p-ISSN: 2963-7856| e-ISSN: 2961-9890
Available online at jerkin.org/index.php/jerkin
Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
Volume 5 No. 2, Oktober - Desember 2026, pp 5632-5639

Otomatisasi Pelayanan dan Pemesanan Online melalui Asisten WhatsApp pada UMKM Roti Ceu Sofie

Indriany Herliana Wijayanti[1*], Amelia Hamzani[2], Anisa Humaira[3], Ali Jamaludin[4]

[1-4]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam DR KHEZ Muttaqien, Jl. Baru, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat
E-mail: indrianyherliana@gmail.com
*Corresponding Author

https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i2.8362

ARTICLE INFO

Article history:
Received: 30 Okt 2026
Revised: 10 Nov 2026
Accepted: 24 Nov 2026

Kata Kunci:
Otomatisasi pelayanan, Asisten WhatsApp, Pemesanan online, UMKM, Roti Ceu Sofie

Keywords:
Service Automation, WhatsApp Assistant, Online Ordering, MSME, Roti Ceu Sofie

ABSTRACT

Kegiatan Kuliah Praktik Bermasyarakat/Praktik Kerja Lapangan (KPB/PKL) pada UMKM Roti Ceu Sofie dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan dan potensi usaha. Berdasarkan hasil observasi dan analisis Urgency, Seriousness, and Growth (USG), pelayanan pemasaran melalui chat menjadi permasalahan yang perlu ditangani karena respons masih dilakukan secara manual. Solusi yang diterapkan berupa Asisten WhatsApp berbasis aturan (rule-based) menggunakan AutoResponder for WhatsApp dan WhatsApp Business. Sistem menggunakan kata kunci, nomor, dan tanda baca tertentu untuk memberikan respons awal terkait produk, harga, ketersediaan, dan pemesanan. Hasil penerapan menunjukkan bahwa sistem dapat memberikan respons otomatis sesuai aturan yang dibuat dan membantu membuat komunikasi dengan konsumen lebih terarah, sedangkan pelayanan dan pemesanan selanjutnya tetap dilakukan oleh owner atau karyawan. Pada uji coba terbatas, waktu respons awal menjadi kurang dari 1 menit dibandingkan 10–20 menit pada pelayanan manual

The Community Service Learning/Field Work Practice (KPB/PKL) at the Ceu Sofie Bread MSME was conducted to identify the business's problems and potential. Based on the observation results and the Urgency, Seriousness, and Growth (USG) analysis, customer service through chat was identified as a problem that needed to be addressed, as responses were still handled manually. The proposed solution was a rule-based WhatsApp assistant implemented using AutoResponder for WhatsApp and WhatsApp Business. The system uses specific keywords, numbers, and punctuation marks to provide initial responses regarding products, prices, availability, and ordering procedures. The implementation results showed that the system could automatically respond according to the predefined rules and help make communication with customers more organized and structured. However, further customer service and order processing continued to be handled by the owner or employees. In a limited trial, the initial response time was under 1 minute compared with 10–20 minutes for manual service

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

How to Cite: Indriany Herliana Wijayanti, et al. (2026), Otomatisasi Pelayanan dan Pemesanan Online melalui Asisten WhatsApp pada UMKM Roti Ceu Sofie. 5(2) 5560-5568. https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i2.8362

