



**LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

ISSN : 2615-2657

# **PROSIDING**

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

**2018**

**IMPLEMENTASI  
TEKNOLOGI TEPAT  
GUNA KEPADA  
MASYARAKAT**

Yogyakarta, 03 November 2018



# PROSIDING

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

**Yogyakarta, 03 November 2018**

**Penerbit :**

**Lembaga Pengabdian Masyarakat  
Universitas Pengabdian Masyarakat**

**Telp. (0274) 884 201 ext 611**

**Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)**



# PROSIDING

**SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT**

# IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 03 November 2018

**Editor : Mochammad Yusa, M.Kom  
Bety Wulan Sari, M.Kom**

**Kulit Muka : Nirmalasari**

**Penerbit :**

**Lembaga Pengabdian Masyarakat  
Universitas Pengabdian Masyarakat  
Telp. (0274) 884 201 ext 611  
Email : [abdimas@amikom.ac.id](mailto:abdimas@amikom.ac.id)**

**Cetakan I, November 2018**

**Hak cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta  
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini  
tanpa izin tertulis dari penerbit.**



# PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

## IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

### Reviewer :

**Dr. Kusrini, M.Kom.**

**Eny Nurnilawati, S.E., M.M.**

**Heri Sismoro, M.Kom.**

**Anggit Dwi Hartanto, M.Kom.**

**Mei P. Kurniawan, M.Kom.**

**Windha Mega Pradnya Duhita, M.Kom**

**Mardhiya Hayaty, S.T., M.Kom.**

## DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	v
<b>Daftar Isi</b>	vii
<b>1. Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar dan Games Interaktif Pada Guru TK Wijaya Danu Kabupaten Sleman</b> <i>Acihmah Sidauruk</i>	1
<b>2. Penyuluhan <i>Sustainable Development Goals</i> Melalui Penerapan Pesan Anti Perundungan</b> <i>Aditya Maulana Hasymi</i>	7
<b>3. Penggunaan Game Edukatif Untuk Pendidikan Mitigasi Bencana Gempabumi di SD Islam Terpadu Bina Anak Islam Krapyak Panggunharjo Sewon Bantul</b> <i>Afrinia Lisditya Permatasari dan Rizky</i>	13
<b>4. Perancangan Bel Sekolah Otomatis Menggunakan Arduino Pro Mini</b> <i>Agit Amrullah</i>	19
<b>5. Pelatihan <i>Basic Editing</i> Video Untuk Guru SDN 1 Tegalyoso Klaten</b> <i>Agus Purwanto</i>	25
<b>6. Pelatihan Manajemen Jaringan Usaha Unit Program Kesejahteraan Keluarga (PKK) RT 04 RW 12 Desa Karangasem Condong Catur, Kabupaten Sleman</b> <i>Agustina Rahmawati</i>	31
<b>7. Pelatihan Perencanaan Keuangan dan Pengenalan Alternatif Investasi Bagi Rumah Tangga di Padukuhan Goser</b> <i>Alfriadi Dwi Atmoko</i>	37
<b>8. Penggunaan Bahasa Tekstual Dan Visual Dalam Peningkatan Usaha Pemasaran Berbasis Online Pada Kerajinan <i>Decoupage Style Jo-Craft</i></b> <i>Ali Mustopa dan Erfina Nurussa'adah</i>	43
<b>9. Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Rencana Penataan Kawasan Prioritas Desa Wisata Rejosari Desa Jogotirto Kecamatan Brebah Kabupaten Sleman</b> <i>Ani Hastuti Arthasari</i>	49
<b>10. Pengembangan Strategi <i>E-Marketing</i> Umkm Klaten Utara</b> <i>Anik Sri Widawati dan Ikmah</i>	55
<b>11. Pelatihan dan Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Dana Desa Bagi Perangkat Desa Sumberrahayu Moyudan Sleman</b> <i>Anindita Karunia Kusumaningsih</i>	61

