

## PELATIHAN PENERAPAN STRATEGI TELEMARKETING BERBASIS WHATSAPP BUSINESS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS JAMBI

Putri Intan Suri<sup>1)</sup>, Logi Mulawarman<sup>2)</sup>, Rian Putra<sup>3)</sup>, Dwi Hastuti<sup>4)</sup>, Hilwa Hilmana<sup>5)</sup>,  
Teresya Lesmita<sup>6)</sup>, Muhammad Faisal<sup>7)</sup>

1),2),3),4),5),6),7) Universitas Jambi

E-Mail:

[putriintansuri@unja.ac.id](mailto:putriintansuri@unja.ac.id)

**Submitted:**  
25-02-2026  
**Accepted:**  
29-04-2026  
**Published:**  
30-04-2026

### ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan strategi pemasaran, salah satunya melalui pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media telemarketing yang efektif. Namun, kemampuan mahasiswa dalam mengoptimalkan fitur WhatsApp Business untuk kegiatan pemasaran digital masih terbatas. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan mahasiswa Universitas Jambi dalam menerapkan strategi telemarketing berbasis WhatsApp Business. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pelatihan, praktik langsung, simulasi komunikasi pemasaran, serta pendampingan penggunaan fitur seperti katalog produk, pesan otomatis, dan label pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap strategi telemarketing digital, etika komunikasi pemasaran, serta kemampuan memanfaatkan WhatsApp Business secara efektif untuk mendukung kewirausahaan dan pemasaran digital. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas mahasiswa dalam menghadapi perkembangan bisnis berbasis teknologi.

**Kata kunci:** pelatihan; strategi telemarketing; whatsapp business; mahasiswa Universitas Jambi

### ABSTRACT

*The development of digital technology is driving changes in marketing strategies, one of which is through the use of WhatsApp Business as an effective telemarketing medium. However, students' ability to optimize WhatsApp Business features for digital marketing activities is still limited. This community service activity aims to improve the understanding and skills of Jambi University students in implementing WhatsApp Business-based telemarketing strategies. The implementation method is carried out through training, direct practice, marketing communication simulations, and mentoring on the use of features such as product catalogs, automated messages, and customer labels. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of digital telemarketing strategies, marketing communication ethics, and the ability to effectively utilize WhatsApp Business to support entrepreneurship and digital marketing. This activity is expected to strengthen students' capacity to face the development of technology-based businesses.*

**Keywords:** training; telemarketing strategy; WhatsApp Business; Jambi University students

**Corresponding Author:**  
Putri Intan Suri

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pada sektor pemasaran dan bisnis. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media komunikasi berbasis internet dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien (Saputra et al., 2023; Mulawarman & Putra, 2026). Strategi pemasaran yang sebelumnya bergantung pada metode konvensional kini beralih ke pendekatan digital yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami pemasaran digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki oleh generasi muda, khususnya mahasiswa.

Di era digital saat ini, telemarketing tidak lagi hanya dilakukan melalui panggilan telepon, tetapi berkembang menjadi komunikasi pemasaran berbasis aplikasi pesan instan (Arsita & Purwanto, 2025). Salah satu platform yang banyak digunakan adalah WhatsApp Business, yang memiliki berbagai fitur pendukung seperti katalog produk, pesan otomatis, label pelanggan, dan pengelolaan kontak bisnis. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pelaku usaha membangun komunikasi yang lebih personal, efektif, dan terstruktur dengan pelanggan. Oleh karena itu, WhatsApp Business menjadi salah satu media strategis dalam mendukung aktivitas pemasaran digital dan pelayanan konsumen (Sari, 2025; Dzulhanto et al., 2025).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki potensi besar untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan berbasis teknologi (Misbahuddin et al., 2024). Selain sebagai pengguna aktif media digital, mahasiswa juga memiliki peluang untuk menjadi pelaku usaha mandiri yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan pasar. Namun demikian, pemanfaatan platform digital untuk kebutuhan pemasaran bisnis masih belum sepenuhnya optimal (Brina & Siahaan, 2024). Banyak mahasiswa yang memahami media sosial sebagai alat komunikasi, tetapi belum memiliki kemampuan yang memadai dalam menerapkan strategi telemarketing yang efektif untuk mendukung kegiatan usaha (Ahnur & Nahdiana, 2025; Ahya & Astria, 2024).