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dalam perekonomian karena keberadaannya berperan dalam kegiatan produksi, penyediaan barang dan jasa, serta membuka kesempatan kerja bagi masyarakat. Menurut Suhendi, (2024), UMKM memiliki peran dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Dalam perkembangannya, keberlangsungan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola berbagai kegiatan usaha sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Roti Ceu Sofie merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam produksi dan penjualan berbagai jenis roti dan makanan olahan yang berlokasi di Jl. Kolonel Rahmat, Tegal, junti, Kec. Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41114. Dalam kegiatan produksinya, Roti Ceu Sofie melalui beberapa tahapan, mulai dari pengolahan bahan baku menjadi adonan, pembagian adonan sesuai jenis produk, proses pengembangan, pemanggangan, pemberian topping, pendinginan, hingga pengemasan. Produk yang dihasilkan antara lain Floss Roll, Bolen, Brownies, dan berbagai produk lainnya. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa proses usaha tidak hanya berhenti pada menghasilkan produk, tetapi juga perlu didukung dengan pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari proses interaksi antara usaha dan konsumen. Kotler (2020:83, dalam Kinter & Sherman, 2023) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan. Dalam kegiatan penjualan, pelayanan dapat diberikan secara langsung maupun melalui media digital. Ketika pemesanan dilakukan melalui media digital, kemampuan usaha dalam memberikan informasi dan merespons pesan konsumen menjadi bagian penting dalam proses pelayanan.

Berdasarkan hasil pengamatan pada Roti Ceu Sofie, pemesanan dan komunikasi dengan konsumen telah dilakukan melalui WhatsApp. Namun, pelayanan melalui chat masih dilakukan secara langsung sehingga respons terhadap pertanyaan maupun pesanan konsumen bergantung pada pihak yang melayani. Ketika terdapat beberapa pesan yang masuk dalam waktu yang bersamaan, kondisi tersebut dapat membuat respons kepada konsumen menjadi kurang cepat dan kurang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan dan pemesanan online masih dapat dikembangkan agar proses komunikasi dengan konsumen menjadi lebih teratur.

Permasalahan tersebut juga berkaitan dengan upaya usaha dalam membangun hubungan dengan konsumen. Akbar et al., (2021) menjelaskan bahwa Customer Relationship Management (CRM) merupakan pendekatan yang mengintegrasikan proses, manusia, dan teknologi untuk memperoleh, mempertahankan, serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Otomatisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi, mesin, atau sistem untuk membantu menjalankan tugas tertentu dengan sedikit intervensi manusia. Penerapan otomatisasi bertujuan untuk membantu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan ketepatan dalam suatu proses pekerjaan (Islam F, 2025). Dalam kegiatan pelayanan, otomatisasi dapat digunakan untuk membantu menjalankan tugas yang dilakukan secara berulang sehingga proses pelayanan dapat menjadi lebih teratur. Dalam konteks Roti Ceu Sofie, respons yang cepat dan terstruktur terhadap pesan konsumen merupakan bagian dari upaya menjaga hubungan dengan pelanggan, sehingga pemanfaatan teknologi dapat membantu komunikasi menjadi lebih teratur.

Otomatisasi merupakan proses pemanfaatan teknologi, mesin, atau sistem untuk membantu menjalankan tugas tertentu dengan sedikit intervensi manusia. Penerapan otomatisasi bertujuan untuk membantu meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan ketepatan dalam suatu proses pekerjaan (Islam, 2025). Dalam kegiatan pelayanan, otomatisasi dapat digunakan untuk membantu menjalankan tugas yang dilakukan secara berulang sehingga proses pelayanan dapat menjadi lebih teratur.

Upaya tersebut berkaitan dengan konsep optimalisasi. Syarif et al., (2022) menjelaskan bahwa optimalisasi merupakan usaha untuk memaksimalkan kegiatan guna mencapai hasil yang diharapkan. Dalam konteks Roti Ceu Sofie, optimalisasi pelayanan dilakukan dengan memanfaatkan teknologi untuk membantu membuat proses komunikasi dan pemesanan online menjadi lebih efektif dan terstruktur.

Pada UMKM Roti Ceu Sofie, otomatisasi diterapkan pada proses pelayanan dan pemesanan melalui WhatsApp. Sistem yang digunakan diatur berdasarkan kata kunci, nomor, dan tanda baca tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Dengan demikian, sistem dapat memberikan respons awal secara otomatis ketika pesan konsumen sesuai dengan aturan yang telah dibuat. Penerapan ini berfungsi sebagai alat bantu pelayanan dan tidak menggantikan peran karyawan dalam memberikan pelayanan dan memproses pesanan.

