



LEMBAGA PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 28 November 2020



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 28 November 2020

Penerbit :

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



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

ISSN 2615-2657

Editor : **Mulia Sulistiyono, M.Kom**
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

Kulit Muka : **Bernadhed, M. Kom.**

Penerbit :

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

Cetakan I, Januari 2021

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 2020

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

Agus Purwanto., M.Kom.

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

Kurniawan, M.Kom.

Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom.

**Windha Mega Pradnya Duhita,
M.Kom. Mardhiya Hayaty, S.T.,
M.Kom.**

Lilis Dwi Farida, S.Kom., M.Eng.

Sumarni Adi, S.Kom., M.Cs.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 dapat terselenggara. Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan-permasalahan masyarakat. Banyak permasalahan-permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 ini sebagai keynote speaker adalah Bapak Putut Purwandono, S.E., M.S.E., M.Sc. yang menjabat sebagai Kepala Sub Bagian Kerja Sama Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 terdapat 89 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana. Kepada keynote speaker kami juga mengucapkan terimakasih atas kesediaannya untuk membuka wawasan dan membagi pengalaman tentang pengabdian masyarakat.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2020

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PENINGKATAN MANAJEMEN PENGELOLAAN USAHA TERNAK LELE MELALUI PEMANFAATAN TEKNOLOGI APLIKASI BERBASIS ONLINE Ade Pujiyanto	Halaman 1-6
PENINGKATAN LITERASI INFORMASI MENGHADAPI INFODEMIC BAGI SISWA SMP DI ERA PANDEMI COVID-19 Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN DENGAN SISTEM MONITORING PENGAJIAN PADA YAYASAN INSAN PRIMA DI MASA PANDEMI COVID-19 Afrig Aminuddin	13-18
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN TANGGUH BENCANA PADA KOMUNITAS OMAH PARENTING YOGYAKARTA Afrinia Lisditya, Tanti Prita Hapsari	19-24
PENERAPAN VIRTUAL ASSISTANT E-COMMERCE DALAM MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN PRE-ORDER DI USAHA JAS FORMAL CARPIGIANI Agit Amrullah	25-30
E-COMMERCE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA BONSAI WALUYO Agung Nugroho	31-36
PKM PENINGKATAN BRANDING PRODUK UNTUK MENUNJANG STRATEGI PEMASARAN ONLINE UKM "SERBA BISA TAILOR" SAAT PENDEMI COVID-19 Agus Fatkhurohman	37-42
STRATEGI PENJUALAN ONLINE DALAM PENGUATAN BUMMAS UNTUK MENYONGSONG NEW NORMAL MARKET Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI SOLUSI STRATEGI VISUAL DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DI MASA PANDEMI Alvian Alrasid Ajibulloh	49-54
PENGEMBANGAN GERAKAN NGAJI LITERASI DI LINGKUNGAN SANTRI DENGAN MOBILE JOURNALISM Andreas Tri Pamungkas	55-60
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PADA VIO LAOUNDRY Andriyan Dwi Putra	61-66
PELATIHAN KOMUNIKASI MARKETING DAN DIGITAL BRANDING DI TENGAH COVID-19 BAGI PELAKU USAHA DESA GENTAN Angga Intueri Mahendra	67-71
INISIASI PENGELOLAAN INFORMASI BISNIS UNTUK ANGGOTA KOMUNITAS DAKWAH EKONOMI SYARIAH Anggrismono	72-77
PENINGKATAN PERILAKU BERSIH SEHAT UNTUK MENDUKUNG KESIAPAN TATANAN BARU DI LINGKUNGAN SEKOLAH TK ABA SURYOCONDRO Ani Hastuti Arthasari	78-83

