

Optimalisasi Pemasaran Digital Sirup Jeruk Terusan melalui Pelatihan Manajemen Modern dan Integrasi Website-WhatsApp API

Fido Rizki^{1*}, Wisdalia Maya Sari², Nasruddin³, Bima Ilmawan⁴, Juli Wiwinsih⁵

^{1,4}Program Studi Informatika, Universitas Bina Insan, Lubuk Linggau, Indonesia

^{2,3,5}Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insan, Lubuk Linggau, Indonesia

e-mail: fidorizki@univbinainsan.ac.id^{1*}, wisdaliamayasari@univbinainsan.ac.id²,

nasruddin@univbinainsan.ac.id³

Informasi Artikel

Article History:

Received : 4 September 2025
Revised : 30 September 2025
Accepted : 9 Oktober 2025
Published : 28 Oktober 2025

*Korespondensi:

fidorizki@univbinainsan.ac.id

Keywords:

Digital Marketing, Modern Management, Sirup Jeruk Terusan, UMKM

Hak Cipta ©2025 pada Penulis.
Dipublikasikan oleh Universitas
Dinamika



Artikel ini *open access* di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

 10.37802/society.v6i1.1219

Society : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

2745-4525 (Online)

2745-4568 (Print)

<https://e-journals.dinamika.ac.id/index.php/society>

Abstract

This community service activity targets a home industry known as Rumah Produksi Sirup Jeruk Terusan, located in Desa Terusan, Musi Rawas Utara Regency, which serves as a center for citrus cultivation. The primary issues faced by the partner include limited understanding of modern management, especially in financial management, business planning, and human resource management; underutilization of digital marketing; and challenges related to access and management of digital technology. The objectives of this activity were to enhance the managerial skills of the partner through modern management practices, optimize the use of digital marketing technologies such as social media, websites, and WhatsApp API integration, and strengthen the competitiveness of local products in broader markets. The implementation method consisted of systematic stages: socialization, training, technology application, mentoring, evaluation, and program sustainability efforts. The results of the activity showed a significant improvement in the managerial capacity of the partner. Based on the pretest and posttest evaluations, the recap indicated a considerable increase. The average improvement in managerial skills after participating in the series of training and mentoring activities reached 35.3%. This improvement confirms that the implemented program successfully delivered a tangible impact on enhancing the partner's knowledge and skills in applying modern management practices. Furthermore, the partner successfully developed an active e-commerce website integrated with a WhatsApp API Gateway system to facilitate swift and efficient communication and product ordering. The website is accessible at <https://siruplimau-desaterusan.com/>. The adoption of this digital platform is expected to drive the expansion of Sirup Jeruk Terusan's market reach and enhance business professionalism. This activity confirms that integrating modern management with digital technology can effectively improve marketing efficiency and the competitiveness of MSME products. Future development is recommended to focus on strengthening human resource capacity and expanding integration with other e-commerce platforms to increase market penetration.

PENDAHULUAN

Pemasaran digital telah menjadi elemen yang sangat penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di era digital saat ini. UMKM, sebagai salah satu pilar utama perekonomian nasional, memegang peranan penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan daya saing produk lokal. Namun demikian, masih banyak industri rumah tangga, khususnya yang bergerak dalam sektor pangan seperti produksi Sirup Jeruk Terusan, yang menghadapi berbagai tantangan besar, baik dalam hal pengelolaan usaha maupun pemasaran. Mitra sasaran dalam pengabdian masyarakat ini adalah industri rumah tangga yang memproduksi Sirup Jeruk Terusan dan berlokasi di Desa Terusan, salah satu sentra budidaya jeruk unggulan di Kabupaten Musi Rawas Utara. Daerah ini dikenal memiliki tanah yang subur, sangat cocok untuk pertumbuhan jeruk, serta menghasilkan produk dengan cita rasa khas yang telah diakui (Patullah, 2019), meskipun memiliki potensi yang besar, mitra sasaran belum sepenuhnya memanfaatkan perkembangan digitalisasi sebagai peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Hal ini menjadi tantangan utama, karena terbatasnya pasar dan belum optimalnya penerapan teknologi dalam pemasaran dan manajemen usaha dapat menghambat pengembangan usaha ini.

Kajian literatur menunjukkan bahwa penerapan manajemen modern dalam meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha serta peranan strategis pemasaran digital menggunakan media sosial dan platform *e-commerce* dalam memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk lokal (Ratnawati & Santoso, 2024), (Depriyani & Al-Amin, 2025), (Afriansyah et al., 2024), (Hananto et al., 2025). Selain itu, integrasi teknologi komunikasi berbasis *WhatsApp API* terbukti mendorong percepatan transaksi dan peningkatan kepuasan konsumen (Rizki et al., 2022), (Sayudin et al., 2024). Namun literatur juga mencatat keterbatasan penerapan integratif antara penguatan kapasitas manajerial dan implementasi teknologi digital secara bersamaan dalam pengembangan UMKM (Zhao & Liu, 2024), (Krymska et al., 2024), (Trianung D.S et al., 2024), yang merupakan gap ilmiah dalam banyak program pemberdayaan saat ini.