12. **Pemberdayaan Perempuan Melalui Manajemen Retail dan Konsinyasi Untuk Pengembangan Usaha** 67  
*Ardiyati*
13. **Pemberdayaan Masyarakat Melalui Sedekah Sampah Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian di Kawasan Kumuh Kecamatan Magelang Selatan, Kota Magelang** 73  
*Atika Fatimah dan Citra Desy Aisyah Alkis*
14. **Pendampingan Penyusunan Rencana Kawasan *Transit Oriented Development* (TOD) Patukan, Desa Ambarketawang, Kecamatan Gamping** 79  
*Bagus Ramadhan dan Jurni Hayati*
15. **Pelatihan Jaringan Komputer Menggunakan Program Simulasi *Cisco Packet Tracer* (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)** 85  
*Banu Santoso*
16. **Pengembangan Aplikasi Android Sebagai Media Informasi dan Komunikasi Jamaah Pondok Pesantren “Ahlul Muqorrobin” Desa Pleset Kecamatan Pangkur Kabupaten Ngawi** 91  
*Bayu Setiaji*
17. **Peningkatan *Capacity Building* Pemuda Karang Taruna Bakti Mandiri Dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat** 97  
*Dwi Pela Agustina dan Renindya Azizza Kartikakirana*
18. **Komunikasi Anak Berkebutuhan Khusus Melalui Terapi Vokasional: Kreasi Membuat Kerajinan Tangan Dari Barang Bekas** 103  
*Erfina Nurussa'adah dan Ali Mustopa*
19. **Pengembangan Wirausaha Bagi Masyarakat Tani Untuk Meningkatkan Pendapatan Melalui Usaha Industri Rumahan Olahan Makanan di Kampung Sawahan, Srihardono, Pundong, Bantul, Yogyakarta** 109  
*Fahrul Imam Santoso*
20. **Edukasi Pemanfaatan Sistem Informasi Desa (SID) Dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Padukuhan Grogol Desa Grogol Kecamatan Paliyan Kabupaten Gunungkidul** 115  
*Ferri Wicaksono dan Haryoko*
21. **Pembuatan Jaringan Internet di Masjid Al-Ikhlas Citra Ringin Mas** 121  
*Ferry Wahyu Wibowo*
22. **Pengembangan Pengetahuan Tentang Pemilihan Investasi dan Peluang Usaha Untuk Menghadapi Masa Pensiun Bagi Kelompok PKK RT 44 Tuntungan** 127  
*Fitri Juniwati Ayuningtyas*

<b>23. Peningkatan Kapasitas Ekonomi Masyarakat dalam Rangka Penanggulangan Kemiskinan di Kelurahan Pringgokusuman</b>	<b>133</b>
<i>Fitria Nucifera</i>	
<b>24. Workshop Tanggap Bencana Dalam Rangka Persiapan Sekolah Siaga Bencana di SMP Negeri 1 Bantul</b>	<b>139</b>
<i>Gardyas Bidari Adninda dan Nurbayti</i>	
<b>25. Pengembangan Sumber Daya Manusia Kelompok Tani Ternak Sapi Manunggal Dukuh Kauman, Selomartani, Sleman</b>	<b>145</b>
<i>Hanantyo Sri Nugroho</i>	
<b>26. Pelatihan Aplikasi Microsoft Office dan Desain Grafis di KB Minhajul Karoomah</b>	<b>151</b>
<i>Haryoko dan Ferri Wicaksono</i>	
<b>27. Perancangan dan Implementasi Website Sebagai Media Promosi Pada Peternakan Ikan Lele Sumber Barokah</b>	<b>157</b>
<i>Hendra Kurniawan</i>	
<b>28. Analisis Spasial Potensi Kewilayahan Untuk Pengembangan Usaha Einhomestuf di Sleman Yogyakarta</b>	<b>163</b>
<i>Ika Afianita Suherningtyas</i>	
<b>29. Penerapan E-Commerce Untuk Pemasaran Pada Usaha Handycraft</b>	<b>169</b>
<i>Ikmah dan Anik Sri Widawati</i>	
<b>30. Membangun Website Sebagai Penunjang Promosi Bimbingan Belajar “Persona Cendekia”</b>	<b>175</b>
<i>Irma Rofni Wulandari</i>	
<b>31. Diversifikasi Produk dan Pemasaran Inovatif pada Paguyuban Pengrajin Sangkar Burung "Karya Mandiri"</b>	<b>181</b>
<i>Ismadiyanti Purwaning Astuti</i>	
<b>32. Pelatihan Teknologi Finansial dalam Menyongsong Era Ekonomi Digital</b>	<b>187</b>
<i>Jurni Hayati dan Bagus Ramadhan</i>	
<b>33. Pemberdayaan Perempuan Marjinal Melalui Program Kewirausahaan Berbasis Bisnis Online di Balai Perlindungan dan Rehabilitasi Sosial Wanita Yogyakarta</b>	<b>193</b>
<i>Laksmindra Saptyawati dan Muhammad Fairul Filza</i>	
<b>34. Sistem Informasi Sebagai Penunjang Media Promosi pada Kelompok Usaha Tani “Sari Mina”</b>	<b>199</b>
<i>Lilis Dwi Farida</i>	
<b>35. Pelatihan Teknologi Informasi untuk Mengoptimalkan Penyuluhan dan Sosialisasi Kader Saka Bakti Husada Yogyakarta</b>	<b>205</b>
<i>Moch. Farid Fauzi</i>	

