

SOP WA BUSINESS

UNTUK WEBSITE OVALTIN



1. Latar Belakang

WhatsApp Business merupakan salah satu platform komunikasi digital yang banyak dimanfaatkan pelaku UMKM untuk promosi dan pelayanan pelanggan karena mudah digunakan, gratis, dan dekat dengan kebiasaan komunikasi masyarakat Indonesia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp Business dapat berfungsi sebagai media pemasaran digital yang efektif bagi UMKM, karena menyediakan fitur pesan otomatis, label pelanggan, dan katalog produk yang membantu efisiensi komunikasi dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan (Hartono, 2024). Digitalisasi pemasaran melalui pemanfaatan aplikasi pesan seperti WhatsApp juga terbukti mampu membantu UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan visibilitas produk. Pelatihan dan pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business mendorong pelaku UMKM lebih terampil mengelola katalog, informasi produk, dan interaksi dengan konsumen sehingga aktivitas promosi menjadi lebih terarah dan terukur (Sutanto, 2022). Temuan serupa juga terlihat pada kegiatan pengabdian yang memberikan pelatihan WhatsApp Business kepada pelaku UMKM, di mana kemampuan pemasaran digital dan pemahaman fitur aplikasi meningkat secara signifikan setelah intervensi (Zulkarnain, 2023). Pemanfaatan katalog produk dan WhatsApp Business sebagai media pemasaran dapat mendukung transformasi digital UMKM dengan cara menyediakan informasi produk yang lebih rapi, mudah diakses, dan responsif terhadap kebutuhan konsumen (Laily, 2025). Dalam konteks UMKM Dapur Ovaltine, yang selama ini mengandalkan WhatsApp dan media sosial secara sederhana untuk promosi, belum adanya prosedur baku membuat pengelolaan pesan pelanggan, katalog produk, dan aktivitas promosi menjadi kurang optimal. Oleh karena itu, penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Optimalisasi WhatsApp Business menjadi penting agar proses promosi dan layanan pelanggan dapat berjalan lebih sistematis, konsisten, dan mendukung strategi promosi digital yang terintegrasi dengan website UMKM.

2. Tujuan

Penyusunan SOP ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menstandarkan proses penggunaan WhatsApp Business sebagai alat komunikasi dan promosi digital UMKM.

2. Meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan pelanggan melalui respon cepat, pengelolaan pesan terstruktur, dan penyajian informasi produk yang jelas.
3. Mendukung integrasi promosi digital antara WhatsApp Business dan website UMKM sehingga informasi produk lebih konsisten.
4. Menyediakan pedoman bagi pemilik UMKM dalam mengelola komunikasi, katalog, dan pemesanan secara profesional.

3. Ruang Lingkup

SOP ini mencakup prosedur penggunaan WhatsApp Business untuk kegiatan operasional UMKM Dapur Ovaltine, meliputi:

- Pengaturan profil WhatsApp Business
- Pengelolaan katalog produk
- Proses komunikasi dan layanan pelanggan
- Proses pencatatan data pembeli
- Proses penerimaan pesanan melalui WhatsApp
- Pengiriman broadcast atau pesan promosi

SOP ini berlaku bagi pemilik website ovaltin serta yang ditunjuk untuk membantu mengelola komunikasi dengan pelanggan.

4. Prosedur Operasional

4.1. Pengaturan Dasar WhatsApp Business

1. Pengisian Profil Bisnis

Pemilik UMKM wajib mengisi informasi profil secara lengkap, meliputi nama usaha, alamat, deskripsi singkat usaha, jam operasional, dan tautan ke website UMKM. Informasi yang lengkap akan memudahkan pelanggan dalam mengenali identitas usaha serta memahami layanan yang diberikan.

2. Penentuan Foto Profil Bisnis

Foto profil harus menampilkan logo UMKM atau produk utama yang menjadi ciri khas usaha. Foto yang jelas dan relevan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

3. Pengaturan Pesan Otomatis (Auto Reply)

WhatsApp Business menyediakan fitur *greeting message* dan *away message*.

