

## **PENGGUNAAN HP SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BAGI UMKM DI RW 08 KEL NGESREP KECAMATAN BANYUMANIK**

**Tristiana Rijanti<sup>1</sup>, Ida Nurhayati<sup>2</sup>, Mohammad Fauzan<sup>3</sup>, Siska Dwi Safitri<sup>4</sup>,  
Aurelia Zahra Wicaksono Putri<sup>5</sup>**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang,  
Jl. Kendeng V Bendan Ngisor Semarang, Indonesia

\*<sup>1</sup>tristianar@edu.unisbank.ac.id,<sup>2</sup>ida.nurhayati@edu.unisbank.ac.id,

<sup>3</sup>fauzan@edu.unisbank.ac.id, <sup>4</sup>siskadwisafitri496@gmail.com, <sup>5</sup>aureliazahra599@gmail.com

### **Abstrak**

RW 08 Kelurahan Ngesrep Kecamatan Banyumanik terdiri dari 7 RT dengan 297 KK. Profesi warga beragam. Ada yang ASN, Swasta dan agak banyak ibu rumah tangga yang berprofesi sebagai ART. Beberapa Ibu Rumah tangga juga berprofesi sebagai pengusaha kecil yang omset bulanan masih sangat kecil yaitu antara satu juta sampai dengan 3 juta rupiah. Pengabdian Masyarakat setahun yang lalu, telah membekali ibu-ibu dengan kemampuan membuat produk olahan dari bahan baku jamur. Salah satu kendala yang dihadapi mereka adalah masalah Pemasaran. Terdapat berbagai macam strategi pemasaran. Salah satunya yang dikenal dengan 4 P yaitu Product, Price, Promotion dan Place. Salah satu media promosi yang familiar dan mudah digunakan adalah melalui fitur-fitur yang terdapat dalam Hand Phone. Beberapa diantaranya adalah media Whats App, Face Book dan Instagram. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan ketrampilan ibu-ibu dalam menggunakan media HP sebagai alat promosi untuk memasarkan produknya sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualannya.

### **Abstract**

*RW 08, Ngesrep Village, Banyumanik District consists of 7 RTs with 297 families. The residents' professions are diverse. There are ASN, private sector and quite a lot of housewives who work as household members. Some housewives also work as small entrepreneurs whose monthly turnover is still very small, namely between one million and 3 million rupiah. Community Service a year ago, has equipped women with the ability to make processed products from mushroom raw materials. One of the obstacles they face is marketing problems. There are various kinds of marketing strategies. One of them is known as The 4 Ps are Product, Price, Promotion and Place. One of the promotional media that is familiar and easy to use is through the features contained in mobile phones. Some of them are WhatsApp, Face Book and Instagram media. The aim of this service is to improve the skills of mothers in using cellphone media as a promotional tool to market their products so that it is hoped that they can increase the number of sales.*

## **PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terbukti merupakan salah satu usaha yang mampu bertahan di tengah perekonomian yang tidak stabil. Pemerintah telah melakukan serangkaian kebijakan untuk menumbuh kembangkan Usaha Mikro, kecil dan Menengah. Salah satunya dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dalam salah satu pertimbangan hukum dikeluarkannya Undang-Undang tersebut adalah perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Salah satu masalah yang dihadapi UMKM khususnya adalah usaha kecil adalah kurangnya kemampuan manajerial dan minimnya keterampilan pengoprasian dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran merupakan hal yang mendasar selalu dihadapi oleh UMKM dalam merintis sebuah usaha bisnis untuk dapat berkembang (Suci :2017). Banyak cara untuk melakukan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan proses yang bernilai kepada pihak lain atas segala kegiatan yang menyangkut

penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.( Shinta, 2011). Pelaku usaha dalam memasarkan produknya bisa melakukan strategi pemasaran, dimana strategi pemasaran adalah suatu tindakan terukur yang dimaksudkan untuk mengenalkan produk perusahaan kepada masyarakat luas (google.com). Beberapa strategi pemasaran yang bisa dilakukan adalah dengan;

1. Mengenal target pasar.
2. Rencanakan Target pemasaran
3. Marketing Mix ( Product, Price, Place, Promotion)
4. Promosi dan Iklan
5. Meningkatkan Brand Awareness
6. Berikan sesuatu dengan gratis
7. Mentargetkan pengguna Ponsel.