Permasalahan utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini terletak pada dua aspek krusial: manajemen usaha dan pemasaran. Dalam hal manajemen usaha, masih banyak kegiatan yang dilakukan secara tradisional tanpa penerapan prinsip-prinsip manajemen modern. Pengelolaan usaha yang tidak efisien menyebabkan pemborosan sumber daya, seperti waktu, tenaga kerja, dan bahan baku, yang pada gilirannya mengurangi produktivitas dan profitabilitas usaha (Alwi et al., 2021; Maramis, 2019; Momongan et al., 2024; Widjaya & Sugiarti, 2013). Selain itu, proses produksi Sirup Jeruk Terusan yang masih manual dan belum terstandarisasi berimbas pada ketidakstabilan kualitas produk dan kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat (Devi Nurfatimah et al., 2024; Purnomo & Purnomo, 2023; Saefullah et al., 2024). Pada aspek pemasaran, permasalahan yang dihadapi adalah metode pemasaran yang masih konvensional, terbatas pada pasar lokal, dan belum memanfaatkan teknologi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Hal ini membatasi potensi pasar dan menyebabkan kesulitan dalam proses transaksi serta komunikasi dengan pelanggan. Penggunaan saluran komunikasi tradisional seperti telepon dan tatap muka sering kali tidak efektif untuk menjangkau konsumen dalam jumlah besar atau di luar daerah (D. Putri et al., 2024; D. A. M. Putri, 2019). Oleh karena itu, penguatan aspek manajerial dan digital marketing menjadi sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. (D. Putri et al., 2024).

Program PkM ini dirancang untuk mengatasi kedua permasalahan utama tersebut dengan memberikan solusi yang mengintegrasikan manajemen modern dan pemasaran digital. Melalui pelatihan manajemen yang berbasis prinsip-prinsip modern, program ini

akan membantu mitra sasaran untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan proses produksi yang lebih terstandarisasi. Selain itu, program ini akan memperkenalkan dan mengimplementasikan pemasaran digital, termasuk penggunaan media sosial dan platform *e-commerce*, untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi transaksi dan komunikasi dengan konsumen. Dengan demikian, program PkM ini tidak hanya mengatasi keterbatasan dalam pengelolaan usaha, tetapi juga mengisi gap dalam penerapan pemasaran digital yang sangat dibutuhkan agar produk Sirup Jeruk Terusan dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan PkM ini dirancang secara sistematis untuk mengatasi permasalahan mitra di bidang manajemen usaha dan pemasaran. Tahapan pelaksanaan meliputi: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Berikut adalah penjelasan detail setiap tahap:

1. **Sosialisasi**
Memberikan pemahaman kepada mitra tentang pentingnya manajemen modern dan pemasaran digital, serta mengenalkan program PKM yang akan dilaksanakan. Kegiatan yang dilaksanakan adalah mengadakan pertemuan dengan mitra (kelompok masyarakat pengolah sirup jeruk terusan) untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan tahapan program, diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, khususnya di bidang manajemen dan pemasaran, menyampaikan materi tentang pentingnya manajemen usaha modern, dan pemasaran digital, memperkenalkan teknologi yang akan digunakan, seperti website dan WhatsApp API Gateway.
2. **Pelatihan**
Meningkatkan kapasitas mitra dalam manajemen usaha dan pemasaran digital melalui pelatihan yang terstruktur. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah mengadakan pelatihan manajemen usaha modern. Pelatihan pemasaran digital dengan mengajarkan cara menggunakan media sosial (Instagram, TikTok), *e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Bukalapak), dan website untuk mempromosikan produk secara digital. Pengenalan WhatsApp API Gateway
3. **Penerapan Teknologi**
Program PkM ini bertujuan untuk menerapkan teknologi guna meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran mitra. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi pembuatan website penjualan online yang user-friendly dan profesional, di mana mitra akan dilatih untuk mengelola website, mengunggah produk, memperbarui stok, dan menangani pesanan secara efisien. Selain itu, program ini juga mencakup integrasi WhatsApp API Gateway untuk memudahkan proses pemesanan, konfirmasi pembayaran, dan pelayanan pelanggan. Mitra akan diberi pelatihan tentang penggunaan fitur-fitur WhatsApp API Gateway, seperti broadcast message dan auto-reply, untuk meningkatkan komunikasi dengan pelanggan. Keberhasilan penerapan teknologi ini akan diukur melalui beberapa indikator, antara lain peningkatan traffic website, yang mencerminkan efektivitas platform online dalam menarik konsumen, jumlah pesanan yang menunjukkan dampak teknologi terhadap volume penjualan.
4. **Pendampingan dan Evaluasi**
Memastikan penerapan manajemen dan pemasaran digital berjalan dengan baik, serta mengevaluasi hasil program. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah tim PkM melakukan pendampingan untuk memastikan mitra dapat menerapkan ilmu yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil dari pretest dan posttest yang telah dilakukan yang disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan materi yang telah diberikan serta memberikan solusi jika mitra mengalami kendala

dalam manajemen atau pemasaran. Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur perkembangan usaha mitra, termasuk peningkatan penjualan, efisiensi produksi, dan kepuasan pelanggan.