SOCIAL CHAMPAIGN PENGGUNAAN PEMBALUT RAMAH LINGKUNGAN Ardiyati, Rina Pramitasari	84-89
DIGITALISASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA PAUD TERPADU ALLIFA Arifiyanto Hadinegoro, Andrian Tri Muryanto	90-95
PENYUSUNAN WEBSITE ASOSIASI PROFESI IKATAN AHLI PERENCANAAN (IAP) DIY SEBAGAI WADAH PUBLIKASI DAN KOMUNIKASI Bagus Ramadhan, Pramudhita Ferdiansyah	96-101
PELATIHAN PEMBUATAN GAME UNTUK SISWA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA Bayu Setiaji, Windha Mega PD	102-107
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA RENDANG “UNI LEN” MUJA MUJU TIMOHO Bety Wulan Sari	108-113
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INTERNET UNTUK PELAKSANAAN KERJA DARI RUMAH DI MSV STUDIO Bhanu Sri Nugraha	114-119
PEMANFAATAN POSTER SEBAGAI MEDIA SOSIALISASI MENGHADAPI PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN Deani Prionazvi Rhizky, Ni'mah Mahnunah	120-125
PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN PENGENALAN BENTUK UNTUK ANAK USIA PAUD Dina Maulina	126-131
LITERASI PERILAKU HIDUP BERSIH DAN SEHAT MENGHADAPI NEW NORMAL AKIBAT WABAH COVID-19 MELALUI MEDIA DIGITAL DAN KONVENSIONAL Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana	132-137
WORKSHOP PENYELENGGARAAN KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR (KBM) DAN UJIAN ONLINE UNTUK GURU KIMIA SMA N 7 YOGYA Eli Pujastuti, Stara Asrita	138-143
PENINGKATAN KETRAMPILAN MELALUI PELATIHAN BUDIKDAMBER DALAM UPAYA KETAHANAN PANGAN DAN EKONOMI MASYARAKAT KAMPUNG PASEKAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Fahrul Imam Santoso	144-149
OPTIMALISASI PENGGUNAAN TEKNOLOGI WEB UNTUK PROGRAM TAHFIDZ AL-QURAN PADA YAYASAN SABILUL MUTAQIN MARGAMULYA Ferian Fauzi Abdulloh	150-155
PEMBUATAN WEBSITE KAMPUNG SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PERWUJUDAN KELEMBAGAAN KREATIF Ferri Wicaksono, Haryoko	156-161
STRATEGI BRANDING DAN PROMOSI ONLINE “WARUNG SEMBAKO ARFA” DI MASA PANDEMI COVID-19 Fitri Juniwati Ayuningtyas	162-167
PENGUATAN KEPEKAAN LINGKUNGAN PADA ANAK USIA DINI MELALUI CERITA BERGAMBAR Fitria Nucifera	168-173
WORKSHOP ONLINE (WSO) MENUJU KEMANDIRIAN EKONOMI KREATIF DITENGAH PANDEMI COVID-19 DI KECAMATAN PLAYEN, KABUPATEN GUNUNGGIDUL, YOGYAKARTA Fitria Nuraini Sekarsih, Ali Mustopa	174-179

PENINGKATAN KETAHANAN BENCANA PANDEMI COVID-19 DI SMP NEGERI 1 BANTUL Gardyas Bidari Adninda, Aditya Maulana Hasyimi	180-185
PENINGKATAN KUALITAS SDM DALAM PENGELOLAAN KEUANGAN PADA FIA SOUVENIR DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI KEUANGAN BERBASIS MOBILE Haryoko, Ferri Wicaksono	186-191
PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI SMARTPHONE UNTUK PEMBUATAN VIDEO PENDEK PADA STAFF BADAN PENGAWAS DAN PEMILU (BAWASLU) SLEMAN Ika Asti Astuti	192-197
DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA PENINGKATAN PROMOSI SEKOLAH DI MASA PANDEMI COVID-19 Ike Verawati	198-203
PELATIHAN DIGITAL FORENSIC DAN PENELUSURAN HOAX BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Irwan Oyong	204-209
MOTIVASI DAN KETRAMPILAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBENTUK WIRAUSAHA MUDA PADA REMAJA ISLAM GADING TULUNG (RIGT) Ismadiyanti Purwaning Astuti	210-215
PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PROMOSI PENJUAL BUNGA HIAS DI KECAMATAN RUMBIA Jeki Kuswanto	216-221
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI DALAM MEMPRODUKSI HAND SANITIZER DAN DISINFECTAN MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN WABAH COVID-19 Jurni Hayati	222-227
PENINGKATAN KETAHANAN USAHA MIKRO KELOMPOK DISABILITAS TUNA RUNGU DI TENGAH PANDEMI COVID-19 Laksmindra Saptyawati	228-233
PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK MEDIA PEMASARAN DAN IKLAN PADA SUMBER LEATHER Lukman, Muhammad Abdul Malik	234-239
PELATIHAN DARING PEMBUATAN DAN DESAIN SERTA MANAJEMEN KONTEN WEBSITE UNTUK STAF DAN PANWASCAM BAWASLU SLEMAN M. Nuraminudin	240-245
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH Majid Rahardi	246-251
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN USAHA MENGGUNAKAN SISTEM INVENTORY PADA GERAJ MILKSHAKE Moch Farid Fauzi	252-257
PENINGKATAN KEMAMPUAN EDITING PENJUALAN BISNIS TEMPLATE CREATIVE MARKET PADA ORGANISASI KEPEMUDAAN Muhammad Misbahul Munir	258-263
PENGENALAN E-LEARNING DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOOGLE DI TK ABA AL IHSAN GUNA MEMBANTU PROSES PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI COVID-19 Ninik Tri Hartanti	264-269