Berdasarkan hal tersebut, target pengguna ponsel merupakan salah satu cara pemasaran. Bagaimana menggunakan media digital dalam melakukan pemasaran, merupakan hal penting yang harus diketahui oleh pelaku usaha, termasuk dalam hal ini Ibu-ibu Rw 08 Kelurahan Ngesrep , Kecamatan Banyumanik.

Pemberdayaan UMKM di tengah kondisi setelah pandemi dan resesi seperti saat ini serta tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu beradaptasi dan meningkatkan inovasi produk dan jasa yang dihasilkan, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Ekonomi kreatif dapat menciptakan kesejahteraan karena dapat menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan, menciptakan pemerataan, dan mendorong pembaharuan serta memanfaatkan bahan baku lokal (Barringer, et al, 2004)

Melihat kondisi seperti yang sudah dijelaskan diatas, tim pengabdian berusaha untuk membekali pengetahuan bagi Ibu-Ibu dengan menggunakan media HP sebagai media promosi produknya. Dengan pemasaran secara on line diharapkan produknya bisa dikenal masyarakat luas, menimbulkan keingintahuan masyarakat akhirnya berakhir dengan pembelian produknya. Selain itu, strategi promosi di WhatsApp juga membantu bisnis untuk lebih mudah membangun hubungan yang erat dengan pelanggan. Dalam dunia bisnis, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan.

Promosi di WhatsApp Marketing menjadi sangat penting bagi bisnis karena memungkinkan mereka untuk menjangkau target pasar secara langsung. Dalam era digital yang semakin maju, penggunaan aplikasi chatting seperti WhatsApp telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan platform ini, bisnis dapat dengan mudah menjangkau pelanggan mereka dan mempromosikan produk atau layanan mereka secara langsung. WhatsApp juga memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, suara, atau teks, sehingga bisnis dapat membuat konten promosi yang menarik dan berkualitas tinggi yang dapat meningkatkan kesadaran merek mereka. (<https://finance.detik.com/solusiukm/d-6298431/10-cara-promosi-paling-ampuh-dengan-whatsapp-marketing>).

Promosi menggunakan Instagram juga mempunyai banyak manfaat antara lain:

1. Banyak penggunanya.  
Kelebihan Instagram dibanding platform lainnya adalah penggunanya yang terus mengalami perkembangan. Hal ini tentu menjadi sesuatu yang menguntungkan bagi pelaku bisnis online untuk mempromosikan usaha dengan lebih besar
2. Instagram memiliki kelebihan dimana bisa terkoneksi dengan media sosial lainnya. Pengguna Instagram bisa menambahkan kontak atau URL WhatsApp, website, dan lainnya pada bio profil Instagram. Selain itu, postingan pada Instagram bisa terkoneksi atau di-post otomatis pada beranda Facebook. erkoneksi dengan media sosila lainnya,
3. Gratis  
Pengguna Instagram bisa mendapatkan secara gratis dengan mengunduhnya di PlayStore atau AppStore. Selain itu, juga bisa mengakses dan login pada komputer melalui situs Instagram.
4. Mudah melakukan promosi.

Berbagai kemudahan yang disediakan Instagram sebagai media promosi, yakni mulai dari Instagram Ads hingga penggunaan hashtag. Selain itu, juga bisa memanfaatkan jasa endorsement dan paid promote.

## **PERMASALAHAN**

Bagaimana cara menggunakan Hand Phone sebagai media Promosi?