5. Keberlanjutan Program

Untuk memastikan program dapat berjalan secara berkelanjutan setelah kegiatan PKM selesai, Desa Terusan akan menjadi desa binaan dari Universitas Bina Insan sebagai motor penggerak usaha. Universitas Bina Insan akan berperan aktif dalam mendukung pengembangan penggunaan teknologi untuk manajemen usaha dan pemasaran digital di desa tersebut. Setiap bulan, akan diadakan pertemuan rutin, baik secara online maupun offline, untuk melakukan diskusi dan pemecahan masalah terkait pemanfaatan teknologi dalam usaha. Pertemuan ini akan difasilitasi oleh dosen-dosen dari Universitas Bina Insan yang berpengalaman sebagai lembaga pendamping, guna memastikan pembaruan pengetahuan, pembelajaran berkelanjutan, dan solusi terhadap tantangan yang dihadapi. Dengan mekanisme ini, diharapkan Desa Terusan dapat terus berkembang sebagai desa mandiri berbasis teknologi digital dan menjadi contoh sukses bagi desa-desa lainnya.

HASIL dan PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam peningkatan kapasitas manajerial dan efektivitas pemasaran digital mitra, yaitu Rumah Produksi Sirup Limau Manis Muratara di Desa Terusan. Kegiatan PkM ini diikuti oleh 26 anggota dari rumah produksi, yang terdiri dari remaja dan ibu-ibu rumah tangga dengan latar belakang pendidikan yang bervariasi, mulai dari lulusan SMP hingga SMA. Usia rata-rata peserta berkisar antara 18 hingga 45 tahun, dengan sebagian besar ibu rumah tangga yang memiliki pengalaman terbatas dalam mengelola usaha, sedangkan para remaja umumnya memiliki keterampilan dasar dalam teknologi digital, meskipun masih minim pengalaman dalam manajemen usaha. Kegiatan PkM ini dilaksanakan di dua lokasi, yaitu Kantor Desa Terusan dan rumah produksi Sirup Jeruk Terusan.

Keterkaitan profil peserta dengan tujuan kegiatan ini sangat jelas. Ibu rumah tangga, yang lebih fokus pada produksi, diberikan pelatihan terkait efisiensi produksi dan manajemen usaha, agar dapat meningkatkan kualitas dan konsistensi produk serta mengelola sumber daya secara lebih efektif. Sementara itu, remaja yang lebih cepat beradaptasi dengan teknologi digital, diberikan pelatihan intensif mengenai pemasaran digital, penggunaan website, dan penggunaan WhatsApp API Gateway untuk mempermudah proses pemesanan dan komunikasi dengan pelanggan. Dengan memahami karakteristik peserta ini, pelatihan yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mereka, sehingga lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan kemampuan pemasaran digital. Adapun materi-materi yang diberikan saat pelatihan dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Materi yang disampaikan dalam kegiatan PkM

No	Materi	Target
1	Aspek Manajemen	Mitra menunjukkan peningkatan pengetahuan melalui pre test dan post test pelatihan dan mitra mempunyai dokumen prosedur usaha
	1. Dasar-dasar Manajemen Usaha Modern	
	2. Elemen – Elemen Manajemen Usaha Modern	

3.	Perencanaan Manajemen Usaha Modern	
4.	Pengorganisasian Manajemen Usaha Modern	
5.	Pengendalian Manajemen Usaha Modern	
6.	Evaluasi Manajemen Usaha Modern	
7.	Pencatatan dalam Pengelolaan Arus Kas	
8.	Meminimalkan Pemborosan	
9.	Peningkatan Laba	
10.	Menyusun (SOP)	

2	Aspek Pemasaran	1. Mitra mempunyai kemampuan dalam pemanfaatan media sosial
1.	Pemanfaatan platform media sosial	2. mitra memiliki website dan sistem WhatsApp API Gateway aktif untuk komunikasi dan pemesanan
2.	Pembuatan konten promosi yang menarik	
3.	Pelatihan penggunaan website	

Kegiatan PkM dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah disusun. Pelaksanaan setiap tahap dalam pengabdian adalah sebagai berikut, dimulai dari persiapan yang dilakukan sebelum tahap sosialisasi dimulai.

