

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

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA PAKAIAN ANAK DI DESA SENDANGADI KECAMATAN MLATI KABUPATEN SLEMAN

Mulia Sulistiyono

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : muliasulistiyono@amikom.ac.id

Abstrak

Pemasaran produk fashion tidak hanya mengandalkan penjualan offline semata, tetapi juga menggunakan jejaring sosial media. Salah satu social media yang sering digunakan untuk aktivitas penjualan produk fashion diantaranya yaitu Instagram. Data yang diambil dari NapoleonCat.com menunjukkan Ada 40 juta pengguna Instagram di Indonesia serta lebih dari 80% dari semua Instagrammers yang tinggal di Indonesia berusia 18-44 tahun. Mitra yang bekerjasama dalam pengabdian masyarakat ini memiliki masalah terkait media promosi yang belum memaksimalkan, sejauh ini masih terbatas via akun Instagram pribadi, belum memanfaatkan akun Instagram yang khusus digunakan untuk jualan. Dari permasalahan tersebut diberikan solusi yaitu Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran dengan teknik Instagram automation serta pengadaan peralatan penunjang yang bisa digunakan untuk sinkronisasi antara display dan foto produk serta akun Instagram yang dimiliki. Luaran dari kegiatan ini adalah meningkatnya daya saing mitra dalam promosi dan pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi. Hasil akhir dari kegiatan ini secara umum adalah meningkatkan kesejahteraan mitra dengan menggunakan teknologi informasi.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram Automation, Teknologi Informasi

1. PENDAHULUAN

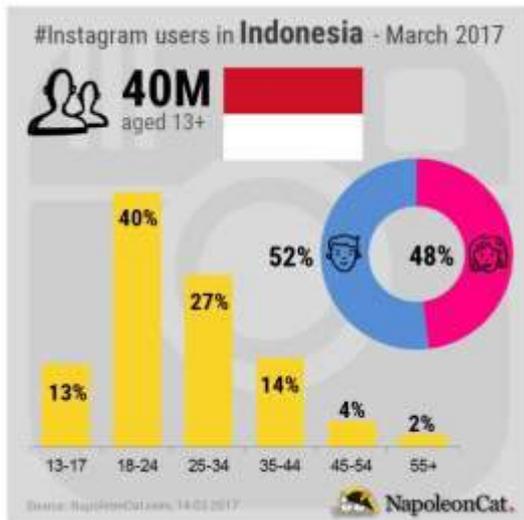
Percepatan ekonomi melalui industri kreatif tak hanya menjadi perhatian dan fokus utama Badan Ekonomi Kreatif (BeKraf) tetapi juga oleh hampir semua Pemerintah Daerah di Indonesia. Satu diantaranya adalah Pemda Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Industri kreatif adalah industri yang berfokus pada kreativitas, keahlian, dan talenta individu yang berpeluang meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja melalui penciptaan dan komersialisasi kekayaan intelektual.

Menurut Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya UMKM Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan Pertanian (Disperindagkoptan) Kota Yogyakarta, Tri Karyadi Riyanto mengatakan, dari 15 jenis industri kreatif yang tengah digencarkan pemerintah, Pemkot Yogyakarta akan fokus pada empat bidang industri kreatif. "Empat industri kreatif ini adalah fashion, kerajinan, perfilman, dan barang seni,". Menurutnya, keempat industri kreatif ini memiliki peluang besar bersaing dengan produk negara lain melalui MEA. Produk empat industri kreatif asal Yogyakarta ini memiliki ciri khas tersendiri

yang disukai konsumen luar negeri [1]. Tidak hanya di kota Yogyakarta, industri fashion juga berkembang di kabupaten sleman, karena kurang lebih 50% industri kreatif yang ada di DIY berada di Kabupaten Sleman. Melalui kegiatan Sleman Fashion Festival (SFF) 2017 Pemerintah Daerah Kabupaten Sleman berkomitmen untuk memberikan wadah untuk mengembangkan ide kreatif dan inovatif dalam industry fashion, acara SFF ini sangat strategis untuk terus memacu roda ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman [2].