<b>36. <i>Workshop</i> Liburan Kreatif Sebagai Media Pengembangan Bakat Anak Bidang Ekonomi Kreatif di Desa Drono Kabupaten Klaten</b>	<b>211</b>
<i>Nimah Mahnunah dan Theopilus Bayu Sasongko</i>	
<b>37. Komunikasi Kelompok, Edukasi, dan Kreatifitas Siswa dalam Dinamika <i>Outbond</i></b>	<b>217</b>
<i>Nurbayti dan Gardyas Bidari Adninda</i>	
<b>38. Perencanaan Ruang Terbuka Hijau Desa Wisata Brajan Desa Sendangagung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman</b>	<b>223</b>
<i>Nurizka Fidali dan Amir Fatah Sofyan</i>	
<b>39. Pelatihan Pembuatan Web <i>E-Commerce</i> Dengan CMS (<i>Content Management System</i>) Prestashop di SMA Negeri 1 Pakem</b>	<b>229</b>
<i>Oki Arifin</i>	
<b>40. Sosialisasi Penataan Kawasan Embung Mantras Sorowajan, Banguntapan, Bantul Yogyakarta Berbasis Masyarakat Melalui Visualisasi Desain Arsitektur</b>	<b>235</b>
<i>Prasetyo Febriarto</i>	
<b>41. Pengembangan Ekonomi Berbasis Potensi Lokal untuk Pemberdayaan Masyarakat di Dusun Banaran, Sumberagung, Jetis, Bantul</b>	<b>241</b>
<i>Renindya Azizza Kartikakirana dan Dwi Pela Agustina</i>	
<b>42. Sekolah Demokrasi</b>	<b>247</b>
<i>Rezki Satriis</i>	
<b>43. Redesain Interior Rumah untuk Meningkatkan Kemandirian Paraplegia</b>	<b>253</b>
<i>Rhisa Aidilla Suprpto</i>	
<b>44. <i>Participatory Mapping</i> Sebagai Sarana Pendidikan Kebencanaan Untuk Peningkatan Kapasitas Elemen Sekolah dalam Upaya Pengurangan Risiko Bencana di SMK Negeri 1 Bantul</b>	<b>259</b>
<i>Rivi Neritarani dan Stara Asrita</i>	
<b>45. Teknologi Informasi Sebagai Media Wirausaha Pada Karang Taruna Sedyo Manunggal Kecamatan Berbah</b>	<b>265</b>
<i>Rizqi Sukma Kharisma</i>	
<b>46. Pelatihan Penggunaan <i>Software</i> AutoCAD dan Sketchup bagi Siswa-Siswi SMK dengan Jurusan Teknik Bangunan atau Sejenisnya di Kota Surakarta</b>	<b>271</b>
<i>RR. Sophia Ratna Haryati</i>	
<b>47. Peningkatan Minat Belajar dan Prestasi Siswa TKJ Lewat Pelatihan Pemrograman C# Fundamental (Studi Kasus : SMKN 2 Yogyakarta)</b>	<b>277</b>
<i>Ryan Putranda Kristianto</i>	



