

Pemberdayaan UMKM Desa: Optimalisasi WhatsApp Business untuk Pengusaha Minim Literasi Digital

Sabeli Aliya¹, *Usman Ependi², Irwansyah³, Marlindawati⁴, Fatmasari⁵, Merry Agustina⁶,
 Helda Yudiastuti⁷, Nia Oktaviani⁸, Elvira Azzahra⁹

^{1,9}Program Studi Manajemen, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

²Program Studi Teknik Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

³Program Studi Teknik Komputer, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

^{4,7}Program Studi Manajemen Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

^{5,8}Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

⁶Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

Received: August 20, 2024

Revised: November 9, 2024

Accepted: Dec 1, 2024

Published: Dec 16, 2024

Corresponding Author:

Author Name*:

Usman Ependi

Email*:

u.ependi@binadarma.ac.id

DOI: 10.15151/SCD.v2i2.11

© 2024 The Authors. This open access article is distributed under a (CC-BY License)



Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in economic development, yet limited digital literacy among business owners remains a major challenge. This study aims to empower MSMEs by optimizing the use of WhatsApp Business for entrepreneurs with minimal digital skills, focusing on Asrania MSMEs in Ogan Ilir. Using a participatory approach, intensive training and mentoring were conducted to enhance marketing and business communication competencies. The methods included theoretical education, interactive discussions, and hands-on practice with WhatsApp Business features. Results revealed a significant improvement in the ability of business owners to showcase product catalogs, manage customer interactions, and leverage simple analytics to measure business effectiveness. The novelty of this research lies in applying WhatsApp Business as an accessible technological solution to bridge the digital divide for low-literacy MSMEs. This study offers practical insights into empowering MSMEs with simple yet impactful technology, highlighting how widely used communication apps can be integrated into business strategies to boost competitiveness. Future research could explore advanced technological features and comparative studies with other digital platforms.

Keywords: MSME Empowerment, Human Resource Development, Digital Literacy, WhatsApp Business, Competitiveness.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor bisnis dan industri. Inovasi disruptif, seperti *e-commerce*, media sosial, dan aplikasi komunikasi bisnis, telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan mempengaruhi perilaku belanja konsumen [1]. Dampak perubahan ini sangat terasa pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang kini memiliki akses untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dan efisiensi yang lebih tinggi. Bagi UMKM, adopsi teknologi digital dalam pemasaran, distribusi, dan komunikasi bisnis menjadi faktor penting untuk beradaptasi dan bertahan di tengah persaingan yang kian ketat [2].

Provinsi Sumatera Selatan memiliki banyak sekali jenis makanan tradisional khas daerah, diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok, yaitu makanan pengenyang, makanan kudapan (*snack*), minuman dan kue-kue. Makanan tradisional yang ada di Sumatera Selatan dapat dijadikan aset untuk menambah pendapatan daerah. Salah satu jenis makanan tradisional khas Sumatera Selatan adalah kerupuk kemplang [3].

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Selatan, dari sisi produksi, pertumbuhan ekonomi tertinggi terjadi pada Lapangan Usaha Makan Minum sebesar 13,14%. Ekonomi Provinsi Sumatera Selatan triwulan IV-2023 terhadap triwulan IV-2022 (y-on-y) mengalami pertumbuhan sebesar 4,94%. Dari sisi produksi, Lapangan Usaha Makan Minum mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 13,56%. Sektor usaha makanan dan minuman memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian daerah [4]. Ogan Ilir merupakan salah satu daerah penghasil kerupuk kemplang di Sumatera Selatan. Produksi kemplang di wilayah ini cukup signifikan, dengan beberapa sentra produksi seperti Kecamatan Pemulutan dan Tanjung Batu. Di Kecamatan Pemulutan, misalnya, terdapat puluhan pengrajin kemplang yang setiap harinya memproduksi kemplang siap panggang untuk dijual ke pengepul dan berbagai kota di Sumatera Selatan [5].

