

Strategi Pengembangan Potensi Desa Dan Pemanfaatan Whatsapp Business Untuk Meningkatkan Nilai Ekonomi Bawang Merah Di Desa Srikayangan

Rionaldi Adytia¹, Kevin Tongam Jeremy Pasaribu², Christopher Devon Mahendri³, Anita Septiana⁴, Maria Krishma Chandra Dewi⁵, Anastasia Sumakul⁶, Angeliqne Fitriyana Ghunarti Sahur⁷, Cinthia Nana Budianto⁸, Anastasia Putri⁹, Agnes Gracia Quita¹⁰
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jl. Mrican Baru No. 28, Mrican, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281
Email: agnes.gracia@uajy.ac.id

Received 05 Desember 2020; Revised 21 Februari 2021; Accepted for Publication 14 April 2021; Published 30 April 2021

Abstract — Community service is expected to help the rural community or desa (village) where the service is located to develop better according to the potential that they have. The approach of our program is using online observation method and the data were obtained through internet. There are potential factors that should be maintained and preserved by Srikayangan Village in order to able to compete globally. Shallot is the most prospective commodity that the village should develop. The more the village is able to develop this commodity, the higher economic value will obtain. In order to do that, innovation required. Our program suggest to increase its economic value, shallots need to be develop into a product, shallot paste that can be used for basic seasoning or main seasoning. This innovation offers easiness and convenience to its consumer because they don't have to peel, wash, nor blend shallots, they only have to buy the product and it will help them to cook faster. Marketing is one of the challenges that Srikayangan Village faces. We also offer assistance on how to market the product using Whatsapp Business because we believe digital media will be so much help. Whatsapp Business allows the seller to easily interact with their consumer. We expect that using Whatsapp Business will help Srikayangan Village to increase economic value of shallot. To be conclude, we hope that this program can help Srikayangan Village to earn more income by selling processed shallot products and using Whatsapp Business as a digital marketing medium.

Keywords — Community Service, Village Potential, Whatsapp Business, Economic Value, Shallot

Abstrak — Pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat membantu desa lokasi pengabdian untuk berkembang lebih baik sesuai dengan potensi desa yang mereka miliki. Pengabdian kepada masyarakat yang menggunakan metode observasi daring ini menggunakan data yang didapatkan secara daring melalui internet. Potensi desa menjadi daya unggul yang harus dipertahankan serta dilestarikan oleh Desa Srikayangan agar Desa Srikayangan dapat bersaing secara global. Bawang merah yang menjadi komoditas primadona Desa Srikayangan harus dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi, salah satunya melalui inovasi produk pasta bawang merah yang dapat digunakan sebagai bumbu masak oleh konsumen. Inovasi produk pasta bawang merah menawarkan kemudahan dan kepraktisan bagi konsumen karena konsumen tidak perlu lagi mengupas, mencuci, hingga menumbuk bawang merah. Faktor pemasaran menjadi salah satu kendala yang seringkali dihadapi oleh Desa Srikayangan. Pemanfaatan media sosial dapat menjadi alternatif dalam memasarkan produk bawang merah khas Srikayangan, salah satunya melalui Whatsapp Business. Whatsapp Business memungkinkan kemudahan interaksi antara penjual dan pembeli. Kelompok berharap Desa Srikayangan dapat memperoleh pemasukan lebih banyak lagi dengan menjual produk olahan bawang merah dan memanfaatkan Whatsapp Business sebagai media pemasaran.

Kata Kunci — Pengabdian Masyarakat, Potensi Desa, Whatsapp Business, Nilai Ekonomi, Bawang Merah

I. PENDAHULUAN

Melalui pengabdian kepada masyarakat, mahasiswa diberikan kesempatan untuk dapat berkontribusi secara langsung bagi masyarakat desa yang bersangkutan. Mahasiswa sebagai generasi muda penerus bangsa diharapkan dapat membantu desa lokasi pengabdian untuk berkembang lebih baik sesuai dengan potensi desa yang mereka miliki. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat memberikan aspirasi atau membagikan ilmu yang telah dipelajari kepada masyarakat desa tempat lokasi pengabdian berada. Sekaligus juga masyarakat desa yang bersangkutan dapat memperoleh pengetahuan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau evaluasi agar desa tersebut lebih baik dari segi ekonomi, sosial, dan lain sebagainya.