<b>48. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pembuatan Website Pemasaran dan Penyusunan Informasi Geospasial Potensi Wilayah di Dusun Kertodadi Pakembinangun</b>	<b>283</b>
<i>Sadewa Purba Sejati dan Firman Asharudin</i>	
<b>49. Pengelolaan Sampah di Kawasan Sungai Bengawan Solo</b>	<b>289</b>
<i>Seftina Kuswardini dan Rhisa Aidilla Suprpto</i>	
<b>50. Pengembangan Desa Wisata dengan Perencanaan dan Perancangan Gedung Serbaguna pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta</b>	<b>295</b>
<i>Septi Kurniawati Nurhadi</i>	
<b>51. Pelatihan Penggunaan <i>Microsoft Office</i> di Desa Umbulharjo Kecamatan Cangkringan</b>	<b>301</b>
<i>Sharazita Dyah Anggita</i>	
<b>52. Pelatihan <i>Public Speaking</i> di SMK N 1 Bantul</b>	<b>307</b>
<i>Stara Asrita dan Rivi Neritarani</i>	
<b>53. Pelatihan Penerapan Aplikasi Office Kepada Guru dan Karyawan SDN Ngringin Condongcatur Yogyakarta</b>	<b>313</b>
<i>Sumarni Adi</i>	
<b>54. Penanaman dan Pengembangan <i>Entrepreneurship</i> bagi Guru Taman Kanak-Kanak dan Kelompok Bermain</b>	<b>319</b>
<i>Tanti Prita Hapsari</i>	
<b>55. Pelatihan <i>Electronic Learning</i> Bagi Guru Sekolah Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 4 Sleman, Yogyakarta</b>	<b>325</b>
<i>Theopilus Bayu Sasongko dan Ni'mah Mahnunah</i>	
<b>56. Sosialisasi Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Berbasis Masyarakat di RW 02 Kelurahan Bener Kecamatan Tegalrejo Kota Yogyakarta</b>	<b>331</b>
<i>Vidyana Arsanti</i>	
<b>57. Media Informasi Pembelajaran Mitigasi Bencana Kebakaran untuk Usia Sekolah Dasar</b>	<b>337</b>
<i>Widiyana Riasasi dan Rivga Agusta</i>	
<b>58. Budidaya Sayuran Organik oleh Ibu Rumah Tangga untuk Efisiensi Belanja Rumah Tangga di Dusun Dayu Sinduharjo Sleman</b>	<b>343</b>
<i>Widiyanti Kurnianingsih</i>	
<b>59. Penerapan Multimedia Pembelajaran Pada PAUD Puspasari</b>	<b>349</b>
<i>Windha Mega Pradnya Dhuhita</i>	
<b>60. Sistem Informasi untuk Promosi dan Pendaftaran Online Pada Sanggar Kirana Mentari</b>	<b>355</b>
<i>Yuli Astuti</i>	