Tabel 1. Perkembangan Usaha Industri dan UMKM di Kabupaten Ogan Ilir

No	Uraian Usaha	2012	2013	2014	2015	2016
1.	Industri Mikro Kecil					
	a. Unit Industri (Unit)	7.616	8.067	8.541	9.123	9.716
	b. Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	11.544	12.065	12.812	13.529	14.574

No	Uraian Usaha	2012	2013	2014	2015	2016
	c. Nilai Investasi (Rp)	54.342.122	55.836.530	59.120.802	63.141.016	67.254.152
2. Industri Menengah Besar						
	a. Unit Usaha (Unit)	38	38	38	48	48
	b. Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	7.601	7.601	7.601	7.781	7.781
	c. Nilai Investasi (Rp)	656.460.343	676.154.153	676.154.153	678.154.153	678.154.153
3. Usaha Mikro Kecil Menengah						
	a. Unit UMKM (Unit)	11.891	12.643	13.464	14.339	20.212
	b. Unit Usaha Menengah (Unit)	4.243	4.434	4.565	4.816	87
	c. Modal Kerja dan Investasi					
	- Usaha Mikro Kecil (Rp)	28.741.955	32.393.205	36.566.530	38.953.354	54.895.792
	- Usaha Menengah (Rp)	26.227.152	36.495.719	38.315.305	40.805.800	716.097
	d. Omset UMKM (Rp)	63.711.564	91.586.313	91.985.453	97.964.507	97.475.798
	e. Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	82.731	92.820	98.484	104.885	121.794

Sumber: Rencana Kerja Dinas Perindagkop UKM Kab. Ogan Ilir 2018 [3]

Berdasarkan Tabel 1, perkembangan industri dan UMKM di Ogan Ilir menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari angka rata-rata yang terus bertambah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Untuk usaha industri kerupuk kemplang di Ogan Ilir mencakup 457-unit dengan total produksi mencapai 894 ton per tahun. Menurut laporan Dinas Perindagkop Kabupaten Ogan Ilir (2018), angka ini diproyeksikan terus meningkat seiring dengan dukungan investasi yang optimal [3]. Meski demikian, para pelaku usaha kerupuk kemplang menghadapi persaingan yang semakin ketat baik dari produsen lokal lain maupun dari luar daerah yang menawarkan produk serupa dengan harga dan kualitas yang kompetitif. Tantangan utama bagi para produsen kemplang adalah bagaimana memanfaatkan teknologi untuk mempertahankan daya saing dan memperluas pasar.

Usaha Kemplang Asrania adalah salah satu UMKM yang cukup dikenal di Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, khususnya dalam bidang produksi dan pengolahan kemplang. Beroperasi sejak tahun 2013, usaha ini telah bertahan selama lebih dari satu dekade dan terus eksis hingga kini. Keberlanjutannya yang konsisten menjadikannya salah satu UMKM menarik di wilayah Pemulutan Ilir, dengan pengalaman panjang dalam memproduksi kemplang yang telah dikenal oleh masyarakat sekitar. UMKM Kemplang Asrania telah mengalami berbagai perkembangan signifikan, seperti peningkatan jumlah tenaga kerja, peningkatan kapasitas produksi, pertumbuhan omzet penjualan, serta

ekspansi tempat usaha. Perkembangan ini dapat dilihat melalui data-data seperti yang diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Peningkatan Jumlah Produksi Kemplang Asrania

Tahun	2013-2015	2016-2019	2020-2023
Jumlah Produksi	1000 Keping/hari	2000 Keping/hari	4000 Keping/hari

Sumber: UMKM Asrania, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 2, UMKM Kemplang Asrania menunjukkan peningkatan jumlah produksi yang konsisten dari tahun ke tahun. Pada periode 2013-2015, kapasitas produksi mencapai 1.000 keping per hari. Selanjutnya, pada tahun 2016-2019, jumlah produksi meningkat menjadi 2.000 keping per hari. Kemudian, sejak tahun 2020 hingga 2023, produksi UMKM ini terus bertambah hingga mencapai 4.000 keping per hari.