Setiap desa tentunya memiliki potensi masing-masing yang membedakannya dengan desa-desa di daerah lainnya. Potensi desa sendiri memiliki pengertian keunggulan ataupun kemampuan yang dapat dikelola dan dikembangkan dalam rangka mencapai kesejahteraan penduduk desa yang bersangkutan [1]. Potensi desa ini meliputi potensi fisik dan potensi non-fisik. Potensi fisik adalah potensi yang berkaitan dengan sumber daya alam yang terdapat di desa seperti lahan, ternak, manusia, dan lain sebagainya. Sementara itu, potensi desa non-fisik merupakan potensi yang berkaitan dengan masyarakat desa yang bersangkutan termasuk juga tata perilakunya, seperti aparatur desa, adat istiadat, serta budaya yang terkandung di dalamnya. Potensi desa perlu untuk senantiasa dikembangkan agar dapat menciptakan partisipasi bagi seluruh masyarakat desa dan mengembangkan peluang usaha serta potensi ekonomi unggulan agar tercipta kesejahteraan masyarakat desa yang bersangkutan.

Desa Srikayangan merupakan salah satu desa yang memanfaatkan potensi desanya dengan baik untuk berkembang. Hal ini terlihat dari penggunaan dana desa yang dialokasikan secara tepat oleh Desa Srikayangan untuk pembangunan desa demi meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya [2]. Desa Srikayangan sendiri terletak di Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta dengan luas wilayah 9,49325 km² [3]. Jumlah penduduknya terdiri dari 2.652 laki-laki dan 2.698 perempuan [4]. Dipimpin oleh Kepala Desanya Aris Puryanto, Desa Srikayangan memiliki aparatur desa sebanyak 23 orang. Mayoritas penduduk Desa Srikayangan memiliki mata pencaharian di sektor pertanian [5]. Selain Reog, Geblek dan Jatilan, potensi desa yang terdapat di Desa Srikayangan yang kini menjadi komoditas primadona yaitu bawang merah.

Desa Srikayangan dulunya merupakan desa yang tertinggal namun sekarang sudah menjadi desa yang

berkembang. Tentu saja itu semua karena masyarakat dan pimpinan masyarakatnya yang dapat menekan angka kemiskinan. Komoditas utama yang dapat menekan angka kemiskinan itu adalah bawang merah. Bawang merah Srikayangan memiliki harga jual tinggi di pasaran. Salah satu produk olahan bawang merah adalah bawang goreng dengan berbagai rasa. Bawang goreng Srikayangan ini sudah di sebarakan ke beberapa supermarket dan warung-warung. Seiring persaingan bisnis yang semakin meningkat, inovasi sangat diperlukan agar bisnis tetap relevan, memiliki kekhasan tersendiri dibandingkan dengan daerah penghasil bawang merah lainnya, sekaligus juga agar dapat meningkatkan nilai ekonomi. Untuk itu, kelompok ingin membantu Desa Srikayangan untuk meningkatkan nilai ekonomi bawang merah dengan cara membuat inovasi produk olahan bawang merah, yaitu pasta bawang merah yang dapat digunakan sebagai bumbu masak oleh konsumen.

Dalam penjualan, promosi merupakan salah satu hal yang sangat diperlukan agar produk dapat dikenal luas oleh banyak orang. Salah satu cara promosi adalah dengan menggunakan media sosial. Di era globalisasi ini, media sosial bukanlah sesuatu yang baru, hampir seluruh masyarakat sekarang telah menggunakan media sosial. Promosi melalui media sosial digunakan agar penyebaran produk dapat dilakukan dengan mudah, hanya dengan mengetik di ponsel, laptop ataupun komputer maupun media komunikasi lainnya. Dalam hal ini media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan nilai ekonomi bawang merah dengan cara memanfaatkan aplikasi Whatsapp Business untuk promosi bawang merah itu.

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang telah dipaparkan tersebut, kelompok kami menyusun suatu program kerja sebagai bentuk pengabdian. Program kerja ini dengan tujuan utama membantu Desa Srikayangan untuk meningkatkan nilai ekonomi bawang merah yaitu dengan cara membuat produk berbahan dasar bawang merah serta memanfaatkan media digital Whatsapp Business untuk memasarkan produk tersebut. Kelompok berharap Desa Srikayangan dapat memperoleh pemasukan lebih banyak lagi dengan menjual produk olahan bawang merah yang kelompok usulkan.

