



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](mailto: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 Dhuhita,  
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

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

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



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

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

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

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

## STRATEGI PENJUALAN ONLINE DALAM PENGUATAN BUMMAS UNTUK MENYONGSONG NEW NORMAL MARKET

Ali Mustopa, M.Kom.<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Prodi S1 Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email: [ali.m@amikom.ac.id](mailto:ali.m@amikom.ac.id)<sup>1)</sup>

### Abstrak

*New Normal Market merupakan gaya hidup baru dalam bertransaksi jual beli akibat perubahan perilaku yang disebabkan oleh pandemi covid-19. Gaya hidup bertransaksi jual beli ini mendorong orang untuk melakukan pembelian secara virtual dan tidak harus bertemu pembeli. Transaksi dilakukan bervariasi secara online, cashless – transfer, juga COD. Sehingga terjadi perpindahan produk juga berubah dengan menggunakan jasa pengiriman atau diperlukan kurir tersendiri*

*Bummas Tirta Mandiri tentunya mendapat pengaruh yang besar terhadap terjadinya pandemi Covid-19 ini. Terjadi lesunya pembelian secara langsung, produksi yang tidak memungkinkan jika harus berkumpul pada lokasi tertentu. Maka diperlukan strategi untuk menjaga keberlangsung Bummas Tirta Mandiri dan menjaga produktifitas setiap unit usaha dengan memaksimalkan pemasaran dan transaksi penjualan. Strategi yang dapat dilakukan Bummas Tirta Mandiri adalah memaksimalkan Online Marketing dan Pelayanan Pengantaran. Maka perlunya pemahaman dan penyusunan strategi yang matang untuk dapat membuat Online Marketing dan Pelayanan Pengantaran ini menjadi maksimal.*

*Diharapkan dari Strategi Online ini, Bummas mampu menemukan konsep pemasaran yang sesuai bagi setiap unit usahanya, kembali memiliki semangat untuk bangkit menggerakkan ekonomi kreatif melalui media digital yang sekarang ini sudah familiar digunakan. Kembalinya produktifitas ini diharapkan mampu memberikan angin positif bagi perekonomian anggota unit usaha. Workshop ini juga akan memberikan wawasan lebih luas tentang dunia e-marketing dan pengelolaan pengantaran*

**Kata kunci:** Bummas , New Normal Market, Strategi Online, E-Marketing

### 1. PENDAHULUAN

Semenjak Bummas Tirta Mandiri didirikan, produk yang dihasilkan mampu menarik minat pasar. Kebutuhan akan camilan tradisional yang unik dan menarik ternyata cukup tinggi, dengan naiknya permintaan produk setiap hari. Selain olahan makanan, produk kerajinan yang diproduksi Bummas Tirta Mandiri juga diburu oleh konsumen. Unit usaha Bummas Tirta Mandiri yang pertama kali dirintis adalah olahan makanan, dengan spesifikasi olahan keripik sayur, peyek serta frozen food. Masing-masing jenis usaha tersebut diproduksi di rumah masing-masing anggota bummas dengan sistem Pre Order terlebih dahulu. Sistem Pre Order dilakukan karena untuk menghindari produk sisa atau tidak laku terjual, sehingga Bummas baru mempunyai stok Ketika ada pesanan produk jenis olahan makanan. Kelemahan dari system pre order adalah Ketika ada konsumen yang tertarik mendatangi lokasi produksi, stok tidak mencukupi sehingga mungkin akan membuat konsumen kecewa. Selama ini unit

usaha olahan makanan Bummas Tirta Mandiri menawarkan produk dari status whatsapp dan di facebook dengan mencantumkan foto produk dan nomer kontak yang bisa dihubungi. Karena jenis olahan makanannya tidak tahan lama dan teknologi pengemasan masih biasa, kelompok bummas Tirta Mandiri baru bisa melayani penjualan di sekitar desa Jogotirto. Produk olahan makann seperti yang tertampil pada gambar 1,2, 3



Gambar 1. Produk Olahan Keripik



Gambar 2. Produk Olahan FrozenFood



Gambar 3. Produk Olahan Kue Kering

Berbeda halnya dengan unit usaha kerajinan dari Bummas Tirta Mandiri yang berupa bros, tas pandan, kerajinan flannel serta kerajinan tas. Anggota bummas mampu membuat stok produk karena produk kerajinan tahan lama. Sehingga penjualan kerajinan dari kelompok ini bisa dikirim hingga keluar kota serta ke luar Jawa.