PENGENALAN KONSEP URBAN FARMING SEBAGAI ALTERNATIF SOLUSI KETAHANAN PANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN	270-275
Ni'mah Mahnunah, Deani Prionazvi Rhizky, Irfan Rifani	
PENDAMPINGAN OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING DENGAN MEMANFAATKAN GOOGLE ADS	276-281
Nuri Cahyono	
SOSIALISASI DAN PENYULUHAN PEMANFAATAN LIMBAH TERNAK MENJADI BIOGAS SERTA PENATAAN KANDANG UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS WARGA DAN KUALITAS LINGKUNGAN	282-287
Nurizka Fidali, Hanantyo Sri Nugroho	
PEYULUHAN DAN PENETAPAN DALAM UPAYA PENCEGAHAN PENCEGAHAN COVID-19 DI DUSUN SAMPANGAN	288-293
Pramudhita Ferdiansyah, Bagus Ramadhan	
PENINGKATAN KUALITAS FISIK AREA DESA WISATA MELALUI PENATAAN TATA GUNA LAHAN DESA WISATA JONGGRANGAN	294-299
Prasetyo Febriarto, Agustina Rahmawati	
IMPLEMENTASI TEKNOLOGI BUDIDAYA URBAN FARMING DENGAN SISTEM AQUAPONIC SKALA RUMAHAN UNTUK PENINGKATAN KUALITAS LINGKUNGAN PERKOTAAN DAN MENDUKUN KETAHANAN PANGAN MASYARAKAT DI MASA	300-305
RR. Sophia Ratna Haryati	
PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA BINAR BATIK	306-311
Rakhma Shafrida Kurnia	
PEMETAAN PARTISIPATIF RUMAH WARGA KAMPUNG GOWONGAN UNTUK MEMPERMUDAH DISTRIBUSI BANTUAN KEPADA WARGA TERDAMPAK PANDEMI COVID-19	312-317
Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	
PENGUATAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM PENGARUSUTAMAAN GENDER DI LINGKUNGAN HIMPUNAN MAHASISWA ISLAM	318-323
Rezki Satris, Wahid Miftahul Ashari	
URGensi TOILET RAMAH DIFABEL PADA RUMAH TINGGAL PENYANDANG DISABILITAS	324-329
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
PENINGKATAN KETAHANAN EKONOMI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PROGRAM KOMUNIKASI PEMASARAN ONLINE PRODUK KULINER SAMUDRA JAYA	330-335
Rivga Agusta	
PENGURANGAN KERENTANAN MASYARAKAT TERHADAP PENYEBARAN COVID-19 MELALUI PENYUSUNAN RENCANA AKSI PENATAAN SISTEM SIRKULASI KAWASAN PERUMAHAN DENGAN PEMBATASAN SOSIAL SKALA LOKAL	336-341
Rivi Neritarani	
PENGOLAHAN NILAI RAPOR SISWA PADA GURU DI MASA PANDEMI COVID-19 DAN PENGOPERASIAN MINI LCD PROYEKTOR DI SDIT IBNU 'ABBAS X SENTOLO KULON PROGO	342-347
Rumini	
PENGEMBANGAN STRATEGI PEMENUHAN KONSUMSI MANDIRI SELAMA MASA PANDEMI PADA KOMUNITAS URBAN FARMING	348-353
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	