## **SOLUSI PERMASALAHAN**

Untuk membekali ibu-ibu dengan ketrampilan menggunakan media HP sebagai sarana promosi, pertama diidentifikasi lebih dahulu apakah Ibu-ibu sebagai Pelaku Usaha atau Ibu rumah tangga mempunyai HP. Dari peserta yang hadir semua mempunyai HP. Setelah diketahui bahwa Ibu-ibu memiliki HP maka perlu diidentifikasi aktifitas apa yang sering dilakukan menggunakan Hp. Ternyata paling banyak menggunakan untuk Chatting. Namun demikian Ibu-Ibu juga beberapa sudah menggunakan Face book maupun Instagram, meskipun keberadaan media tersebut sudah disediakan oleh anak- anak mereka. Supaya lebih optimal penggunaan HP, tidak hanya untuk chatting tapi digunakan untuk hal-hal yang bersifat lebih produktif maka sudah seharusnya Ibu-Ibu paham bagaimana menggunakan Whatts Apps, Face Book dan Instagram sebagai media promosi.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan menggunakan metode pendampingan dengan secara langsung melakukan bimbingan teknis dalam bentuk pelatihan dan praktik penggunaan HP sebagai media promosi yaitu melatih pembuatan konten di Whatss App dengan menggunakan fitur Capcut, dimana peserta bisa menggunakan video pada WhattApps beserta lagu yang bisa di download sehingga promosi bisa lebih menarik dan estetik. Setelah itu peserta dilatih bagaimanapun membuat Intagram dan mengisi kontennya.

Selanjutnya metode pelaksanaan menggunakan kaji tindak partisipatif. Metode ini harapannya bisa menghasilkan pengetahuan baru bagi warga RW.8 Jrobang kelurahan Ngesrep kecamatan Banyumanik, yang dapat digunakan untuk pemecahan masalah yang ada atau perbaikan terhadap pemecahan masalah dalam kehidupan praktis (El-den& Chisholm, 1993)) di lingkungan sekitar. Metode kaji tindak partisipatif merupakan metode dengan langkah terstruktur dengan mengikuti tata urutan yang jelas. Kegiatannya melibatkan urutan kejadian dan kegiatan dalam setiap iterasi (iteration), seperti: identifikasi masalah, pengumpulan data, umpan balik dan data analisis, serta aksi (<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5907669/10-ciri-ciri-wirausahawan-yang-harus-kamu-ketahui>)

Tahapan metode kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Identifikasi masalah**

Merupakan kegiatan yang dilakukan sebagai langkah awal untuk merumuskan apa saja yang akan dijadikan bahan untuk pelaksanaan pengabdian. Identifikasi masalah mitra dilakukan dengan wawancara secara langsung dengan Bapak Ketua RW dan Ibu untuk mengetahui berapa jumlah kepala keluarga di RW 08 dan apa saja profesinya, untuk memetakan potensi yang bisa dilakukan pendampingan supaya tepat sasaran. Dari hasil wawancara diketahui ternyata ada beberapa UMKM yang sudah berkembang dan bisa diajak bekerja sama dalam melakukan pendampingan.. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan FGD untuk berdiskusi berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan dan kebutuhan dalam pelatihan.

### **2. Solusi Permasalahan**

Setelah kegiatan survey dan identifikasi masalah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah pemecahan solusi terkait permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran. Solusi untuk menyelesaikan masalah dikomunikasikan dengan mitra serta kebutuhan- kebutuhan utama yang

perlu dipenuhi.

### 3. Pemenuhan Kebutuhan

Pada permasalahan yang sudah dijelaskan di latar belakang, pemenuhan kebutuhan mitra yang perlu diselesaikan dibagi menjadi 2 yaitu pelatihan untuk mindset kewirausahaan yang bertujuan menanamkan mindset wirausaha dalam upaya menggali potensi yang ada, dan pelatihan penggunaan media HP sebagai sarana promosi produk. Dengan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan maka akan menambah pengetahuan dan keterampilan Mitra sehingga bisa meningkatkan omset penjualannya.

### 4. Pelaksanaan kegiatan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diawali dengan kegiatan persiapan pelatihan dalam bentuk penentuan lokasi/tempat pelatihan, pemilihan perwakilan setiap RT dengan ketentuan peserta pelatihan harapannya yang benar-benar mau berlatih yang nantinya diharapkan bisa menularkan pengetahuan dan keterampilan tentang penggunaan media HP sebagai media promosi supaya pelatihan dan pendampingan bisa tepat sasaran dan berdaya guna.

### 5. Monitoring dan evaluasi

Pelaksanaan kegiatan monitoring dan evaluasi dimaksudkan untuk mengevaluasi kegiatan yang sudah dilakukan apakah sudah berjalan dengan baik sesuai dengan yang sudah direncanakan untuk keberlanjutan program pengabdian pada masyarakat.