Tabel 3. Peningkatan Omzet Penjualan Kemplang Asrania

Tahun	Volume Penjualan	Pendapatan
2013-2015	1000 Keping/hari	Rp. 500.000/hari
2016-2019	2000 Keping/hari	Rp. 1.000.000/hari
2020-2023	4000 Keping/hari	Rp. 2.000.000/hari

Sumber: UMKM Asrania, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 3 peningkatan omzet penjualan, UMKM Kemplang Asrania mengalami pertumbuhan signifikan dalam volume penjualan dan pendapatan dari tahun ke tahun. Pada periode 2013-2015, volume penjualan mencapai 1.000 keping per hari dengan pendapatan sebesar Rp 500.000 per hari. Kemudian, pada tahun 2016-2019, volume penjualan meningkat menjadi 2.000 keping per hari dengan pendapatan harian mencapai Rp 1.000.000. Selanjutnya, pada periode 2020-2023, volume penjualan bertambah hingga 4.000 keping per hari, diiringi peningkatan pendapatan menjadi Rp 2.000.000 per hari.

Namun, usaha yang telah dirintis oleh Ibu Asrania selama lebih dari 13 tahun, masih menghadapi keterbatasan pengetahuan tentang perkembangan digitalisasi. Padahal, memahami perkembangan teknologi informasi dapat membantu usaha berkembang lebih pesat, membuka potensi keuntungan maksimal, serta meningkatkan kualitas Sumber Daya

Manusia. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, UMKM Asrania perlu membekali tenaga kerjanya dengan keterampilan dan pelatihan yang relevan dengan kebutuhan pasar di era digital saat ini.

WhatsApp Business merupakan aplikasi yang dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan fitur yang mudah digunakan, sehingga menjadi pilihan ideal bagi pelaku UMKM, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan literasi digital. Fitur-fitur seperti pesan otomatis, katalog produk, dan balasan cepat memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola komunikasi dengan pelanggan secara efisien tanpa memerlukan keterampilan teknologi yang tinggi [6].

Studi menunjukkan bahwa WhatsApp Business sangat efektif dalam menjembatani kesenjangan digital, memungkinkan para pelaku UMKM untuk mulai memanfaatkan teknologi digital dengan langkah awal yang sederhana tetapi berdampak besar terhadap perkembangan bisnis mereka [7]. Penelitian lain mengungkapkan bahwa aplikasi ini memberikan dampak positif pada efisiensi dan personalisasi layanan pelanggan, yang merupakan kunci utama dalam meningkatkan daya saing di era digital [8]. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk berkontribusi aktif dalam pengembangan SDM dan penguatan UMKM Asrania. Tujuannya adalah meningkatkan daya saing usaha, dan memperluas pasar melalui optimalisasi penggunaan WhatsApp Business.

2. METODE

Program kegiatan ini dilaksanakan di Dusun I, Desa Pemulutan Ilir, Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Lokasi kegiatan adalah rumah produksi UMKM Asrania, yang dihadiri oleh Ibu Asrania selaku pemilik usaha bersama 10 karyawannya. Metode yang digunakan mencakup penyuluhan dan pelatihan, dengan pendekatan bertahap sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Program ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi WhatsApp Business sebagai alat bantu pengelolaan dan pengembangan bisnis mereka.

**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan

Bedasarkan Tahapan Pelaksanaan seperti pada Gambar 1, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

2.1. Edukasi/Tutorial

Tahap pertama ini bertujuan untuk mentransfer informasi berupa teori dasar dan konsep umum mengenai penggunaan WhatsApp Business. Penyampaian materi dilakukan melalui presentasi menggunakan PowerPoint [10], yang mencakup:

- 1) Pengenalan WhatsApp Business dan manfaatnya dalam bisnis.
- 2) Fitur utama, seperti katalog produk, balasan otomatis, dan label pelanggan.
- 3) Strategi pemasaran digital sederhana yang relevan untuk UMKM.