- *Greeting Message* digunakan untuk menyambut pelanggan baru secara otomatis.
- *Away Message* digunakan untuk memberitahu pelanggan ketika admin sedang tidak aktif, sehingga pelanggan tetap merasa diperhatikan.

4.2 Pengelolaan Katalog Produk

Katalog produk berfungsi sebagai etalase digital yang memudahkan pelanggan melihat daftar produk yang dijual. Berikut prosedur pengelolaannya:

1. Penyusunan Deskripsi Produk

Setiap produk harus memiliki foto yang jelas, deskripsi singkat namun informatif, serta harga. Deskripsi harus menjelaskan kelebihan produk, berat/isi, bahan baku utama (stroberi), serta keunggulan unik dari UMKM Dapur Ovaltine.

2. Konsistensi Informasi dengan Website

Seluruh informasi pada katalog WhatsApp harus sesuai dengan informasi yang ditampilkan pada website. Hal ini bertujuan agar pelanggan tidak mendapatkan informasi yang berbeda pada kanal promosi yang berbeda.

3. Pembaruan Katalog

Pemilik UMKM wajib memperbarui katalog jika terdapat:

- Perubahan harga
- Perubahan stok
- Produk baru
- Produk yang dihentikan

4. Standarisasi Foto Produk

Foto produk harus diambil dengan latar belakang bersih, pencahayaan cukup, dan sudut pemotretan yang konsisten agar tampilan katalog terlihat profesional.

4.3 Layanan dan Respon Pesan Pelanggan

Layanan pelanggan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi pengalaman pelanggan serta tingkat kepercayaan terhadap UMKM. Prosedur layanan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. **Standar Waktu Respon**

Pesan yang masuk pada jam operasional harus dibalas maksimal 30 menit. Standar ini sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan menekan risiko kehilangan calon pembeli.

2. **Penggunaan Template Pesan**

Admin harus menggunakan template pesan untuk pertanyaan yang sering diajukan, seperti:

- Informasi harga
- Ketersediaan stok
- Jenis produk
- Cara pemesanan
- Ongkos kirim

Template mempersingkat waktu respon dan menjaga konsistensi informasi.

3. **Verifikasi Pesanan**

Ketika pelanggan ingin memesan, admin harus mengkonfirmasi kembali jenis produk, jumlah pesanan, lokasi pengiriman, serta pilihan pembayaran untuk menghindari kesalahan dalam pemrosesan.

4. **Komunikasi yang Ramah dan Profesional**

Admin wajib menjaga etika komunikasi seperti:

- Menggunakan bahasa yang sopan
- Menjawab dengan jelas
- Menghindari pesan singkat yang ambigu

4.4 **Pemrosesan Pesanan**

Setelah pelanggan mengkonfirmasi pembelian, admin mengikuti langkah berikut:

1. **Konfirmasi Total Biaya**

Admin menghitung total biaya produk dan biaya pengiriman berdasarkan lokasi pelanggan, lalu menyampaikan rincian tersebut secara jelas.

2. **Persiapan Produk**

Produk harus disiapkan sesuai pesanan dan dikemas dengan rapi. Jika diperlukan, admin dapat mengirimkan foto kemasan sebagai bentuk transparansi.

3. Pengiriman Produk

Admin bekerja sama dengan jasa kurir lokal atau pelanggan mengambil sendiri produk di lokasi UMKM.

4. Konfirmasi Pengiriman

Setelah barang dikirim, admin menyampaikan konfirmasi kepada pelanggan untuk memastikan pesanan dalam perjalanan atau telah diterima.

Prosedur yang teratur akan meningkatkan efisiensi dan mengurangi kesalahan dalam pemrosesan pesanan.

4.5 Pengelolaan Data Pelanggan

Data pelanggan sangat penting sebagai dasar penyusunan strategi promosi digital. Proses pencatatannya meliputi:

1. Pencatatan Identitas Pelanggan

Admin mencatat informasi:

- Nama
- Nomor WhatsApp
- Produk yang dibeli
- tanggal transaksi

2. Penyimpanan Data Terstruktur

Data dapat disimpan menggunakan buku catatan atau file Excel sederhana, penyimpanan digital lebih disarankan karena memudahkan analisis.

