



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 |

INISIASI PENGELOLAAN INFORMASI BISNIS UNTUK ANGGOTA KOMUNITAS DAKWAH EKONOMI SYARIAH

Anggrismono¹⁾

¹⁾ Prodi SI Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : anggris@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Pandemi COVID-19 telah banyak mengubah aktivitas kehidupan masyarakat yang ada di seluruh dunia, salah satunya adalah aktivitas pemasaran bisnis oleh para pelaku usaha. Penggunaan berbagai fasilitas di internet saat ini semakin jamak ditemui di tengah masyarakat. Program kegiatan ini menggandeng mitra yaitu pengurus Komunitas dakwah ekonomi syariah X-Bank yang memiliki ribuan anggota. Kemampuan mitra untuk dapat mengoptimalkan penggunaan fasilitas pemasaran daring untuk usahanya menjadi sangat penting pada masa sekarang. Program kegiatan ini fokus untuk membangun kesadaran dan pemahaman pemasaran digital dan langkah-langkah yang dilakukan dalam membuat dan mengelola Google My Business (GMB) guna mendukung usahanya. Kegiatan ini dirancang untuk tujuan: 1) Peningkatan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam hal manajemen pemasaran untuk mendorong pengenalan dan penjualan produk dalam cakupan yang lebih luas, 2) Peningkatan penguasaan metode pemasaran digital pelaku UMKM untuk menarik minat calon konsumen serta brand awareness kepada konsumen menggunakan GMB. Metode pelaksanaan kegiatan PKM meliputi: 1) Observasi dan wawancara dengan mitra, 2) Identifikasi masalah mitra, 3) Pelatihan dan penyuluhan pemanfaatan GMB, 4) Pembuatan laporan kegiatan PKM, 5) Pembuatan artikel jurnal. Hasil pelaksanaan kegiatan adalah tercapainya semua target kegiatan, kerja sama dengan mitra dapat terjalin dengan baik, pemasaran produk meluas dan muncul pada pencarian google serta peningkatan daya saing UMKM mitra.

Kata kunci: *pelatihani, google my business, pemasaran digital*

1. PENDAHULUAN

Sejak kemunculannya pertama kali pada akhir tahun 2019, virus corona baru atau covid-19 telah menyebar hampir ke setiap negara di dunia. Virus yang menginfeksi saluran pernapasan atas manusia ini bisa menular dengan cepat, hingga menimbulkan kematian. Wabah yang awalnya berasal dari Cina ini pada akhirnya menyebabkan organisasi kesehatan dunia WHO mendeklarasikannya sebagai pandemi global. Hal tersebut beralasan karena pandemi covid-19 telah menjadi isu serius sebagai ‘pembunuh’ umat manusia, tak terkecuali di Indonesia. Kasus pertama di Indonesia dilaporkan terjadi pada awal bulan maret 2020 tepatnya di kota Depok Jawa Barat. Seiring waktu akhirnya kasus tersebut telah ditemukan di seluruh provinsi yang ada di Indonesia.

Dalam upaya penanganan pandemi ini, otoritas di sejumlah negara kemudian menerapkan berbagai kebijakan yang beragam. Pemerintah Indonesia sendiri akhirnya mengambil beberapa langkah,

antara lain menerbitkan PP Nomor 21 tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dalam rangka percepatan penanganan covid-19. Dalam peraturan tersebut mengatur mekanisme pemerintah daerah (pemda) di tingkat provinsi, kabupaten dan kota unuk dapat menerapkan PSBB di wilayah administrasinya dengan mekanisme yang telah ditentukan. Pemerintah daerah dapat melakukan pembatasan sosial berskala besar atau pembatasan terhadap pergerakan orang dan barang untuk satu provinsi atau kabupaten kota tertentu, dengan persetujuan menteri yang menyelenggarakan pemerintahan di bidang kesehatan, dalam hal ini adalah menteri kesehatan [1].