### 6. Pembuatan Laporan dan Luaran.

Kegiatan terakhir adalah pembuatan laporan dan luaran dari kegiatan Pengabdian pada masyarakat yang telah dilakukan. Luaran kegiatan pengabdian pada masyarakat adalah artikel publikasi di jurnal pengabdian, video dan foto-foto kegiatan.

## HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan di RW 08 Kelurahan Ngesrep Banyumanik dengan didahului dengan pengisian kuesioner untuk mengidentifikasi permasalahan khalayak. Kegiatan ini dilakukan pada saat ibu-ibu RW melakukan kegiatan Posyandu yang secara rutin sudah dilakukan. Pada saat itu dijelaskan maksud dan tujuan pengabdian masyarakat yang kepada ibu-ibu yang hadir. Sambutan mereka luar biasa dan santusias terhadap kegiatan ini karena sebetulnya mereka sudah pernah mengikuti pelatihan yang dilakukan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat setahun yang lalu yaitu budidaya jamur, namun terkendala masalah pemasaran.

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat :

1. Memberi pengetahuan dan keterampilan penggunaan HP sebagai media pemasaran bagi warga RW.8 Kel.Ngesrep Kecamatan Banyumanik.
2. Memberikan pengetahuan tentang pengertian pemasaran, jenis pemasaran dan menghitung Harga Pokok Produksi .
3. Memberikan pengetahuan tentang penggunaan Whatt App sebagai media promosi melalui aplikasi CapCut.
4. Memberikan pengetahuan dan keterampilan pembuatan Instagram dan pengisian konten pada Instagram.



Gambar.1 Foto Kegiatan FGD

Pada saat pelatihan dilakukan terdapat beberapa indikator keberhasilan yaitu

1. Peserta yang hadir sebanyak 12 peserta dengan 5 narasumber. Meskipun yang hadir kurang dari yang ditargetkan namun peserta terlihat antusias pada saat diberi pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan menarik minat Ibu- Ibu.
2. Sebelum pelatihan dimulai Ibu -ibu diminta mengisi kuesioner untuk melihat sejauh manakah peserta siap mengikuti pelatihan, karena pelatihan menggunakan Hp maka perlu diidentifikasi lebih dahulu apakah ibu ibu mempunyai dan membawa HP.
3. Pada saat pelatihan mulai dilaksanakan, ibu-ibu dengan dengan tertib dan tekun memperhatikan dan mendengarkan penjelasan sampai selesai.
4. Pada aspek keingintahuan, ibu-ibu banyak bertanya dan menginginkan pelatihan lanjutan yaitu pembuatan bakso berbahan baku bandeng atau lele fan menghitung harga pokok produksi. Dengan melihat aktivitas ibu -ibu pada saat pelaksanaan pengabdian tersebut menunjukkan bahwa semangat kewirausahaan telah ada di antara mereka. Hal ini bisa kita lihat dengan memperhatikan terdapat 10 ciri kewirausahaan (detik.edu, 2022) yaitu

1. Percaya diri

Kepercayaan diri akan mempengaruhi gagasan, karsa, inisiatif, kreatifitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja, kegairahan berkarya.

2. Kepemimpinan

Seorang wirausahawan harus memiliki sikap kepemimpinan, kepeloporan, dan keteladanan. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa terbaru sehingga ia menjadi pelopor baik dalam proses produksi maupun pemasaran.

3. Memiliki motif berprestasi yang tinggi.

Seorang wirausahawan selalu berprinsip usaha optimal untuk hasil maksimal. Wirausahawan tidak asal-asalan saat bertindak atau memutuskan sesuatu, karena selalu berorientasi pada nilai prestasi.

4. Memiliki perspektif ke depan.

Arah pandangan seorang wirausahawan juga harus berorientasi ke masa depan. Selain itu, perspektif seorang wirausahawan akan dapat membuktikan apakah ia berhasil atau tidak.

5. Memiliki kreativitas tinggi.

Seorang wirausahawan umumnya memiliki daya kreasi dan inovasi yang lebih dari non

wirausaha. Hal-hal yang belum terpikirkan oleh orang lain sudah terpikirkan olehnya dan wirausahawan mampu membuat hasil inovasinya menjadi permintaan.

