

ISSN 2615-2657

PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 7 April 2018

**LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**





PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Yogyakarta, 7 April 2018

Penerbit :

Lembaga Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : Mochammad Yusa, M.Kom
Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T
Agus Fatkhurohman, M.Kom

Kulit Muka : Ahmad Kurniadi

Penerbit :
Lembaga Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp.(0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

Cetakan I, April 2018

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



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2018

IMPLEMENTASI TEKNOLOGI TEPAT GUNA KEPADA MASYARAKAT

Reviewer:

Prof. Dr. Ema Utami, S.Si., 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 Dhuhita, M.Kom.
Mardhiya Hayaty, S.T., M.Kom.

DAFTAR ISI

	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	vii
Pelatihan Teknologi Informasi Pada Pemuda di Margorejo Kabupaten Sleman		1
	Acihmah Siaduruk, M.Kom	
Pelatihan dan Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Home Industri "Sania Kue" di Desa Sidowangi Kecamatan Kabupaten Magelang		7
	Agung Nugroho, M.Kom	
Pelatihan Strategi Pemasaran Online untuk UKM Tahu		13
	Agus Fatkhurohman, M.Kom	
Capacity Building Pada Unit Program Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) RW 12 Karangasem, Condongcatur, Kabupaten Sleman		19
	Agustina Rahmawati, S.A.P, M.Si dan Hanantyo Sri Nugroho, S.IP, MA	
Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Brajan Desa Sendang Agung Kecamatan Minggir Kabupaten Sleman		25
	Amif Fatah Sofyan, ST, M.Kom dan Nurizka Fidali, ST, M.Sc	
Pelatihan Kewirausahaan dan Pengelolaan Dokumen Digital Pada Komunitas X-Bank Indonesia		31
	Anggrismo, SE, M.Ec, Dev dan Firman Asharudin, M.Kom	
IbM Kelompok Pengolah dan Pemasar Hasil Ikan "Ngupadi Boga"		37
	Anik Sri Widowati, S.Sos, MM dan Ismadiyah Purwaning Astuti, SE, M.Sc	
Pemberdayaan Perempuan: Manajemen Jaringan Usaha		43
	Ardiyati, SIP, M.P.A dan Muhammad Zuhdan, S.IP, MA	
Website Bimbingan Belajar "Abimanyu"		49
	Arifiyanto Hadinegoro, S.Kom, M.T.	
Sosialisasi Tata Cara Penganggaran Anggaran Pendataan Dan Belanja Desa (APBDES), Rencana Kerja Anggaran (RKA), dan Koridor Penggunaan Alokasi Dana Desa		55
	Bagus Ramadhan, ST, M.Eng	
Pengembangan Web Untuk Pendataan Jamaah Pondok Pesantren "Ahlul Muqorrobin" Desa Pleset, Kecamatan Pangkur, Kabupaten Ngawi		61
	Bayu Setiaji, M.Kom	
Realisasi Konsep Usaha Kuliner dan Pembuatan Video Promo Serta Media Sosial Pemasaran Produk Kuliner Ulat Sutra Ibu PKK Desa Bantulan Godean Sleman		67
	Bernadhed, M.Kom	