Penyuluhan di tahap ini berfokus pada memberikan pemahaman dasar kepada peserta agar mereka mengerti bagaimana teknologi ini dapat menjadi solusi efektif untuk menjembatani keterbatasan digital mereka. Dengan materi yang disampaikan secara jelas dan terstruktur, peserta memiliki landasan pengetahuan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya.

2.2. Dialog dan Diskusi

Tahapan dialog bertujuan untuk mendorong diskusi aktif dan tanya jawab seputar materi yang telah disampaikan [11]. Sesi ini memungkinkan peserta untuk menggali lebih dalam mengenai:

- 1) Kendala yang dihadapi dalam pengelolaan bisnis mereka.
- 2) Penerapan WhatsApp Business pada kasus nyata sesuai dengan jenis usaha yang dikelola.
- 3) Strategi optimalisasi fitur untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Diskusi interaktif ini menjadi kesempatan bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan solusi, yang kemudian difasilitasi oleh tim pendamping. Dengan demikian, sesi ini juga menjadi media pembelajaran kolektif yang memperkaya wawasan semua peserta.

2.3. Praktik dan Pendampingan

Pada tahap ini, peserta langsung mempraktikkan penggunaan aplikasi WhatsApp Business di perangkat masing-masing [12]. Fasilitator memberikan panduan langkah demi langkah, mencakup:

- 1) Membuat katalog produk lengkap dengan deskripsi, harga, dan gambar.
- 2) Mengatur balasan otomatis untuk pertanyaan umum pelanggan.
- 3) Mengelola interaksi pelanggan menggunakan fitur label untuk mengelompokkan mereka berdasarkan kebutuhan atau tahap pembelian.
- 4) Melakukan analisis sederhana dengan melihat statistik pesan, seperti jumlah pesan terkirim dan dibaca.

Sesi praktik ini dirancang menggunakan metode *learning by doing*, di mana peserta menghadapi studi kasus yang telah disiapkan. Misalnya, peserta diminta untuk merespons simulasi pertanyaan pelanggan atau mempromosikan produk tertentu kepada pelanggan lama. Pendampingan dilakukan secara aktif untuk memastikan setiap peserta mampu memahami dan memanfaatkan fitur-fitur tersebut sesuai kebutuhan bisnis mereka.

2.4. Strategi Pendekatan Aktif

Pendekatan aktif diterapkan dalam setiap tahapan, di mana peserta didorong untuk langsung mempraktikkan apa yang telah dipelajari. Hal ini memastikan bahwa materi yang diberikan tidak hanya dipahami secara teori tetapi juga dapat diimplementasikan dalam operasional bisnis sehari-hari. Pendampingan intensif memastikan bahwa setiap peserta, termasuk yang memiliki keterbatasan literasi teknologi, tetap dapat mengikuti proses dengan baik.

Pendekatan ini juga memberikan perhatian khusus kepada peserta yang menghadapi kesulitan teknis, seperti pengoperasian aplikasi atau pengelolaan fitur tertentu. Dengan memberikan solusi langsung, pelatihan ini mampu menciptakan suasana belajar yang inklusif dan memberdayakan seluruh peserta.

