

Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan WhatsApp Business sebagai Media Komunikasi dan Pemasaran Digital pada Kartika Bali Makeup

Ni Ketut Utami Nilawati¹, Made Suci Ariantini^{2*}

^{1,2*} Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

¹utami.nilawati@instiki.ac.id, ^{2*} suci.ariantini@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Article history:

Received Juni 2026

Published Juni 2026

ABSTRAK

Kartika Bali Makeup merupakan usaha jasa rias dan kecantikan yang masih menggunakan WhatsApp pribadi sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Kondisi tersebut menyebabkan pengelolaan pesan kurang terstruktur dan pemanfaatan fitur bisnis belum optimal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi dan pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Materi yang diberikan meliputi pembuatan profil bisnis, pengelolaan katalog layanan, penggunaan pesan otomatis, dan label pelanggan. Selanjutnya, mitra didampingi dalam mengimplementasikan fitur-fitur tersebut pada kegiatan operasional usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra berhasil mengelola akun WhatsApp Business, membuat katalog layanan, serta memanfaatkan fitur pesan otomatis dan label pelanggan. Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman peserta yang ditunjukkan oleh kenaikan nilai rata-rata pretest dari 55 menjadi 87,67 pada posttest. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan WhatsApp Business mampu meningkatkan keterampilan mitra dalam mengelola komunikasi bisnis, memperbaiki kualitas layanan pelanggan, dan mendukung pemasaran digital usaha secara lebih profesional.

Kata Kunci: WhatsApp Business, pemasaran digital, komunikasi bisnis, pengabdian masyarakat.

ABSTRACT

Kartika Bali Makeup is a beauty and makeup service business that still uses personal WhatsApp as its primary communication medium with customers. This condition results in less structured message management and suboptimal utilization of business features. This community service program aimed to enhance the partner's ability to utilize WhatsApp Business as a tool for communication and digital marketing. The program was carried out through several stages, including observation, training, mentoring, and evaluation. The training materials covered business profile creation, service catalog management, automated messages, and customer labels. Furthermore, the partner received direct assistance in implementing these features in daily business operations. The results showed that the partner successfully managed a WhatsApp Business account, created a service catalog, and utilized automated messaging and customer labeling features. In addition, participants' understanding

improved significantly, as indicated by the increase in the average pretest score from 55 to 87.67 in the posttest. Based on these findings, it can be concluded that WhatsApp Business training and mentoring effectively improved the partner's skills in managing business communication, enhanced customer service quality, and supported more professional digital marketing practices.

Keywords: WhatsApp Business, digital marketing, business communication, community service.

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

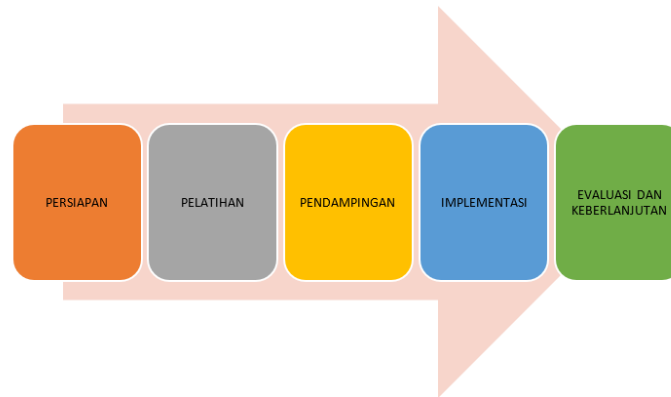
Transformasi digital telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas pemasaran. Salah satu teknologi yang banyak digunakan adalah WhatsApp Business, yang menyediakan berbagai fitur untuk mendukung komunikasi bisnis secara profesional (Azhari, 2025). Namun, masih banyak usaha mikro yang belum memanfaatkan fitur-fitur tersebut secara optimal sehingga proses komunikasi dan pengelolaan pelanggan belum berjalan secara efektif (Wahyudiono, 2024).