E-Commerce Eevoco Bags and Furnitur Kids di Imogiri Bantul	73
Dina Maulina, M.Kom dan Bernadhed, M.Kom	
Pelatihan Akuntansi Dasar Perencanaan Keuangan Keluarga di RW 40 Kampung Pasekan Maguwoharjo Sleman	79
Fachrul Imam Santoso, SE, Akt, M.Ak	
Edukasi Pemanfaatan E-Government IbM Padukuhan Grogol, Desa Grogol, Kecamatan Paliyan, Kabupaten Gunung Kidul	85
Ferri Wicaksono, S.IP., MA	
Pelatihan Pendayagunaan Open Source Website Bagi Informasi Kegiatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Citra Ringin Mas	91
Ferry Wahyu Wibowo, S.Si, M.Cs	
IbM Batik Jumputan Ibu Sejahtera Kampung Wisata Tahunan	97
Fitri Juniwati Ayuningtyas, SE, M.Ec.Dev dan Anik Sri Widowati, S.Sos, MM	
Peningkatan Peran Pemuda Dalam Mitigasi Bencana Banjir di Kelurahan Pringgokusuman Kecamatan Gedongtengan Kota Yogyakarta	103
Fitria Nucifera, S.Si, M.Sc dan Widiyana Riasasi, S.Si., M.Sc	
Edukasi Pengajuan Bantuan UMKM bagi Kelompok Usaha Masyarakat "Ngudi Mulyo"	109
Hanantyo Sri Nugroho, S.IP, MA dan Agustina Rahmawati, S.A.P, M.Si	
Pengenalan Sistem Informasi Adaptasi Cuasa di Padukuhan Wonorejo, Sariharjo, Ngaglik, Sleman	115
Hartatik, ST, M.Cs dan Wahyu Sukestyastama Putra, M.Eng	
Penerapan E-Commerce Berbasis Website Untuk Media Promosi Pada Rock Guitar Instrument	121
Hendra Kurniawan, M.Kom	
Pemanfaatan Media Online pada Usaha Kue dan Catering di Condong Catur Kabupaten Sleman	127
Ikmah, M.Kom	
Program Pemberdayaan Perempuan Padukuhan Mancasan Kleben Melalui Kegiatan Kewirausahaan Berbasis Industri Cokelat	133
Laksmindra Saptyawati, SE, MBA dan Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si	
Pelatihan Tata Kelola Sistem dan Jaringan Pada PT. Adipura Agung Sakti Yogyakarta	139
M. Fairul Filza, S.Kom, M.Kom dan Oki Arifin, S.Kom, M.Cs	
Pelatihan Pengelolaan Teknologi Internet dan Web	145
Moch Farid Fauzi, M.Kom dan Kusnawi, S.Kom. M.Eng	
Internet Marketing Percetakan Sinar Offset	151
Mochammad Yusa, M.Kom	

Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaian Anak di Desa Sendangadi Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman	157
Mulia Sulistiyono, M.Kom	
Pelatihan Guru Kelompok Bermain Dalam Pemanfaatan Ms. Office Pengenalan Multimedia dan Internet Dasar	163
Norhikmah, M.Kom	
Sosialisasi Penataan Sarana Utilitas Jaringan Persampahan Kemasan, Singosaren, Bantul, Yogyakarta	169
Prasetyo Febriarto, ST, M.Sc dan RR. Sophia Ratna Haryati, ST, M.Sc	
Penyuluhan Dan Edukasi Masuknya Zat Psikotropika Terbaru Dikalangan Mahasiswa	175
Rezki Satris, S.IP, MA dan Seftina Kuswardini, S.IP, MA	
Pemberdayaan Masyarakat Untuk Penataan Kembali Desa Wisata Heritage Rejosari, Desa Jogotirto, Kabupaten Sleman	181
Rhisa Aidilla Suprpto, ST, M.Sc dan Ani Hastuti Arthasari, ST, M.Sc	
Edukasi Literasi New Media Di Sekolah Tiara Chandra Yogyakarta	187
Rivga Agusta, S.IP, M.A	
Pelatihan Peningkatan Gerakan Literasi Sekolah Menggunakan Media Game Edukasi Jamrana	193
Rizky, M.Kom	
Sosialisasi Penataan Lingkungan Daerah Aliran Sungai Gajah Wong Segmen Surowajan, Banguntapan, Bantul	199
RR. Sophia Ratna Haryati, ST, M.Sc dan Prasetyo Febriarto, ST, M.Sc	
Bersama Menjadi Agen Perubahan Untuk Dunia Yang Lebih Hijau	205
Seftina Kuswardini, S.IP, M.A dan Rhisa Aidilla Suprpto, ST, M.Sc	
Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta	211
Septi Kurniawati Nurhadi, ST, MT dan Fitria Nucifera, S.Si, M.Sc	
Membangun dan Menggunakan Website Sebagai Media Penunjang Promosi UKM Dodol Salak di Desa Nglumut	217
Sumarni Adi, S.Kom, M.Cs	
Pemberdayaan Masyarakat Untuk Pengembangan Desa Wisata Minapadi Cibuk Kidul, Mergoluwih, Godean, Kabupaten Sleman	223
Widiyana Riasasi, S.Si, M.Sc dan Afrinia Lisditya Permatasari, S.Si, M.Sc	
Pelatihan Multimedia Audio Visual Berbasis Jurnalistik Televisi Sebagai Media Promosi Potensi Desa	229
Yogi Piskonata, SS., M.Kom	