Melalui pelaksanaan Kuliah Praktik Bermasyarakat (KPB/PKL), mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan untuk membantu memberikan solusi terhadap

permasalahan yang ditemukan pada Roti Ceu Sofie. Salah satu upaya yang dilakukan adalah mengembangkan sistem pelayanan berbasis Asisten WhatsApp sebagai bentuk otomatisasi layanan online. Sistem tersebut disusun secara manual dengan menyesuaikan kata kunci, nomor, dan tanda baca yang digunakan dalam pola pemesanan Roti Ceu Sofie agar dapat mengenali pesan dan memberikan respons awal yang sesuai. Penerapan sistem ini diharapkan dapat membantu meningkatkan keteraturan pelayanan, mempermudah penyampaian informasi kepada konsumen, serta mendukung proses pemesanan online melalui pemanfaatan teknologi digital.

Tujuan kegiatan ini adalah mengidentifikasi permasalahan dan potensi UMKM Roti Ceu Sofie serta menerapkan Asisten WhatsApp berbasis aturan untuk membantu respons awal pada pelayanan dan pemesanan online

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan KPB/PKL pada UMKM Roti Ceu Sofie meliputi observasi, konsultasi, dan analisis USG (Urgency, Seriousness, Growth). Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk memperoleh informasi mengenai kondisi dan kegiatan yang dijalankan oleh Roti Ceu Sofie. Pengamatan mencakup kegiatan pemasaran, operasional, keuangan, sumber daya manusia, pelayanan konsumen, serta proses pemesanan melalui WhatsApp. Hasil observasi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang terdapat pada UMKM dan menjadi dasar dalam menentukan program yang akan dilaksanakan.

Setelah permasalahan teridentifikasi, dilakukan konsultasi dengan dosen pembimbing dan pimpinan UMKM Roti Ceu Sofie untuk membahas hasil pengamatan dan menentukan permasalahan yang perlu mendapatkan perhatian. Analisis Urgency, Seriousness, Growth (USG) adalah sebuah metode penilaian untuk menentukan urutan prioritas isu yang harus diselesaikan. Pada tahap ini, setiap masalah dinilai berdasarkan tingkat bahayanya dan dampaknya. Jika sudah diketahui total skor, maka masalah yang paling penting dapat ditentukan. Skoring pada metode USG dilakukan dengan cara membuat daftar masalah utama, lalu membuat tabel matriks prioritas masalah menggunakan skala bobot 1 sampai 5. Nilai yang paling tinggi menunjukkan masalah yang memiliki prioritas tertinggi Shekina & Tranggono, (2024). Setelah beberapa permasalahan berhasil di identifikasi, langkah selanjutnya adalah menentukan permasalahan yang perlu mendapatkan prioritas melalui metode USG (Urgency, Seriousness, Growth). Metode ini digunakan untuk memberikan penilaian terhadap permasalahan berdasarkan tingkat urgensi, tingkat keseriusan dampak, dan kemungkinan masalah tersebut berkembang apabila tidak segera ditangani.

1. Aspek Urgency (tingkat urgensi)
   Digunakan untuk melihat seberapa cepat suatu permasalahan perlu mendapatkan perhatian. Dalam hal ini, permasalahan pada respons pemesanan online perlu diperhatikan karena berhubungan langsung dengan proses pelayanan konsumen.
2. Aspek Seriousness (tingkat keseriusan)
   Digunakan untuk melihat seberapa besar dampak yang ditimbulkan apabila permasalahan tersebut tidak segera diperbaiki. Respons pemesanan yang lambat dapat memengaruhi kepastian konsumen dalam melakukan transaksi ini dapat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan konsumen.
3. Aspek Growth (potensi perkembangan masalah)
   Digunakan untuk melihat kemungkinan suatu permasalahan menjadi lebih besar apabila tidak ditangani. Seiring dengan meningkatnya jumlah pemesanan dan konsumen, kebutuhan terhadap sistem pelayanan yang cepat dan teratur juga dapat meningkat. Apabila sistem yang digunakan tidak dikembangkan sesuai kebutuhan tersebut, pemasalahan pelayanan berpotensi semakin sering terjadi.