MENINGKATKAN KETERAMPILAN WARGA TERDAMPAK COVID 19 DENGAN PELATIHAN DESAIN GRAFIS DAN DIGITAL MARKETING PADA PADUKUHAN MANTUP RT 8	354-359
Septi Kurniawati Nurhadi	
PEMBERDAYAAN PROGRAM LITERASI MEDIA KUAT LAWAN CORONA MENUJU NEW NORMAL ACTIVITY DI LINGKUNGAN DAWIS KUNYIT PERUMAHAN KORPRI - SEMARANG	360-365
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
PENGEMBANGAN WEBSITE SEBAGAI SARANA INFORMASI BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	366-371
Sri Mulyatun, Joko Dwi Santoso	
PEMANFAATAN KOMIK SEBAGAI MEDIA INFORMASI ALTERNATIF TENTANG COVID 19 DI DESA DRONO KLATEN	372-377
Stara Asrita, Eli Pujastuti	
OPTIMALISASI PENGELOLAAN KEUANGAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI	378-383
Supriatin, Cahya Wahyu Sanditama	
BIMBINGAN MANAJEMEN USAHA BAGI ENTREPRENEUR START UP	384-389
Tanti Prita Hapsari	
PENINGKATAN KOMPETENSI TENTOR LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR G-SMART DENGAN MEMANFAATKAN E-LEARNING	390-395
Theopilus Bayu Sasongko	
PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS ANGGOTA KARANG TARUNA BHAKTI PERTIWI	396-401
Toto Indriyatmoko	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SERTA PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH SELAMA PROSES WORK FROM HOME PADA SMK NEGERI 1 TEMANGGUNG	402-407
Uyock Anggoro Saputro	
UPAYA PENGURANGAN SAMPAH ORGANIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN ALAT BIOPORI JUMBO	408-413
Vidyana Arsanti, Subektiningsih	
PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR RT-RW NET DALAM MENDUKUNG PEMBELAJARAN DARING PADA MASYARAKAT TEGALSARI	414-419
Wahid Miftahul Ashari, Rezki Satris	
PENINGKATAN KEMAMPUAN ANALISIS SPASIAL BERBASIS SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS UNTUK PENGAJAR GEOGRAFI SEKOLAH MENENGAH ATAS	420-425
Widiyana Riasasi	
TEKNOLOGI CLOUD UNTUK PENINGKATAN KUALITAS KBM SECARA DARING PADA SD MUHAMMADIYAH KADISOKA	426-431
Windha Mega PD, Bayu Setiaji	
PENINGKATAN PELAYANAN PEMBAYARAN PAUD TERPADU ALLIFA MENGGUNAKAN FASILITAS G-SUITE	432-437
Wiwi Widayani	
STRATEGI UPGRADING UMKM PECEL ERA COVID-19	438-443
Yusuf Amri Amrullah	
PELATIHAN PENULISAN KARYA ILMIAH DI MASA PANDEMI BAGI SISWA MTs SALAFIYAH 2 GRESIK	444-449
Zahrotus Sa'idah, Azizah Giani Rahmah	

PENERAPAN DIGITAL PARENTING MELALUI LITERASI MEDIA ONLINE UNTUK MEMBANTU KPM PKH DESA AMBARKETAWANG PADA KONDISI NEW NORMAL PASCA PANDEMI COVID-19 Andika Agus Slameto, Mulia Sulistiyono	450-455
PEMANFAATAN GOOGLE CLOUD SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN JARAK JAUH DI MASA PANDEMI COVID-19 Muhammad Tofa Nurcholis, Mulia Sulistiyono	456-461
TEKNIK AIDA DAN COPYWRITING UNTUK MENINGKATKAN OMZET ERA PANDEMI COVID-19 Bahrun Ghozali, Yusuf Amri Amrullah	462-467
OPTIMALISASI DESAIN KONTEN INSTAGRAM MENGGUNAKAN TEMPLATE POWEPOINT UNTUK MEMBANGUN BRANDING USAHA RUMAHAN KUKULALA.DEPOK KAB. SLEMAN Dwi Rahayu	468-473
GERAKAN PRODUKTIF DAN HIDUP SEHAT SERTA PENCEGAHAN LANJUTAN PASCA PANDEMI COVID-19 Kusnawi	474-479
PEMANFAATAN MEDIA RUANG SIAR GURU SEBAGAI PLATFORM GURU UNTUK MENYAMPAIKAN KEGIATAN BELAJAR MELALUI MEDIA ONLINE Nurfian Yudhistira	480-485
MODERNISASI PRODUKSI PERTANIAN DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI Citra Desy Aisyah Alkis	486-491
PENINGKATKAN MINAT BELAJAR ANAK DI RUMAH SELAMA PANDEMI COVID-19 DENGAN APLIKASI VEKTOR PADA PAUD SOKAPALUPI MINOMARTANI YOGYAKARTA Mei Parwanto Kurniawan	492-497
PEMANFAATAN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA SPS ASPARAGUS II CONDONG CATUR KABUPATEN SLEMAN Ikma	498-503
APLIKASI PENCATATAN TAHFIDZ PADA PONDOK PESANTREN TARUNA ALQURAN PUTERA Atik Nurmasani, Alfonso Aryando Sabilillah, Naris Sefri Syaifuddin	504-509
MEMBANGKITKAN BISNIS KULINER TERDAMPAK COVID-19 MELALUI MULTIMEDIA Alfie Nur Rahmi, Moch Farid Fauzi	510-515
PEMANFAATAN ALIRAN SUNGAI UNTUK PLTA MINI SEBAGAI ALAT PERAGA BELAJAR SISWA SAAT PENDEMI COVID-19 DI DUKUH SENTONO Ika Nur Fajri	516-519
PEMANFAATAN SMS GATEWAY UNTUK AKTIVITAS REMINDER JADWAL DAN SOSIALISASI PROLANIS DI PUSKESMAS BERBAH Hendra Kurniawan	520-525
PELATIHAN KEMAMPUAN DASAR FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA DOKUMENTASI DAN PUBLIKASI BAGI BADAN PENGAWAS PEMILIHAN UMUM (BAWASLU) KABUPATEN SLEMAN Dhimas Adi Satria	526-531

