JURNAL ABDIMAS INDONESIA Vol. 6, No. 2, 2026
E-ISSN 2797-2887
Copyright © 2026 The Author(s)

Pemberdayaan UMKM *Baby Spa* melalui Pendampingan Instagram Bisnis dan *Whatsapp* Bisnis pada *Baby Spa* dan *Moms Treatment* Bunda Eka

Edi Syaputra[1], Kushardanta Susilabudi[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti, Bogor, Indonesia

Penulis Korespondensi:
Edi Syaputra
tansiljampang@gmail.com

Abstrak:

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka yang berlokasi di Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia, yang bergerak di bidang layanan perawatan ibu dan bayi. Metode pengabdian dilakukan melalui pendekatan Project Based Learning dengan tahapan assessment awal, pendampingan pembuatan dan pemanfaatan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis, serta evaluasi hasil kegiatan. Pendampingan difokuskan pada pengaturan profil usaha, penyusunan informasi layanan, serta pemanfaatan fitur dasar untuk mendukung promosi dan pelayanan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra mulai memiliki media promosi digital yang lebih terstruktur, komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih mudah dan profesional, serta meningkatnya eksistensi usaha di media sosial. Selain itu, terjadi peningkatan jumlah pengikut (followers) secara signifikan pada akun Instagram Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka, yang menunjukkan meningkatnya visibilitas usaha di media digital.

Kata Kunci*: pemberdayaan UMKM; pendampingan; Instagram*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di bidang jasa kesehatan ibu dan bayi, seperti baby spa dan *mom treatment*, memiliki peran strategis dalam mendukung kesehatan keluarga sekaligus perekonomian lokal. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan ibu dan bayi, layanan baby spa menjadi salah satu bentuk pelayanan kebidanan komplementer yang semakin diminati. Namun demikian, banyak UMKM jasa kesehatan masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan pemasaran, khususnya dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka yang berlokasi di Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada potensi usaha yang cukup berkembang namun masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha. Melalui kegiatan pendampingan ini diharapkan UMKM mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan media digital secara optimal.

UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka merupakan salah satu usaha yang memiliki potensi layanan yang baik, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh pemasaran

digital yang terstruktur. Berdasarkan hasil observasi awal, permasalahan yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan pemanfaatan Instagram dan WhatsApp Bisnis, penyampaian informasi layanan yang belum optimal, serta komunikasi dengan pelanggan yang masih bersifat sederhana. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat pengenalan usaha (brand awareness) dan terbatasnya jangkauan pasar di tengah persaingan usaha jasa sejenis.

Berbagai penelitian dan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pendampingan menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kapasitas UMKM. Penelitian dan pengabdian yang dilakukan oleh Guslina et al., (2025) menegaskan bahwa pendampingan dan pelatihan branding serta pemasaran digital mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan daya saing UMKM secara signifikan, terutama dalam membangun identitas usaha dan menjangkau pasar yang lebih luas (Guslina et al., (2025); Dewi et al., (2024); Maryati, (2018). Temuan ini sejalan dengan kegiatan pengabdian di bidang baby spa yang menunjukkan bahwa pendampingan pemasaran dan kewirausahaan dapat mendorong peningkatan eksistensi usaha serta kemandirian pelaku usaha jasa Kesehatan (Novy et al., (2022); Fatmawati et al., (2025) Mardliyana et al., (2025). Selain itu, pemanfaatan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dinilai mampu meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan membangun kesan profesional pada UMKM jasa kesehatan (Mardliyana et al., (2025); Sutarmi, *et.al*., (2023) ; Guslina, *et. al*., 2025). Media sosial seperti Instagram juga terbukti efektif sebagai sarana promosi visual yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan baby spa dan *mom treatment*.

Berdasarkan kajian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya pemberdayaan UMKM. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberdayakan UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka melalui pendampingan pemanfaatan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha, sehingga dapat menjadi fondasi awal penguatan pemasaran dan keberlanjutan usaha di era digital.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan Project Based Learning, yaitu model pembelajaran berbasis proyek yang mengintegrasikan kegiatan akademik dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Melalui pendekatan ini mahasiswa terlibat secara langsung dalam proses identifikasi masalah, perancangan solusi, serta pendampingan implementasi digital marketing pada UMKM mitra.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan pada UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka dengan tujuan menyelesaikan permasalahan pemasaran digital dan komunikasi usaha. Metode yang digunakan bersifat partisipatif dan berorientasi pada pendampingan, dengan melibatkan mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Adapun metode pelaksanaan PkM meliputi:

a. Pendidikan Masyarakat

Metode pendidikan masyarakat dilakukan melalui penyuluhan dan diskusi untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya pemasaran digital bagi keberlanjutan UMKM jasa kesehatan. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan konsep dasar pemasaran digital, peran media sosial dalam membangun brand awareness, serta manfaat penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis sebagai media promosi dan komunikasi pelanggan. Kegiatan ini bertujuan menumbuhkan kesadaran mitra terhadap peluang dan tantangan pemasaran di era digital.