- 61. Pelatihan Pembentukan Usaha Bersama (Firma) di KUD Tani Makmur Bantul Yogyakarta** 361  
*Irton*
- 62. Pemanfaatan Teknologi *Augmented Reality* Sebagai Motivasi Belajar Untuk Anak-Anak Usia Dini** 367  
*Mulia Sulistiyono*
- 63. Urgensi Peningkatan Kualitas Perumahan dan Permukiman Kumuh Perkotaan** 373  
*Citra Desy Aisyah Alkis*
- 64. Perancangan Media Promosi Pentol Petir Magelang** 379  
*Agung Nugroho*
- 65. Pelatihan Manajemen Konten Website Lapak75 di Wedomartani Ngemplak Sleman Yogyakarta** 385  
*Bhanu Sri Nugraha*
- 66. Peningkatan Profesionalitas Guru dalam Menghasilkan Karya Pengembangan Profesi Guru Melalui Pelatihan Penulisan Karya Ilmiah Bagi Guru SMK N 2 Yogyakarta** 391  
*I Made Artha Agastya*

## PENGEMBANGAN STRATEGI *E-MARKETING* UMKM KLATEN UTARA

Anik Sri Widawati<sup>1)</sup>, Ikmah<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

<sup>2)</sup>Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : anik@amikom.ac.id<sup>1)</sup>, ikmahdarwan01@amikom.ac.id<sup>2)</sup>

### Abstrak

*Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Disamping dapat meningkatkan pendapatan keluarga, produk UMKM juga mampu meningkatkan potensi budaya dan pariwisata daerah. Klaten Utara, merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Klaten yang letaknya sangat strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan beberapa obyek wisata. Sehingga tidak mengherankan apabila di kecamatan tersebut tumbuh dan berkembang beraneka ragam UMKM. Produk yang dihasilkan atau dipasarkan oleh anggota UMKM Klaten Utara ini beraneka ragam dan sangat menjanjikan untuk dijadikan pekerjaan utama, namun demikian sebagian besar anggota UMKM belum memahami pentingnya pemasaran di era digital saat ini. Jangkauan pemasarannya masih di daerah sekitar UMKM tersebut dan kemasan (packaging) juga masih sangat sederhana. Hal ini tentunya membuat produk tersebut tidak bisa tahan lama, mudah rusak, kurang menarik serta mudah untuk ditiru. Kegiatan pengabdian ini sudah dilaksanakan dengan berbagai capaian sesuai dengan target luaran sebagai berikut: 1) Pelatihan tentang strategi pemasaran produk. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya strategi pemasaran produk agar lebih dikenal oleh konsumen secara luas; 2) Pelatihan pengembangan kemasan produk (packaging product). Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya kemasan untuk meningkatkan nilai tambah dan harga jual produk; 3) Pelatihan E-Marketing. Melalui pelatihan ini anggota UMKM dapat memasarkan produknya dan membangun hubungan dengan pelanggan melalui media internet.*

**Kata kunci:** *UMKM, Packaging Product, E-Marketing*

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UMKM yang mampu tetap kokoh berdiri, [1].

Dengan memanfaatkan bahan baku dan sumber daya lokal yang mudah ditemukan dan tersedia di sekitar maka UMKM telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Disamping dapat meningkatkan pendapatan keluarga, produk UMKM juga mampu meningkatkan potensi budaya dan pariwisata daerah tersebut.

Klaten Utara, merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Klaten Propinsi Jawa Tengah, letaknya sangat strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan beberapa obyek wisata. Sehingga tidak mengherankan apabila di kecamatan tersebut banyak tumbuh dan berkembang beraneka ragam UMKM.

Anggota dari UMKM di Klaten Utara ini relatif banyak, namun demikian mengingat keterbatasan waktu dan biaya maka UMKM yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 20 orang. Sebagian besar anggota UMKM Klaten Utara berpendidikan SMA dengan rata-rata usia di atas 45 tahun.

Produk yang dihasilkan atau dipasarkan oleh anggota UMKM Klaten Utara ini beraneka ragam, antara lain bakpia, keripik belut, tahu, peyek cetul, ceriping ketela, karak lele, tanaman hias, pembesaran lele, dan petani tanaman pangan.

Produk tersebut juga sangat menjanjikan untuk dijadikan sebagai pekerjaan utama.