1. Persiapan (FGD)

Sebelum melaksanakan kegiatan PkM ini, tim melakukan persiapan yang meliputi Focus Group Discussion (FGD) dan diskusi mengenai materi yang akan diberikan kepada peserta pelatihan, teknik pelaksanaannya, lokasi, serta berbagai hal teknis lainnya. FGD ini sangat penting, terutama dalam menyusun materi pelatihan, menentukan waktu pelaksanaan, dan merancang pembuatan website e-commerce yang terintegrasi dengan WhatsApp API. Kegiatan FGD dilaksanakan di ruangan LPPM Universitas Bina Insan bersama dengan tim PkM lainnya yang terdiri dari dosen dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Hasil FGD menunjukkan bahwa sekitar 50% mitra belum sepenuhnya memahami konsep manajemen modern dan masih mengandalkan metode tradisional dalam pengelolaan usaha mereka. Selain itu, sekitar 70% mitra mengungkapkan bahwa mereka belum pernah menggunakan platform *e-commerce* untuk pemasaran dan penjualan produk, yang menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan dalam pemahaman tentang digitalisasi pemasaran. Berdasarkan temuan ini, materi pelatihan difokuskan pada pengenalan prinsip-prinsip manajemen modern, serta penggunaan platform e-commerce, khususnya pembuatan website yang terintegrasi dengan WhatsApp API untuk mempermudah transaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Hasil FGD ini memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat pemahaman peserta dan membantu dalam merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran sesuai dengan kondisi dan kebutuhan lapangan.



Gambar 1. FGD Persiapan Kegiatan PkM

2. Sosialisasi

Kegiatan solusi merupakan kegiatan yang memberikan pemahaman kepada mitra tentang pentingnya manajemen modern dan pemasaran digital, serta mengenalkan program PKM yang akan dilaksanakan. Kegiatan yang dilaksanakan adalah mengadakan pertemuan dengan mitra (kelompok masyarakat pengolah Sirup Jeruk Terusan) untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan tahapan program, diskusi mengenai permasalahan yang dihadapi mitra, khususnya di bidang manajemen dan pemasaran, menyampaikan materi tentang pentingnya manajemen usaha modern, dan pemasaran digital, serta memperkenalkan teknologi yang akan digunakan, seperti website dan WhatsApp API Gateway.

Respon awal mitra terhadap program ini cukup positif, meskipun ada beberapa kekhawatiran terkait dengan perubahan yang memerlukan adaptasi. Sebagian besar mitra menunjukkan antusiasme dalam mempelajari manajemen modern dan pemasaran digital, dengan 80% peserta menyatakan minat yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi digital, seperti pembuatan website dan penggunaan WhatsApp API untuk mempermudah transaksi dan komunikasi. Namun, ada juga beberapa mitra, terutama ibu rumah tangga, yang merasa ragu dan khawatir dengan kompleksitas teknologi baru ini. Sekitar 20% mitra mengungkapkan kekhawatiran tentang kesulitan dalam mengoperasikan teknologi yang belum familiar, meskipun mereka menyadari pentingnya perkembangan digital untuk keberlanjutan usaha. Meskipun demikian, setelah penjelasan lebih lanjut mengenai manfaat yang akan diperoleh, sebagian besar peserta mulai menunjukkan kesiapan untuk beradaptasi. Respon ini menunjukkan adanya tingkat penerimaan masyarakat yang cukup baik terhadap perubahan, meskipun diperlukan dukungan berkelanjutan dalam proses implementasi teknologi.

3. Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra dalam manajemen usaha dan pemasaran digital melalui pelatihan yang terstruktur. Adapun materi-materi yang diberikan pada PkM dapat dilihat pada Tabel 1. Pelaksanaan pelatihan-pelatihan kegiatan dilaksanakan di Kantor Desa Terusan.

Metode pelatihan yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi beberapa pendekatan yang dirancang untuk memastikan peserta memperoleh keterampilan praktis dan pemahaman yang mendalam. Metode tersebut antara lain:

- a. Ceramah: Pada awal sesi pelatihan, ceramah digunakan untuk memberikan pemahaman teori tentang pentingnya manajemen usaha modern dan pemasaran digital. Pembicara, yang terdiri dari dosen dan ahli di bidangnya, menyampaikan materi secara sistematis dan jelas agar peserta memahami konsep dasar yang perlu diterapkan dalam usaha mereka.

- b. **Praktik Langsung:** Setelah pemahaman teori, peserta diberikan kesempatan untuk langsung mempraktekkan materi yang telah disampaikan. Misalnya, mereka diberi tugas untuk membuat dan mengelola website e-commerce serta mengintegrasikannya dengan WhatsApp API Gateway. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dan meningkatkan keterampilan peserta dalam penggunaan teknologi.
- c. **Simulasi:** Simulasi dilakukan untuk memberikan gambaran nyata tentang bagaimana menjalankan operasi bisnis menggunakan teknologi digital. Peserta diajak untuk melakukan simulasi proses pemesanan, konfirmasi pembayaran, dan komunikasi dengan pelanggan melalui platform digital. Ini membantu mereka memahami secara praktis bagaimana teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran.
- d. **Diskusi Kelompok:** Diskusi kelompok digunakan untuk memperdalam pemahaman peserta mengenai masalah dan tantangan yang mereka hadapi dalam usaha. Melalui diskusi, peserta dapat berbagi pengalaman, mendiskusikan solusi, serta saling memberi masukan terkait penerapan manajemen modern dan pemasaran digital. Hal ini juga memperkuat kolaborasi dan menciptakan kesempatan bagi peserta untuk belajar dari pengalaman orang lain.