E-Commerce Pada Koki Kecil Catering and Service 235
Yuli Astuti, M.Kom

Pemanfaatan Media Online Untuk Pemasaran 241
Yusuf Amri Amrullah, SE, MM dan Dony Ariyus, M.Kom

PELATIHANN DAN PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA HOME INDUSTRI "SANIA KUE" DI DESA SIDOWANGI KECAMATAN KAJORAN KABUPATEN MAGELANG

Agung Nugroho¹⁾

¹⁾ Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : agungnugroho@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatar belakangi masalah pemasaran dari usaha home industri "Sania Kue". Faktor minimnya pengetahuan pemilik serta anggota yang terlibat tentang penyebarluasan informasi berbasis digital. Untuk itu, media sosial adalah sousit strategis dalam pemasaran untuk mengatasi masalah yang ada. Penulis mencoba mengangkat persoalan ini dan memberikan pelatihan tetang strategi pemasaran melalui media sosial kepada pemilik dan karyawan secara keseluruhan, menerapkan pemasangan iklan dengan memposting gambar dan informasi produk, visualisasi berbasis foto, video atau animasi, dan bahasa yang menarik. Dengan target setelah pelatihan ini selesai, baik pemilik maupun karyawan memiliki pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial yang mumpuni, sehingga mampu mencapai target yang diharapkan. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini terdiri dari metode ceramah, diskusi, pelatihan (workshop).

Kata kunci: Home Industry, Pemasaran, Promosi, Media Sosial,

1. PENDAHULUAN

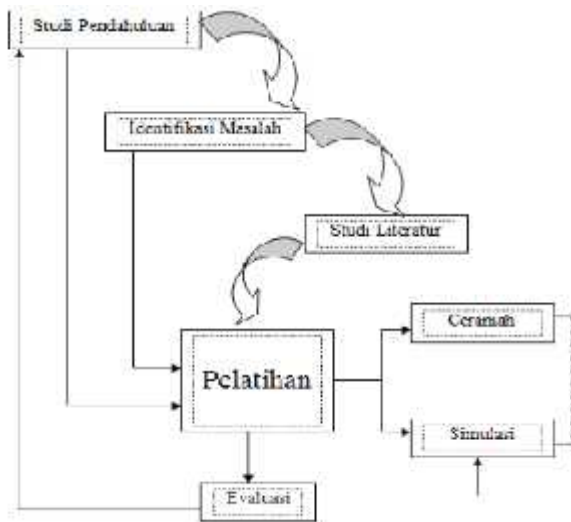
Globalisasi pasar telah mempengaruhi perilaku perdagangan yang selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Globalisasi pasar menuntut adanya peningkatan daya saing antar pelaku bisnis, menuntut para pelaku bisnis untuk meningkatkan, mendesain ulang dan memodifikasi strategi bersaingnya. Pemanfaatan media online memang menjadi pilihan tepat bagi para pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murah biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi para pelaku usaha sebelum akhirnya mereka memilih media online sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya[1]. Banyaknya sumber informasi yang tersedia melalui media online atau internet, memberikan dukungan tersendiri bagi perkembangan bisnis para pengrajin industri kecil. Dengan modal informasi yang ada pada media online, setidaknya bisa menciptakan ide-ide baru yang tentunya bermanfaat bagi kemajuan usaha. Selain itu juga bisa mendapatkan informasi penting lainnya terkait peluang usaha yang sedang dijalankan saat ini. Misalnya saja informasi kontak person supplier bahan baku, informasi harga jual produk dipasaran, informasi tips bisnis yang membantu permasalahan usaha, serta masih banyak