6. Memiliki komitmen terhadap pekerjaan.  
Seorang wirausahawan harus menancapkan komitmen yang kuat dalam pekerjaannya, karena jika tidak akan berakibat fatal terhadap segala sesuatu yang telah dirintisnya.
7. Memiliki tanggung jawab.  
Ide dan perilaku seorang wirausahawan tidak terlepas dari tuntutan tanggung jawab. Indikator orang yang bertanggung jawab adalah berdisiplin, penuh komitmen, bersungguh-sungguh, jujur, berdedikasi tinggi dan konsisten.
8. Memiliki kemandirian.  
Orang yang mandiri adalah orang yang tidak suka mengandalkan orang lain namun justru mengoptimalkan segala daya dan upaya yang dimilikinya sendiri. Intinya adalah kepandaian dalam memanfaatkan potensi diri tanpa harus diatur oleh orang lain.
9. Memiliki keberanian menghadapi risiko.  
Seorang wirausahawan harus berani menghadapi risiko. Semakin besar risiko yang dihadapinya, semakin besar pula kesempatan untuk meraih keuntungan. Risiko yang diperhitungkan dengan baik akan lebih banyak memberikan kemungkinan berhasil.
10. Selalu mencari peluang  
Seorang wirausahawan mampu melihat sesuatu dalam perspektif atau dimensi yang berlainan pada satu waktu. Semakin tinggi kemampuan seorang wirausahawan dalam mengerjakan berbagai tugas sekaligus, makin besar pula kemungkinan untuk mengolah peluang menjadi sumber daya produktif.

Berdasarkan pada 10 ciri kewirausahaan tersebut dengan bermodalkan keingintahuan yang besar, inisiatif dan kerjasama tentunya menjadi embrio kewirausahaan diantara ibu-ibu.

Pemasaran menjadi salah satu kendala yang dihadapi ibu-ibu di RW 08 Kelurahan Ngesrep Kecamatan Banyumanik, maka tim pengabdian kepada masyarakat memberi solusi dengan memberi pengetahuan tentang pemasaran dan jenis-jenisnya serta bagaimana menghitung harga pokok produksi serta pelatihan penggunaan Whatts App dan Instagram sebagai media promosi.

Pemasaran adalah serangkaian strategi dan taktik yang digunakan untuk mempromosikan produk atau layanan kepada pelanggan dan menciptakan permintaan. Jenis-jenis pemasaran beragam, tergantung pada cara produk atau layanan diposisikan, dipasarkan,

1. Pemasaran Digital: Pemasaran digital adalah jenis pemasaran yang menggunakan platform dan saluran online, seperti situs web, media sosial, iklan online, email, dan mesin pencari. Ini menjadi semakin penting dengan perkembangan teknologi dan penggunaan internet yang meluas.
2. Pemasaran Media Sosial: Pemasaran media sosial adalah subkategori dari pemasaran digital yang fokus pada penggunaan platform media sosial, seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan LinkedIn, untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk atau layanan.
3. Pemasaran Konten: Pemasaran konten adalah pendekatan yang menekankan pembuatan dan distribusi konten berkualitas (artikel, video, infografik) untuk membangun kesadaran merek, memberikan informasi bermanfaat, dan menarik pelanggan potensial.
4. Pemasaran Email: Pemasaran email melibatkan pengiriman pesan-pesan pemasaran melalui email kepada pelanggan atau calon pelanggan. Ini dapat digunakan untuk mempromosikan produk, mengirim penawaran khusus, atau membangun hubungan dengan pelanggan.
5. Pemasaran Influencer: Pemasaran influencer melibatkan kerjasama dengan individu atau tokoh yang memiliki pengaruh di media sosial atau industri tertentu untuk mempromosikan

produk atau layanan. Mereka memanfaatkan audiens besar mereka untuk mencapai target pasar.