Dengan penggunaan metode-metode ini, pelatihan dapat memberikan peserta keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka, sekaligus memastikan bahwa mereka memiliki pemahaman yang cukup tentang teori dan praktik yang dibutuhkan untuk mengelola usaha secara lebih efisien dan efektif.



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan

4. Penerapan Teknologi

Kegiatan penerapan teknologi dilaksanakan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pemasaran. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah penerapan *website e-commerce* yang telah dibangun sebelumnya, mengajarkan cara mengelola dan menggunakan website, termasuk upload produk, update stok, dan penanganan pesanan. Mengintegrasikan WhatsApp API Gateway ke dalam proses yang ada di *website e-commerce* untuk memudahkan proses pemesanan, konfirmasi pembayaran, dan pelayanan pelanggan. Kegiatan penerapan teknologi langsung dilaksanakan di rumah produksi sirup jeruk terusan.

5. Peningkatan Level Keberdayaan Mitra pada Aspek Manajemen

Metode yang digunakan untuk mengukur peningkatan keberdayaan mitra pada aspek manajemen adalah dengan membandingkan hasil pretest dan posttest, Peserta PkM berjumlah 25 orang yang mengikuti kegiatan pelatihan. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:

- Pretest: Dilakukan sebelum pelaksanaan program PkM untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta terkait manajemen.
- Posttest: Dilakukan setelah pelaksanaan program PkM untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta terkait manajemen.

Tabel 2. Kusioner pertanyaan pretest dan posttest

No	Soal	Pilihan Jawaban
Manajemen Usaha		
1	Apa yang dimaksud dengan <i>perencanaan usaha</i> ?	- Menentukan siapa yang membeli produk - Menentukan tujuan usaha dan langkah mencapainya - Menentukan harga produk saja - Menentukan jumlah pekerja
2	Dari pilihan berikut, mana yang termasuk fungsi manajemen?	- Produksi, konsumsi, distribusi - Perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian - Membeli, menjual, memasarkan - Membaca, menulis, menghitung
3	Menurut Anda, mengapa SOP (Standard Operating Procedure) penting dalam usaha?	- Agar usaha terlihat lebih mewah - Sebagai pedoman kerja yang konsisten dan terstandar - Untuk menambah beban kerja karyawan - Hanya untuk memenuhi syarat administrasi
Pemasaran Digital		
4	Media digital yang bisa digunakan untuk pemasaran usaha kecil adalah:	- Televisi nasional - Website, media sosial, dan WhatsApp - Billboard di jalan raya - Radio
5	Salah satu keuntungan menggunakan pemasaran digital adalah:	- Membutuhkan biaya promosi yang sangat besar - Hanya bisa menjangkau pelanggan di sekitar lokasi usaha

- c. Mampu menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya relatif murah
- d. Tidak bisa digunakan oleh usaha kecil

Integrasi Website dan WhatsApp API

- 6. Apa manfaat utama mengintegrasikan website dengan WhatsApp API?
 - a. Mempermudah pelanggan melakukan pemesanan langsung
 - b. Membuat usaha terlihat mahal
 - c. Hanya sekedar formalitas online
 - d. Menambah biaya tanpa manfaat
- 7. Jika usaha Anda memiliki website, informasi apa yang paling penting ditampilkan?
 - a. Biodata pemilik usaha
 - b. Produk, harga, kontak, dan cara pemesanan
 - c. Sejarah panjang usaha
 - d. Foto karyawan

Keterampilan Praktis Manajemen

- 8. Apabila ada pesanan dalam jumlah besar, apa langkah manajemen yang tepat dilakukan?
 - a. Menerima tanpa perhitungan kapasitas produksi
 - b. Menolak karena repot
 - c. Menghitung kapasitas produksi dan menyusun rencana kerja
 - d. Menunggu sampai stok habis
- 9. Untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha, sebaiknya digunakan:
 - a. Ingatan pemilik usaha
 - b. Catatan di buku atau aplikasi pembukuan
 - c. Tidak perlu dicatat
 - d. Hanya catatan pemasukan saja

Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya sudah memahami dasar-dasar manajemen usaha	☐	☐	☐	☐
Saya tahu cara membuat SOP usaha	☐	☐	☐	☐
Saya pernah menggunakan media digital untuk promosi produk	☐	☐	☐	☐
Saya memahami manfaat integrasi Website-WhatsApp API	☐	☐	☐	☐
Saya terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran usaha	☐	☐	☐	☐

Hasil rekap untuk pretest dan posttest yang telah dilakukan diketahui mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dimana dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 3. Rekap Pretest-Posttest & Peningkatan