Penilaian USG dilakukan melalui diskusi bersama yang melibatkan 3 orang mahasiswa dan 1 orang owner Roti Ceu Sofie. Keempat pihak tersebut membahas kondisi dan dampak dari setiap permasalahan yang ditemukan, kemudian menentukan skor yang dianggap sesuai dengan kondisi usaha. Dengan cara tersebut, skor yang tercantum pada tabel merupakan hasil kesepakatan bersama.

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

Penilaian menggunakan skala 1 sampai 5. Pada aspek Urgency (U), skor menunjukkan seberapa cepat suatu permasalahan perlu mendapatkan perhatian, yaitu 1 = sangat tidak urgent, 2 = tidak urgent, 3 = cukup urgent, 4 = urgent, dan 5 = sangat urgent.

Pada aspek Seriousness (S), skor menunjukkan tingkat keseriusan atau dampak yang ditimbulkan apabila permasalahan tidak segera ditangani, yaitu 1 = sangat tidak serius, 2 = tidak serius, 3 = cukup serius, 4 = serius, dan 5 = sangat serius.

Pada aspek Growth (G), skor menunjukkan kemungkinan suatu permasalahan berkembang menjadi lebih besar apabila tidak segera ditangani, yaitu 1 = sangat tidak berkembang, 2 = tidak berkembang, 3 = cukup berkembang, 4 = berkembang, dan 5 = sangat berkembang.

Setelah setiap permasalahan dibahas, skor pada aspek Urgency, Seriousness, dan Growth dijumlahkan untuk memperoleh nilai akhir. Permasalahan dengan total skor tertinggi ditetapkan sebagai permasalahan yang menjadi prioritas untuk ditangani. Hasil penilaian tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan program kerja yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UMKM Roti Ceu Sofie.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi pada UMKM Roti Ceu Sofie, secara umum kegiatan usaha telah berjalan dengan baik pada aspek legalitas, pemasaran, operasional, keuangan, dan sumber daya manusia. UMKM Roti Ceu Sofie telah memiliki NIB dan sertifikasi halal serta telah memanfaatkan media digital dalam kegiatan pemasaran dan pemesanan. Namun, masih ditemukan beberapa permasalahan, salah satunya adalah pelayanan pemasaran melalui chat yang belum optimal. Berdasarkan analisis menggunakan metode Urgency, Seriousness, and Growth (USG), permasalahan pelayanan pemasaran melalui chat memperoleh nilai total 13 dan menjadi salah satu permasalahan yang diprioritaskan. Permasalahan tersebut berkaitan dengan kebutuhan untuk memberikan respons kepada konsumen secara cepat dan terstruktur, terutama ketika karyawan sedang melakukan proses produksi maupun melayani konsumen secara langsung.

Tabel 1. Isu USG Permasalahan

No	Isu Penting Masalah	Kategori	U	S	G	Total
1	Kemasan makanan kurang menarik dan belum memiliki desain yang optimal	PEMASARAN	2	3	2	7
2	Pelayanan pemasaran melalui chat belum optimal		4	4	5	13
3	Layout tempat usaha kurang tertata	OPERASIONAL	2	3	3	8
4	Sistem antrian belum tertata dengan baik		3	4	4	11
5	Owner masih terlibat langsung dalam proses produksi sehingga pembagian tugas dengan karyawan belum optimal	SDM	1	2	2	5

Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menentukan program yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan UMKM. Permasalahan pelayanan dan pemesanan online melalui WhatsApp menjadi salah satu perhatian karena proses respons kepada konsumen masih dilakukan secara langsung. Berdasarkan hasil tersebut, program yang dilakukan adalah pengembangan sistem pelayanan berbasis Asisten WhatsApp untuk membantu memberikan respons awal terhadap pertanyaan dan pemesanan konsumen. Berikut adalah tahapan pengembangan Asisten WhatsApp:

1. Perancangan

   Tahap perancangan dilakukan dengan menentukan informasi dan kebutuhan pelayanan yang akan diberikan melalui Asisten WhatsApp. Informasi yang disiapkan meliputi produk, harga, ketersediaan produk, serta format pemesanan. Pada tahap ini juga ditentukan kata kunci, nomor, dan tanda baca yang akan digunakan sebagai pemicu respons sesuai dengan pola pemesanan yang diterapkan oleh Roti Ceu Sofie.