Melalui rangkaian tahapan ini, program berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi sederhana namun berdampak besar untuk mendukung pertumbuhan usaha mereka. Pendekatan bertahap dan berbasis praktik menjadikan pelatihan ini relevan dan aplikatif bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam akses dan kemampuan digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

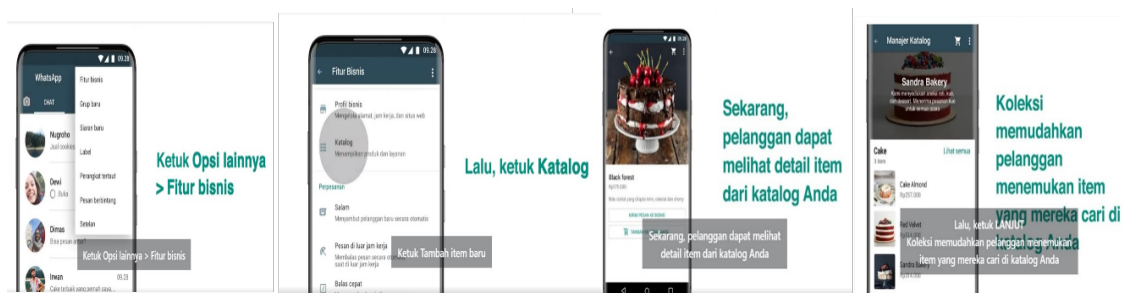
3.1. Hasil Pelatihan

Pelaksanaan program pelatihan pada UMKM Kemplang Asrania di Kecamatan Pemulutan, Kabupaten Ogan Ilir, menghasilkan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan digital para pelaku usaha. Sebanyak 10 peserta, termasuk pemilik usaha, berhasil memahami dan mempraktikkan penggunaan WhatsApp Business untuk mendukung kegiatan operasional dan pemasaran mereka. Pelatihan ini berfokus pada edukasi fitur utama seperti katalog produk, balasan otomatis, dan pesan broadcast. Peserta menunjukkan peningkatan nyata dalam mengelola komunikasi pelanggan secara lebih efisien, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1 [13].

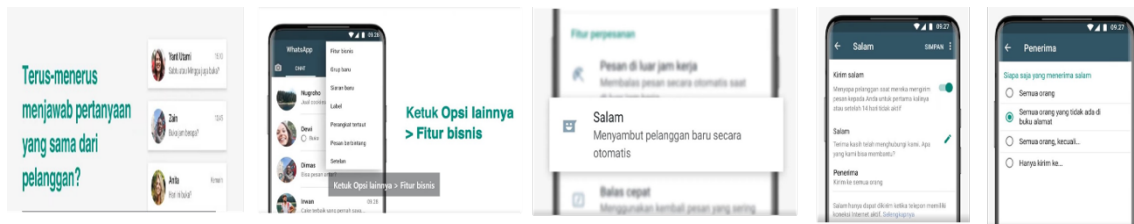


Gambar 1. Aplikasi WhatsApp Bisnis

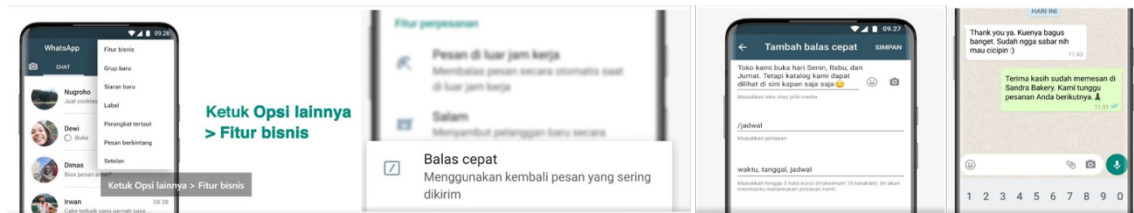
Pelatihan dimulai dengan pengenalan fitur katalog produk, di mana peserta berhasil membuat katalog digital yang mempermudah calon pelanggan untuk melihat dan memilih produk tanpa harus bertemu langsung (Gambar 2). Selanjutnya, peserta diajarkan cara mengatur balasan otomatis, yang mempermudah mereka merespons pelanggan dengan cepat dan profesional. Fitur ini juga mencakup pesan balas cepat dan pesan otomatis di luar jam kerja, sebagaimana dijelaskan dalam Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5.