Kartika Bali Makeup merupakan usaha mikro di bidang jasa rias dan kecantikan yang masih menggunakan WhatsApp pribadi sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan pesan kurang terstruktur, penyampaian informasi layanan dilakukan secara berulang, serta pencatatan pelanggan dan pesanan belum terdokumentasi dengan baik (Sari, 2025). Permasalahan tersebut berpotensi mengurangi efisiensi layanan dan menghambat pengembangan pemasaran digital usaha (Ariyanti et al., 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, perlu dilaksanakannya kegiatan pelatihan dan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business sebagai upaya mendukung transformasi digital pada Kartika Bali Makeup (Santoso, Ali, Sopingi, & Anah, 2025). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam mengelola komunikasi bisnis, memanfaatkan fitur katalog layanan, pesan otomatis, dan label pelanggan, serta membangun citra usaha yang lebih profesional (Aliya, Ependi, & Agustina, 2024). Melalui kegiatan ini diharapkan terjadi peningkatan kualitas pelayanan, efektivitas komunikasi, dan jangkauan pemasaran digital mitra. Selain memberikan manfaat bagi pengembangan usaha Kartika Bali Makeup, kegiatan ini juga menjadi bentuk implementasi keilmuan perguruan tinggi dalam mendukung pemberdayaan usaha mikro berbasis teknologi informasi (Margareta & Rochmania, 2024).

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan, pelatihan, pendampingan, implementasi, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi mitra (Budi et al., 2024). Selanjutnya, dilakukan pelatihan mengenai penggunaan WhatsApp Business yang meliputi pembuatan profil bisnis, pengelolaan katalog layanan, penggunaan pesan otomatis, dan label pelanggan.



Gambar 1. Alur Pengabdian

Sumber: Penulis, 2026

Setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan secara langsung kepada mitra dalam menerapkan fitur-fitur WhatsApp Business pada kegiatan operasional usaha. Tahap implementasi dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan pemasaran digital (Afriani, Hastuti, & Farida, 2024)(Alindri, 2025). Selanjutnya, evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman dan kemampuan mitra dalam mengoperasikan aplikasi tersebut yang dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pendampingan Pelatihan WhatsApp Business

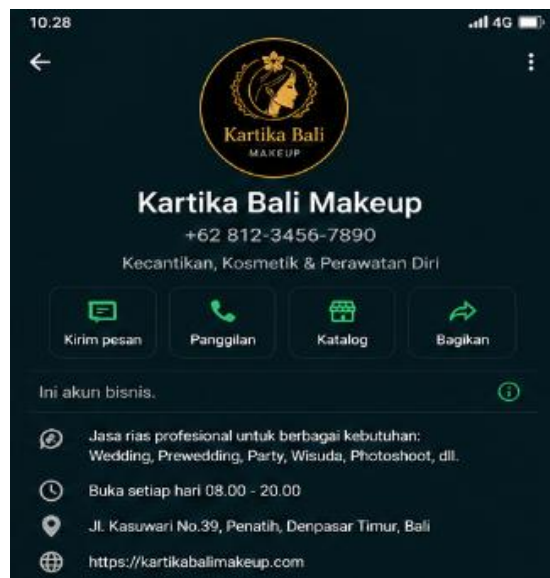
Sumber: Penulis, 2026

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kartika Bali Makeup yang berlokasi di Jalan Kaswari No. 39, Penatih, Denpasar Timur, Bali. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada Bulan Januari sampai Mei tahun 2026 oleh tim dosen Program Studi Informatika INSTIKI yang dipimpin oleh Ibu Ir. Ni Ketut Utami Nilawati, S.T., M.T. dengan

melibatkan anggota tim pendamping. Melalui kegiatan ini diharapkan mitra mampu memanfaatkan WhatsApp Business secara optimal untuk meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas pemasaran usaha.

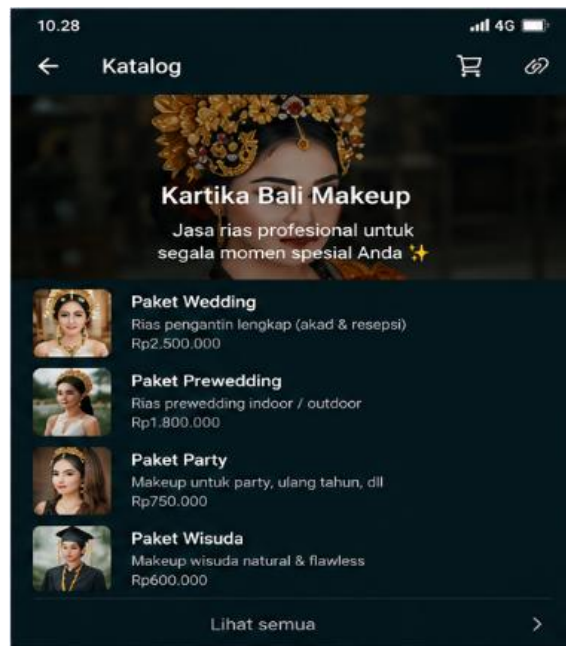
3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Kartika Bali Makeup dengan tujuan meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan pemasaran digital. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dan manfaat WhatsApp Business bagi usaha mikro. Selanjutnya, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pembuatan profil bisnis, pengelolaan katalog layanan, penggunaan pesan otomatis, serta pemanfaatan fitur label pelanggan yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Profil WA Business
Sumber: Penulis, 2026