Gambar 3. Produk Produk-produk dari Unit Usaha Kerajinan

Berbeda dengan proses produksi olahan makanan, unit usaha kerajinan dari Bummas Tirta Mandiri dikerjakan secara berkelompok, berkumpul di salah satu rumah produksi. Biasanya para anggota unit usaha kerajinan berkumpul seminggu sekali untuk membuat stok, dan langsung dipantau oleh tim

Quality Control. Sehingga Ketika ada produk yang tidak memenuhi standar bisa langsung diperbaiki saat itu juga. Sebelum dijual, produk kerajinan akan di cek satu per satu kemudian di foto lalu diupload ke media social milik Bummas Tirta Mandiri. Bummas Tirta Mandiri tentunya mendapat pengaruh yang besar terhadap terjadinya pandemi Covid-19 ini. Terjadi lesunya pembelian secara langsung, produksi yang tidak memungkinkan jika harus berkumpul pada lokasi tertentu, jumlah unit usaha yang banyak dan memiliki ciri khas masing-masing, pembelian yang masih mengandalkan pre-order langganan unit usaha membuat produksipun tidak stabil dan sering terjadi pembatalan sepihak dari pelanggan. Maka diperlukan strategi untuk menjaga keberlangsung Bummas Tirta Mandiri dan juga menjaga produktifitas setiap unit usaha dengan memaksimalkan pemasaran dan transaksi penjualan. Strategi yang dapat dilakukan oleh Bummas Tirta Mandiri adalah memaksimalkan Online Marketing dan Pelayanan Pengantaran. Maka perlunya pemahaman dan penyusunan strategi yang matang untuk dapat membuat Online Marketing dan Pelayanan Pengantaran ini menjadi maksimal.

Di tengah pandemik ini, beberapa permasalahan yang dihadapi mitra saat ini semakin bertambah berat. Beberapa permasalahan tersebut adalah :

- Produksi semakin jarang
- Pertemuan anggota kelompok unit usaha tidak dapat dilakukan.
- Lesunya pembelian produk selama pandemi.
- Beberapa produk yang sudah pesanan banyak dibatalkan dan atau penundaan pembayaran karena berbagai alasan.
- Belum adanya mekanisme pengantaran produk
- Belum memahami proses penjualan secara online dan belum pernah menggunakan aplikasi jual beli online

Strategi Online Marketing dan Metode Pengantaran Produk menjadi solusi permasalahan mitra dalam hal sebagai berikut.

- Pembuatan Pelatihan Marketing online dalam hal ini sharing tutorial marketing dengan menggunakan media seperti grup whatsapp atau google meet.
- Pelatihan ini juga dapat dijadikan sarana kumpul Kembali anggota kelompok serta Menyusun Kembali strategi produksi. Luarnya diharapkan mengikat Kembali kebersamaan anggota yang telah lama terputus komunikasi merintis usaha dan memberikan semangat

dalam berusaha kembali. Dengan produksi yang akan berjalan dapat memicu tim pemasaran untuk bergerak kembali mencari konsumen.

- b. Pengenalan dunia e-marketing dapat menjadi alternatif solusi menggerakkan perekonomian UMKM karena belum banyak anggota kelompok yang paham apa itu shoppe, tokopedia, lazada, dkk. Luaran yang diharapkan adalah memiliki marketplace sendiri mulai dari bummas hingga unit usaha.,
- c. Dalam mendongkrak pemasaran produk, diperlukan Kerjasama dengan jasa ekspedisi dan mengetahui seluk beluk belum pengantaran yang baik dan benar baik dalam waktu pengantaran dan packaging. Luarannya mendapatkan peningkatan pemahaman bagi anggota

## 2. METODE PELAKSANAAN

Diharapkan para anggota mengerti keunggulan dan kelemahan masing-masing marketplace serta mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produk di marketplace tersebut. Pelatihan ini dilakukan secara online menggunakan whatsapp group atau google meet, didukung dengan materi menggunakan e-book. Langkah berikutnya adalah pelatihan terkait *packaging* dan pengantaran dengan harapan mampu menyesuaikan dengan standar yang sudah ditetapkan dan juga memberikan pelayanan optimal bagi para konsumen.