Penerapan Virtual Assistant E-Commerce Dalam Media Promosi Dan Penjualan Pre-Order Di Usaha Jas Formal Carpigiani

Agit Amrullah

Prodi S1 Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : agit@amikom.ac.id

Abstrak

Media online adalah salah satu media yang dimanfaatkan dalam mempromosikan barang dagangan. Promosi lewat media online dipergunakan dalam memaksimalkan promosi dengan harapan peluang peningkatan penjualan pada pangsa pasar, namun pada beberapa platform media penjualan yang ada, pada media penjualan online (e-commerce) yang kurang sesuai dengan aktivitas jual-beli yang dilakukan penjual salah satunya adalah metode pre-order dan checkout. Melihat permasalahan tersebut dibutuhkan kemampuan dalam pembuatan toko online yang sesuai dengan kebutuhan dari metode penjualan yang dilakukan oleh penjual, sehingga pembeli dapat melakukan pembelian dengan menyesuaikan metode jual- beli yang disyaratkan dari penjual. Permasalahan yang terdapat pada pengusaha jas formal carpigiani adalah belum memaksimalkan promosi lewat media online secara maksimal serta belum menemukan penyedia penjualan secara online yang dapat menyesuaikan proses bisnis yang ada, salah satunya adanya virtual assistant pada produk formal carpigiani. Pada kegiatan ini, akan dibangun website pemesanan jas dengan bantuan virtual assistant dengan bentuk e-commerce yang dipergunakan sebagai media promosi sekaligus penjualan. Diharapkan dengan adanya media promosi penjualan online melalui website akan terdapat adanya peningkatan penjualan serta promosi pemasaran.

Kata kunci: e-commerce, umkm, virtual assistant

1. PENDAHULUAN

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu bisang usaha pada masyarakat Indonesia yang mana saat ini merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian di Indonesia [1]. Perkembangan umkm di masa ini tentu tidak terlepas dari berkembangnya internet yang menjadi media dalam pemasaran dan penjualan produk- produk umkm. Bentuk *platform*-nyapun beragam baik *web application* hingga *desktop application* banyak dikembangkan dalam mendukung aktivitas umkm sehingga umkm dapat memiliki kemudahan dalam melayani konsumen.

Jas formal carpigiani adalah sebuah usaha mikro kecil menengah yang memproduksi jas formal dari tahun 1984. Bertempat produksi utama di daerah Comal, Pemalang, Jawa Tengah dan memiliki cabang di Wonosari, Gunungkidul, Yogyakarta, formal carpigiani masih tetap memproduksi jas dengan pelanggan baik dari instansi, komunitas, organisasi, hingga personal yang masih mempercayakan pemesanan jas melalui umkm ini. Pada tahun 1984, Formal Carpigiani didirikan dan

bertempat pertama kali di wilayah Pusat Industri Kecil (PIK) Penggilingan, Jakarta Timur dan akhirnya memindahkan usahanya ke daerah Comal, Pemalang, Jawa Tengah pada tahun 1998 dikarenakan kondisi krisis moneter pada waktu itu, tidak membuat usaha Formal Carpigiani mengalami penurunan omset yang signifikan pada waktu itu.

Usaha ini telah ber-transformasi dari produksi celana, kemeja, jas hingga memproduksi produk baru dengan melakukan modifikasi pada jas agar nyaman dipakai namun tidak terlalu formal dengan nama jasket (jas dan jaket). Jasket saat ini menjadi produk andalan di umkm ini dengan setidaknya lebih dari 50 hingga 100 jasket dapat diproduksi setiap bulannya.