Pemasaran produk fashion tidak hanya mengandalkan penjualan offline semata, tetapi juga menggunakan jejaring sosial media. Salah satu social media yang sering digunakan untuk aktivitas penjualan produk fashion diantaranya yaitu Instagram. Pengguna Instagram di Indonesia berkembang sangat pesat. Data yang diambil dari NapoleonCat.com menunjukkan Ada 40 juta pengguna Instagram di Indonesia dengan 52% adalah laki-laki dan 48 % adalah perempuan serta lebih dari 80% dari semua Instagrammers yang tinggal di Indonesia berusia 18-44 tahun [3].

Berikut data pengguna Instagram di Indonesia seperti terdapat dalam gambar 1



Gambar 1. Pengguna Instagram di Indonesia Maret 2017 [3]

Diantara pengusaha fashion yang sedang berusaha membangun jejaringnya melalui social media terutama instagram di Sleman terdapat Arza Collection di dusun Mraen, desa Sendangadi, Kecamatan Mlati dan Kabupaten Sleman.

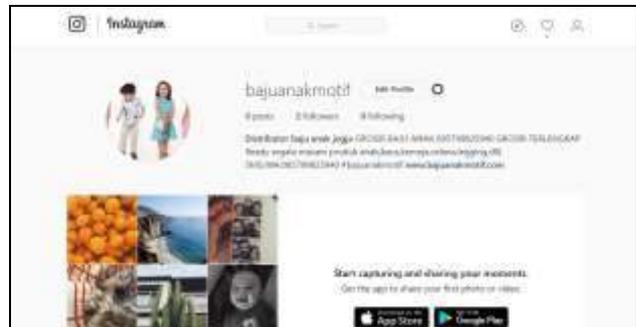
Arza Collection mulai berjalan sejak bulan maret 2017 memiliki 3 produk yang dipasarkan, produk peralatan makanan bernama TwinTulipware, Pakaian anak dan Gamis serta Jilbab. Arza Collection sampai saat ini belum memproduksi sendiri produk-produknya, lebih kepada penjualan kembali produk yang sudah ada. Sampai Bulan Mei 2017 Arza Collection masih menjual ketiga produk tersebut diatas, tetapi mulai bulan Juni 2017 sudah fokus untuk memasarkan produk Pakaian anak dengan Omset yang tercatat sejak bulan April tahun 2017 yang masih dibawah 1 juta rupiah maka bulan juni 2017 Arza Collection mulai fokus menggarap produk fashion.

Tabel 1. Omset Penjualan Arza Collection

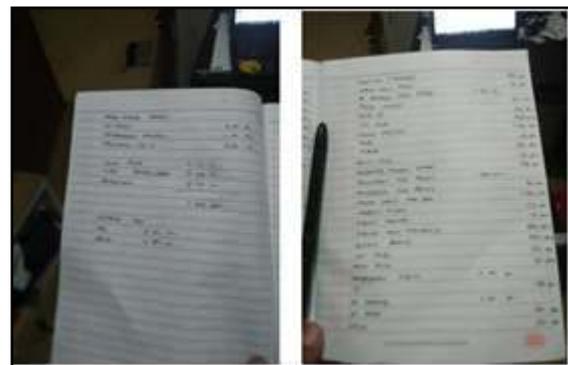
Tahun 2017	Omset (Rp)
April	300.000
Mei	500.000
Juni	800.000
Juli	500.000
Agustus	200.000 (Masih Berjalan)

Untuk memaksimalkan pemasaran Arza Collection menggunakan Instagram untuk penjualannya, selama ini masih menggunakan akun pribadi dengan men-share produk yang dijual kepada

rekan-rekan. Saat ini mencoba membuat akun Instagram khusus yang digunakan untuk pemasaran produk dengan nama bajuanakmotif, seperti terlihat di gambar 2 , kemudian gambar 3 merupakan proses pencatatan laporan keuangan secara manual serta gambar 4



