



Pembuatan Katalog Produk Siswa Menggunakan WhatsApp Business di SMP Negeri 2 Bangkinang Kota

Nurbit^{1*}, Nurkholis¹, Novia Ananda¹, Rizki Ardiansah¹

¹ Politeknik Kampar, Bangkinang, Indonesia

* Corresponding Author: nurbit@poltek-kampar.ac.id

Abstract

The utilization of digital technology in entrepreneurial activities has become increasingly important in the modern era, including for junior high school students. One of the most accessible and widely used platforms is WhatsApp Business, which features a product catalog to support marketing activities. However, the use of this feature is still not optimal among students. This community service activity aims to enhance the skills of students at SMP Negeri 2 Bangkinang Kota in creating product catalogs using WhatsApp Business as a simple digital marketing tool. The methods employed include socialization, application usage training, and hands-on practice in developing product catalogs. The results of the activity indicate an improvement in students' understanding of digital marketing, their ability to create product catalogs, and an increased interest in entrepreneurship. This program contributes to the development of digital literacy and entrepreneurial skills among students from an early age.

Keywords:

WhatsApp Business; Product Catalog; Digital Marketing.

Abstrak

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan menjadi semakin penting di era modern, termasuk bagi siswa sekolah menengah pertama. Salah satu platform yang mudah diakses dan banyak digunakan adalah WhatsApp Business, yang memiliki fitur katalog produk untuk mendukung pemasaran. Namun, pemanfaatan fitur ini masih belum optimal di kalangan siswa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa SMP Negeri 2 Bangkinang Kota dalam membuat katalog produk menggunakan WhatsApp Business sebagai media pemasaran digital sederhana. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, pelatihan penggunaan aplikasi, serta praktik langsung dalam pembuatan katalog produk. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap pemasaran digital, kemampuan dalam membuat katalog produk, serta meningkatnya minat siswa dalam berwirausaha. Program ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi digital dan kewirausahaan siswa sejak dini.

Kata Kunci:

WhatsApp Business; Katalog Produk; Pemasaran Digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk dalam bidang kewirausahaan dan pemasaran. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih luas dan efisien dengan memanfaatkan berbagai platform digital. Salah satu platform yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah WhatsApp Business, yang menyediakan fitur khusus untuk mendukung aktivitas bisnis, termasuk katalog produk. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), digital marketing memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah, sehingga sangat relevan bagi usaha kecil dan pemula.

Dalam konteks pendidikan, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi bagian penting dalam pengembangan literasi digital siswa. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menekankan bahwa literasi digital merupakan salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh peserta didik di era modern (Kemendikbudristek, 2021). Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan dalam memanfaatkannya secara produktif, termasuk dalam kegiatan kewirausahaan.

Katalog produk merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran digital yang berfungsi untuk menampilkan informasi produk secara sistematis dan menarik. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa penyajian produk yang baik dapat memengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan minat beli. Dalam hal ini, fitur katalog pada WhatsApp Business memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan produk secara praktis dan mudah diakses oleh konsumen. Selain itu, Tuten dan Solomon (2017) menekankan bahwa penggunaan media digital dalam pemasaran dapat meningkatkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

Pada tingkat sekolah menengah pertama, pengenalan kewirausahaan berbasis digital menjadi penting untuk membekali siswa dengan keterampilan yang relevan dengan perkembangan zaman. Menurut Piaget (1972), siswa pada usia remaja awal mulai mampu berpikir secara logis dan sistematis, sehingga dapat memahami konsep sederhana terkait bisnis dan pemasaran. Selain itu, Vygotsky (1978) menekankan bahwa pembelajaran akan lebih efektif apabila dilakukan melalui interaksi sosial dan praktik langsung.

SMP Negeri 2 Bangkinang Kota sebagai salah satu lembaga pendidikan memiliki potensi dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan siswa. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian siswa telah mencoba kegiatan usaha kecil, seperti menjual makanan ringan atau produk kreatif, namun belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, siswa belum memahami cara membuat katalog produk yang menarik sebagai sarana promosi. Kondisi ini menunjukkan perlunya program edukatif yang dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung kegiatan kewirausahaan.

Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada siswa dalam pembuatan katalog produk menggunakan WhatsApp Business. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, keterampilan kewirausahaan, serta kreativitas siswa dalam memasarkan produk secara digital.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di SMP Negeri 2 Bangkinang Kota dengan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan siswa secara aktif dalam proses pembelajaran sehingga mereka dapat memahami dan mengaplikasikan materi yang diberikan secara langsung.

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai konsep dasar pemasaran digital dan pentingnya katalog produk dalam kegiatan bisnis. Materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan disertai contoh nyata agar mudah dipahami oleh siswa. Selanjutnya, dilakukan pelatihan penggunaan WhatsApp Business, termasuk cara membuat akun bisnis, mengelola profil usaha, serta menggunakan fitur katalog produk.

Pada tahap berikutnya, siswa diajak untuk melakukan praktik langsung dalam membuat katalog produk. Siswa diminta untuk menyiapkan foto produk, menuliskan deskripsi, serta menentukan harga produk yang akan ditampilkan dalam katalog. Pendampingan dilakukan untuk membantu siswa dalam mengoptimalkan tampilan katalog agar lebih menarik dan

informatif. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap hasil katalog yang dibuat serta diskusi untuk mengetahui tingkat pemahaman siswa.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa mengenai pemasaran digital dan penggunaan WhatsApp Business sebagai media promosi. Sebelum kegiatan dilakukan, sebagian besar siswa belum mengetahui adanya fitur katalog pada WhatsApp Business dan belum memahami cara menggunakannya. Namun, setelah mengikuti pelatihan, siswa mulai mampu membuat katalog produk secara mandiri.

Perubahan yang terjadi juga terlihat pada aspek keterampilan dan kreativitas siswa. Siswa mampu menyusun katalog produk dengan tampilan yang lebih menarik dan informatif, sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan keterampilan digital siswa. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa penyajian produk yang baik dapat meningkatkan minat konsumen.



Gambar 1. Mockup Katalog

Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan minat siswa dalam berwirausaha. Siswa mulai menyadari bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengembangkan usaha. Hal ini sejalan dengan teori kewirausahaan yang dikemukakan oleh Zimmerer et al. (2008) yang menyatakan bahwa kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pengalaman langsung dan pembelajaran praktis.

Namun demikian, terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, seperti keterbatasan akses perangkat dan variasi kemampuan siswa dalam menggunakan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan lanjutan untuk memastikan bahwa siswa dapat terus mengembangkan keterampilan mereka dalam pemasaran digital.

Penutup

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMP Negeri 2 Bangkinang Kota berhasil meningkatkan kemampuan siswa dalam membuat katalog produk menggunakan WhatsApp Business. Program ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan kewirausahaan siswa, serta membantu mereka memahami cara memanfaatkan teknologi sebagai sarana pemasaran. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu terus dikembangkan sebagai bagian dari pembelajaran yang relevan dengan perkembangan teknologi.

Daftar Pustaka

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Piaget, J. (1972). *The psychology of the child*. Basic Books.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. Sage.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society*. Harvard University Press.
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of entrepreneurship*. Pearson.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2021). Literasi digital pendidikan.
- OECD. (2020). Digital education report.
- World Bank. (2021). Digital skills for youth.
- UNESCO. (2018). Digital literacy framework.