Namun demikian sebagian besar anggota UMKM Klaten Utara belum memahami akan pentingnya pemasaran dengan baik di era digital saat ini. Jangkauan pemasaran dari produk yang dihasilkan masih terbatas di daerah sekitar UMKM. Sehingga sebagian besar anggota UMKM belum memanfaatkan media digital sebagai alat bantu dalam pemasarannya.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain [3].

Fungsi dari Pemasaran adalah 1). Meningkatkan motivasi dalam berpikir jernih ke depan; 2). Koordinasi pemasaran yang lebih efektif dan terarah; 3). Dapat merumuskan tujuan perusahaan yang akan dicapai; 4). Pengawasan kegiatan pemasaran lebih efektif atas standar prestasi kerja. [3].

Perkembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula. Dengan menggunakan media digital untuk konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan yang dikenal dengan istilah E-Marketing.

E-Marketing adalah sisi pemasaran dari e-commerce dengan kepentingan khusus oleh pemasar, yakni strategi proses pembuatan, pendistribusian, promosi dan penetapan harga barang kepada pangsa pasar melalui internet dan peralatan digital lainnya. Dengan dukungan internet e-marketing mampu menjangkau lapisan masyarakat baik lokal, nasional maupun internasional. Konsumen dapat dengan mudah mengetahui produk yang diinginkannya tanpa harus datang ke toko ataupun pasar.

Menurut Kotler saluran online (e-marketing) adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jaur telepon sehingga komputer menjangkau beragam layanan informasi online [3]. Brenda Kienan mengatakan bahwa E-marketing adalah melakukan bisnis online yang bentuknya

paling jelas adalah menjual produk kepada konsumen secara online. Sederhananya adalah membuat, mengelola dan meluaskan hubungan komersial secara online [2].

Media sosial merupakan tool marketing yang bisa dikatakan cukup efektif untuk membantu strategi pemasaran bagi anggota UMKM Klaten Utara. Ada beberapa sosial media yang banyak digunakan seperti Instagram, Facebook dan Twitter. Pemanfaatan sosial media untuk e-marketing merupakan hal yang paling mudah dilakukan. Apalagi layanan ini bersifat gratis sehingga meminimalkan biaya promosi dengan hasil yang maksimal.

Demikian juga dengan kemasan produk (*packaging product*) masih sangat sederhana, tanpa label ataupun merek dagang. Hal ini tentunya membuat produk tersebut tidak tahan lama, mudah rusak, kurang menarik, dan mudah untuk ditiru.

Gambar 1 adalah *Packaging* dari produk yang dihasilkan atau dipasarkan oleh anggota UMKM Klaten Utara.



**Gambar 1. Kemasan Produk**

Kemasan atau *packaging* merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau bungkus sebagai suatu produk [3]. Kemasan (*packaging*) adalah kegiatan-kegiatan yang bersifat umum dan perencanaan barang yang melibatkan penentuan bentuk atau desain pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang [4]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan adalah suatu kegiatan merancang dan memproduksi bungkus suatu produk yang meliputi desain bungkus dan pembuatan bungkus produk tersebut.

Dewasa ini kemasan mempunyai arti yang sangat penting karena kemasan tidak hanya digunakan

sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga digunakan untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen. Oleh karenanya kemasan termasuk salah satu dalam strategi pemasaran khususnya strategi produk yang dapat dilakukan dengan cara memperbaiki bentuk luar dari produk seperti pembungkus, etiket, warna, logo, dan lain-lain agar dapat menarik perhatian konsumen dan dapat memberi kesan bahwa produk tersebut bermutu atau berkualitas baik [3].

Tujuan dari kemasan (*packaging*) adalah 1). Mengidentifikasi merek; 2). Mengekspresikan informasi deskriptif dan persuasif; 3). Memfasilitasi transportasi dan perlindungan produk; 4). Membantu penyimpanan di rumah; dan 5). Membantu konsumsi produk [3].