Copyright © 2025 The Author(s)

b. Difusi Ipteks

Difusi ipteks dilakukan melalui penerapan langsung teknologi digital berupa pembuatan dan pengaturan akun Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis pada UMKM mitra. Kegiatan ini menghasilkan luaran berupa akun media digital usaha yang siap digunakan, lengkap dengan profil usaha, informasi layanan, serta fitur dasar pendukung promosi dan pelayanan pelanggan. Difusi ipteks bertujuan mentransfer pengetahuan dan teknologi yang aplikatif sesuai dengan kebutuhan UMKM.

c. Pelatihan

Metode pelatihan dilaksanakan melalui demonstrasi dan praktik langsung penggunaan fitur Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Mitra dilatih untuk mengelola profil usaha, menyusun informasi layanan, mengunggah konten sederhana, serta memanfaatkan fitur komunikasi seperti pesan otomatis dan katalog layanan. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan praktis mitra dalam mengelola media digital secara mandiri.

d. Advokasi (Pendampingan)

Advokasi dilakukan dalam bentuk pendampingan berkelanjutan selama proses penerapan media digital. Tim pengabdi berperan sebagai pendamping yang memberikan arahan, solusi atas kendala yang dihadapi, serta evaluasi sederhana terhadap penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis. Pendampingan ini bertujuan memastikan mitra mampu menerapkan hasil pelatihan secara konsisten dan berkelanjutan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan Project Based Learning dalam pengabdian ini berfokus pada peningkatan kapasitas pemasaran digital UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka melalui pemanfaatan media sosial. Pendampingan dilakukan dengan mengoptimalkan penggunaan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis sebagai sarana promosi layanan serta komunikasi dengan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa strategi digital marketing mampu meningkatkan visibilitas usaha, memperluas jangkauan promosi, serta meningkatkan jumlah pengikut (followers) pada akun Instagram usaha secara signifikan.



Gambar 1. Pendampingan pemasaran digital UMKM bersama pemilik usaha

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka menghasilkan beberapa capaian yang dapat dilihat secara kuantitatif maupun kualitatif. Hasil pengabdian difokuskan pada peningkatan kapasitas mitra dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha.

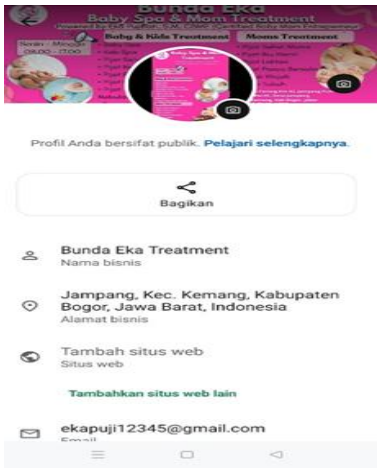
Secara kuantitatif, hasil pendampingan menunjukkan bahwa UMKM mitra telah memiliki akun Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis yang aktif dan terkelola. Selain itu,

hasil pendampingan juga menunjukkan adanya peningkatan jumlah pengikut (followers) pada akun Instagram Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka secara signifikan. Sebelum kegiatan pendampingan dilaksanakan, akun Instagram usaha memiliki jumlah pengikut yang relatif terbatas dan aktivitas promosi masih belum konsisten. Setelah dilakukan pendampingan dalam pembuatan konten dan pengelolaan akun secara lebih terarah, jumlah pengikut Instagram mengalami peningkatan yang cukup signifikan serta tingkat interaksi pelanggan melalui komentar, pesan langsung, dan penyimpanan konten juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara terencana mampu meningkatkan visibilitas usaha serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan.

Akun Instagram Bisnis telah dilengkapi dengan profil usaha, informasi layanan, serta konten awal yang menampilkan jenis layanan baby spa dan *mom treatment*. Sementara itu, WhatsApp Bisnis telah dimanfaatkan sebagai media komunikasi resmi dengan pelanggan, ditandai dengan tersedianya profil usaha, katalog layanan, dan pesan otomatis untuk merespons pelanggan. Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan kesiapan UMKM dalam memanfaatkan media digital secara fungsional dan terstruktur.



Gambar 2. Tampilan Instagram Bisnis UMKM Bunda Eka



Gambar 3. Tampilan WhatsApp Bisnis UMKM Bunda Eka

Copyright © 2025 The Author(s)



Gambar 4. Pembuatan Brosur Promosi

Secara kualitatif, pendampingan memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan sikap mitra terhadap pemasaran digital. Mitra menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya media sosial dalam membangun citra usaha dan menjangkau pelanggan. Selain itu, mitra mulai terbiasa menggunakan Instagram sebagai sarana promosi visual dan WhatsApp Bisnis sebagai media komunikasi yang lebih profesional. Komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih tertata, respons lebih cepat, serta informasi layanan dapat disampaikan dengan lebih jelas dan konsisten.

Pembahasan

Peningkatan jumlah pengikut Instagram menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital memiliki peran penting dalam meningkatkan brand awareness UMKM. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Guslina et al. (2025) yang menyatakan bahwa pendampingan pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan visibilitas usaha di media sosial.