lagi informasi lain yang berguna bagi perkembangan usaha[2]. Usaha Kecil Menengah (UKM) yang juga dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan pasar agar dapat bertahan dan meningkatkan marketshare. Sania Roti berdiri mulai tahun 2014 didirikan oleh Ibu Sunia, dan perkembangannya dari tahun ketahun cukup meningkat. Pada awalnya, Ibu Sania sebagai owner Sania Roti tidak memikirkan konsep dan hanya iseng saat membuka usaha Roti ini yang dibantu suami dan kelima anaknya.

Penulis mencoba mengangkat persoalan ini dan memberikan pelatihan tetang strategi pemasaran melalui media sosial kepada pemilik dan karyawan secara keseluruhan, menerapkan pemasangan iklan dengan memposting gambar dan informasi produk, visualisasi berbasis foto, video atau animasi, dan bahasa yang menarik. Dengan target setelah pelatihan ini selesai, baik pemilik maupun karyawan memiliki pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk melalui media sosial yang mumpuni, sehingga mampu mencapai target yang diharapkan. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini terdiri dari metode ceramah, diskusi, pelatihan (workshop).

2. METODE PELAKSANAAN

Pengembangan model sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi, dilakukan dengan pendekatan kontekstual. Pendekatan ini akan diawali dengan orientasi lapangan, dilanjutkan dengan identifikasi masalah, studi literatur, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi keberhasilan kegiatan[3]. Secara skematis alur kerja pemecahan masalah dalam kegiatan ini, dapat digambarkan dalam bagan di bawah ini.



Gambar 1. Alur Kerja Pemecahan Masalah

Kegiatan akan diawali dengan melakukan pembuatan jadwal yang visibel dan bisa disepakati oleh peserta pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan pemberian wawasan dengan sistem ceramah kepada peserta di satu lokasi pelatihan yang telah disepakati bersama secara terjadwal. Pelatihan pemanfaatan media sosial yang diberikan kepada peserta akan dilihat hasilnya secara periodik, apakah pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan peserta untuk mempromosikan dan memasarkan hasil produksinya secara online. Pada akhir pelatihan, akan dilakukan evaluasi untuk melihat keterampilan dari masing-masing peserta dalam hal mempromosikan dan memasarkan hasil produksinya melalui media sosial online. Sosialisasi pemanfaatan media sosial online dan peningkatan pemanfaatan media online harus dilakukan secara berkesinambungan. Pelatihan dan sosialisasi pemanfaatan media online tidak dapat dilakukan hanya sekali saja. Para peserta diharapkan proaktif untuk melatih sendiri materi-materi yang didapat pada saat pelatihan untuk mempromosikan dan memasarkan hasil produksinya secara online.

2.1. Peserta Pelatihan

Sasaran peserta pelatihan yang dianggap strategis dalam kegiatan ini adalah para pegawai atau pemilik usaha "Sania Roti", dimana diketahui memiliki kemampuan mengoperasikan komputer dan internet yang tidak sama, ada yang sudah mampu ada juga yang belum. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan secara terjadwal. Pada setiap pertemuan (pelatihan), setiap peserta akan diberikan sosialisasi materi tentang pemanfaatan sosial media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi, mulai dari pengenalan pengenalan media online sampai dengan proses pemasaran produk, dan plus-minus teknologi internet. Di sisi lain, kepada setiap peserta akan diberikan softcopy seluruh bahan pelatihan, sehingga bisa dijadikan bahan acuan dan arsip kepada semua peserta pelatihan. Kepada para peserta yang telah dilatih, nantinya diharapkan dapat menyebarkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dimilikinya kepada para karyawan atau pihak dari "Saniaa Roti" yang tidak dapat mengikuti pelatihan dengan program imbas. Melalui pelatihan ini, diharapkan para peserta yang sudah dipilih untuk mengikuti pelatihan mampu memasarkan dan mempromosikan hasil produksinya dengan memanfaatkan sosial media online yang ada saat ini.