Dari permasalahan yang ada pada UMKM Klaten Utara, maka telah kami buat prioritas dari permasalahan yang diangkat, disajikan dalam tabel 1.1. berikut :

**Tabel 1.1. Permasalahan Mitra**

No	Masalah	Prioritas
1	Produk yang dihasilkan oleh anggota kelompok UMKM Klaten Utara ini beraneka ragam, namun pemahaman tentang strategi dalam pemasaran masih kurang.	Prioritas pertama
2	Produk yang dihasilkan oleh anggota kelompok UMKM Klaten Utara ini beraneka ragam, namun pemahaman tentang pentingnya kemasan produk masih sangat kurang, sehingga produk kurang menarik dan mudah rusak.	Prioritas kedua
3	Sebagian besar anggota UMKM Klaten Utara belum mengenal bahkan memanfaatkan e-marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran.	Prioritas ketiga
4	Produk yang dihasilkan oleh UMKM ini sebagian besar	Prioritas keempat

No	Masalah	Prioritas
	belum memiliki perijinan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga).	

Solusi yang ditawarkan dari penentuan prioritas permasalahan pada UMKM Klaten Utara ini tampak pada tabel 1.2 :

**Tabel 1.2. Solusi Permasalahan**

No	Masalah	Solusi yang ditawarkan
1	Produk yang dihasilkan oleh Anggota UMKM di Klaten Utara ini beraneka ragam, namun pemahaman tentang strategi pemasaran masih kurang.	Memberikan pendampingan strategi pemasaran produk
2	Produk yang dihasilkan oleh Anggota UMKM di Klaten Utara ini beraneka ragam, namun kemasan produk masih sangat sederhana, sehingga tampilan produk kurang menarik, mudah rusak dan tidak tahan lama.	Memberikan pendampingan usaha pengemasan produk agar lebih menarik dan tahan lama.
3	Sebagian besar Anggota UMKM Klaten Utara belum mengenal bahkan memanfaatkan e-marketing untuk memperluas jangkauan pemasaran.	Memberikan pendampingan pelatihan e-marketing agar supaya jangkauan pemasaran menjadi lebih luas.

Target luaran yang dihasilkan dari tabel prioritas permasalahan, disajikan dalam tabel 1.3 berikut :

**Tabel 1.3. Target dan Luaran**

No	Target dan Luaran
1	20 Anggota UMKM Klaten Utara memahami pentingnya strategi dalam pemasaran produk

No	Target dan Luaran
2	20 Anggota UMKM Klaten Utara mampu mengemas produk dengan baik
3	20 Anggota UMKM Klaten Utara mampu mengembangkan E-Marketing

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dari kegiatan Pengembangan Strategi E-Marketing UMKM Klaten Utara ini disesuaikan dengan prioritas permasalahan, solusi dan target luaran akan dipaparkan dalam table 2.1 berikut:

**Tabel 2.1 Metode Pelaksanaan Kegiatan**

No	Masalah	Target Luaran	Metode Pelaksanaan
1	Produk yang dihasilkan beraneka ragam, namun pemahaman akan strategi pemasaran masih kurang.	Pelatihan strategi pemasaran	Langkah yang dilakukan : 1) Pemahaman tentang penting strategi pemasaran; 2) Pengembangan strategi pemasaran
2	Produk yang dihasilkan beraneka ragam, namun kemasan sangat sederhana, dan kurang menarik	Pelatihan pengembangan kemasan produk	Langkah yang dilakukan : 1). Pemahaman tentang pentingnya kemasan 2). Pelatihan pengembangan kemasan produk.
2	Sebagian besar anggota kelompok belum	Pelatihan E-Marketing	Langkah yang dilakukan : 1) Pemahaman

No	Masalah	Target Luaran	Metode Pelaksanaan
	mengenal E-Marketing.		tentang pentingnya E-Marketing; 2) Pelatihan E-Marketing

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengacu pada rencana kegiatan yang telah dilaksanakan, maka berbagai capaian yang sudah dilakukan dalam kegiatan ini sudah sesuai dengan target luaran sebagai berikut :

- 1) Sudah terlaksana kegiatan pelatihan pengembangan strategi pemasaran



**Gambar 3.1 Pelatihan Pengembangan Strategi Pemasaran**

Gambar 3.1 adalah materi yang disampaikan pada kegiatan pelatihan pengembangan strategi pemasaran. Sehingga dapat memberikan gambaran kepada anggota UMKM Klaten Utara akan arti pentingnya pemasaran di era digital saat ini.

