

# Memberikan instruksi pendaftaran dan penggunaan QRIS melalui Shopee dan Gopay

**## Alur pendaftaran QRIS Shopeepay:**

Untuk mendapatkan QRIS via Shopeepay, kamu bisa daftar merchant ShopeePay melalui link ini ya:

<https://shopee.co.id/m/join-shopeepay-merchant>

- a) Unduh aplikasi ShopeePay melalui Play Store
- b) Buka aplikasi, pilih tab “Saya”, lalu klik “Daftar sebagai merchant” di pojok kiri atas
- c) Masuk ke halaman pendaftaran, kemudian klik “Mulai Sekarang”
- d) Isi formulir pendaftaran dan unggah dokumen yang dibutuhkan secara lengkap. Setelah itu, tunggu proses verifikasi selesai.
- e) Setelah disetujui, akun merchant dapat digunakan untuk menerima pembayaran melalui QRIS.

**## Alur pendaftaran QRIS Gopay**

Untuk mendapatkan QRIS via Gopay, kamu dapat daftar merchant Gopay melalui link ini ya:

<https://gopay.co.id/merchant/qrис>

- a) Download aplikasi gopay merchant
- b) Masukkan nomor HP dan alamat email
- c) Lakukan verifikasi KTP dan selfi wajah
- d) Daftarkan usaha melalui aplikasi Gopay merchant
- e) isi detail rekening bank
- f) Tunggu hingga verifikasi PTEN selesai

# Memberikan instruksi alur pendaftaran menjadi Merchant ShopeeFood:

- 1) Download aplikasi shopee partner (tersedia di Google Play Store )
- 2) Isi informasi yang dibutuhnya (Lengkapi informasi terkait data diri dan detail usaha)
- 3) Upload dokumen usaha (Siapkan kartu identitas dan rekening bank anda )
- 4) Tunggu aktivasi aku (Proses peninjauan berlangsung hingga 14 hari kerja)

Berikut video tutorial pendaftaran ShopeeFood, disimak baik-baik ya :

<https://youtu.be/lm64MHfGOCo?si=aQrpCt21eTycgXcI>

# Memberikan instruksi pendaftaran shopee toko

- 1) Download aplikasi Shopee
- 2) Daftar akun baru atau masuk dengan akun yang sudah ada
- 3) Klik icon “Saya” di pojok kanan bawah aplikasi
- 4) Pilih “Mulai Jual” pada menu pojok kiri atas
- 5) Isi nama toko, deskripsi toko, logo , dan banner
- 6) Tentukan alamat toko dan pilih jasa kirim yang akan digunakan
- 7) Tambahkan rekening bank pencairan dana penghasilan anda
- 8) Klik “Tambah Produk Baru”

- 9) Isi detail produk: foto/video berkualitas, nama, kategori, harga, stok, berat, dan deskripsi yang jelas
- 10) Atur variasi produk
- 11) Setelah produk siap, klik “Tampilkan”
- 12) Toko anda siap menerima pesanan

Berikut video tutorial pendaftaran Shopee Toko, disimak baik-baik ya :

<https://youtu.be/XAQGLN3YjoA?si=zVqMlcRcM-EKtJHq>

# Memberikan rekomendasi saran marketing digital melalui platform Facebook, WhatsApp, Instagram, dan Tiktok.

### **## Apa itu Digital Marketing untuk UMKM**

Digital marketing adalah cara memperkenalkan dan menjual produk menggunakan media digital seperti ponsel dan internet. Bagi UMKM, digital marketing membantu produk lebih dikenal, menjangkau pembeli lebih luas, dan memudahkan komunikasi dengan pelanggan tanpa harus memiliki toko besar.

Dalam praktik UMKM, digital marketing dilakukan melalui beberapa platform utama:

#### **### Platform Facebook**

Digunakan untuk membagikan cerita produk, pengalaman pelanggan, dan informasi usaha. Facebook cocok untuk menjangkau pembeli dari berbagai usia dan wilayah melalui postingan, grup, dan fitur marketplace.

#### **### Platform WhatsApp**

Digunakan untuk komunikasi langsung dengan calon pembeli. WhatsApp memudahkan pemesanan, tanya jawab, dan menjaga hubungan dengan pelanggan secara personal.

#### **### Platform Instagram**

Digunakan untuk menampilkan foto dan video produk. Instagram cocok untuk menunjukkan tampilan kemasan, proses pembuatan, dan hasil akhir produk agar terlihat menarik.

#### **### Platform Tiktok**

Digunakan untuk video singkat yang memperlihatkan proses, cerita usaha, atau cara penggunaan produk. TikTok membantu produk lebih cepat dikenal melalui konten sederhana dan autentik.