Gambar 2. Fitur Katalog Produk WhatsApp Bisnis



Gambar 3. Fitur Jawab Otomatis

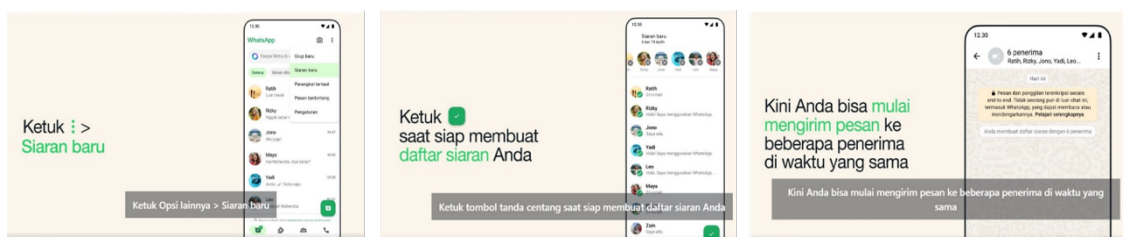


Gambar 4. Fitur Balas Cepat



Gambar 5. Fitur Pesan di luar jam kerja

Selain itu, pelatihan menggarisbawahi penggunaan pesan broadcast sebagai alat untuk menyebarluaskan informasi promosi secara efisien. Peserta memahami cara memanfaatkan fitur ini untuk mengirimkan informasi ke banyak pelanggan sekaligus, tanpa kehilangan kesan personalisasi (Gambar 6).



Gambar 6. Fitur Daftar Siaran WhatsApp Bisnis

3.2. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam menghadapi era digital yang kompetitif, pelatihan ini menempatkan pengembangan sumber daya manusia sebagai prioritas utama. Kemampuan untuk memahami dan mengaplikasikan teknologi menjadi kebutuhan mendesak untuk

mempertahankan keberlanjutan usaha. Dengan pendekatan learning by doing, peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga langsung mempraktikkan apa yang telah dipelajari, sehingga meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri mereka dalam memanfaatkan teknologi digital.

Urgensi peningkatan keterampilan digital menjadi semakin penting mengingat persaingan pasar yang semakin ketat, yang menuntut inovasi dalam pengelolaan dan pemasaran usaha. Dengan menguasai teknologi ini, UMKM Kemplang Asrania kini memiliki peluang untuk memperluas pasar mereka ke luar wilayah lokal, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 7, di mana peserta mulai membuat akun media sosial untuk memperluas jangkauan usaha mereka. Tanpa keterampilan tersebut, UMKM berisiko tertinggal dalam era digital yang mengubah pola konsumsi secara signifikan.



Gambar 7. Membuat akun sosial media untuk UMKM Kemplang Asrania

3.3. Dampak terhadap Operasional UMKM

Adopsi WhatsApp Business telah membawa perubahan signifikan pada manajemen operasional UMKM Kemplang Asrania. Salah satu dampak utama adalah peningkatan efisiensi komunikasi dengan pelanggan. Proses komunikasi menjadi lebih cepat, terorganisir, dan sistematis. Dengan fitur seperti balasan otomatis dan label pelanggan, UMKM dapat merespons kebutuhan pelanggan secara lebih tanggap, memberikan layanan yang lebih baik, dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Selain itu, penggunaan WhatsApp Business telah memperluas jangkauan pasar UMKM hingga melampaui batas wilayah lokal. Melalui fitur seperti katalog produk digital dan pesan broadcast, UMKM mampu menjangkau pelanggan baru di luar daerah dengan lebih

mudah. Ini membuka peluang untuk memperluas basis pelanggan tanpa harus bergantung sepenuhnya pada promosi fisik atau tatap muka, sehingga memperkuat daya saing UMKM di pasar yang lebih luas.