- 2) Sudah terlaksana kegiatan pelatihan pengembangan kemasan produk (*packaging product*)



**Gambar 3.2 Pelatihan Packaging Product**

Gambar 3.2 adalah gambar kegiatan pelatihan pengembangan kemasan produk, maka diharapkan dapat memberikan gambaran kepada Anggota Kelompok UMKM Klaten Utara tentang pentingnya kemasan produk yang tidak hanya sebagai pelindung produk, namun juga untuk menyenangkan dan memikat hati dari konsumen. Sehingga akan meningkatkan nilai tambah (*value*) dan harga jual dari produk yang dihasilkan.



**Gambar 3.3 Contoh Desain Kemasan Produk**

Gambar 3.3 adalah salah satu contoh desain kemasan produk dari UMKM Klaten Utara. Melalui desain kemasan tersebut diharapkan selain harga produk akan lebih meningkat, juga produk akan lebih tahan lama, menarik bagi konsumen, serta tidak mudah rusak

- 3) Sudah terlaksana kegiatan pelatihan pengembangan E-Marketing.



**Gambar 3.4 Pelatihan E-Marketing**

Gambar 3.4 adalah gambar kegiatan pelatihan pengembangan E-Marketing.

Melalui kegiatan ini diharapkan anggota UMKM Klaten Utara dapat menggunakan media digital untuk memasarkan produknya kepada masyarakat secara luas. Sehingga jangkauan dari pemasarannya tidak hanya pada masyarakat sekitar, namun bisa secara nasional.

#### 4. PENUTUP

Kegiatan Pelatihan Pengembangan Strategi E-Marketing UMKM Klaten Utara ini telah dilaksanakan sebagai berikut :

- 1) Pendampingan pelatihan strategi pemasaran sangat membantu anggota UMKM dalam memberikan wawasan tentang pentingnya memasarkan produk dengan memakai pola perencanaan dan metode supaya bisa berhasil menjual lebih banyak dari apa yang dijual.
- 2) Pendampingan pelatihan pengembangan kemasan produk (*packaging product*) sangat membantu anggota kelompok UMKM dalam memberikan wawasan tentang pentingnya kemasan yang tidak hanya sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen. Sehingga dapat meningkatkan nilai tambah (*value*) dan harga jual bagi produk.
- 3) Pendampingan pelatihan E-Marketing sangat membantu anggota kelompok UMKM Klaten Utara tentang arti pentingnya E-Marketing.

Saran yang bisa kami sampaikan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penambahan waktu pelatihan pengembangan kemasan produk (*packaging product*) maupun pada pelatihan E-Marketing, sehingga bisa langsung diaplikasikan.
- 2) Mengadakan pelatihan lanjutan dalam bentuk pengembangan atau diversifikasi produk dari hasil yang sudah ada.

### **Daftar Pustaka**

- [1] Bank Indonesia, Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Kerjasama LPPI dengan Bank Indonesia Tahun 2015.
- [2] Kienan, Brenda, 2001, Small Business Solutions Ecommerce, Penerbit Gramedia, Jakarta.
- [3] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, 2018, Manajemen Pemasaran, Edisi Terjemahan, Penerbit Erlangga.
- [4] Kotler & Keller, 2009, Marketing Management, 12ed, Prentice Hall, New York.
- [5] Swasta, Basu, 1999, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Ketiga, Yogyakarta Liberty.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktorat Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kami ucapkan kepada anggota Kelompok UMKM Klaten Utara yang telah menerima dan menyambut kegiatan pengabdian ini dengan baik sehingga Tim Dosen dapat melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi khususnya dharma ketiga dengan baik.