II. METODE PENGABDIAN

Pengabdian dilakukan di Desa Srikayangan Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu menggunakan metode observasi secara daring. Observasi daring yaitu salah satu metode penelitian yang dilaksanakan secara daring dimana segala kegiatan dilaksanakan tanpa penerjunan langsung ke desa yang bersangkutan. Semua pencarian data-data desa pun dilakukan dengan *searching* melalui internet.

Data yang diperlukan dalam pengabdian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data utama yang digunakan selama pelaksanaan pengabdian yaitu informasi mengenai Desa Srikayangan yang dibutuhkan seperti pemetaan desa, potensi desa, serta kelebihan desa. Data primer ini didapatkan dari website resmi LPPM UAJY, website resmi Desa Srikayangan, serta website resmi terkait lainnya. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang mendukung data primer. Data sekunder diambil dari artikel-artikel internet, data dari hasil diskusi kelompok, dan data-

data tambahan lainnya. Segala informasi didapatkan secara daring dengan sumber yang jelas.

Tahap pelaksanaan pengabdian meliputi identifikasi desa dan potensi desa, pembuatan buku saku, pembuatan video, dan yang terakhir pembuatan laporan.

A. Identifikasi Desa dan Potensi Desa

Sebelum pembuatan buku saku dan video, tahap pertama yang harus dilakukan yaitu identifikasi desa dan potensi desa. Pada tahap ini, kelompok mencari dan mengkaji potensi desa yang dimiliki Desa Srikayangan. Melalui pengamatan artikel serta jurnal mengenai Desa Srikayangan, kelompok menentukan bawang merah sebagai potensi desa yang dapat dikembangkan. Kelompok mengusulkan untuk membuat produk olahan pasta bawang merah karena olahan dari bawang merah yang ada di Desa Srikayangan sendiri sebelumnya hanya bawang goreng berbagai rasa.

Selain itu juga cara promosi untuk produk bawang merah di Desa Srikayangan masih belum memadai. Media Sosial merupakan cara yang paling ampuh untuk mempromosikan suatu produk. Setelah diidentifikasi ternyata penggunaan media sosial di Desa Srikayangan sendiri masih terbatas. Maka dari itu kelompok menganjurkan penggunaan Whatsapp Business untuk promosi produk karena penggunaannya yang sangat mudah. Dalam pengabdian ini, kelompok akan menjelaskan kemudahan penggunaan Whatsapp Business serta kelebihanannya sehingga dapat diterapkan di Desa Srikayangan.

B. Pembuatan Buku Saku

Tahap kedua yaitu pembuatan buku saku. Tujuan utama pembuatan buku saku ini agar dapat lebih mudah untuk memberikan informasi terkait strategi pengembangan produk bawang merah dan bagaimana pemanfaatan media digital, khususnya Whatsapp Business, untuk meningkatkan nilai ekonomi dari bawang merah. Whatsapp Business ini nantinya akan menjadi sarana untuk melakukan jual beli serta penyampaian informasi terhadap calon pembeli.

Pembuatan buku saku sendiri memiliki banyak keunggulan. Hal ini karena buku saku tidak memiliki bentuk fisik nyata sehingga bisa lebih tahan lama penggunaannya dari buku cetak. Selain itu, buku saku berbentuk sebuah file dimana dapat dilihat di berbagai media elektronik sehingga mudah untuk diakses.

C. Pembuatan Video

Tahap ketiga yaitu pembuatan video. Isi yang tertuang dalam video sama dengan apa yang telah tertuang di dalam buku saku. Video ini digunakan untuk memperjelas apa yang terkandung dalam buku saku dalam bentuk visual yang jelas beserta penjelasan rinci menggunakan audio. Pembuatan video didukung dengan penggunaan *software editing* yang membantu memudahkan proses pembuatan pada tahap ini.

D. Pembuatan Laporan

Pembuatan laporan menjadi tahap terakhir dari seluruh pengabdian kelompok. Laporan digunakan untuk menjelaskan progres selama proses pelaksanaan pengabdian. Laporan ini pun berisikan penjelasan-penjelasan mengenai buku saku serta video yang telah dibuat.