6. Pemasaran Jaringan (Network Marketing): Pemasaran jaringan, juga dikenal sebagai pemasaran multi-level (MLM), melibatkan pembentukan jaringan distributor atau agen yang mendapatkan komisi dari penjualan produk dan merekrut distributor lainnya. Ini sering digunakan dalam industri seperti perawatan kesehatan dan kecantikan.
7. Pemasaran Experiential: Pemasaran experiential berfokus pada menciptakan pengalaman langsung atau interaktif bagi pelanggan. Ini bisa berupa acara promosi, demonstrasi produk, atau pameran yang memungkinkan pelanggan untuk merasakan produk atau layanan secara langsung.
8. Pemasaran Langsung (Direct Marketing): Pemasaran langsung melibatkan kontak langsung dengan pelanggan potensial, seringkali melalui metode seperti telepon, surat, pesan teks, atau email. Ini bertujuan untuk mendorong tindakan segera, seperti pembelian produk.
9. Pemasaran Hubungan (Relationship Marketing): Pemasaran hubungan bertujuan untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Ini termasuk pemahaman pelanggan, memberikan layanan pelanggan yang baik, dan memelihara kesetiaan pelanggan.
10. Pemasaran Konteks (Contextual Marketing): Pemasaran konteks menyesuaikan pesan dan taktik pemasaran dengan konteks atau situasi pelanggan. Ini memanfaatkan data dan informasi yang diperoleh untuk memberikan pesan yang lebih relevan.
11. \*\*Pemasaran Produk: Pemasaran produk adalah jenis pemasaran yang menekankan fitur dan manfaat produk itu sendiri. Ini dapat melibatkan strategi harga, distribusi, dan promosi yang berfokus pada produk.

\*\*Pemasaran Layanan: Pemasaran layanan adalah jenis pemasaran yang berfokus pada promosi dan penyediaan layanan kepada pelanggan. Ini sering digunakan dalam industri jasa seperti perbankan, pendidikan, dan perawatan kesehatan

Cara membuat akun Email :

1. Membuat Akun Email Tekan Google Pada proses ini Anda memilih platform email apa yang akan Anda gunakan. Pilih Google sebagai email Anda.
2. Pilih Create account Untuk membuat email baru, tekan tombol "Create account".
3. Tekan For work or my business Karena akun yang dibuat untuk kebutuhan bisnis/berjualan, pilih opsi kedua.
4. Masukkan nama Masukkan nama lengkap Anda dan klik tombol next setelah selesai.
5. Masukkan tanggal lahir dan jenis kelamin 5 Masukkan tanggal lahir dan jenis kelamin Anda sesuai dengan opsi yang tersedia
6. Tentukan alamat email Google akan menyediakan beberapa opsi untuk alamat email Anda. Anda dapat memilih opsi yang tersedia atau membuat sendiri alamatnya.
7. Buat password Password yang Anda buat harus kuat dan sesuai ketentuan Google. Gunakan angka dan huruf kapital agar password jadi lebih kuat.
8. Cantumkan nomor telepon? 8 Contoh kali ini, kita lewati untuk mencantumkan nomor dan pilih tombol skip
9. Klik next Google akan menampilkan email buatan Anda, jika sudah sesuai, Anda bisa memilih next untuk meneruskan prosesnya.
10. Setujui ketentuan Klik tombol "I agree" pada syarat ketentuan yang diajukan Google
11. Email sudah jadi yey! Contoh kali ini, kita lewati untuk mencantumkan nomor dan pilih tombol skip

Cara Membuat Akun Instagram:

1. Buka Google Playstore Untuk dapat membuat akun instagram, Anda harus terlebih dahulu

- mendownload aplikasinya di Google Playstore. Buka Playstore dari halaman beranda Anda.
2. Pilih kolom pencarian Pilih kolom pencarian untuk mencari aplikasi Instagram yang hendak di install.
  3. Ketik “Instagram” Cari aplikasi Instagram dan klik ikon search pada keyboard.
  4. Klik install Install dan tunggu proses mengunduh.
  5. Buka aplikasi yang diunduh Setelah selesai, aplikasi dapat dibuka
  6. Klik Create New Account Setelah berhasil dibuka, pilih tombol “Create new account” untuk mulai membuat akun baru.
  7. Pilih akun email yang tadi Anda buat Lanjutkan pembuatan akun dengan menggunakan akun yang tadi Anda buat.
  8. Isi nama lengkap Anda Masukkan nama lengkap Anda pada kolom yang tertera.
  9. Buat Password Isi password Anda sesuai dengan ketentuan yang ada. Minimal 6 karakter atau angka. Semakin rumit akan semakin baik.
  10. Ingat informasi Login Jika Anda menyimpan informasi login, pada kesempatan lain Anda menggunakan Instagram, Anda tidak perlu memasukkan email dan password lag
  11. Masukkan informasi lahir Masukkan hari ulang tahun Anda dan klik next.
  12. Masukkan kode konfirmasi Masukkan kode konfirmasi yang dikirimkan ke email Anda. Kode ini berisi 6 digit. Anda dapat melihat contoh kodenya pada screenshot nomor 13 :)
  13. Kode berasal dari Instagram Masukkan kode 6 digit yang ada di email Instagram ke aplikasi.
  14. Buat username Anda Username ini akan menjadi nama kedua Anda di Instagram dan membantu Anda muncul dalam kolom pencarian orang lain.
  15. Pilih tombol sign up Anda boleh memasukkan nomor telpon Anda atau memilih “sign up with email”. Pada contoh kali ini, kita akan mencontohkan menggunakan email.
  16. Pilih akun email yang tadi Anda masukkan Lanjutkan pembuatan akun dengan menggunakan akun yang tadi Anda buat.
  17. Setujui ketentuan Instagram Dengan menekan tombol “I agree”, Anda telah menyetujui kebijakan privasi Instagram.
  18. Masukkan foto profil Jika Anda telah memiliki foto profil untuk dijadikan foto profil, pilih Add picture. Jika belum ada foto, Anda boleh skip dulu. Kita akan mencontohkan menambahkan foto profil.
  19. Pilih dari galeri Anda akan disuguhkan opsi untuk memilih foto dari galeri atau melakukan selfie. Kita akan mencontohkan memilih foto dari galeri.
  20. Izinkan instagram Instagram akan memerlukan akses Anda ke galeri. Klik “Allow
  21. Done 21 Jika sudah, klik done.
  22. Skip sekarang Karena asumsi Anda belum memiliki facebook, skip.
  23. Skip Untuk memulai akun yang baru, pilih skip.
  24. Continue Instagram akan mensinkronkan kontak Anda secara otomatis untuk memberikan sugesti lebih baik bagi Anda
  25. Allow Mirip dengan akses galeri, Instagram memerlukan izin Anda untuk mengakses kontak Anda.
  26. Share untuk membagikan profil Anda Share profil Anda untuk meningkatkan engagement rate Anda.
  27. Berbagai opsi Anda dapat membagikan profil Anda untuk memperoleh follower.
  28. Anda dapat mengikuti akun-akun instagram lain Anda dapat mengikuti orang lain untuk mengikuti postingan mereka!
  29. Yey instagram sudah jadi Masukkan nama lengkap Anda pada kolom yang tertera.

#### Cara Promosi Produk di WhatsApp Marketing

Promosi produk di WhatsApp marketing bisa dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya adalah sebagai berikut :

#### 1. Kumpulkan Kontak Pelanggan

Cara untuk memasarkan produk dengan WhatsApp marketing adalah mencari kontak para calon pelanggan. Misalnya, beberapa kontak calon pelanggan atau pembeli itu bisa Ibu - ibu dapatkan melalui sosial media seperti Facebook, Instagram hingga Twitter.

#### 2. Buat Merek yang Unik dan Menarik

Merek yang unik dan menarik termasuk salah satu strategi penting untuk memakai Whatsapp marketing dalam mempromosikan bisnis. Hal ini juga bisa membangun kepercayaan pelanggan terhadap bisnis kita hingga mau membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

#### 3. Buat Kalimat Promosi

Ketika ingin melakukan Whatsapp marketing, penting bagi para pebisnis untuk mengetahui cara membuat suatu kalimat promosi. Tujuannya, agar seseorang tertarik untuk membeli produk yang kita tawarkan.

Kita bisa menerapkan teknik hypnotic writing pada judul. Hypnowriting adalah teknik (termasuk copywriting) membuat tulisan untuk mempengaruhi para pembacanya, agar melakukan tindakan sesuai tujuan dari sebuah promosi atau iklan.