2.2. Metode

Prosedur kegiatan program pengabdian yang diusulkan dalam usulan ini meliputi tahapan: (a) studi pendahuluan, (b) pelatihan, (c) evaluasi . Perincian kegiatan di masing-masing tahapan diuraikan seperti berikut[3].

a. Studi Pendahuluan

Pada tahapan studi pendahuluan akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

1. Pengumpulan persoalan yang dihadapi Pemilik Usaha "Sania Roti" dalam memasarkan hasil produksinya.
2. Klasifikasi persoalan yang dihadapi "Sania Roti" dan pencocokan dengan potensi yang ada pada institusi.
3. Penyusunan skala prioritas program dengan mendasarkan pada peluang untuk diimplementasikan, ketersediaan sumber daya dan ketersediaan sumber daya dari peneliti,
4. Penyusunan rencana kerja dan instrumen pelaksanaan program.

b. Pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan akan dilakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- 1) Pembagian materi dalam bentuk softcopy dan hardcopy
- 2) Penjelasan umum tentang sistem pemasaran online
- 3) Pelatihan pemanfaatan social media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi pada “Sania Roti”.

c. Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi dilakukan untuk dua tujuan yaitu: (a) umpan balik untuk perbaikan dini tahap pelaksanaan dan (b) umpan balik untuk pelatihan berikutnya. Ada dua harapan pencapaian pelaksanaan evaluasi yang dilakukan. Harapan capaian pertama adalah dalam pelaksanaan pelatihan dan harapan capaian kedua adalah di akhir pelaksanaan pelatihan. Harapan capaian pertama untuk tujuan evaluasi melakukan perbaikan dini dan harapan capaian kedua untuk perbaikan program berikutnya. Hasil pada tahapan evaluasi dijadikan dasar dalam menyusun laporan pelaksanaan program pengabdian, yang mencakup uraian pelaksanaan program, hambatan-hambatan dalam pelaksanaan, capaian dari target yang ditetapkan dan solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan. Pada akhirnya, laporan pelaksanaan program ini dijadikan dasar pertanggungjawaban pelaksanaan pengabdian kepada pihak-pihak yang berkepentingan[3].

2.3. Rancangan Evaluasi

Setelah program ini terlaksana, maka untuk mengukur tingkat keberhasilan dari keseluruhan rangkaian kegiatan tersebut, akan dilakukan evaluasi pada rentang proses dan akhir kegiatan, yaitu pada saat dilakukan pada akhir pelatihan. Kegiatan evaluasi ini akan melibatkan: ketua dan anggota pengabdian kepada masyarakat. Kriteria dan indikator pencapaian tujuan dan tolak ukur yang digunakan untuk menjustifikasi tingkat keberhasilan kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Rancangan Evaluasi

Jenis Data	Sumber Data	Indikator	Kriteria Keberhasilan	Instrumen
Pengetahuan tentang sosial media online	Peserta pelatihan	Pengetahuan peserta pelatihan	Terjadi perubahan yang positif terhadap pengetahuan sosial media online	Pedoman wawancara

Jenis Data	Sumber Data	Indikator	Kriteria Keberhasilan	Instrumen
Keterampilan peserta dalam memanfaatkan internet dan komputer	Peserta	Keterampilan peserta	Terjadinya perubahan yang positif terhadap keterampilan peseserta dalam menggunakan internet dan komputer	Pedoman wawancara dan Format Observasi
Kemampuan dan keterampilan peserta menggunakan media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi	Peserta	Kemampuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi	Terjadinya perubahan kemampuan dan keterampilan pada peserta dalam media online sebagai sarana pemasaran hasil produksi	Pedoman wawancara dan Format Observasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pemanfaatan sosial media online ini diikuti oleh 2 orang dari Pihak “Sania Roti”. Adapun kegiatan pelaksanaan pelatihan sebagai berikut:

3.1. Strategi Promosi

Setelah dilakukan diskusi dengan pemilik usaha “Sania Roti”, ditetapkan strategi Pemasaran yang akan dilakukan oleh adalah :

- a. Melakukan promosi secara berkala untuk membangun citra positif di masyarakat
- b. Merencanakan promosi dengan sebaik-baiknya secara berkala.
- c. Promosi yang dilakukan dibuat dengan jelas agar pesan yang akan disampaikan dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

3.2. Tujuan Promosi

- a. Memperkenalkan Roti Sania kepada masyarakat
- b. Melakukan perluasan jangkauan untuk area promosi
- c. Melakukan promosi yang mengembangkan citra positif dari Sania Roti.

3.3. Tema Pokok Promosi

Tema pokok/ Big idea dari promosi “Sania Roti” ini adalah dengan menggunakan tag line yaitu “Segar dan Sehat Setiap Hari” yang menggambarkan roti dari Roti Sania ini yaitu roti di produksi setiap hari sehingga selalu Fresh serta menyehatkan karena tanpa bahan pengawet.

3.4. Pendukung Tema Promosi

a. Strategi Penyajian Pesan

Penyajian pesan disampaikan dengan cara menampilkan olahan visual yang dapat menarik media yang akan digunakan. Desain media yang akan dibuat didukung oleh elemen desain seperti tipografi, layout, dan lainnya yang tepat agar dapat menarik perhatian dan mudah dipahami oleh konsumen.



Gambar 1. Olahan Visual

b. Pengarahan Pesan Visual

Gaya desain yang akan digunakan yaitu simpel dengan kesan segar dari produk Roti Sania yang sesuai dengan tempat pabriknya yang terletak di daerah pegunungan atau pedesaan.



Gambar 2. Gaya Foto Produk

- c. Logo Sania Roti dibuat semenarik mungkin tetapi tetap mempertahankan kesan segar dari Sania Roti



Gambar 3. Logo Sania Roti

- d. Menampilkan foto-foto produk dengan pencahayaan yang tepat sehingga produk yang difoto dapat terlihat menarik.

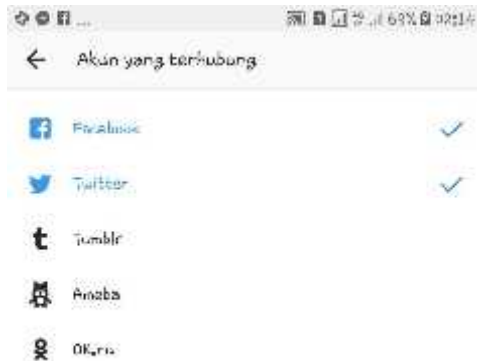


Gambar 4. Foto Produk Sania Roti

3.5. Jenis Media Promosi

Media yang akan digunakan dalam perancangan promosi “Sania Roti” adalah melalui Social Media Facebook, Twitter, dan Instagram.

Ketiga akun tersebut nantinya akan saling terintegrasi satu sama lain dimana nantinya setiap kali posting produk atau informasi disalah satu akun, maka akun yang lain akan secara otomatis memposting produk atau informasi tersebut.



Gambar 5. Automation Social Media

Tujuan menghubungkan twitter, Instagram ke Facebook adalah agar setiap kali kita posting foto atau video di Instagram maka bisa langsung membagikan juga ke akun atau halaman Facebook yang kita kelola jadi tidak perlu upload tiga kali.

3.6. Evaluasi

Setelah dilaksanakan sosialisasi pemanfaatan media online sebagai media pemasaran produk "Sania Roti", maka tingkat keberhasilan penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini, dapat dilihat dari hasil evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, yakni:

- Evaluasi proses yaitu untuk mengetahui pelaksanaan dari program yang dibuat serta keterlibatan peserta atau khalayak sasaran selama mengikuti kegiatan. Evaluasi ini dilakukan dari awal sampai akhir kegiatan workshop pemanfaatan media online, dengan melihat tanggapan peserta terhadap studi kasus yang diberikan. Secara hial praktik dapat diselesaikan dengan baik, dan hanya ada beberapa materi yang belum bisa dikuasai dengan baik,
- Evaluasi hasil/produk yaitu untuk mengetahui seberapa jauh tingkat keberhasilan tujuan yang telah dirumuskan, dapat dilihat dari respon (tanggapan) peserta terhadap sosialisasi pelatihan yang telah dilakukan, yang diberikan berupa angket pada akhir kegiatan dan hasil pelatihan dan penerapan media online oleh peserta. Berikut adalah hasil pembuatan beberapa akun social media online oleh anggota "Sania Roti" sebagai media pemasaran online;

1) Facebook



Gambar 6. Facebook Sania Roti

2) Instagram



Gambar 7. Instagram Sania Roti

3) Twitter



Gambar 8. Twitter Sania Roti

Pelatihan dilakukan 4 kali, dan diadakan pada tanggal 15 Oktober 2017, 11, 12 November 2017, dan 10 Desember 2017.

Adapun beberapa faktor pendorong terlaksananya kegiatan pelatihan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Dari pihak peserta begitu antusias dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian pada masyarakat ini.
- 2) Pelaksanaan kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan tambahan/menambah wawasan bagi peserta mengenai pemanfaatan social media online sebagai sarana pemasaran produk.
- 3) Kesiapan dan semangat para peserta kegiatan ini begitu besar untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan yang disiapkan oleh panitia pelaksana.
- 4) Faktor pendorong lainnya adalah kesiapan anggota dari "Sania Roti" yang telah menyiapkan diri, terutama dalam pembelajaran materi dan implementasi teori pada kegiatan pelatihan ini.

4. PENUTUP

4.1. Simpulan

Berdasarkan analisis kegiatan tersebut dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pengetahuan dalam memanfaatkan social media online sebagai sarana pemasaran produk, sehingga memberikan peluang untuk memper luas pasar

produk yang dapat berimbas pada peningkatan omset usaha.

- 2) Pengabdian pada masyarakat untuk "Sania Roti" KAJORAN Magelang berupa sosialisasi dan pelatihan media online sebagai sarana pemasaran produk sangat perlu karena perkembangan era teknologi yang menuntut para pelaku usaha untuk bersaing secara global dengan media online.

4.2. Saran

Pada masa berikutnya, kegiatan pengabdian pada masyarakat ini tidak hanya dilakukan untuk "Sania Roti" saja, namun kegiatan pengabdian pada masyarakat berupa sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan media online sebagai sarana pemasaran perlu dilakukan untuk UKM yang ada di dalam atau di luar Kabupaten Magelang.

Daftar Pustaka

- [1] Bagas.A, Irianto.P, Pemanfaatan Social Media Untuk Meningkatkan Market Share Ukm, TEKNOLOGI Vol. 8, No. 1, JULI 2015 ISSN: 1979-7656.
- [2] Angelica, S., 2012. Peran Social Media dalam Membangun Ikatan dengan Konsumen guna Memperoleh Loyalitas terhadap Perusahaan Jasa Penerbangan (Studi Kasus : PT Indonesia AirAsia). Tesis. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (FISIP) Universitas Indonesia.
- [3] Yadewani.D, Hamdi.K, Pelatihan Dan Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Home Industri "Randang Awak Joo" Prosiding Seri Ekonomi Konferensi Nasional PkM CSR ke-2 2016.

Ucapan Terimakasih

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihann Dan Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Home Industri "Sania Kue" Di Desa Sidowangi Kecamatan Kabupaten Magelang"

Pada kesempatan ini tim penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada lembaga pengabdian kepada Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta serta Ketua Program Studi Ilmu Komputer yang telah memberikan kesempatan dan persetujuannya atas Program Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis telah berusaha untuk menyempurnakan tulisan ini, namun sebagai manusia kami pun menyadari akan keterbatasan maupun kekhilafan dan kesalahan yang tanpa kami sadari. Oleh karena itu, saran dan kritik untuk perbaikan proposal ini akan sangat dinantikan.