III. HASIL DAN PEMBAHAAN

Desa Srikayangan terletak di Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan luas wilayah 9,49325 km² dan jumlah penduduknya 2.652 laki-laki dan 2.698 perempuan [4]. Desa ini dikepalari oleh Aris Puryanto. Terdapat Badan Permusyawaratan Desa (disingkat BPD) di Desa Srikayangan yang diketuai oleh Sumarsono, wakilnya adalah Sutaryanto, sekretarisnya adalah Nuryanti, dan memiliki Ketua Bidang Penyelenggaraan Pemerintah Kelurahan (yaitu Ega Absori) dan Ketua Bidang Pembangunan Kalurahan dan Pemberdayaan (yaitu Ngatiman), serta 3 orang anggota yaitu Bingin, Pawuh, dan Sukasna. Di desa Srikayangan sendiri, aparat selain kepala desa adalah carik, panata laksana sarta pangripta, danarta, ulu-ulu, kamituwo, dan lain-lain [6].

Mayoritas penduduk Desa Srikayangan memiliki mata pencaharian yaitu bertani dan berkebun, yang artinya, corak desa ini adalah agraris dan sebagian besar tanah di desa digunakan sebagai lahan persawahan [5]. Luas wilayah Desa Srikayangan adalah 735 hektar dan dua per tiganya adalah persawahan. Tabel 1 menunjukkan jenis pekerjaan penduduk Desa Srikayangan.

Tabel 1. Jenis Pekerjaan Penduduk Desa Srikayangan

Jenis Pekerjaan	Jumlah
ASN	61
TNI	13
POLRI	13
Buruh / Tukang Berkeahlian Khusus	177
Sektor Pertanian / Peternakan / Perikanan	1.882
Karyawan BUMN / BUMD	4
Karyawan Swasta	601
Wiraswasta	287
Tenaga Medis	15
Belum Bekerja	173
Pekerjaan Lainnya	20
Ibu Rumah Tangga	461
Pelajar / Mahasiswa	514
Pensiunan	43
Total	4.264

Sebagai desa yang sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian di sektor pertanian, komoditas primadona yang dihasilkan dari desa ini adalah bawang merah. Bawang merah dari Desa Srikayangan merupakan komoditas unggul dan sangat dicari untuk dipasarkan ke luar daerah. Keunggulan bawang merah Desa Srikayangan adalah aromanya yang lebih kuat sehingga membuat aroma masakan juga lebih wangi. Bawang merah Desa Srikayangan merupakan varietas unggul dan sudah dilepas ke pasar-pasar di Indonesia dengan nama varietasnya adalah Srikayang [7].

Hasil panen bawang merahnya dapat dikatakan bagus karena dagingnya tebal dan besar, harga pasarnya pun juga sangat tinggi.

Desa Srikayangan sangat memanfaatkan potensi desanya untuk berkembang. Desa Srikayangan bahkan menanam bawang merah secara perdana pada lahan seluas 200 hektar. Tabel 2 di bawah ini menunjukkan luas lahan budidaya bawang merah yang dimiliki penduduk di Desa Srikayangan berdasarkan penelitian oleh Sari pada tahun 2017 dengan 30 responden [8]:

Tabel 2. Luas Lahan Budidaya Bawang Merah di Desa Srikayangan

Luas Lahan Budidaya (m ²)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
0 – 500	6	20
501 – 1000	15	50
1001 - 1500	3	10
>1501	6	20
Jumlah	30	100

Desa Srikayangan betul-betul memanfaatkan lahannya, dan bahkan memperluas lahannya untuk menanam bawang merah. Tidak heran, hasil panen Desa Srikayangan juga maksimal bahkan memiliki harga pasar yang cukup tinggi. Didasari hal tersebut, kelompok ingin membantu Desa Srikayangan untuk meningkatkan nilai ekonomi bawang merah, yaitu dengan cara membuat produk yang berbahan dasar bawang merah untuk dipasarkan oleh Desa Srikayangan. Produk olahan bawang merah ini diharapkan dapat menambah pemasukan bagi Desa Srikayangan. Nilai ekonomi mempunyai pengertian nilai yang diberikan seseorang pada suatu barang atau jasa berdasar pada keuntungan yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut. Salah satu faktor yang diperhatikan produsen dalam memberi nilai ekonomi adalah merek. Semakin terkenal mereknya maka nilai ekonomi suatu barang atau jasa juga semakin tinggi [9]. Untuk itu, kelompok mempunyai ide untuk meningkatkan nilai ekonomi bawang merah dengan cara membuat produk olahan bawang merah, yaitu pasta bawang merah yang dapat digunakan sebagai bumbu masak oleh konsumen.