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis merupakan langkah awal yang efektif dalam memberdayakan UMKM jasa kesehatan ibu dan bayi. Temuan ini sejalan dengan hasil pengabdian yang dilakukan oleh Guslina et al., (2025) yang menyatakan bahwa pendampingan dan pelatihan branding serta pemasaran digital mampu meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan daya saing UMKM secara signifikan. Pendampingan yang bersifat aplikatif dan sesuai kebutuhan mitra menjadi kunci keberhasilan dalam meningkatkan kapasitas UMKM.

Pemanfaatan Instagram sebagai media promosi visual juga mendukung temuan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa media sosial efektif digunakan untuk meningkatkan eksistensi dan daya tarik usaha jasa, khususnya yang berbasis layanan dan kepercayaan konsumen. Konten visual yang menampilkan layanan baby spa dan *momstreatment* membantu membangun persepsi profesional dan meningkatkan minat calon pelanggan.



Gambar 5. Dokumentasi bu Eka proses baby spa

Hal ini sejalan dengan pengabdian di bidang baby spa yang menunjukkan bahwa pemasaran digital berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM jasa kesehatan.

Selain itu, penggunaan WhatsApp Bisnis sebagai media komunikasi memberikan kontribusi positif terhadap kualitas pelayanan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan temuan (Mardliyana et al., 2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan WhatsApp Business mampu meningkatkan efisiensi komunikasi, profesionalisme layanan, serta kemudahan interaksi antara pelaku usaha dan pelanggan. Komunikasi yang lebih terstruktur dan responsif meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap UMKM.

Secara keseluruhan, hasil pengabdian ini memperkuat temuan penelitian dan pengabdian sebelumnya bahwa pendampingan digital yang sederhana namun terarah mampu menjadi strategi efektif dalam pemberdayaan UMKM. Pendampingan tidak hanya menghasilkan luaran berupa akun digital, tetapi juga membangun fondasi pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan mitra dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

Simpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka menunjukkan bahwa pendampingan pemanfaatan Instagram Bisnis dan WhatsApp Bisnis memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pemasaran digital mitra. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa UMKM mitra telah memiliki media promosi dan komunikasi digital yang lebih terstruktur, profesional, dan mudah diakses oleh pelanggan. Pendampingan tidak hanya menghasilkan luaran berupa akun digital yang aktif, tetapi juga meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola media sosial serta komunikasi pelanggan secara mandiri.

Temuan ini menegaskan bahwa pendampingan digital sederhana namun terarah dapat menjadi fondasi awal pemberdayaan UMKM jasa kesehatan ibu dan bayi dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital serta mendukung keberlanjutan usaha. Selain meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan, kegiatan pendampingan ini juga berdampak pada peningkatan jumlah pengikut pada akun Instagram usaha secara signifikan, yang menunjukkan meningkatnya visibilitas dan eksposur layanan Baby Spa dan Moms Treatment Bunda Eka di media digital.

Copyright © 2025 The Author(s)

Referensi

Dewi, R., Hartini, L., Yulyana, N., & Savitri, W. (2024). Peningkatan Potensi Wirausaha Melalui Pemberdayaan Masyarakat Sebagai Upaya Peningkatan Kesehatan Anak Melalui Pijat Bayi di Desa Sidoluhur. *Abdimas Galuh*, *6* (September), 1626–1634.

Fatmawati, Z., Sumini, G. T., Anjarsari, W., Suryani, L., & Retnowati, D. (2023). Membangun Jiwa Kewirausahaan Dalam Pelayanan Kebidanan Komplementer " Baby Spa " Di Griya Sehat Bunda Madiun. *Prosiding Seminar Nasional UNINUS*.

Guslina, I., Iqbal, I., Ariyani, F., Hendriana, A., Nurhayati, E., & Pratama, R. P. (2025). *Peningkatan Merek dan Daya Saing UMKM Melalui Lokakarya Pemberdayaan di Desa Sukasari*. *5*(4), 2583–2590.

Guslina, I., Pratama, R.P., Halimatusadiah, N. (2025). *View of Peran Inisiator Mengelola Sampah Melalui Budidaya Maggot Untuk Perubahan Sosial Dan Pemberdayaan Masyarakat Di Kelurahan Sukasari.pdf*.

Mardliyana, N. E., Syahrir, I., & Da, S. (2025). Penguatan kemandirian finansial kader kesehatan melalui kewirausahaan layanan kunjungan rumah (home care) baby spa. *Prosiding Seminar Nasional UNINUS*, *8*(204), 705–718. https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i3.24246

Maryati, S. (2018). Peningkatan motivasi wirausaha melalui pelatihan kewirausahaan bagi tenaga kesehatan. *Abdimas Pedagogi*, *2*(1), 51–56. http://dx.doi.org/10.17977/um050v2i1p51-56

Sutarmi, Warijan, Tavip Indrayana, M. H. N. S. (2023). *View of Penciptaan Wirausaha Baru Mom And Baby Care Bagi Mahasiswa Poltekkes Kemenkes Semarang.pdf*.

W, N. H., Romauli, S., & Niu, F. (2022). *Pelatihan Enterpreneurship Home Care Baby SPA and Treatment Pada Alumni Program Studi Diploma III Kebidanan Jayapura*. *4*(2017), 65–76.