Usaha yang sepenuhnya dikelola oleh pemilik utama, Bp.H.Imron Amin Dayani, saat ini telah mengalami penurunan omset dikarenakan persaingan dagang yang sudah mengalami eskalasi semenjak teknologi internet yang semakin berkembang. Meskipun hal tersebut bukan merupakan fundamen dalam faktor penurunan omset, namun saat ini tinggal tersisa 2 orang yang berkerja dalam memproduksi jas beserta pemilik formal carpigiani, sehingga pemilik umkm Formal

Carpigiani merasa kewalahan dalam membuat jas serta melayani konsumen dalam menanyakan produk sebelum melakukan pembelian.

Dalam perkembangan teknologi saat ini, virtual assistant adalah salah satu teknologi yang dipergunakan dalam peningkatan layanan kepada konsumen [2]. Teknologi ini dapat menjembatani antara pemilik bisnis kepada pelanggan tanpa harus berinteraksi secara langsung dalam memberikan produk knowledge serta promosi produk.

Meskipun social media saat ini menjadi andalan dalam melakukan promosi Formal Carpigiani, namun dengan keterbatasan informasi yang dapat disampaikan dan kebingungan konsumen dalam melakukan kalkulasi pembelian jas dalam jumlah yang cukup besar, membuat kesulitan dalam melakukan komunikasi secara virtual melalui media chat baik aplikasi facebook messenger maupun whatsapp. Permasalahan lain adalah tidak setiap saat owner membawa handphone pada saat melakukan pembuatan jasket, sehingga membuat konsumen harus menunggu balasan untuk mendapatkan informasi jasket yang akan dipesan. Beberapa permasalahan lain juga dapat dilihat pada tabel 1 yang dihimpun dari diskusi dan observasi permasalahan pada mitra.

Tabel 1. Daftar Permasalahan Pemasaran Mitra

No.	Permasalahan	Prioritas
1.	Kalkulasi pembelian jasket secara spesifik	1
2.	Banyak konsumen dengan bentuk bid and run	3
3.	Kebutuhan dukungan show case secara digital dalam pengkalkulasian oleh konsumen	2
4.	Kemudahan dalam sistem pendataan pembelian dan dapat diakses melalui aplikasi chatting	4

Penentuan prioritas pada tabel 1 kemudian dilaksanakan analisa solusi yang dapat dilihat pada tabel 2. Solusi yang ditawarkan akan fokus pada penyelesaian permasalahan yang ada pada saat ini dengan melihat dari pemaparan permasalahan dengan melihat skala prioritas. Solusi yang ditawarkan didapatkan dari hasil diskusi dan bentuk solusi disesuaikan dengan teknologi dan kesiapan teknologi dari pengguna yaitu owner Formal Carpigiani yang akan menggunakan website dalam melakukan penerimaan order pada tahapan awal.

Tabel 2. Daftar Prioritas Permasalahan dan Solusi yang Ditawarkan

No.	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan
1.	Kalkulasi pembelian jasket secara spesifik	Pembuatan website dengan bentuk interaktif dalam melakukan kalkulasi pembelian jasket
2.	Kebutuhan dukungan show case secara digital dalam pengkalkulasian oleh konsumen	Pembuatan website pemasaran dan show case produk jasket dengan terdapat informasi dasar pembelian jasket
3.	Banyak konsumen dengan bentuk bid and run	Bentuk konsumen bentuk bid and run pada konsumen formal carpigiani adalah setelah melakukan penjelasan produk knowledge, sehingga akan dibangun bentuk website showcase yang dapat diakses oleh konsumen dengan mudah
4.	Kemudahan dalam sistem pendataan pembelian dan dapat diakses melalui aplikasi chatting	Integrasi website dengan aplikasi chatting WhatsApp dalam melakukan pembelian

Capaian luaran yang diharapkan pada solusi pada tabel 2, dapat dilihat pada tabel 3. Target luaran yang akan dihasilkan akan mendukung pencapaian solusi yang ditawarkan agar permasalahan dapat diselesaikan sesuai dengan akhir yang diharapkan.