Konsumen tidak perlu lagi mengupas, mencuci, hingga menumbuk bawang merah karena Desa Srikayangan sudah menyediakan pasta bawang merah yang sangat praktis dan dapat langsung digunakan. Pasta bawang merah adalah bumbu halus yang terbuat dari bawang merah asli yang ditumbuk dan diberi sedikit bumbu untuk memunculkan rasa yang lebih sedap. Keunggulan pasta bawang merah adalah dapat disimpan lebih lama, apalagi bila disimpan di kulkas serta tidak membutuhkan lebih banyak tempat seperti bawang merah yang masih utuh. Pasta bawang merah dikemas dengan baik sehingga usia penyimpanannya jauh lebih lama daripada bawang merah yang masih utuh. Berdasar sumber yang kelompok dapatkan, usia pasta bawang merah adalah sekitar 6 bulan di suhu pendingin, dan sekitar 1 bulan bila disimpan di suhu ruangan [10]. Bahan-bahan yang digunakan dalam pasta bawang merah ini adalah bahan alami. Berikut ini akan dijabarkan tutorial mengenai pembuatan pasta bawang merah.

Alat yang dibutuhkan dalam pembuatan pasta bawang merah:

1. Blender
2. Pisau
3. Takaran
4. Wadah
5. Spatula
6. Kemasan

Bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan pasta bawang merah:

1. 1 kilogram bawang merah
2. 8 sdt garam
3. 8 sdm minyak goreng

Cara pembuatan pasta bawang merah:

1. Kupas dan bersihkan bawang merah
2. Campurkan semua bahan sesuai dengan resep dengan blender
3. Simpan pasta bawang merah dalam kemasan yang tertutup rapat
4. Simpan di kulkas agar tahan lebih lama
5. Pasta bawang merah sudah dapat digunakan

Target utama yang ingin dicapai yaitu ibu-ibu yang selalu sibuk mengurus rumah tangga dan selalu memperhatikan kesehatan keluarganya. Nama merek yang disarankan yaitu Srikayang. Srikayang adalah nama varietas bawang merah Desa Srikayangan yang juga menggambarkan bahwa produk ini berasal dari Desa “Srikayang”an. Nama merek ini kelompok pilih dengan harapan bila calon konsumen membutuhkan pasta bawang merah, mereka akan langsung mengingat pasta bawang merah ini dan kemudian membelinya. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan logo dari pasta bawang merah Desa Srikayangan. Sementara itu, Gambar 2 menunjukkan kemasan pasta bawang merah khas Desa Srikayangan.



Gambar 1. Logo Pasta Bawang Merah khas Desa Srikayangan



Gambar 2. Kemasan Pasta Bawang Merah khas Desa Srikayangan

Logo tersebut melambangkan nama varietas bawang merah Desa Srikayangan, yaitu Srikayang serta warna dan gambar bawang merah agar orang yang melihat dapat

mengingat bahwa Desa Srikayangan adalah daerah penghasil bawang merah yang baik.

Meskipun hasil panen Desa Srikayangan telah maksimal dan bahkan memiliki harga pasar yang cukup tinggi, namun seringkali terdapat beberapa kendala yang harus dihadapi Desa Srikayangan. Salah satu kendala bagi Desa Srikayangan yaitu pemasaran bawang merah itu sendiri. Hal ini disebabkan belum adanya patokan harga yang resmi dari pemerintah, akibatnya penduduk Desa Srikayangan tidak dapat menjual bawang merah dengan harga terbaik. Selain itu, penduduk Desa Srikayangan biasanya memasarkan bawang merah dengan cara yang masih tradisional yaitu melalui pedagang di pasar, tengkulak, ataupun menjual secara langsung kepada konsumen. Tabel 3 di bawah ini menunjukkan pemasaran bawang merah di Desa Srikayangan.