3. Penggunaan Data

Data pelanggan digunakan untuk:

- Mengirim broadcast promosi
- Menyusun daftar pelanggan loyal
- Melakukan penawaran produk baru

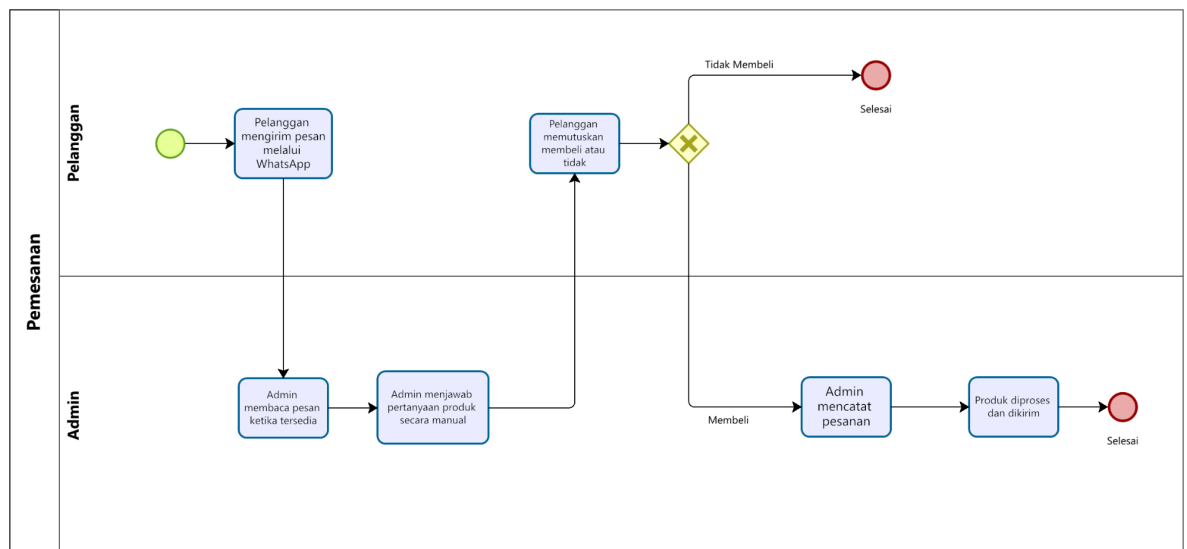
5. Analisis Proses Bisnis Optimalisasi WhatsApp Business

5.1. Proses Bisnis As-Is

Pada kondisi saat ini, proses komunikasi dan pemesanan produk melalui WhatsApp masih dilakukan secara manual dan belum terstandarisasi. Pelanggan

menghubungi UMKM melalui WhatsApp untuk menanyakan produk, namun tidak terdapat alur baku dalam penanganan pesan. Respon pesan sangat bergantung pada ketersediaan waktu pemilik UMKM, sehingga sering kali terjadi keterlambatan balasan. Katalog produk belum dikelola secara konsisten, sehingga pelanggan harus menanyakan detail produk satu per satu. Selain itu, data pelanggan dan riwayat transaksi tidak dicatat secara sistematis, sehingga UMKM kesulitan melakukan promosi lanjutan atau evaluasi penjualan.

1. Pelanggan mengirim pesan melalui WhatsApp
2. Admin membaca pesan ketika tersedia
3. Admin menjawab pertanyaan produk secara manual
4. Pelanggan memutuskan membeli atau tidak
5. Jika membeli, admin mencatat pesanan secara informal
6. Produk diproses dan dikirim
7. Tidak ada pencatatan data pelanggan secara sistematis