Gambar 2. Akun Instagram yang dimiliki oleh Arza Collection



Gambar 3. Proses Pencatatan Manual



Gambar 4. HP Android yang digunakan untuk promosi dan penjualan

Dari proses pengepakan produk dan pemasaran Arza Collection sudah mulai tersentuh dengan teknologi informasi yaitu adanya instagram, hanya saja pengelolaan dan pemanfaatannya belum begitu maksimal, selama ini order yang masuk

kebanyakan masih bersifat offline dari relasi di komunitas maupun rekan sejawat yang pernah berinteraksi lewat whatsapp maupun instagram. Begitu juga dengan manajemen pencatatan transaksi masih dilakukan dengan menggunakan buku dan kertas yang kadang terpisah dan hilang sehingga menjadikan pemasaran dan proses pencatatan menjadi terhambat.



Gambar 5. Proses Packing dan pemasaran produk serta ulasan dari konsumen

Setelah melalui observasi dan wawancara dengan Mitra Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu serta melakukan pengamatan langsung di lapangan, didapatkan beberapa permasalahan untuk kemudian didiskusikan dengan calon mitra dan disajikan pada tabel 2 :

Tabel 2. Daftar Masalah Mitra Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu

No	Permasalahan
1	Media promosi yang belum memaksimalkan media sosial, sejauh ini masih terbatas via akun Instagram pribadi. Belum memanfaatkan akun Instagram yang khusus digunakan untuk jualan
2.	Peralatan yang digunakan masih bersifat sederhana, HP yang digunakan masih terbatas dengan RAM 1 GB dan Kamera 8 MP dan digunakan untuk aktifitas pribadi serta penjualan, sedangkan teknologi yang berkembang sekarang sudah banyak terutama kamera yang membutuhkan kualitas yang lebih bagus untuk display dan foto produk
3.	Keterbatasan pengetahuan teknologi sehingga pencatatan transaksi masih manual dengan menggunakan buku dan kertas yang kadang

	masih terpisah dan hilang
4.	aktifitas penjualan melalui sosial media terutama Instagram website belum memanfaatkan metode-metode pemasaran yang terkini masih manual, belum menggunakan teknologi Instagram Automation
5.	Pemodalannya yang kurang

2. METODE PELAKSANAAN

Dari daftar masalah yang sudah disampaikan dalam tabel 2, ditetapkan empat prioritas utama yang akan diselesaikan dengan metode pelaksanaan yang dapat dilakukan yang disusun dalam tabel 3 untuk Mitra Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu sebagai berikut :

Tabel 3. Solusi dan Luaran Mitra Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Media promosi yang belum memaksimalkan media sosial, sejauh ini masih terbatas via akun Instagram pribadi. Belum memanfaatkan akun Instagram yang khusus digunakan untuk jualan	Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran. Mitra mengikuti pelatihan Pembuatan Akun Instagram Utama untuk penjualan resmi, dan Akun Instagram Promo serta riset keyword untuk promosi penjualan yang ditautkan dengan Akun utama selama 3 jam (1 orang)
2	aktifitas penjualan melalui sosial media terutama Instagram belum memanfaatkan metode-metode pemasaran yang terkini masih manual, belum menggunakan teknologi Instagram Automation	Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran (lanjutan). Mitra mengikuti pelatihan lanjutan pengelolaan akun dan transaksi menggunakan Instagram dengan teknik Instagram Automation selama 3 jam (1 orang)
3	Peralatan yang digunakan masih bersifat sederhana, HP yang digunakan masih terbatas dengan RAM 1 GB dan Kamera 8 MP dan digunakan untuk aktifitas pribadi serta penjualan, sedangkan teknologi yang berkembang sekarang sudah banyak	Pengadaan modem internet untuk koneksi internet (1 unit) Pengadaan HP dengan spesifikasi yang lebih tinggi dari HP yang sebelumnya digunakan yaitu RAM 2 GB dan Kamera 13 MP

terutama kamera yang membutuhkan kualitas yang lebih bagus untuk display dan foto produk	
--	--