Tabel 3. Pemasaran Bawang Merah di Desa Srikayangan

Pemasaran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pedagang pasar	13	43.33
Tengkulak	13	43.33
Konsumen secara langsung	4	13.33
Jumlah	30	100

Pemasaran yang masih tergolong tradisional di tengah perkembangan digital masa kini tentunya dapat mempengaruhi penjualan bawang merah itu sendiri. Pemasaran harus dapat ditingkatkan sehingga dapat menjangkau semakin banyak konsumen. Media digital dapat menjadi alternatif yang memberikan banyak kemudahan baik bagi para penjual maupun para pembeli. Media digital sendiri dapat membantu segala aktivitas manusia menjadi lebih cepat dan lancar, termasuk transaksi jual beli. Transaksi jual beli yang dahulu hanya dilakukan di pasar atau di warung milik tetangga sekarang kita pun dapat membeli atau menjual barang hingga ke luar negeri. Semua aktivitas jual beli tersebut dilakukan di media-media online, bahkan saat ini tidak jarang media digital dan media sosial memfasilitasi transaksi jual beli, seperti halnya Whatsapp yang membuat aplikasi khusus jual beli, yaitu Whatsapp Business. Whatsapp Business membuat penjual dan pembeli lebih mudah dan efisien dalam berinteraksi karena adanya fitur-fitur otomatis yang membuat pertukaran informasi menjadi lebih cepat [11]. Whatsapp Business juga dapat menunjukkan keseriusan dan keaktifan penjual dalam menjalankan usahanya karena kebanyakan bisnis di Indonesia yang menggunakan aplikasi ini hanyalah mereka yang memahami teknologi, sehingga bisnis yang menggunakan Whatsapp Business akan memiliki nilai tambah di mata konsumen. Maka dari itu, kelompok akhirnya memutuskan untuk memilih Whatsapp Business sebagai media yang dapat digunakan oleh masyarakat Desa Srikayangan dalam melakukan jual beli produk-produk olahan bawang merah. Harapan kelompok, Desa Srikayangan dapat secara aktif menghasilkan nilai ekonomi yang dapat digunakan dalam membiayai berjalannya Desa Srikayangan.

Whatsapp Business merupakan salah satu aplikasi transaksi untuk jual beli. Pengguna iPhone dapat mengunduh Whatsapp Business di aplikasi App Store, sementara pengguna Android dapat mengunduh Whatsapp Business di

aplikasi Play Store. Berikut ini akan dijabarkan langkah-langkah dalam penggunaan Whatsapp Business.

Tutorial penggunaan Whatsapp Bussines:

1. Unduh aplikasi Whatsapp Business dan buka aplikasinya
2. Baca ketentuan layanan Whatsapp Business, ketuk setuju untuk melanjutkan
3. Daftarkan nomor telepon. Gunakan format nomor telepon internasional Indonesia (+62), lalu akan dikirimkan kode melalui sms sebanyak enam digit dan selesaikan pendaftaran dengan memasukan kode enam digit tersebut
4. Izinkan akses ke kontak dan foto
5. Buat akun dengan memasukan nama bisnis dan kategori bisnis lalu pilih foto profil
6. Buat profil bisnis dengan mengetuk LIHAT > Profil Bisnis. Pengguna dapat menambahkan informasi penting mengenai bisnis yang dilakukan seperti alamat, deskripsi, jam kerja, dan hal-hal penting lainnya
7. Akun bisnis pengguna telah terdaftar dan pengguna dapat langsung memulai chat bisnis

Persyaratan yang perlu diperhatikan oleh pengguna sebelum melakukan verifikasi nomor Whatsapp Business:

1. Pengguna hanya dapat memverifikasi nomor telepon milik sendiri
2. Nomor telepon yang sedang diverifikasi harus dapat menerima panggilan telepon atau SMS
3. Pengguna harus menonaktifkan setelan atau aplikasi pemblokir panggilan, atau penonaktif tugas
4. Jika pengguna memverifikasi melalui telepon seluler, telepon pengguna harus memiliki koneksi Internet melalui paket data atau Wi-Fi
5. Jika pengguna memverifikasi melalui nomor telepon kabel, ketuk Panggil saya untuk menerima kode verifikasi melalui panggilan telepon

Tutorial verifikasi nomor Whatsapp Business:

1. Masukkan nomor telepon
2. Ketuk lanjut untuk menerima kode verifikasi
3. Masukkan enam digit kode verifikasi yang diterima melalui SMS atau panggilan telepon

Whatsapp Business juga dilengkapi dengan fitur-fitur istimewa yang tentunya dapat memudahkan pengguna dalam berkomunikasi dengan para konsumen atau pembeli. Berikut ini fitur-fitur istimewa yang terdapat dalam Whatsapp Business:

1. Nama akun pengguna
Fitur ini memungkinkan pengguna untuk bebas menentukan nama akun.
2. Profil
Fitur ini memuat nama, alamat, kategori bisnis dan lain sebagainya.