#### 4. Tawarkan Konten Produk yang Relevan ke Pelanggan

Dengan melakukan konten produk kita bisa membuat foto atau video yg menarik untuk menawarkan produk kita terhadap pelanggan. misalnya seperti kita mengedit video dengan menggunakan aplikasi capcut, dengan menggunakan aplikasi capcut dengan mudahnya kita mempunyai video yg ingin kita gunakan untuk mempromosikan produk tersebut, jadi cara menggunakan capcut , kita menulis lirik atau vidio yg kita inginkan lalu kita masukan foto produk tersebut otomatis foto tersebut telah menjadi vidio setelah itu kita bisa mengunduhnya.

#### 5. Balas Chat dengan Cepat

Penggunaan aplikasi WhatsApp untuk WhatsApp marketing, membuat pebisnis maupun pekerja bisa menjawab setiap pertanyaan yang ditanyakan calon pembeli. Oleh sebab itu, pastikan juga memiliki sumber daya yang cukup untuk menjawab chat pelanggan.

#### 6. Aktif di Grup

Bergabung dan berinteraksi dalam suatu grup menjadi cara awal untuk mempermudah pebisnis dalam melakukan promosi. Sesama pebisnis atau pelanggan, kita juga perlu mengenal para anggota grup, agar penerapan WhatsApp marketing lebih mudah dilakukan.

Sejatinya, kita juga tidak bisa langsung atau mengenal semua anggota grup. Pasalnya, hal tersebut mungkin membutuhkan waktu. Sebagai penjual, kita bisa mencoba untuk mempromosikan produk secara bertahap.

#### 7. Reseller

Untuk mendapatkan pendapatan tambahan, bahkan kita juga bisa mencoba untuk menerima reseller. Reseller adalah pihak yang menjualkan kembali produk kita.

Reseller itu sendiri bisa berasal dari pelanggan yang ingin mencoba tertarik berbisnis dengan kita. Jika ada yang tertarik, kita bisa mengarahkan reseller dalam satu grup. Kemudian membinaanya untuk mengajarkan bagaimana cara menjual produk- produk tersebut.

#### 8. Konsisten Melakukan Promosi

Konsisten dalam memasarkan produk menjadi kunci untuk mendapatkan penjualan yang melimpah. Untuk itu, manfaatkanlah fitur yang ada WhatsApp dalam melakukan WhatsApp marketing

## PENUTUP

### Simpulan

1. HP merupakan media yang sederhana dan mudah digunakan untuk media promosi.
2. Whatt Apps dan Instagram merupakan fitur di HP yang mudah digunakan dan mampu

menjangkau pasar yang luas.

### Saran

1. Perlu diintensifkan lagi undangan kepada Ibu-ibu supaya pesertanya lebih banyak.
2. Perlu tambahan waktu pada saat pelatihan sehingga peserta lebih leluasa dalam memahami materi/.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ketua RW 08 Kelurahan Ngesrep Kecamatan Banyumanik yang telah memberi kesempatan untuk melakukan pelatihan penggunaan HP sebagai media promosi dan kepada Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang yang telah memberi dukungan financial terhadap pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rais Agil Bahtiar, 2021, Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Serta Solusinya, Info Singkat (Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis) Pusat Penelitian Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik Badan Keahlian DPR RI.
- [2] <https://www.alinea.id/bisnis/bisnis-makanan-beku-menghangat-di-era-corona-b2cxM90B3>
- [3] Barringer, R. et al 2004. *The Creative Economy in Mine: Measurement and Analysis*. England: New England Foundation for the Arts and Maine Arts Commition. University of Southern Maine.
- [4] Santoso I, dkk. 2018, keakraban produk dan minat beli *frozen food*: peran pengetahuan produk, kemasan, dan lingkungan sosial, *Jur. Ilm. Kel. & Kons.*, Vol. 11 No.2 Mei 2018, p : 133-144.
- [5] Sumarmi, (2006). *Pleurotus oestreatus*). *Jurnal Inovasi Pertanian* Vol. 4, 4(2), 28–34.
- [6] El-den, M. B. and Rupert F. Chisholm. “Emerging Varieties of Action Research: Introduction to the Special Issue.” *Human Relations* 46 (1993): 121 – 142.
- [7] Selener, D. (1997), *Participatory Action Research and Social Change*. In *The Cornell Participatory Action Research Network* (vol 12, Issue 6).