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mengacu pada rencana kegiatan yang seluruhnya telah dilaksanakan berikut ini adalah hasil dan capaian yang sudah dilakukan sesuai dengan target yang dicapai sebagai berikut:

1. Sudah Terlaksananya Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran yang pertama.

Langkah – langkah dalam pelatihan penggunaan Instagram sesi 1

a. Penentuan target pasar dengan hastag yang akan digunakan menggunakan deskgram seperti terlihat di gambar 6 dan gambar 7



Gambar 6. Penentuan tag yang akan dipilih



Gambar 7. Pelatihan Pembuatan Instagram Untuk Arza Collection

Tag yang dipilih untuk pemain awal atau pemula diusahakan berada diantara 5000-10.000 post, sehingga memungkinkan bersaing dengan penjual sejenis. Dibandingkan dengan posting diatas 10.000 dikarenakan akan sulit bersaing.

b. Menentukan nama akun utama dan akun promo yang digunakan sesuai hastag yang dipilih

Setelah melakukan riset tag yang akan digunakan, Ibu Rahayu kemudian memilih tag baju anak motif, tag tersebut kemudian dicari di deskgram apakah ada akun yang sudah digunakan atau belum. Jika belum maka bisa digunakan untuk akun utama seperti terdapat di gambar 8 dan gambar 9.

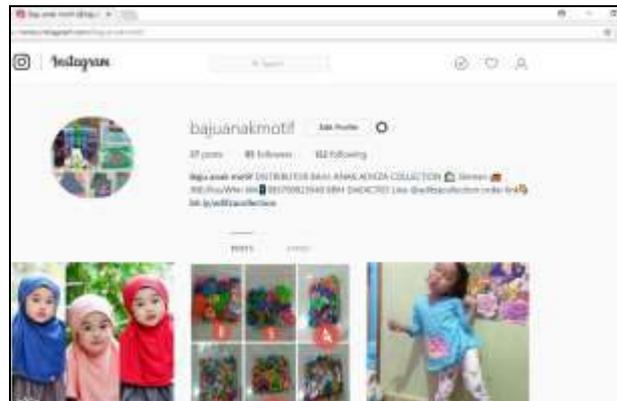


Gambar 8. Tag baju anak motif yang digunakan



Gambar 9. Pengecekan user akun utama yang digunakan

c. Membuat akun utama dan akun promo
Setelah pengecekan akun, makan hastag yang digunakan akan digunakan sebagai akun utama dan akun promo. Sebelum membuat akun promo makan dilakukan riset kembali menggunakan google trends. Maka dihasilkan 1 akun utama yaitu baju anak motif dan 3 akun promo yaitu baju anak motif makassar, baju anak motif Bekasi, dan baju anak motif Tangerang seperti terdapat di gambar 10 dan 11.



Gambar 10. akun utama yang digunakan



Gambar 11. Akun Promo yang akan digunakan Bu Rahayu untuk penjualan

2. Sudah Terlaksananya Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran yang kedua

Setelah akun utama dan akun promo dibuat, maka dilakukan pelatihan yang kedua. Pelatihan ini terdiri dari :

a. Cara membuat Bio di Profile Akun Utama dan Promo

Saat membuat profile di Instagram dibatasi dengan 150 kata, untuk itu harus diperhatikan betul pemilihan kata-kata yang akan ditampilkan. Didalam profil tersebut harus terdiri dari nama akun kita, nomer wa, Pin BB, dan Line yang digunakan serta link menuju akun utama dalam profile di akun promo seperti terdapat pada gambar 12 dan gambar 13.



Gambar 12. Profil di dalam Biography akun jualan utama dan promo



Gambar 13. Link kontak whatsapp yang digunakan di dalam profile

b. Cara memposting gambar produk yang akan dijual

Saat membuat postingan gambar produk yang akan dijual perlu diperhatikan beberapa hal, diantaranya. Pencantuman jenis produk, harga, ukuran dan caption didalam gambar yang akan di posting sehingga calon pembeli tidak usah bertanya detail tentang produk yang dijual seperti terdapat pada gambar 14.