Dalam kegiatan ini hasil yang diharapkan adalah masing-masing unit usaha memiliki marketplace sendiri dengan dukungan marketplace utama adalah Bummas Tirta Mandiri. Kemudian memiliki kemampuan untuk menyediakan produk yang berkualitas dan pengemasan yang baik sehingga dapat diantar dengan aman dan bebas dari kerusakan.

Langkah pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan Unit Usaha-unit usaha dari Bummas Tirta Mandiri dan membagi sesuai dengan jenis usahanya yaitu: Olahan Pangan dan Kerajinan
- b. Menyusun Materi Pelatihan yang dibagi menjadi dua Materi Besar yaitu: Materi E-Marketing didalamnya berisi pelatihan marketplace dan Materi Pengantaran Produk yang berisi terkait seluk beluk ekspedisi dan cara bermitra dengan ekspedisi tersebut.
- c. Membuat group pelatihan baik dalam bentuk whatsapp group dan nantinya digunakan sebagai media pelaksanaan pelatihan dan workshop atau sebagai narahubung ke google meet

- d. Melaksanakan pelatihan dengan google meet atau whatsapp group, dalam pelatihan ini dilakukan dua tahap sesuai dengan materi yang disampaikan.
- e. Melakukan Workshop pembuatan akun marketplace dan publikasi produk di marketplace dan penyusunan strategi pengiriman.

Sesuai dengan timeline pengabdian, pelaksanaan dilakukan selama 5 bulan dengan rentetan acara seperti yang telah dijabarkan di atas. Penyampaian materi dilakukan secara bertahap sesuai dengan focus materi yang diajarkan. Berikut tahapan materi yang dibuat sesuai dengan kebutuhan .

- a. Materi pengetahuan dasar jualan online dan marketplace
- b. Materi Jenis Marketplace
- c. Materi Segmentasi marketplace dan penentuan marketplace
- d. Materi Stockist dan Pengantaran Barang
- e. Materi Ekspedisi dan jasa antar
- f. Materi Kerjasama dan mitra Ekspedisi

Sedangkan materi workshop dibuat dalam bentuk foto ataupun tutorial dan pertemuan terbatas.

Adapun materi yang disampaikan adalah

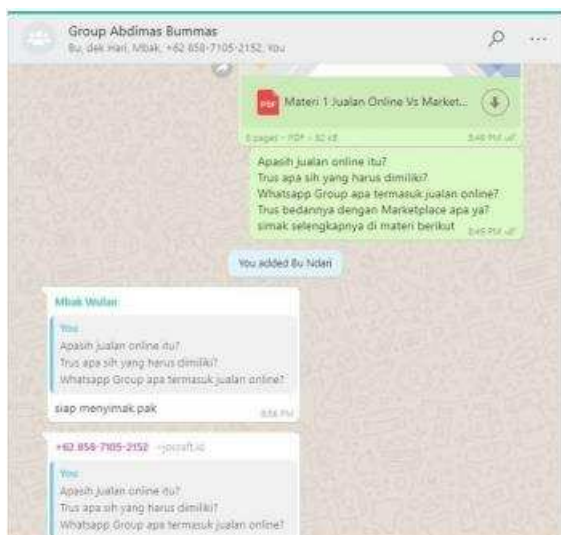
- a. Materi Spesifikasi, Instalasi, Registrasi Shopee, dan Tokopedia.
- b. Materi Persiapan toko, produk dan Upload Produk
- c. Materi pembungkusan atau *packaging*
- d. Penghitungan bobot dan mitra ekspedisi

## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari :

- a. Terlaksananya kegiatan pelatihan dengan memaparkan beberapa materi dalam whatsapp group dan juga pelatihan terbatas tatap muka yang digunakan untuk diskusi. Penggunaan Whatsapp group terbukti berjalan baik dan mampu digunakan sebagai sarana pelatihan yang handal ketika masa pandemic seperti ini. Namun beberapa terkendala karena factor memory perangkat yang tidak tersebit, sehingga beberapa mengeluhkan tidak dapat mengikut materi dengan baik karena tidak dapat mengunduhnya. Berikut adalah salah satu kegiatan yang dilakukan menggunakan whatsapp group tertampil pada gambar 4.