3. Pesan otomatis
Fitur ini dapat ditentukan sesuai dengan waktu yang diinginkan pengguna.
4. Katalog
Fitur ini memungkinkan konsumen untuk melihat foto sekaligus detail deskripsi dari produk yang pengguna jual
5. Statistik Pesan
Fitur ini memungkinkan pengguna memantau jumlah statistik pesan yang terkirim
6. Kategori Bisnis
Fitur ini memungkinkan pengguna menentukan kategori bisnis yang bersangkutan
7. Label
Fitur ini memungkinkan pengguna untuk bebas mengklasifikasikan konsumen

Penelitian ini menghasilkan sekitar empat luaran atau *output*. Empat luaran atau *output* yang ditujukan untuk Desa Srikayangan tersebut berupa *electronic book* potensi desa dan *electronic book* buku saku kelompok, serta video potensi desa dan video buku saku kelompok. Gambar 3 menunjukkan *electronic book* buku saku kelompok. Selanjutnya, Gambar 4 menunjukkan *electronic book* potensi desa. Kemudian, Gambar 5 menunjukkan video buku saku kelompok. Sedangkan Gambar 6 menunjukkan video potensi desa.



Gambar 3. *Electronic Book* Buku Saku Kelompok



Gambar 4. *Electronic Book* Potensi Desa



Gambar 5. Video Luaran Buku Saku Kelompok



Gambar 6. Video Luaran Potensi Desa

Electronic book potensi kelompok meliputi profil desa, berbagai potensi yang ada di Desa Srikayangan, serta informasi terkait strategi pengembangan produk bawang merah sebagai komoditas unggulan untuk meningkatkan nilai ekonomi olahan bawang merah. *Electronic book* buku saku kelompok meliputi buku saku mengenai pemanfaatan media digital untuk meningkatkan nilai ekonomi olahan bawang merah. Sementara itu, video potensi desa dan video buku saku kelompok memiliki durasi kurang lebih 10 menit dan merupakan penjelasan dari *electronic book* potensi desa dan *electronic book* buku saku kelompok yang tersaji dalam bentuk video. Pembuatan video diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih maksimal kepada penduduk Desa Srikayangan.

IV. KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu kegiatan yang dapat memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk dapat berkontribusi secara langsung bagi masyarakat desa yang bersangkutan. Mahasiswa sebagai generasi muda penerus bangsa diharapkan dapat berperan secara nyata dengan membantu desa lokasi pengabdian untuk berkembang lebih baik sesuai dengan potensi desa yang mereka miliki. Selain itu, mahasiswa juga diharapkan dapat memberikan aspirasi atau membagikan ilmu yang telah dipelajari kepada masyarakat desa tempat lokasi pengabdian berada. Sekaligus juga masyarakat desa yang bersangkutan dapat memperoleh pengetahuan yang nantinya dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau evaluasi agar desa tersebut lebih baik dari segi ekonomi, sosial, dan lain sebagainya.

Beragamnya potensi yang dimiliki oleh setiap desa tentunya harus senantiasa dipertahankan serta dilestarikan dengan sebaik mungkin. Potensi desa perlu untuk senantiasa dikembangkan agar dapat menciptakan partisipasi bagi seluruh masyarakat desa dan mengembangkan peluang usaha serta potensi ekonomi unggulan agar tercipta kesejahteraan masyarakat desa yang bersangkutan. Dalam pengabdian ini, kelompok menyusun suatu program kerja dengan tujuan utama untuk membantu Desa Srikayangan dalam meningkatkan nilai ekonomi potensi desanya. Upaya meningkatkan nilai ekonomi tersebut ditempuh dengan cara membuat produk olahan berbahan dasar bawang merah serta memanfaatkan media digital Whatsapp Business untuk memasarkan produk tersebut. Kelompok berharap Desa Srikayangan dapat memperoleh pemasukan lebih banyak lagi dengan menjual produk olahan bawang merah dan memanfaatkan Whatsapp Business sebagai media pemasaran.