Digital marketing tidak harus rumit atau mahal. UMKM dapat memulainya secara bertahap dengan memanfaatkan ponsel, foto sederhana, dan cerita jujur tentang produknya.

## **## Platform Facebook**

### **### Demografi pengguna**

Pengguna facebook umumnya berusia 30-55 tahun, termasuk ibu rumah tangga, bapak rumah tangga, dan komunitas lokal. Banyak digunakan untuk mencari rekomendasi produk dan membaca pengalaman orang lain terhadap suatu produk.

### **### Strategi marketing**

Strategi pemassaran di Facebook berfokus pada membangun kepercayaan melalui cerita produk. Konten sebaiknya menjelaskan proses pembuatan, asal bahan, pengalaman konsumen, atau manfaat produk dalam kehidupan sehari-hari. Gaya komunikasi lebih santai dan informatif.

### **### RULE generate kalimat**

Chatbot hanya menghasilkan kalimat promosi setelah mengetahui jenis produk, kategori produk, dan keunggulan atau bahan utama. Jika informasi belum lengkap, chatbot wajib bertanya terlebih dahulu sebelum membuat konten promosi.

- Kalimat lebih panjang
- Berbentuk cerita atau penjelasan
- Menyebut proses, bahan, atau pengalaman
- Tidak terlalu promosi langsung

### **### Contoh Output**

“Manisan buah pala ini dibuat dari pala lokal pilihan yang diolah dengan proses bersih dan terjaga. Rasanya tidak terlalu manis dan nyaman dikonsumsi. Banyak pelanggan memilih produk ini sebagai camilan keluarga maupun oleh-oleh”

## **## Platform WhatsApp**

### **### Demografi pengguna**

Pengguna WhatsApp mencakup semua usia, namun paling aktif usia 30–60 tahun, terutama ibu-ibu, pelanggan tetap, dan komunitas sekitar.

### **### Strategi Marketing**

WhatsApp digunakan untuk komunikasi personal dan penjualan langsung. Konten harus singkat, ramah, dan terasa seperti ngobrol. Fokus pada produk dan ajakan pemesanan.

### **### RULE generate kalimat**

Chatbot hanya menghasilkan kalimat promosi setelah mengetahui jenis produk, kategori produk, dan keunggulan atau bahan utama. Jika informasi belum lengkap, chatbot wajib bertanya terlebih dahulu sebelum membuat konten promosi

- Kalimat pendek dan langsung
- Menggunakan sapaan ramah (Ibu, Kakak, Bunda)
- Fokus pada produk + ajakan beli
- Tidak terlalu panjang

### **### Contoh Output :**

“Halo Bu, kami ada manisan buah pala dari pala lokal pilihan, rasanya enak dan tidak terlalu manis. Cocok buat camilan di rumah. Kalau berminat silakan hubungi kami ya 😊”

## **## Platform Instagram**

### **### Demografi pengguna**

Pengguna Instagram umumnya berusia 18–35 tahun, didominasi anak muda dan dewasa muda yang tertarik pada visual, gaya hidup, dan tampilan produk.

### **### Strategi marketing**

Strategi Instagram menekankan visual menarik seperti foto produk, kemasan, atau video singkat. Caption tidak perlu panjang, cukup cerita singkat yang menarik dan mudah diingat.

### **### RULE generate kalimat**

Chatbot hanya menghasilkan kalimat promosi setelah mengetahui jenis produk, kategori produk, dan keunggulan atau bahan utama. Jika informasi belum lengkap, chatbot wajib bertanya terlebih dahulu sebelum membuat konten promosi.

- Kalimat singkat dan catchy
- Fokus pada rasa, tampilan, atau keunikan
- Cocok dipadukan dengan foto/video

### **### Contoh output :**

“Manisan pala dengan rasa manis pas dan aroma khas. Cocok buat camilan santai atau oleh-oleh 

## **## Platform Tiktok**

### **### Demografi pengguna**

Pengguna TikTok mayoritas berusia 16–35 tahun, menyukai konten cepat, ringan, dan autentik.

### **### Strategi marketing**

Konten TikTok menonjolkan video singkat (durasi 1-2 menit), seperti proses pembuatan, hasil produk, atau aktivitas di balik layar (BTS). Teks dibuat sederhana dan mudah dipahami.

### **### RULE generate kalimat**

Chatbot hanya menghasilkan kalimat promosi setelah mengetahui jenis produk, kategori produk, dan keunggulan atau bahan utama. Jika informasi belum lengkap, chatbot wajib bertanya terlebih dahulu sebelum membuat konten promosi.

- Kalimat sangat singkat
- Fokus pada proses atau hasil
- Cocok sebagai teks atau caption video

### **### Contoh output:**

“Proses bikin manisan pala dari pala lokal  Manisnya pas, aromanya khas.”