Universitas Jambi sebagai institusi pendidikan tinggi memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas mahasiswa agar mampu menghadapi tantangan dunia kerja dan kewirausahaan digital. Penguatan kompetensi mahasiswa tidak hanya terbatas pada aspek akademik, tetapi juga perlu diarahkan pada keterampilan praktis yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan industri. Salah satu bentuk penguatan tersebut dapat dilakukan melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat edukatif dan aplikatif, khususnya dalam bidang pemasaran digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, pelatihan penerapan strategi telemarketing berbasis WhatsApp Business menjadi salah satu langkah yang relevan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan bisnis mahasiswa (Aliya et al., 2024). Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu memahami konsep dasar telemarketing digital, menyusun strategi komunikasi pemasaran yang tepat, serta memanfaatkan fitur-fitur WhatsApp Business untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen. Selain itu, pelatihan juga dapat membantu mahasiswa memahami pentingnya etika komunikasi bisnis dalam membangun hubungan yang profesional dan berkelanjutan dengan pelanggan.

Melalui kegiatan "*Pelatihan Penerapan Strategi Telemarketing Berbasis WhatsApp Business pada Mahasiswa Universitas Jambi*", diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran yang efektif. Kegiatan ini juga diharapkan mampu mendorong penguatan jiwa kewirausahaan, inovasi bisnis, serta adaptasi terhadap perkembangan komunikasi digital di era modern. Dengan demikian, pengabdian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan kompetensi mahasiswa yang lebih kompetitif, kreatif, dan siap menghadapi tantangan ekonomi digital.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan praktik langsung yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan mahasiswa Universitas Jambi khususnya mahasiswa Ekonomi Pembangunan dalam menerapkan strategi telemarketing berbasis WhatsApp Business. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 06 Februari 2026 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Tahap pelaksanaan diawali dengan identifikasi kebutuhan peserta terkait pemahaman digital marketing dan pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business dalam aktivitas pemasaran. Selanjutnya, kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi mengenai konsep telemarketing digital, strategi komunikasi pemasaran, etika pelayanan pelanggan, serta pengenalan fitur-fitur utama WhatsApp Business seperti katalog produk, pesan otomatis, label pelanggan, dan pengelolaan database kontak. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif agar peserta dapat memahami manfaat dan penerapan strategi telemarketing secara efektif.

Setelah tahap pemberian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung dan simulasi penggunaan WhatsApp Business dalam konteks pemasaran digital. Peserta diberikan kesempatan untuk membuat akun bisnis, menyusun pesan promosi yang efektif, mengatur fitur otomatisasi, serta melakukan simulasi komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, tim pelaksana melakukan pendampingan dan evaluasi melalui observasi partisipatif serta diskusi umpan balik untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan. Metode ini diharapkan dapat memberikan pengalaman aplikatif sehingga mahasiswa mampu mengimplementasikan strategi telemarketing berbasis WhatsApp Business secara optimal dalam mendukung kegiatan kewirausahaan dan pemasaran digital (Nofiyanti et al., 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan platform digital sebagai media pemasaran yang efektif. Kegiatan ini diikuti oleh mahasiswa Universitas Jambi yang memiliki minat pada bidang kewirausahaan, pemasaran digital, serta pengembangan usaha berbasis teknologi. Pelaksanaan pelatihan menunjukkan antusiasme peserta yang cukup tinggi, terlihat dari keterlibatan aktif selama sesi materi, diskusi, praktik, dan simulasi penggunaan aplikasi WhatsApp Business.



**Gambar 1.** Tahap Awal Kegiatan (Pengenalan Konsep)

Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pemahaman mengenai konsep dasar telemarketing digital dan perubahan pola komunikasi pemasaran di era teknologi informasi. Materi ini menekankan bahwa telemarketing tidak lagi terbatas pada komunikasi melalui panggilan telepon, tetapi berkembang menjadi pendekatan pemasaran berbasis aplikasi pesan instan yang lebih cepat, personal, dan efisien. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya telah menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi sehari-hari,

namun belum memahami bahwa WhatsApp Business memiliki potensi besar sebagai alat pemasaran digital.