2. Konfigurasi

   Tahap konfigurasi dilakukan menggunakan AutoResponder for WhatsApp sebagai aplikasi utama dan WhatsApp Business sebagai aplikasi pendukung. Pengaturan dilakukan secara manual dengan memasukkan kata kunci, nomor, tanda baca, serta balasan yang telah disesuaikan dengan

kebutuhan pelayanan Roti Ceu Sofie. Setiap pemicu pesan kemudian dihubungkan dengan balasan tertentu agar sistem dapat memberikan respons sesuai dengan pesan yang dikirimkan konsumen.

3. Uji Coba

   Setelah konfigurasi selesai, sistem diuji dengan mengirimkan pesan sesuai dengan format yang telah ditentukan. Uji coba dilakukan untuk melihat apakah sistem dapat mengenali pesan dan memberikan balasan yang sesuai. Pesan yang tidak mengikuti format juga diuji untuk mengetahui respons sistem terhadap kesalahan penulisan. Apabila terdapat respons yang belum sesuai, dilakukan penyesuaian kembali pada pengaturan kata kunci, nomor, tanda baca, atau balasan yang digunakan.

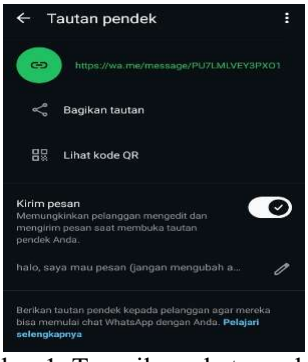
4. Penerapan

   Setelah sistem dapat memberikan respons sesuai dengan pengaturan yang dibuat, Asisten WhatsApp diterapkan sebagai alat bantu pelayanan awal pada proses pemesanan online Roti Ceu Sofie. Konsumen diarahkan untuk mengikuti format pesan yang telah ditentukan agar sistem dapat mengenali pesan dengan baik. Asisten WhatsApp tidak menggantikan pelayanan owner atau karyawan, tetapi membantu memberikan respons awal dan mengarahkan informasi pesanan sebelum diproses lebih lanjut oleh pihak UMKM.

Berdasarkan tahapan pengembangan pada bagian Metode, Asisten WhatsApp digunakan sebagai pendukung pelayanan untuk memberikan informasi awal secara otomatis mengenai produk, harga, ketersediaan produk, dan tata cara pemesanan. Pengembangan Asisten WhatsApp dilakukan dengan menyesuaikan sistem terhadap pola pemesanan yang digunakan oleh Roti Ceu Sofie. Pengaturan dilakukan secara manual melalui kata kunci, nomor, dan tanda baca tertentu agar sistem dapat mengenali pesan yang dikirimkan konsumen dan memberikan respons yang sesuai. Dengan penerapan tersebut, Asisten WhatsApp digunakan sebagai pendukung pelayanan untuk membantu memberikan informasi awal mengenai produk, harga, ketersediaan, dan tata cara pemesanan. Sistem ini dirancang untuk memberikan respons awal secara otomatis terhadap pesan konsumen, seperti informasi produk, harga, ketersediaan produk, serta tata cara pemesanan.

Dalam penerapannya, Asisten WhatsApp menggunakan WhatsApp Business sebagai media komunikasi dengan konsumen. WhatsApp Business telah menyediakan beberapa fitur yang dapat membantu pelayanan, seperti pesan sambutan, pesan di luar jam kerja, balasan cepat, dan katalog produk. Namun, kebutuhan Roti Ceu Sofie tidak hanya berupa pemberian informasi secara umum, tetapi juga membutuhkan respons berdasarkan pola pesan yang telah ditentukan dalam proses pemesanan. Oleh karena itu, Asisten WhatsApp menggunakan aplikasi Auto Responder for WhatsApp untuk mendukung pemberian respons otomatis sesuai dengan kebutuhan pelayanan dan pola pemesanan Roti Ceu Sofie. Sistem yang digunakan berbasis aturan (rule-based) bekerja dengan mencocokkan pesan dengan aturan yang telah ditentukan sehingga respons yang diberikan sesuai dengan pilihan atau kebutuhan pemesanan.