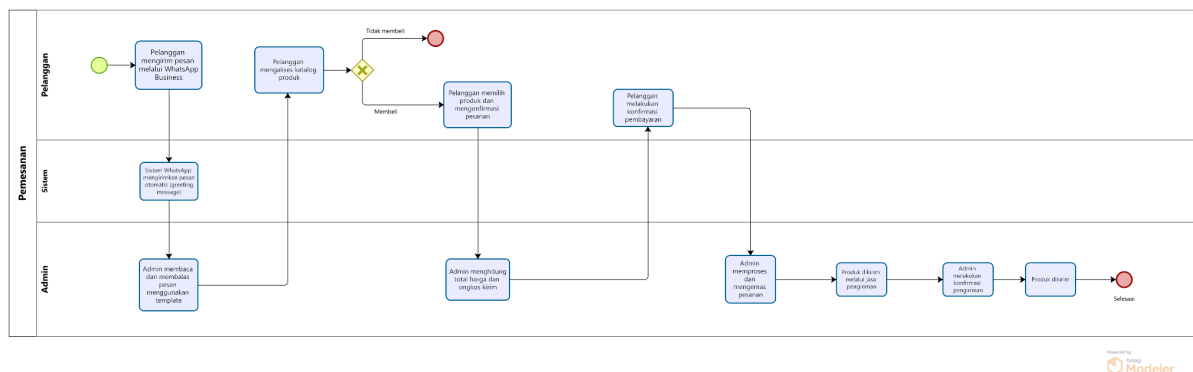
5.2 Proses Bisnis To-Be

Pada proses bisnis yang diusulkan, WhatsApp Business dimanfaatkan secara optimal melalui penerapan SOP. Sistem WhatsApp Business digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai media promosi dan pengelolaan

hubungan pelanggan. Proses bisnis telah dilengkapi dengan pesan otomatis, katalog produk yang terstandar, template balasan, serta pencatatan data pelanggan. Integrasi dengan website UMKM memungkinkan pelanggan memperoleh informasi produk yang lebih lengkap dan konsisten.

Alur Proses Bisnis To-Be

1. Pelanggan menghubungi UMKM melalui WhatsApp
2. Sistem WhatsApp mengirimkan pesan otomatis (greeting message)
3. Admin membaca dan membalas pesan menggunakan template
4. Pelanggan mengakses katalog produk
5. Pelanggan memilih produk dan mengkonfirmasi pesanan
6. Admin menghitung total harga dan ongkos kirim
7. Pelanggan melakukan konfirmasi pembayaran
8. Admin memproses dan mengemas pesanan
9. Produk dikirim melalui jasa pengiriman
10. Admin melakukan konfirmasi pengiriman
11. Data pelanggan dan transaksi dicatat
12. Data digunakan untuk promosi dan evaluasi



Aspek	Proses As-Is	Proses To-Be

Respon Pesan	Tidak konsisten	Terstandar (≤ 30 menit)
Informasi Produk	Manual dan terbatas	Katalog terstruktur
Pencatatan Data	Tidak ada	Dicatat dan dimanfaatkan
Integrasi Sistem	Tidak ada	Terintegrasi dengan website

6. Penutup

Dengan adanya SOP ini, UMKM Dapur Ovaltine diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan WhatsApp Business sebagai alat komunikasi dan promosi digital yang efisien. SOP ini memberikan pedoman agar proses pelayanan pelanggan, pengelolaan katalog, dan pemrosesan pesanan dapat berjalan lebih konsisten, cepat, dan profesional. Ke depannya, implementasi SOP ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas jangkauan promosi, dan mendukung perkembangan bisnis UMKM secara berkelanjutan.

Referensi

Hartono, R. (2024). *Pemanfaatan aplikasi WhatsApp Business sebagai media promosi untuk usaha kecil dan menengah*. Jurnal Administrasi Bisnis

Laily, N. (2025). *Pembuatan katalog produk dan WhatsApp Business media digital marketing bagi UMKM*. Dedikasimu: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Sutanto, Y. P. (2022). Digitalisasi pemasaran produk UMKM dengan pemanfaatan WhatsApp Business. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*

Zulkarnain, P. D. (2023). Sosialisasi penggunaan WhatsApp Business kepada pelaku UMKM sebagai media promosi dan komunikasi bisnis. *Jurnal Abdimas Kesejahteraan*.