Keuntungan lain yang tidak kalah penting adalah penurunan biaya promosi. Dengan memanfaatkan fitur-fitur gratis atau berbiaya rendah yang disediakan oleh WhatsApp Business, UMKM Kemplang Asrania dapat menghemat anggaran pemasaran secara signifikan. Dibandingkan dengan metode promosi tradisional seperti cetak brosur atau iklan fisik, platform digital ini memberikan solusi yang lebih hemat tanpa mengorbankan efektivitas. Secara keseluruhan, penerapan WhatsApp Business telah membantu UMKM Kemplang Asrania meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, dan mengoptimalkan biaya operasional. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat tetapi juga memiliki potensi untuk terus berkembang dan menciptakan inovasi dalam pengelolaan bisnis mereka.

3.4. Tantangan yang Dihadapi

Meskipun program pelatihan WhatsApp Business telah memberikan hasil yang positif, masih ada tantangan yang harus diatasi untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan implementasinya. Salah satu hambatan utama adalah akses terhadap perangkat dan koneksi internet. Tidak semua karyawan memiliki smartphone yang mendukung aplikasi ini atau koneksi internet yang stabil. Hal ini menjadi kendala dalam adopsi penuh teknologi digital, terutama bagi pekerja yang bergantung pada fasilitas pribadi untuk menjalankan tugas berbasis teknologi.

Selain itu, terdapat kebutuhan mendesak untuk pelatihan lanjutan. Meskipun pelatihan dasar WhatsApp Business sudah mencakup fitur-fitur utama, beberapa fungsi yang lebih kompleks, seperti analisis statistik dan integrasi dengan platform lain, memerlukan pendalaman lebih lanjut. Tanpa pelatihan tambahan, potensi maksimal dari aplikasi ini mungkin tidak sepenuhnya diraih, mengurangi efisiensi dan dampak positif yang dapat dihasilkan bagi operasional UMKM.

Kedua tantangan ini menunjukkan perlunya strategi jangka panjang untuk mendukung transformasi digital UMKM secara menyeluruh. Penyediaan perangkat yang memadai dan akses internet yang terjangkau bagi karyawan harus menjadi prioritas utama. Di samping

itu, program pelatihan yang berkelanjutan, termasuk pendampingan intensif, akan membantu para pelaku usaha mengatasi kesenjangan keterampilan teknologi yang masih ada. Mengatasi tantangan ini adalah agenda penting untuk memastikan UMKM Kemplang Asrania dapat terus berkembang di era digital. Dengan dukungan yang tepat, UMKM tidak hanya dapat mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business tetapi juga memanfaatkan peluang teknologi lain untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

3.5. Pembahasan

Penggunaan WhatsApp Business sebagai alat pemberdayaan digital menunjukkan efektivitas dalam menjembatani kesenjangan teknologi bagi UMKM Asrania. Sebagai aplikasi yang sederhana dan mudah diakses, WhatsApp Business menjadi solusi yang relevan untuk pengusaha dengan literasi digital terbatas. Penelitian menunjukkan bahwa fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, dan balasan cepat tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat interaksi dengan pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif [6].

Namun, keberhasilan ini tidak dapat dilepaskan dari urgensi pengetahuan dan peningkatan keterampilan teknologi digital bagi sumber daya manusia (SDM) UMKM. Literasi digital yang memadai tidak hanya menjadi alat untuk memanfaatkan teknologi secara optimal tetapi juga menjadi syarat penting bagi UMKM untuk tetap eksis bersaing dan memperluas pasar di tengah dinamika pasar era digital. Studi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dalam penggunaan teknologi digital, seperti WhatsApp Business, dapat membantu UMKM memahami strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan efisiensi operasional, dan membuka peluang pasar baru [7].