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah berhasil membuat dan mengoptimalkan akun WhatsApp Business sebagai media komunikasi resmi usaha. Profil bisnis telah dilengkapi dengan informasi usaha, jam operasional, dan deskripsi layanan. Selain itu, mitra juga mampu menyusun katalog layanan yang berisi paket makeup beserta informasi harga sehingga memudahkan pelanggan memperoleh informasi tanpa harus melakukan komunikasi berulang yang dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Katalog Layanan

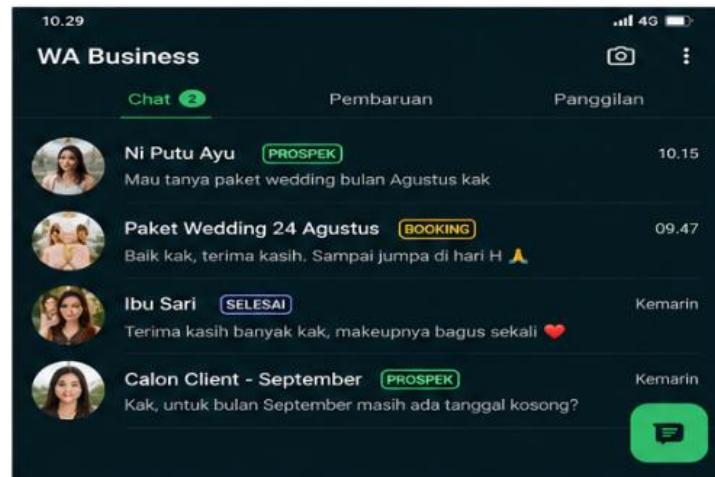
Sumber: Penulis, 2026

Pada tahap pendampingan, mitra berhasil mengaktifkan fitur pesan otomatis (greeting message dan away message) untuk meningkatkan respons layanan kepada pelanggan yang dapat dilihat pada Gambar 5. Penggunaan fitur label pelanggan juga telah diterapkan untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan status pemesanan, seperti calon pelanggan, pelanggan aktif, dan pelanggan yang telah selesai dilayani. Implementasi fitur-fitur tersebut membantu mitra dalam mengelola komunikasi pelanggan secara lebih terstruktur dan profesional yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 5. Pesan Otomatis

Sumber: Penulis, 2026



Gambar 6. Label Pelanggan

Sumber: Penulis, 2026

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian (Syarif dkk, 2022) yang menyatakan bahwa pemanfaatan WhatsApp Business dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan mendukung pengembangan usaha mikro. Selain itu, hasil pengabdian yang dilakukan oleh (Yulianti & Nugroho, 2025) menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp Business mampu memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan profesionalitas layanan UMKM. Dengan demikian, penerapan WhatsApp Business pada Kartika Bali Makeup terbukti menjadi solusi yang sesuai untuk mengatasi permasalahan komunikasi dan pemasaran digital yang dihadapi mitra. Adapun Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Kegiatan	Hasil yang Dicapai
1	Pelatihan WhatsApp Business	Mitra memahami fungsi dan manfaat WhatsApp Business
2	Pembuatan Profil Bisnis	Profil usaha berhasil dibuat dan dilengkapi informasi usaha
3	Pembuatan Katalog Layanan	Katalog paket layanan makeup berhasil dibuat
4	Pengaturan Pesan Otomatis	Greeting message dan away message berhasil diaktifkan
5	Penggunaan Label Pelanggan	Mitra mampu mengelompokkan pelanggan berdasarkan status layanan

Untuk mengukur efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat, perlu dilakukan pretest sebelum pelatihan dan posttest setelah pelatihan selesai dilaksanakan. Penilaian dilakukan dengan rentang skor 0–100 berdasarkan pemahaman peserta terhadap penggunaan WhatsApp Business.