Gambar 14. Contoh postingan produk yang diupload

c. Cara membuat Caption dan Hastag untuk posting Gambar

Setelah gambar diatur, maka langkah selanjutnya adalah membuat caption dan hastag di dalam halaman caption. Perlu diperhatikan semua informasi produk yang dibutuhkan mulai dari harga, bahan, ukuran, ketersediaan barang. Untuk hastag sendiri perlu dilakukan riset ulang menggunakan deskgram.org seperti langkah untuk membuat akun utama dan promo seperti terdapat pada gambar 15.



Gambar 15. Contoh gambar beserta caption dan hastag yang digunakan

3. Pengadaan modem internet untuk koneksi internet

Pengadaan modem internet ini bertujuan untuk membantu usaha kecil dan menengah Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu lebih mudah lagi ketika akan melakukan koneksi dengan internet. Modem yang diberikan seperti terdapat pada gambar 16.



Gambar 16. Modem yang diberikan kepada Arza Collection

4. Pengadaan HP dengan spesifikasi yang lebih tinggi dari HP yang sebelumnya yaitu RAM 2 GB dan Kamera 13 MP.



Gambar 17. Penyerahan HP Dan Modem Kepada Ibu Rahayu Pimpinan Arza Collection

4. PENUTUP

A. Kesimpulan

- 1) Dari program pengabdian masyarakat yang dilakukan kepada Arza Collection Pimpinan Ibu Rahayu Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:
- 2) Telah terlaksananya kegiatan pelatihan Pelatihan penggunaan Instagram sebagai media promosi dan pemasaran guna memberikan bekal pengetahuan dan penerapannya dalam

memudahkan penjualan produk-produk Arza Collection.

- 3) Tersedianya koneksi internet di Arza Collection yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas kinerja dan peningkatan penjualan.
- 4) Dengan adanya peningkatan spesifikasi alat yang digunakan berupa Pengadaan HP dengan spesifikasi yang lebih tinggi dari HP yang sebelumnya digunakan yaitu RAM 2 GB dan Kamera 13 MP diharapkan dapat meningkatkan kualitas promo dan pemasaran yang dilakukan Arza Collection

B. Saran

Saran yang didapat antara lain:

- 1) Untuk melihat dan mencapai hasil yang diinginkan dalam pengabdian masyarakat yang telah dilakukan disarankan agar kegiatan ini dilakukan secara berkelanjutan dalam bentuk kerjasama antara Universitas AMIKOM Yogyakarta dengan Usaha Kecil dan Menengah seperti Arza Collection pimpinan Ibu Rahayu.
- 2) Perlu diadakannya kembali kegiatan pelatihan serupa dengan objek yang berbeda untuk meningkatkan daya saing Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Yogyakarta.

Penutup berisi kesimpulan dan saran yang ditulis dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Kesimpulan ditulis menggunakan huruf Times New Roman, font 11, spasi 1.
- 2) Kesimpulan berisi pemaparan secara ringkas dan jelas dari hasil pengabdian yang menjawab rumusan masalah dan tujuan pengabdian sehingga pembaca dapat memahami dengan mudah fenomena yang dipaparkan secara keseluruhan dari hasil pengabdian yang telah diperoleh.
- 3) Artikel secara keseluruhan ditulis menggunakan jarak spasi 1 (line spacing 1) dan 1 kolom. Jumlah halaman keseluruhan artikel ini maksimal 6 (enam) halaman termasuk daftar pustaka dan ucapan terima kasih.

Daftar Pustaka

- [1] 152017. [Online]. Available: <http://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/16/01/26/o1k7vs382-yogyakarta-andalkan-empat-sektor-industri-kreatif-hadapi-mea>
- [2] 152017. [Online]. Available: <http://jogja.tribunnews.com/2017/08/14/sleman-fashion-festival-tampilkan-karya-21-desainer>
- [3] 152017. [Online]. Available: <https://napoleoncat.com/blog/en/instagram-user-demographics-in-indonesia-march-2017/>