Program digitalisasi yang diterapkan pada UMKM Asrania berhasil mengintegrasikan teknologi seperti WhatsApp Business ke dalam kegiatan operasional sehari-hari. Program ini membantu pelaku usaha memperluas pasar melalui promosi digital dan meningkatkan profitabilitas melalui efisiensi operasional. Di samping itu, pelatihan teknologi juga memperkuat kemampuan SDM UMKM dalam memahami tren pasar global dan beradaptasi dengan kebutuhan pelanggan yang terus berubah, yang menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan global.

4. KESIMPULAN

Program kegiatan ini memberikan kontribusi signifikan dalam upaya meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM Kemplang Asrania, khususnya melalui optimalisasi WhatsApp Business. Kemampuan yang dikembangkan mencakup pemanfaatan fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, dan pesan broadcast, yang terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi komunikasi, menekan biaya promosi, dan memperkuat daya saing usaha. Literasi digital yang dihasilkan menjadi aset strategis bagi UMKM Asrania untuk beradaptasi dan tetap kompetitif di tengah tantangan pasar era digital.

REFERENSI

- [1] C. M. Christensen, *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Boston: Harvard Business Review Press, 2013.
- [2] S. Aliya, A. Khudri, Marlindawati, Fatmasari, and R. Pransiska, "Eskalasi Pengelolaan Keuangan Secara Digital Melalui Aplikasi BukuWarung pada UMKM Kemplang di Desa Teluk Kecapi," *Journal of Sustainable Communities and Development*, vol. 2, no. 1, pp. 19–32, 2024, doi: 10.51519/journalscd.v2i1.543.
- [3] A. Yuzar, "Analisis Strategi Pengembangan Industri Kerupuk Kemplang Berbasis Model Diamond Porter di Desa Meranjat Kecamatan Indralaya Selatan Kabupaten Ogan Ilir," Skripsi, Universitas Sriwijaya, Sumatera Selatan, Indonesia, 2020.
- [4] BPS Sumatera Selatan, "Ekonomi Sumatera Selatan Tetap Tumbuh Kuat di Tahun 2023." Accessed: Nov. 14, 2024.
- [5] ANTARA News, "Perajin kemplang panggang khas Pemulutan." Accessed: Nov. 15, 2024.
- [6] R. Jannah, "Utilization of WhatsApp Business in Marketing Strategy to Increase the Number of Sales Through Direct Interaction with Customers," *Syntax Idea*, 2023.
- [7] A. K. Kottani and A. K.N., "A study on the role of WhatsApp as an emerging business communication tool among Startups and MSMEs in India," *International Journal of Management and Development Studies*, 2021.
- [8] A. Setyawati, R. Sugangga, F. I. Maula, and A. Rahma, "Digital Marketing Business Strategy to MSME Performance in the Industrial Revolution 4.0 Era," *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 2023.

- [9] S. Aliya, D. Sartika, and A. Wati, "Building Superior Human Resources: An Educational Approach to Early Marriage Generation Z in Pegayut Village," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, vol. 3, no. 2, pp. 135–142, 2024.
- [10] U. Ependi, S. Aliya, and A. Wibowo, "Sentiment Analysis of Covid-19 Handling in Indonesia Based on Lexicon Weighting," *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, vol. 12, no. 1, pp. 76–82, 2023, doi: 10.32736/sisfokom.v12i1.1615.
- [11] D. Sartika, B. Setyadi, S. Helmi, S. Aliya, C. M. Wulandari, and L. Mariska, "Pengelolaan Keuangan dan Akses Pembiayaan untuk UMKM Naik Kelas di Kabupaten Banyuasin," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Bina Darma*, vol. 3, no. 3, pp. 200–207, 2023, doi: 10.33557/pengabdian.v3i3.2618.
- [12] D. Maharani, D. Sartika, D. Misnawati, and S. Alya, "Socialization of Fintech and Product Branding for Bina Cipta High School Students," *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, vol. 1, no. 2, pp. 77–84, 2022.
- [13] WhatsApp LLC, "WhatsApp untuk Bisnis," Dec. 2023. Accessed: Dec. 17, 2023.