Tabel 3. Target Luaran

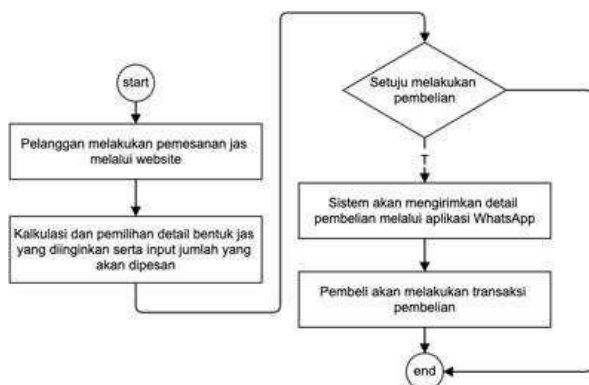
No.	Target dan Luaran	Volume
1.	Website showcase dan pemasaran formal carpigiani dengan terdapat virtual assistant dalam pembelian jasket	1 Modul
2.	Pengetahuan dasar penggunaan website formal carpigiani.	1 Modul
3.	Pemahaman dalam pengelolaan data pemesanan pada website formal carpigiani	1 Modul

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan dalam mendukung pemasaran dan penjualan

dengan bantuan virtual assistant pada umkm formal carpigiani melalui sebuah website, dengan harapan permasalahan pada mitra dapat berkurang sehingga pemilik bisnis tidak kerepotan dalam menangani pelanggan secara personal pada hal kalkulasi dan simulasi pembelian.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan analisa kebutuhan dengan melakukan wawancara kepada pemilik umkm formal carpigiani dan dibuat workflow yang diharapkan dengan mengacu pada tabel 2. Bentuk workflow dibuat dalam bentuk flowchart yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Workflow Pemesanan Jas

Selanjutnya, pada tahapan pengembangan website menggunakan tahapan-tahapan yang ada pada metodologi prototyping [3] yang dapat dilihat pada tabel 4.

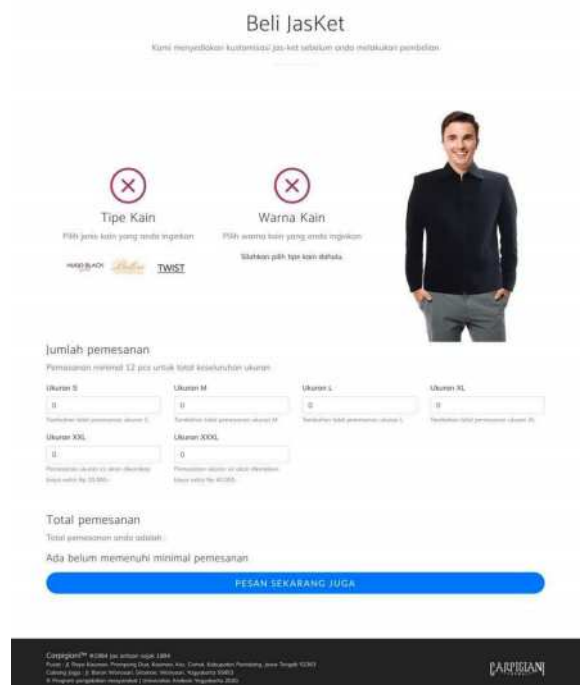
Tabel 4. Tahapan Prototyping dalam Pembuatan Website Formal Carpigiani

No.	Tahapan	Output
1.	Input	Mekanisme penjualan pada formal carpigiani, proses dan pendataan penjualan, serta analisa permasalahan.
2.	Process	Pendiskusiyan prototyping dengan bentuk visual design
3.	Output	Bentuk design website visual (Ui)
4.	Analisa dan Evaluasi	Korelasi data dengan dukungan fungsional pemrosesan data
5.	Completed	Output webapp formal carpigiani

Hasil output pengembangan website akan di tempatkan dalam server publik (internet) dengan dukungan teknologi website berbasis interaktif dan progresif [4] dengan melihat dari kebutuhan diatas.

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini bertujuan dalam mendukung pemasaran dan penjualan dengan bantuan virtual assistant pada umkm formal carpigiani melalui sebuah website. Bentuk website yang dibuat interaktif dengan berbasis pemrograman berbasis bahasa Javascript serta framework NuxtJs. Hasil website pada halaman utama dapat dilihat pada gambar 2.