Tabel 2. Hasil Pretest dan Posttest

No	Nama Peserta	Pretest	Posttest	Peningkatan
1	Ni Kadek Eka Kartikayanti	55	90	35
2	Asisten 1	60	88	28
3	Asisten 2	50	85	35
Rata-rata		55	87,67	32,67

Berdasarkan hasil pretest dan posttest pada Tabel 2, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan WhatsApp Business. Nilai rata-rata

peserta meningkat dari 55 pada saat pretest menjadi 87,67 pada saat posttest. Peningkatan sebesar 32,67 poin menunjukkan bahwa materi dan pendampingan yang diberikan mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan WhatsApp Business untuk mendukung komunikasi dan pemasaran usaha.

Peningkatan terbesar diperoleh oleh Ni Kadek Eka Kartikayanti dan Asisten 2 dengan kenaikan nilai sebesar 35 poin. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta yang sebelumnya memiliki pemahaman terbatas mengenai fitur-fitur WhatsApp Business mampu memahami penggunaan profil bisnis, katalog layanan, pesan otomatis, dan label pelanggan setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada Kartika Bali Makeup bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam memanfaatkan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dan pemasaran digital. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, mitra memperoleh pemahaman mengenai pembuatan profil bisnis, pengelolaan katalog layanan, penggunaan pesan otomatis, serta pemanfaatan fitur label pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu mengimplementasikan fitur-fitur WhatsApp Business dalam operasional usaha sehingga komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih terstruktur, penyampaian informasi layanan lebih efektif, dan pengelolaan pelanggan lebih mudah dilakukan. Peningkatan hasil posttest dibandingkan pretest juga menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti kegiatan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan serta memberikan manfaat dalam meningkatkan profesionalitas layanan, efektivitas pemasaran digital, dan daya saing usaha Kartika Bali Makeup secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Afriani, G., Hastuti, L. S., & Farida, H. (2024). Marketing Strategy for Food MSMEs with WhatsApp as the Main Media, *1*(1), 56–64.
- Alindri. (2025). Jurnal Literasi Indonesia (JLI), *2*(1), 10–18.
- Aliya, S., Ependi, U., & Agustina, M. (2024). Pemberdayaan UMKM Desa : Optimalisasi WhatsApp Business untuk Pengusaha Minim Literasi Digital, *2*(2), 73–86. <https://doi.org/10.15151/SCD.v2i2.11>
- Ariyanti, D. O., Ramadhan, M., Aji, L. W., Safitri, L., Ayu, R. D., Rahmawati, L. M., ... Yogyakarta, K. (2025). Peningkatan Penjualan Umkm Melalui Digital Marketing Dengan Menggunakan Whatsapp Business Di Kalurahan.
- Azhari, L. (2025). Human Trafficking Di Desa Berakit , Kabupaten Transforming Financial Behavior And Governance Through Community-Based Education : Lessons From Youth And Msmes In Indonesia Communication Skills Of Hotel Receptionists Through A Community- Based Tourism Appro.
- Budi, E. S., Priyatna, A., Zuraidah, E., Ardana, D. T., Sahid, A. D., & Rafy, G. (2024). Pelatihan dan Pemanfaatan Teknologi Whatsapp Business Dalam Mengembangkan Penjualan Produk Pada UMKM, *4*(3), 293–299. <https://doi.org/10.47065/jpm.v4i3.1627>
- Margareta, S., & Rochmania, A. (2024). Pendampingan Penggunaan Fitur WhatsApp Business Sebagai Pendukung Promosi Penjualan UMKM Di Kabupaten Sidoarjo.
- Santoso, R. P., Ali, M. H., Sopingi, I., & Anah, L. (2025). Strategi Pemasaran Melalui

- WhatsApp Business : Edukasi , Pelatihan , Pendampingan dan Monitoring Pada UMKM di Desa Segodorejo, 5. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v5i2.9990>
- Sari, M. N. (2025). Implementasi Strategi Digital Marketing Berbasis WhatsApp Business pada UMKM Di Indonesia, 137–144.
- Syarif, Birgantoro, Agus Hermawan, Gani, S. (2022). Optimalisasi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (umkm) makanan dengan pemanfaatan whatsapp, 54–66.
- Wahyudiono, A. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital UMKM melalui Pemanfaatan Whatsapp Business dan Marketplace) (Optimizing UMKM Digital Marketing through the Use of WhatsApp Business and Marketplaces), 1(2), 91–105.
- Yulianti, V. R., & Nugroho, R. H. (2025). Implementasi WhatsApp Business dalam Digitalisasi Pemasaran dan Pengelolaan Pelanggan pada Usaha Catering Vanny, 1, 1097–1105.