Pada tahap uji coba, pesan dikirim dengan mengikuti format yang telah ditentukan. Ketika pesan sesuai dengan aturan yang dibuat, sistem dapat memberikan respons otomatis sesuai dengan informasi yang telah dikonfigurasi. Konsumen kemudian diarahkan untuk memilih pilihan yang tersedia atau mengikuti format pemesanan yang telah ditentukan. Penggunaan format tersebut membantu mengurangi variasi pesan yang masuk sehingga sistem lebih mudah mengenali pesan dan memberikan respons yang sesuai. Hasil uji coba juga menunjukkan bahwa sistem masih memiliki keterbatasan dalam mengenali pesan yang tidak sesuai dengan format.



Gambar 1. Tampilan whatsapp bisnis

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

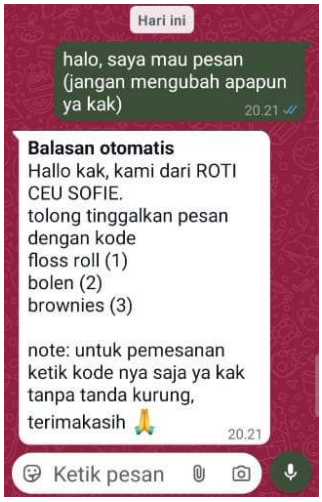
WhatsApp Business digunakan sebagai media komunikasi antara Roti Ceu Sofie dan konsumen dalam proses pemesanan. Melalui media ini, konsumen dapat menghubungi pihak UMKM untuk memperoleh informasi produk maupun menyampaikan kebutuhan pemesanannya. Penggunaan WhatsApp sebagai sarana komunikasi menjadi dasar penerapan Asisten WhatsApp untuk mendukung pelayanan pemesanan secara online. Gambar 1 menampilkan tautan pendek (short link) WhatsApp Business yang memuat pesan awal terisi otomatis untuk memulai pemesanan.



Gambar 2. Pengaturan Asisten WhatsApp

Gambar 2 menunjukkan pengaturan balasan otomatis melalui aplikasi AutoResponder for WhatsApp. Pada tahap ini, sejumlah aturan respons disusun berdasarkan pilihan produk yang tersedia, seperti floss roll, bolen, dan brownies. Setiap pilihan dihubungkan dengan balasan tertentu agar konsumen memperoleh arahan yang lebih jelas dalam menentukan produk yang akan dipesan.

Apabila pesan yang dikirimkan telah sesuai dengan format yang ditentukan, sistem akan mengenali perintah tersebut dan memberikan informasi atau layanan yang sesuai. Sebaliknya, apabila pesan yang dikirimkan tidak sesuai dengan format atau ketentuan yang telah ditetapkan, sistem dapat memberikan pesan pemberitahuan kepada konsumen agar melakukan pengiriman pesan kembali dengan format yang benar. Hal tersebut bertujuan untuk meminimalkan kesalahan dalam proses komunikasi antara konsumen dengan sistem.