**Gambar 4. Penyampaian Materi menggunakan Whatsapp Group**

- b. Pemahaman terkait berjualan online dan pemanfaatan marketplace meningkat dengan terbukti beberapa anggota telah memilih system berjualan sesuai dengan segmentasi pasar dan juga kemampuan anggota.  
Dari 20 Anggota Tirtomandiri berdasarkan survey yang dilakukan maka dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

**Tabel 1. Penggunaan Sistem Jualan Online**

Pilihan	Whatsapp	FB/Instagram	MP
Ya	16	11	10
Tidak	4	9	10

\*MP adalah marketplace

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa penggunaan whatsapp lebih banyak digunakan sebagai media jualan online, dengan berbagai alasan diantaranya mudah dan terjangkau karena yang membaca adalah yang menyimpan nomer penjualnya. Kemudian disusul dengan Penggunaan media sosial seperti FB dan Instagram sebagai media penjualan online. Alasan yang dikemukakan oleh anggota Tirtomandiri terkait penggunaan media sosial FB dan Instagram adalah jangkauan penjualan lebih luas dan penjualan secara langsung tidak terlalu lama menunggu dan berhubungan langsung dengan pembeli. Dan terakhir penggunaan Marketplace digunakan sebagai alat terakhir karena dirasa masih baru dan belum memiliki pengalaman penjualan menggunakan marketplace

Pada gambar 5, menunjukkan penggunaan status whatsapp sebagai media penjualan.

**Gambar 5. Media Jualan Online dengan Whatsapp**

- c. Anggota Tirtomandiri yang telah memiliki pelanggan luar daerah dan membutuhkan pengantaran telah diberikan cara mudah dan ringan dalam melakukan *packaging*.

**Gambar 6. Pengepakan murah dengan barang yang ada dirumah**

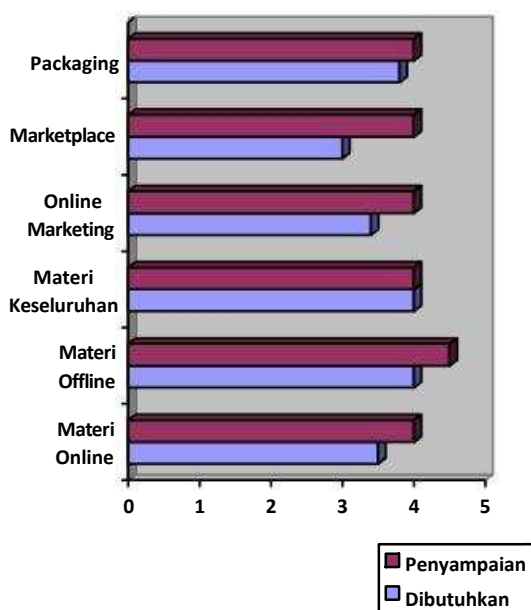
- d. Pemanfaatan marketplace telah diimplementasikan oleh beberapa anggota





**Gambar 7. Pemanfaatan Marketplace dalam penjualan Online.**

Dalam kegiatan pengabdian ini dilakukan pula evaluasi terhadap seluruh rangkaian pelaksanaan kegiatan yang dilakukan selama 5 bulan. Hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :



**Gambar 8. Grafik kebutuhan dan penyampaian materi**

Berdasarkan gambar 8 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa materi untuk Strategi Online Marketing ini memiliki nilai yang di atas rata-rata namun terkesan tidak terlalu urgensial, namun dalam penyampaian dianggap baik sehingga merasa setelah mendapatkan materi dan workshop, anggota menjadi lebih mengerti dan berminat dalam mengembangkan kegiatan dalam online marketplace.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa :

- Pelaksanaan pelatihan dan workshop Strategi penjualan online ini berjalan lancar dan mampu memberikan sumbangsih kepada kelompok Bummas TirtoMandiri.
- Pelaksanaan Pelatihan Online dapat digunakan sebagai cara terbaik dimasa pandemic Covid dan dengan penambahan pelatihan offline guna memastikan materi yang disampaikan dapat dicerna dengan baik.
- Penjualan Online disesuaikan dengan kemampuan penjual dan juga ditentukan pada sasaran konsumen yang dituju.

#### Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Direktur LPM Universitas AMIKOM Yogyakarta beserta jajarannya yang telah berusaha menjalankan kegiatan pengabdian rutin dan menggelontorkan dana guna terciptanya pengabdian ini.

#### Daftar Pustaka

[1] Agus Aryanto, 2020, "Di Tengah Covid-19, Pemasaran Online dan Digital Branding Jadi Pilihan, <https://www.wartaekonomi.co.id/read280988/di-tengah-covid-19-pemasaran-online-dan-digital-branding-jadi-pilihan>; dilihat : 5 Mei 2020