No	Nama Peserta	Pre - Nilai Total	Post - Nilai Total	Kenaikan (poin)	Kenaikan (%)
1	Beti Kurnia Dewi	56,00%	82,67%	26,67%	47,6%
2	Mulyati	53,33%	92,00%	38,67%	72,5%
3	Aidil	46,67%	85,33%	38,67%	82,9%
4	Evi Erlina	56,00%	78,00%	22,00%	39,3%
5	Kurnia	46,67%	74,00%	27,33%	58,6%
6	Leni Artika	51,33%	98,00%	46,67%	90,9%
7	Haliana	62,00%	84,67%	22,67%	36,6%
8	Henti Holia	52,67%	87,33%	34,67%	65,8%
9	Parha	50,67%	96,00%	45,33%	89,5%
10	Melani Sinta	55,33%	94,00%	38,67%	69,9%
11	Nuryafawatin	42,67%	98,00%	55,33%	129,7%
12	Siti Aisyah	62,00%	78,00%	16,00%	25,8%
13	Nursiola	53,33%	89,33%	36,00%	67,5%
14	Herliana	42,00%	78,00%	36,00%	85,7%
15	Erni	40,67%	92,00%	51,33%	126,2%
	Purwaningsih				
16	Rima Agustina	60,00%	91,33%	31,33%	52,2%
17	Hengki Praman	40,00%	91,33%	51,33%	128,3%
18	Habib	60,00%	98,00%	38,00%	63,3%
19	Kristia Wijayatni	49,33%	76,00%	26,67%	54,1%
20	Mika Yuleza	45,33%	94,00%	48,67%	107,4%
21	Meyliana	53,33%	72,00%	18,67%	35,0%
22	Nabilah	36,00%	80,67%	44,67%	124,1%
23	Riana	40,00%	76,00%	36,00%	90,0%
24	Sulthan	68,00%	82,67%	14,67%	21,6%
25	Indri	38,00%	74,00%	36,00%	94,7%

6. Pendampingan dan Evaluasi

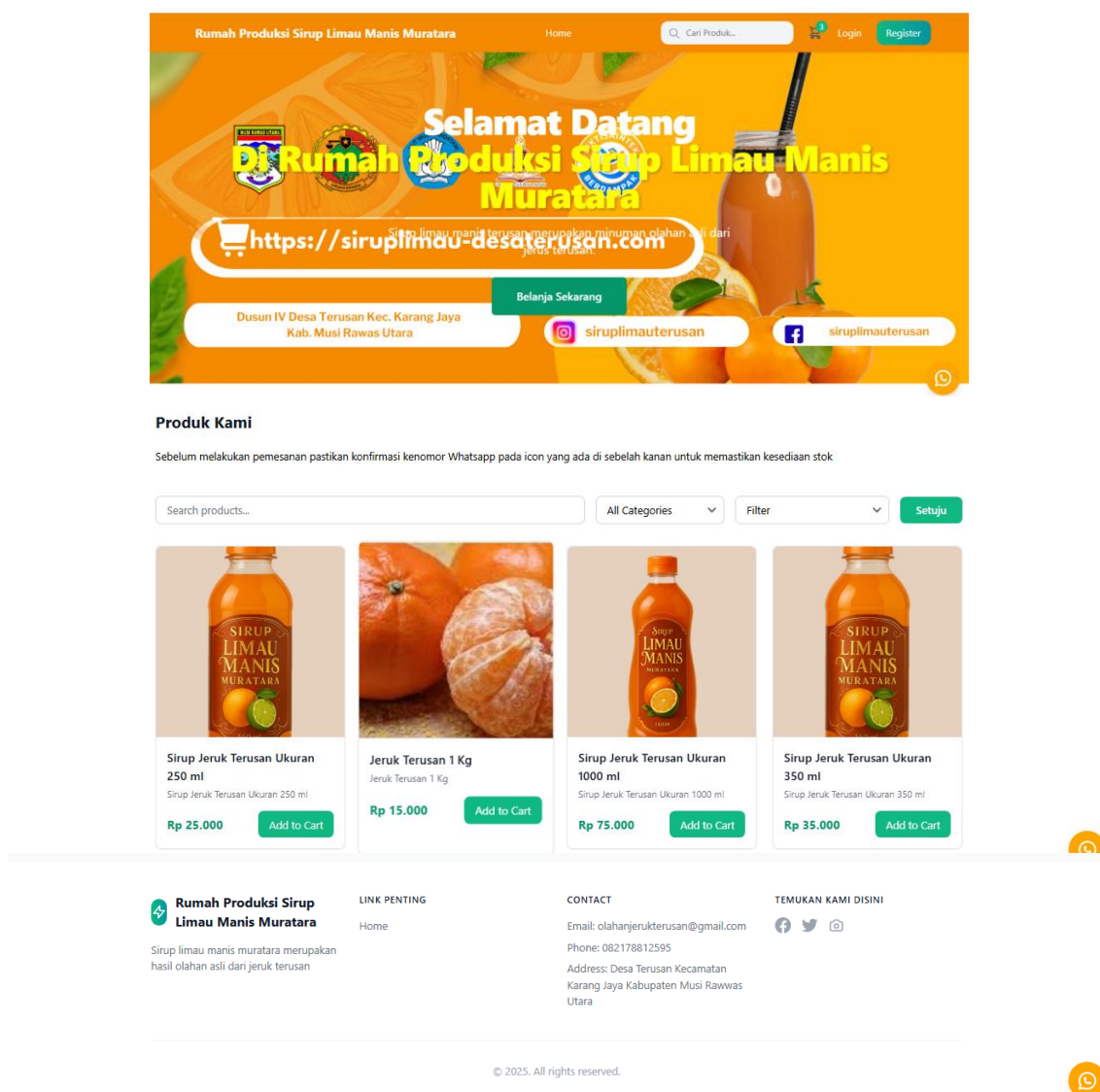
Kegiatan pendampingan dan evaluasi dilakukan secara berkesinambungan setelah pelaksanaan pelatihan manajemen modern dan implementasi teknologi Website-WhatsApp API. Tim PKM secara intensif mendampingi mitra baik secara online maupun offline dalam penerapan ilmu dan teknologi yang telah diberikan, dengan tujuan memastikan bahwa seluruh materi pelatihan dapat diimplementasikan secara efektif dalam operasional usaha mereka.