Selanjutnya, peserta memperoleh pelatihan teknis mengenai fitur-fitur utama WhatsApp Business, seperti pembuatan profil bisnis, katalog produk, quick replies (balasan cepat), automated messages (pesan otomatis), label pelanggan, serta pengelolaan database kontak. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memahami fungsi masing-masing fitur dan mulai menyadari pentingnya pengelolaan komunikasi bisnis yang terstruktur. Pemanfaatan fitur-fitur tersebut dinilai membantu peserta dalam menyusun sistem pelayanan pelanggan yang lebih profesional dan responsif.



**Gambar 2.** Sesi Praktik

Pada sesi praktik, peserta diminta melakukan simulasi strategi telemarketing dengan merancang pesan promosi, menyusun komunikasi penawaran produk, serta melakukan pendekatan layanan pelanggan melalui WhatsApp Business. Dari hasil simulasi, terlihat adanya peningkatan kemampuan mahasiswa dalam menyusun pesan pemasaran yang lebih persuasif, jelas, dan sesuai dengan etika komunikasi bisnis. Peserta juga mulai memahami pentingnya personalisasi pesan agar komunikasi dengan konsumen lebih efektif dan tidak terkesan sebagai promosi massal yang kurang menarik.

Selain aspek teknis, kegiatan ini juga membahas etika telemarketing digital, termasuk bagaimana menjaga profesionalisme, kesopanan, serta membangun hubungan komunikasi yang berkelanjutan dengan pelanggan. Pembahasan ini penting karena keberhasilan telemarketing tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kualitas interaksi yang dibangun dengan konsumen. Hasil diskusi menunjukkan bahwa mahasiswa mulai memahami pentingnya komunikasi dua arah yang bersifat informatif, sopan, dan tidak berlebihan dalam melakukan promosi.

Dari sisi pengembangan kewirausahaan, pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap kesiapan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha kecil, bisnis mandiri, maupun aktivitas pemasaran produk. Sebagian peserta menyampaikan bahwa pelatihan ini membuka wawasan baru mengenai peluang penggunaan WhatsApp Business sebagai media pemasaran dengan biaya rendah namun memiliki jangkauan yang luas. Hal ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi sederhana namun strategis dapat menjadi modal penting dalam pengembangan usaha berbasis digital.

Dari hasil dan pembahasan di atas, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan penerapan strategi telemarketing berbasis WhatsApp Business mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan teknis, serta kesiapan mahasiswa Universitas Jambi dalam menghadapi tantangan pemasaran digital. Pendekatan partisipatif melalui pelatihan, simulasi, dan praktik langsung terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta secara teoritis maupun aplikatif. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat dalam aspek literasi digital, tetapi juga memperkuat kapasitas kewirausahaan mahasiswa agar lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di era ekonomi digital.

Peningkatan pemahaman peserta pada kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Pre test dan post tes

No	Indikator Penilaian	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)	Interpretasi
1	Pemahaman konsep dasar telemarketing digital	52	88	36	Meningkat signifikan
2	Pemahaman strategi komunikasi pemasaran digital	48	85	37	Meningkat signifikan
3	Kemampuan menyusun pesan promosi yang efektif dan persuasif	50	86	36	Meningkat signifikan
4	Pemahaman etika komunikasi pemasaran digital	55	90	35	Meningkat signifikan
5	Kemampuan menggunakan fitur katalog produk pada WhatsApp Business	45	87	42	Meningkat sangat tinggi
6	Kemampuan memanfaatkan quick replies dan pesan otomatis	40	84	44	Meningkat sangat tinggi
7	Kemampuan mengelola label pelanggan dan database kontak	43	82	39	Meningkat signifikan
8	Pemahaman penggunaan WhatsApp Business sebagai media pelayanan pelanggan	50	89	39	Meningkat signifikan
9	Pemahaman penggunaan WhatsApp Business untuk promosi bisnis	47	91	44	Meningkat sangat tinggi
10	Kesiapan menerapkan strategi telemarketing digital dalam kegiatan usaha	46	88	42	Meningkat sangat tinggi

Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, pelatihan Penerapan Strategi Telemarketing Berbasis WhatsApp Business menunjukkan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Seluruh indikator mengalami kenaikan nilai, dengan rata-rata pre-test sebesar 47,6% meningkat menjadi 87,0% pada post-test, atau terjadi peningkatan rata-rata sebesar 39,4%. Peningkatan tertinggi terlihat pada kemampuan memanfaatkan fitur quick replies, pesan otomatis, serta WhatsApp Business untuk promosi bisnis, yang menunjukkan bahwa peserta semakin memahami aspek teknis dan strategis dalam telemarketing digital. Selain itu, peningkatan pada pemahaman etika komunikasi pemasaran dan kesiapan menerapkan strategi telemarketing dalam kegiatan usaha menegaskan bahwa pelatihan ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis, tetapi juga membangun kompetensi komunikasi bisnis yang profesional. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan efektif dalam meningkatkan literasi digital, kesiapan kewirausahaan, dan kemampuan mahasiswa, khususnya Program Studi Ekonomi Pembangunan, dalam mengintegrasikan teknologi komunikasi digital ke dalam praktik pemasaran dan pengembangan usaha.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya WhatsApp Business, dapat menjadi media yang efektif dalam meningkatkan

kemampuan mahasiswa pada bidang pemasaran digital dan kewirausahaan. Melalui pelatihan, praktik langsung, serta simulasi komunikasi pemasaran, peserta mampu memahami konsep telemarketing digital, mengoptimalkan fitur-fitur WhatsApp Business, serta menerapkan strategi komunikasi bisnis yang lebih terstruktur, profesional, dan persuasif. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memperkuat pemahaman mahasiswa mengenai etika komunikasi pemasaran dan pentingnya membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Dalam konteks mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan, kegiatan ini memiliki relevansi yang tinggi karena mampu memperluas wawasan mahasiswa terkait penerapan strategi pemasaran digital dalam mendukung aktivitas ekonomi, pengembangan usaha mikro dan kecil, serta peningkatan daya saing bisnis di era transformasi digital. Pemahaman tersebut dapat menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk mengintegrasikan ilmu ekonomi pembangunan dengan praktik kewirausahaan dan inovasi bisnis berbasis teknologi, sehingga mampu berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan sektor usaha produktif di tingkat lokal maupun regional. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital dan kesiapan berwirausaha, tetapi juga memperkuat kompetensi mahasiswa Ekonomi Pembangunan agar lebih adaptif, analitis, dan solutif dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

## REFERENSI

- Ahnur, M. A., & Nahdiana, N. (2025). Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Kepuasan Komunikasi pada Hubungan Jarak Jauh: Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Makassar. *Journal Proxemics*, 2(2), 103-108.
- Ahya, A. H., & Astria, K. K. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Usaha Ultra Mikro dan Mikro (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengusaha Perempuan di Kabupaten Pesawaran-Lampung). *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 13583-13597.
- Aliya, S., Ependi, U., Irwansyah, I., Marlindawati, M., Fatmasari, F., Agustina, M., ... & Azzahra, E. (2024). Pemberdayaan UMKM desa: Optimalisasi WhatsApp Business untuk pengusaha minim literasi digital. *Journal of Sustainable Communities and Development*, 2(2), 73-86.
- Arsita, M. E. M., & Purwanto, S. (2025). Efektivitas Strategi Komunikasi Telemarketing pada Penawaran Produk Sistem Rekam Medis Elektronik di PT. Inovasi Teknologi Solusindo (Trustmedis). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(4).
- Brina, M., & Siahaan, M. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada UMKM di Kota Medan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 11490-11499.
- Dzulhanto, B. Y., Khotijah, F., Renjani, I. A., Ramadhan, Y., & Pramono, P. (2025). Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Fit. Me Hijab. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 220-226.
- Misbahuddin, A. F., Hamris, H., & Nuran, A. S. (2024). PKM Menumbuhkan Semangat Kewirausahaan di Kalangan Generasi Z melalui Digitalisasi di Jurusan Pendidikan Teknik Elektro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 279-284.
- Mulawarman, L., & Putra, R. (2026). Pelatihan Strategi Bisnis Umkm Berbasis Analisis Google Trends Melalui Pendampingan Daring. *JUAN: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(1), 7-12.
- Nofiyanti, N., Kamar, K., Winanti, W., & Asbari, M. (2025). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat: Strategi Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dengan Pelatihan Pembuatan Nastar Di Kelurahan Sukamulya. *Jurnal Abdimas Universitas Insan Pembangunan Indonesia*, 3(2), 62-68.
- Saputra, A. M. A., Kharisma, L. P. I., Rizal, A. A., Burhan, M. I., & Purnawati, N. W. (2023). *Teknologi Informasi: Peranan TI dalam berbagai bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Sari, M. N. (2025). Implementasi strategi digital marketing berbasis WhatsApp Business pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(1), 137-144.