, Ghifary Rafy Pratama, Kenji Ferdian Santosa, & Muhamad Irfan. (2024). Pelatihan Dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada Umkm. *Jpm: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 293–299. Doi: 10.47065/Jpm.V4i3.1627
- Fitriana, N., Clarita, D., & Mei S, A. O. C. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business Dan Instagram Business Sebagai Media Promosi Ukm Di Kelurahan Sialang Sakti. *Absyara: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20–27. Doi: 10.29408/Ab.V4i1.6770
- Handijono, A., Irawan Gunarto, R., & Sutrisna, E. (2024). Memanfaatkan Whatsapps Business Untuk Promosi Dan Penjualan. *Jurnal Pkm Manajemen Bisnis*, 4(1). Doi: 10.37481
- Nilam Sari, M. (2025). *Implementation Of Whatsapp Business-Based Digital Marketing Strategy For Msmes In Indonesia*.
- Raba, J. L., Barnes Sagala, J., Sinaga, K. S., Tampubolon, J., & Sitompul, G. O. (2025). Pemanfaatan Whatsapp Business Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Pelayanan Pada Umkm Jarental. *Jurnal Budimas*.
- Santoso, R. P., Ali, M. H., Sopingi, I., Anah, L., Ningsih, L. S. R., Laili, C. N., Hidayati, A., & Ardiana, M. (2025). Strategi Pemasaran Melalui Whatsapp Business: Edukasi, Pelatihan, Pendampingan Dan Monitoring Pada Umkm Di Desa Segodorejo. *Dinamis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 191–202. Doi: 10.33752/Dinamis.V5i2.9990
- Welkom, S. S., Sevriana, L., Sunarmo, S., Rahmi, A. N., Kamil, A. A. N., Raihan, M., Imanina, A. D., & Rahmawati, M. (2025). Sosialisasi Digital Marketing Dan Pelatihan Whatsapp Business Untuk Umkm Di Kampung Karet Rw10, Kab. Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(2), 417–424. Doi: 10.54082/Jamsi.1493