Pendampingan meliputi bimbingan teknis penggunaan *website e-commerce* dan pengelolaan WhatsApp API, termasuk cara mengelola konten produk, menangani transaksi, serta berinteraksi responsif dengan pelanggan.

Evaluasi dilaksanakan melalui pengukuran indikator capaian, antara lain peningkatan pengetahuan dan keterampilan manajerial yang diukur dengan tes pre dan post pelatihan, peningkatan volume transaksi.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa mitra berhasil meningkatkan efisiensi proses transaksi dengan rata-rata percepatan waktu pelayanan hingga 40%. Penerapan WhatsApp API terbukti mempercepat komunikasi dan konfirmasi pesanan, sehingga meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas. Mitra juga melaporkan peningkatan penjualan dan pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur berkat praktik manajemen modern.

Website E-commce yang telah dibangun dapat diakses pada link <https://siruplimau-desaterusan.com/>.



Gambar 3. Tampilan *Website E-Commerce*

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas manajerial serta efektivitas pemasaran digital mitra Rumah Produksi Sirup Limau Manis Muratara secara signifikan. Pelatihan manajemen modern berhasil memperbaiki struktur pengelolaan usaha dan efisiensi operasional, sementara integrasi **Website-WhatsApp API** memberikan kemudahan dalam komunikasi dan mempercepat proses transaksi, yang berkontribusi langsung pada peningkatan penjualan produk. Penerapan teknologi ini memungkinkan mitra untuk mengelola operasional secara lebih efisien dan responsif terhadap permintaan pasar. Keunggulan utama dari pendekatan ini adalah sinergi antara penguatan kapasitas manusia dan pemanfaatan teknologi digital secara holistik. Pelatihan yang diberikan tidak hanya fokus pada peningkatan keterampilan manajerial, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi yang memungkinkan mitra untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan digital. Dengan pendekatan ini, mitra tidak hanya diberdayakan dari segi pengetahuan dan keterampilan tetapi juga dibekali dengan alat yang memungkinkan mereka untuk lebih kompetitif dalam dunia usaha.

Namun, dalam pelaksanaannya, masih terdapat beberapa kendala, seperti keterbatasan pengetahuan awal anggota dalam penggunaan teknologi digital dan infrastruktur yang tidak merata di antara anggota. Beberapa mitra masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan teknologi baru yang diperkenalkan, yang berdampak pada proses adaptasi. Untuk pengembangan selanjutnya, disarankan agar fokus diberikan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia secara lebih mendalam melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan intensif. Selain itu, pengembangan fitur teknologi yang lebih canggih, seperti aplikasi yang dapat diakses di **App Store** dan **Play Store**, serta perluasan integrasi dengan berbagai platform e-commerce, dapat memperluas pasar dan mendukung keberlanjutan usaha mitra secara lebih efektif dan berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan tersebut sangat berarti dalam menunjang keberhasilan pelatihan dan penerapan teknologi digital pada mitra. Kami juga menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus kepada Kepala Desa Terusan atas izin dan fasilitasi peminjaman tempat untuk pelaksanaan kegiatan. Kerjasama yang baik ini memberikan ruang yang kondusif bagi terlaksananya proses pelatihan dan pendampingan. Tak lupa, kami berterima kasih kepada seluruh anggota Rumah Produksi sirup jeruk terusan yang dengan penuh semangat bersedia menerima pendampingan, berpartisipasi aktif dalam pelatihan, serta membuka diri terhadap inovasi teknologi. Komitmen mitra merupakan kunci utama keberhasilan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriansyah, R., Setya Pratama, M., Fitriyani, A., Ramadhan, M., & Ventani, E. (2024). Pengembangan dan Pelatihan Digitalisasi E-Commerce UMKM Bangka. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 124–131. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.458>
- Alwi, M., Gde Bisma, I. D., Kusuma Negara, I., & Astuti, E. (2021). Manajemen Usaha Dan Koperasi Pada Umkm Dan Pengrajin Gerabah Didesa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 2(1), 83–94. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v2i1.89>
- Depriyani, M., & Al-Amin. (2025). The effectiveness of social media marketing in increasing sales of local products. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4), 2594–2602.
- Devi Nurfatimah, Asngadi Asngadi, Sulaeman Miru, & Syamsuddin Syamsuddin. (2024). Pengendalian Proses Produksi Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Pada Usaha Out Of The Box Di Kota Palu. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(1), 200–206. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i1.363>
- Hananto, M. W., Setyono, H., & Nour, A. A. (2025). Peningkatan Kapabilitas Kewirausahaan Pinggiran: Pelatihan Digital Marketing untuk Wirausahawan HIDIMu. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 126–137. <https://doi.org/10.37802/society.v5i2.889>
- Krymska, A., Chalii, A., Petruk, V., Kobzieva, O., & Tytar, O. (2024). Challenges and opportunities of digital transformation in Ukrainian education. *Futurity Education*, 4(3), 182–199. <https://doi.org/10.57125/fed.2024.09.25.11>
- Maramis, M. B. (2019). USAHA BAGI PENGUSAHA MIKRO DI KELURAHAN TARA- TARA KECAMATAN TOMOHON BARAT KOTA TOMOHON. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5898–5902.