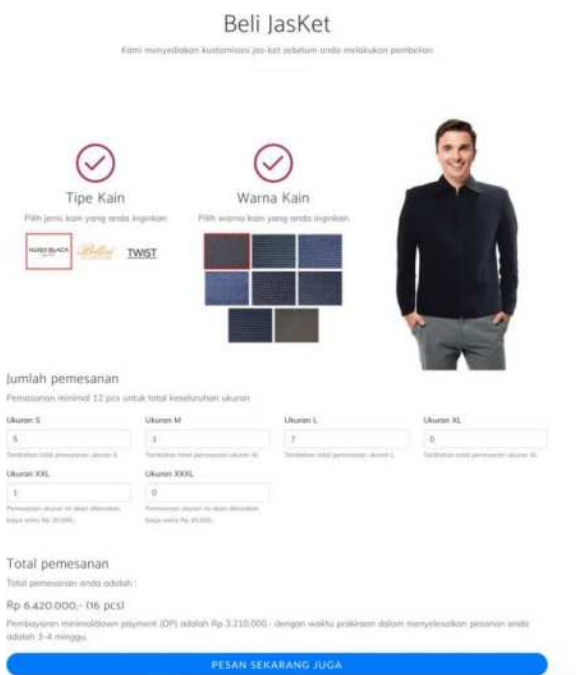


Gambar 2. Tampilan Antarmuka Website Formal Carpigiani

Bentuk dari halaman utama website formal carpigiani adalah sigle page website yang mana konsumen dalam melakukan interaksi pemesanan dihadapkan pada satu halaman tanpa berpindah. Dalam melakukan pemesanan pelanggan akan diminta untuk :

- a. Memilih tipe kain jas
- b. Memilih warna kain jas
- c. Mengisi jumlah pemesanan berdasarkan ukuran

Hasil output yang akan akan dibuat adalah kalkulasi total pemesanan, berapa total pembayaran minimal (DP/Down Payment), dan kalkulasi penyelesaian dalam pembuatan jas. Bentuk simulasi dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Tampilan Antarmuka Simulasi Pembelian pada Website Formal Carpigiani

Konsumen setelah setuju dan melakukan pengecekan ulang pada pemesanan selanjutnya menekan tombol “Pesan Sekarang Juga” dan akan secara otomatis akan mengarah ke aplikasi WhatsApp dengan melakukan chat kepada owner formal carpigiani dengan text yang otomatis dibuat oleh sistem serta link detail pemesanan. Sistem akan mengirimkan text yang dibuat oleh sistem melalui API chat WhatsApp. Bentuk pemesanan melalui aplikasi WhatsApp dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Pemesanan pada Aplikasi WhatsApp

4. KESIMPULAN

Bedasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dengan judul “Penerapan Virtual Assistant E-Commerce Dalam Media Promosi Dan Penjualan Pre-Order Di Usaha Jas Formal Carpigiani”, kedimpulan yang dapat didapatkan adalah sebagai berikut :

- 1) Mitra mampu mengenal dan memahami berbagai hal terkait promosi dan penjualan dengan bantuan virtual assistant
- 2) Mitra mampu menerapkan website sebagai virtual asistenat dalam melakukan penjualan produk jasket
- 3) Mitra dapat terbantuan dengan adanya virtual assistant dalam penjualan dan penjelasan produk kepada konsumen.

Ucapan Terimakasih

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dengan judul “Penerapan Virtual Assistant E-Commerce Dalam Media Promosi Dan Penjualan Pre-Order Di Usaha Jas Formal Carpigiani” telah dapat sukses dilaksanakan dengan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat, maka untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1. Universitas Amikom Yogyakarta, yang mendukung penuh kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang kami laksanakan sebagai Tridarma perguruan Tinggi.
- 2. LPM Universitas Amikom Yogyakarta, yang menugaskan kami untuk menjalankan kegiatan Pengabdian Masyarakat Ke Bimbingan Belajar Persona Cendekia.
- 3. Dosen dan karyawan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat.

4. Owner formal carpigiani, bapak H.Imron Amin Dayani yang telah berkenan sebagai mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- [1] W. A. Triyanto, “Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Kerajinan Tas,” vol. 6, no. 3, p. 5, 2017.
- [2] E. Bahartyan, N. Bahtiar, and I. Waspada, “Integrasi Chatbot Berbasis Aimi Pada Website E-Commerce Sebagai Virtual Assistant Dalam Pencarian Dan Pemesanan Produk (Studi Kasus Toko Buku Online Edu4indo.Com),” *J. Masy. Inform.*, vol. 5, no. 10, pp. 34–43, Oct. 2015, doi: 10.14710/jmasif.5.10.34-43.
- [3] M. Nishinaka, Y. Kishita, H. Masuda, and K. Shirahada, “Concept of Future Prototyping Methodology to Enhance Value Creation within Future Contexts,” p. 4.
- [4] H. Basri and M. Jaelani, “Web Progresif Sistem Informasi Pelelangan Produk Online pada PT Nusantara Sarana Outlet Jakarta,” p. 8, 2018.