Pengabdian kedepannya diharapkan dapat meningkatkan partisipasi serta kontribusi mahasiswa bagi masyarakat desa yang dituju. Selain itu, mahasiswa diharapkan dapat mengasah keterampilan dan pengetahuan yang dimilikinya agar berguna bagi semua orang, terutama masyarakat desa dengan cara menuangkan ide ataupun inovasi baru yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat desa secara lebih maksimal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami segenap anggota Kelompok 106 selaku peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Sekaligus juga, kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Agnes Gracia Quita S.E., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Kelompok 106 atas segala bantuan serta bimbingan mulai dari pembuatan program kerja kelompok hingga proses pengabdian dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Soleh, "Strategi Pengembangan Potensi Desa," *J. Sungkai*, vol. 5, no. 1, pp. 32–52, 2017, Accessed: Nov. 24, 2020. [Online]. Available: <https://adoc.pub/strategi-pengembangan-potensi-desa-ahmad-soleh-program-dokto.html>.
- [2] Irene, "Sri Mulyani dan Keberhasilan Desa Srikayangan : Okezone Economy," 2019. <https://economy.okezone.com/read/2019/12/07/320/2139170/sri-mulyani-dan-keberhasilan-desa-srikayangan?page=2> (accessed Nov. 24, 2020).
- [3] Adminto, "Sentolo - Informasi Tentang Kedudukan," 2019. <https://sentolo.kulonprogokab.go.id/detil/140/informasi-tentang-kedudukan> (accessed Nov. 24, 2020).
- [4] "Jumlah Penduduk Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo, DI Yogyakarta SEMESTER I 2020 Menurut Jenis Kelamin," 2020. <https://kependudukan.jogjaprovo.go.id/statistik/penduduk/jumlahpenduduk/14/0/6/01/34.ez> (accessed Nov. 19, 2020).
- [5] E. Wahyudi, "Penerima Dana Desa Ini Dipamerkan Sri Mulyani di Instagram - Bisnis Tempo.co," 2019. <https://bisnis.tempo.co/read/1281192/penerima-dana-desa-ini-dipamerkan-sri-mulyani-di-instagram/full&view=ok> (accessed Nov. 23, 2020).
- [6] "Data Desa : Siapdes," 2016. http://siapdes.kulonprogokab.go.id/siapdes/aparatur_desa.php?iddesa=38 (accessed Nov. 23, 2020).
- [7] Sutarni, "Petani bawang merah Desa Srikayangan tanam perdana - ANTARA News Yogyakarta - Berita Terkini Yogyakarta," 2019. <https://jogja.antaraneews.com/berita/389244/petani-bawang-merah-desa-srikayangan-tanam-perdana> (accessed Nov. 23, 2020).
- [8] Y. M. Sari, T. Trismiaty, and I. Purwandari, "Kondisi Sosial Ekonomi Petani Bawang Merah Di Desa Srikayangan, Kecamatan Sentolo, Kabupaten Kulon Progo," Oct. 2017. Accessed: Nov. 23, 2020. [Online]. Available: <http://36.82.106.238:8885/jurnal/index.php/JMI/article/view/473>.
- [9] C. Banton, "Economic Value Definition," 2020. <https://www.investopedia.com/terms/e/economic-value.asp> (accessed Nov. 24, 2020).
- [10] E. G. Apriyansyah, "BB-Pascapanen : Pasta Bawang Merah: Lebih Praktis dan Tahan Lama." <http://pascapanen.litbang.pertanian.go.id/actual.html?type=news&id=75> (accessed Nov. 24, 2020).

- [11] A. Sulleyman, "WhatsApp Business: New messenger app launches, letting companies chat to you," 2018. <https://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/whatsapp-business-app-download-android-google-play-iphone-features-a8167631.html> (accessed Nov. 24, 2020).
- [12] "Sistem Informasi LPPM," 2020. <https://silppm.uajy.ac.id/> (accessed Nov. 26, 2020).
- [13] "What is WhatsApp Business?," 2020. <https://faq.whatsapp.com/general/account-and-profile/what-is-whatsapp-business/?lang=en> (accessed Nov. 24, 2020).



Cinthia Nana Budianto, Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Anastasia Putri, prodi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Agnes Gracia Quita, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

PENULIS



Rionaldi Adytia, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Kevin Tongam Jeremy Pasaribu, Prodi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Christoper Devon Mahendri, Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Anita Septiana, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Maria Krishma Chandra Dewi, Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Anastasia Sumakul, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Angelique Fitryana Ghunarti Sahur, Prodi Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