- Momongan, C. M., Tawas, H. N., Djemly, W., Sistem, A., Manajemen, I., Meningkatkan, D., Momongan, C. M., Tawas, H. N., & Djemly, W. (2024). OPERASIONAL PADA KAFE COUSIN COFFEE TOMOHON ANALYSIS OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEM IN IMPROVING OPERATIONAL Jurnal EMBA Vol . 12 No , 4 Oktober 2024 , Hal . 804-811 Untuk mengetahui peran Sistem Informasi Manajemen dan dampaknya terhadap efisiensi oper. *Jurnal EMBA*, 12, 804–811.
- Musyriyah, & Saal, A. (2021). EFEKTIVITAS PLATFORM E-COMMERCE BERBASIS KOMUNITAS DALAM PENINGKATAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK UMKM DI SULAWESI BARAT. *J-Icon: Jurnal Informatika Dan Komputer*, 27(2), 635–637. <https://doi.org/10.35508/jicon.v12i2.17910>
- Patullah, L. (2019). *ANALISIS KELAYAKAN FINANSIAL USAHA JERUK SIAM (Citrus sinensis L) DI DESA TERUSAN KECAMATAN KARANG JAYA KABUPATEN MURATARA*. Universitas Sriwijaya.
- Purnomo, H., & Purnomo, H. (2023). *KEUANGAN SEDERHANA DAN E- COMMERCE BAGI UMKM TEGAR. 2019*.
- Putri, D. A. M. (2019). PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK LOKAL NUSANTARA UNTUK MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBTUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Putri, D., Datuljannah Dita, R., Sasi Rizkia, C., Hidayat, R., Ikaningtiyas, M., Administrasi Bisnis, P., & Ilmu Sosial dan Politik, F. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pengembangan Bisnis: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 42–50. <https://doi.org/10.62017/wanargi>
- Ratnawati, F., & Santoso, B. (2024). Development of a Digital Management System in Cooperatives for Operational Efficiency Improvement. *INOVTEK Polbeng - Seri Informatika*, 9(2), 609–618. <https://doi.org/10.35314/bdx3zn08>
- Rizki, F., Irawan, D., & Hidayat, A. T. (2022). *Penerapan Api Whatsapp Dalam Pelayanan Uji Plagiasi Universitas Bina Insan Berbasis Web Mobile*. 9(3), 528–535. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i3.4054>
- Saefullah, E., Kartika, R., & Dayurni, P. (2024). Pengembangan Bisnis pada Kelompok UMKM “Mutiarra Subur Jaya. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(4), 2544–2555.
- Sayudin, S., Kartono, K., & Curatman, A. (2024). The Role of Whatsapp Business in Increasing Consumer Engagement by Implementing Dewa Eka Prayoga Marketing Techniques. *Journal of World Science*, 3(10), 1373–1383. <https://doi.org/10.58344/jws.v3i10.654>
- Trianung D.S, T., Sundari, W., Kurniawan, A., Setiawan, N. A., & Aisyah, J. (2024). Education Management: Decision-Making Strategies in Technology Integration in The Digital Age. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 16(2), 2032–2044. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v16i2.5141>
- Widjaya, P. E., & Sugiarti, Y. (2013). Penerapan Risk Management untuk Meningkatkan Non-financial Firm Performance di Perusahaan Murni Jaya. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surakarta*, 2(1), 1–18. <https://www.neliti.com/id/publications/185290/>
- Zhao, J., & Liu, X. Y. (2024). ICT, Supply Chain Digital Integration Capability, and Firm Financial Performance: The Antagonistic Effects of Perceived Government Support and Cognitive Constraints on Digital Transformation. *SAGE Open*, 14(2), 1–23. <https://doi.org/10.1177/21582440241241887>