Gambar 3. Respons Asisten WhatsApp

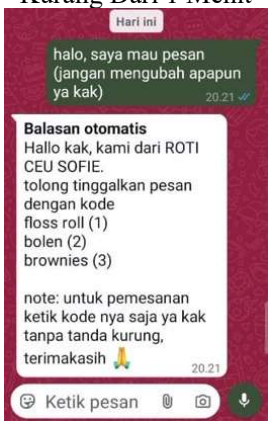
Gambar 3 memperlihatkan balasan otomatis yang diterima konsumen setelah mengirim pesan awal, berupa pilihan produk berkode (floss roll, bolen, dan brownies). Asisten WhatsApp ini lebih difokuskan sebagai media pelayanan pada tahap awal pemesanan, khususnya untuk membantu merangkum informasi pesanan yang disampaikan oleh konsumen. Sistem dapat membantu mengarahkan

konsumen dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan format pemesanan yang diinginkan oleh owner. Dengan demikian, Asisten WhatsApp tidak sepenuhnya menggantikan pelayanan secara manual, tetapi berfungsi sebagai alat bantu untuk mempercepat respons awal dan membuat informasi pesanan menjadi lebih terstruktur sebelum diteruskan kepada owner atau karyawan untuk diproses lebih lanjut.

Meskipun demikian, penerapan Asisten WhatsApp masih memiliki beberapa keterbatasan. Sistem bergantung pada aturan yang dibuat secara manual, sehingga respons otomatis hanya dapat diberikan apabila pesan konsumen sesuai dengan kata kunci, nomor, atau tanda baca yang telah ditentukan. Konsumen juga perlu mengikuti format pesan agar sistem dapat memberikan respons yang sesuai. Oleh karena itu, pengaturan sistem perlu diperiksa dan disesuaikan secara berkala berdasarkan pola pesan yang diterima dari konsumen.

Selain itu, AutoResponder merupakan aplikasi pihak ketiga yang digunakan untuk mendukung otomatisasi respons pada WhatsApp. Penggunaannya perlu memperhatikan izin akses aplikasi serta aspek privasi dan kebijakan penggunaan layanan yang berlaku. Untuk mengetahui kemampuan Asisten WhatsApp dalam memberikan respons awal kepada konsumen, dilakukan uji coba dengan membandingkan waktu respons sebelum dan sesudah penerapan sistem. Pengujian dilakukan dalam nomor yang sama agar dapat dilihat perbedaan waktu respons. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Perbandingan Pelayanan Manual dan Asisten Whatsapp

Indikator	Sebelum (Manual)	Sesudah (Asisten Whatsapp)
Metode Respons	Manual	Otomatis
Durasi Respons	10 – 20 Menit	Kurang Dari 1 Menit
Bukti (Tangkapan Layar)		
Kesesuaian Isi Balasan	Sesuai	Sesuai

Perbedaan waktu respons pada Tabel 2 terjadi karena karyawan yang bertanggung jawab sebagai kasir juga melayani pelanggan yang datang langsung ke toko. Ketika jumlah pelanggan meningkat, karyawan perlu memprioritaskan transaksi dan pelayanan secara langsung sehingga pesan yang masuk melalui WhatsApp tidak selalu dapat segera dibalas. Kondisi ini berkaitan dengan masalah sistem antrean dan pembagian tugas pada Tabel 1. Asisten WhatsApp membantu mengurangi dampaknya terhadap respons chat, tetapi belum menyelesaikan akar masalah beban kerja karyawan. Hasil tersebut berasal dari uji coba terbatas sehingga perlu dilengkapi dengan pengujian pada lebih banyak pesan.

Kemudian setelah penerapan USG pada permasalahan, dilakukan juga USG potensi untuk mengetahui tingkatan peluang pada UMKM Roti Ceu Sofie dengan hasil pengamatan dan menentukan potensi yang perlu mendapatkan perhatian.

Tabel 3. Isu USG Potensi

No	Isu Penting Potensi	Kategori	U	S	G	Total
1	Membuka cabang baru diluar daerah		3	2	3	8
2	Menjadi pemasok produk roti ke minimarket, toko, kafe, hotel, dan restoran.	PEMASARAN	3	2	4	9
3	Menjadi oleh-oleh khas daerah		3	3	4	10

Copyright © 2026, Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan
ISSN 2963-7856 (print), ISSN 2961-9890 (online)

4	Menjangkau pasar luar daerah		4	4	4	12

Selain mengidentifikasi permasalahan, kegiatan KPB/PKL juga mengidentifikasi beberapa potensi yang dapat dikembangkan oleh Roti Ceu Sofie. Hasil penilaian menunjukkan bahwa potensi menjangkau pasar luar daerah memperoleh skor tertinggi, yaitu 12. Potensi tersebut menunjukkan bahwa Roti Ceu Sofie masih memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran di luar daerah. Pengembangan dapat dilakukan melalui promosi yang lebih luas dan pemanfaatan media digital untuk memperkenalkan produk kepada konsumen di luar Kabupaten Purwakarta.

Namun, dalam kegiatan KPB/PKL ini, potensi tersebut belum menjadi program yang dilaksanakan secara khusus. Hasil identifikasi potensi digunakan sebagai gambaran peluang pengembangan usaha yang dapat dipertimbangkan oleh pihak UMKM untuk pengembangan selanjutnya. Program yang dilaksanakan dalam kegiatan KPB/PKL difokuskan pada permasalahan pelayanan dan pemesanan online melalui WhatsApp. Oleh karena itu, Asisten WhatsApp menjadi program utama yang diterapkan, sedangkan pengembangan pasar luar daerah masih menjadi salah satu peluang yang dapat dikembangkan oleh Roti Ceu Sofie ke depannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilaksanakan pada UMKM Roti Ceu Sofie, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Telah dilakukan analisis dan identifikasi terhadap permasalahan dan potensi yang terdapat pada UMKM Roti Ceu Sofie, meliputi aspek pelayanan, pemesanan melalui WhatsApp, operasional, pemasaran, serta pengelolaan usaha secara umum: 1) Berdasarkan analisis USG, masalah utama UMKM Roti Ceu Sofie adalah respons pelayanan dan pemesanan melalui WhatsApp yang masih lambat karena dilakukan secara manual. Masalah ini dibantu diatasi dengan Asisten WhatsApp berbasis aturan (*rule-based*) yang memberikan respons awal secara otomatis. Pada uji coba terbatas, waktu respons awal menjadi kurang dari 1 menit dibandingkan 10–20 menit pada pelayanan manual. Sistem ini hanya mengenali pesan yang sesuai format sehingga memerlukan penyesuaian berkala, sedangkan konfirmasi dan pemrosesan pesanan tetap dilakukan oleh owner atau karyawan. 2) Potensi utama yang teridentifikasi adalah menjangkau pasar luar daerah. Potensi ini belum dilaksanakan sebagai program dan dapat dikembangkan pada kegiatan selanjutnya, sedangkan pengujian respons perlu dilengkapi dengan jumlah pesan yang lebih banyak.

UCAPAN TERIMAKASIH

Program pengabdian pada masyarakat yang dilakukan ini tidak akan berhasil tanpa adanya peran besar dari seluruh sivitas akademika FEB Universitas Islam Dr. KHEZ Muttaqien beserta jajarannya. Panitia Kuliah Praktik Bermasyarakat dan Praktik Kerja Lapangan dan tentu saja pemilik dan pengelola UMKM Kuliner di Purwakarta khususnya UMKM Roti Ceu Sofie.

REFERENSI

Akbar et al. (2021). Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management). Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.

Islam, F. (2025). Kesejahteraan Karyawan di Era Otomatisasi: Tantangan, Transformasi, dan Solusi. Intelektual Manifes Media.

Kinter, M., & Sherman, N. E. (2023). Manajemen Pemasaran, 2–4.

Shekina, F. F., & Tranggono. (2024). Analisis Urgency, Seriousness, Growth (USG) untuk minimalisasi jam berhenti giling pada stasiun gilingan di PT. PG XYZ. Jupiter: Publikasi Ilmu Keteknikan Industri, Teknik Elektro dan Informatika, 2(1), 91–102.

Suhendi. (2024). Manajemen UMKM. Definisi dan Karakteristik UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), 5–9.

Syarif, Birgantoro, B. A., Hermawan, A., Gani, M. A., Sugiyanto, S., & Maddinsyah, A. (2022). Optimalisasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Makanan Dengan Pemanfaatan Whatsapp. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 2(1), 54–66.