Dampak yang ditimbulkan dari adanya pandemi dan kebijakan pembatasan oleh pemerintah adalah banyaknya pekerja yang terpukul karena kehilangan pekerjaan. Menurut data Kementerian Tenaga Kerja (Kemnaker) per 20 April 2020 setidaknya ada 241.431 pekerja formal yang di-PHK, pekerja formal yang dirumahkan sebanyak 1.304.777,

pekerja informal yang terdampak sebanyak 538.385 dan total adalah 2.084.593 yang terdata [2].

Dampak lain yang ditimbulkan dari adanya pandemi dan kebijakan pembatasan oleh pemerintah adalah munculnya tatanan baru kehidupan normal. Dengan kehidupan normal yang baru ini masyarakat diharapkan tetap dapat produktif namun aman di tengah pandemi yang terjadi saat ini. Kebiasaan dan perilaku yang berbasis pada adaptasi untuk membudayakan perilaku hidup bersih dan sehat di tengah pandemi ini harapannya akan menjadi kesadaran kolektif masyarakat Indonesia. Prosedur atau protokol kesehatan juga telah disiapkan, salah satunya di bidang ekonomi. Peraturan tersebut tertuang dalam Surat edaran dengan nomor HK.02.01/MENKES/335/2020 itu tentang Protokol Pencegahan Penularan Covid-19 di Tempat Kerja Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik) dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha [3]. Terdapat 9 aturan baru bagi Pengurus atau Pengelola Tempat Kerja/Pelaku Usaha pada Sektor Jasa dan Perdagangan (Area Publik). Salah satu aturan pada huruf (h) mewajibkan pengurus atau pengelola tempat kerja atau pelaku usaha pada sektor jasa dan perdagangan untuk melakukan upaya untuk meminimalkan kontak dengan pelanggan. Hal ini menyebabkan aktivitas usaha pada sektor jasa dan perdagangan pada kondisi saat ini harus dilakukan dengan menerapkan pembatasan jarak.

Komunitas X-Bank merupakan organisasi nirlaba yang anggotanya terdiri dari mantan pegawai lembaga keuangan dan yang berencana akan melakukan pengunduran diri dari lembaga keuangan. Komunitas ini merupakan komunitas yang terbentuk pada tanggal 15 Juli 2017 di Yogyakarta. Jumlah anggota dari komunitas ini berjumlah lebih dari 23.000 orang yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk wilayah Yogyakarta sendiri saat ini sudah memiliki 828 anggota. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas yang menjadi mitra program antara lain adalah melakukan kegiatan pemberdayaan usaha para anggotanya yang sudah pensiun dari lembaga keuangan dan beralih profesi menjadi pelaku usaha pemula.

Situasi yang berkembang memaksa para pengurus atau pengelola tempat kerja atau pelaku usaha pada sektor jasa dan perdagangan untuk tetap bisa menjalankan usahanya di tengah situasi pandemi saat ini, tak terkecuali bagi para pelaku usaha anggota mitra program. Interaksi antara penjual dan

pembeli yang sebelumnya dapat dilakukan secara kontak fisik menjadi hal yang dibatasi saat ini. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM atau mitra program untuk dapat tetap menjalankan aktivitas bisnis adalah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi media digital dan internet. Penggunaan media digital untuk melakukan aktivitas pemasaran daring juga dapat membuat pekerjaan berjalan lebih efektif. Pemasaran daring merupakan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang potensial melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana. Pemasaran ini terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara di pasar, dengan calon konsumen. Jadi disamping memudahkan pebisnis untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, pemasaran ini juga dapat memudahkan bagi calon konsumen secara mandiri untuk mencari dan mendapatkan berbagai informasi produk tanpa adanya batasan geografis maupun waktu. Menurut penelitian yang dilakukan lembaga We Are Social dan Hootsuite disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, atau lebih dari 64% penduduk Indonesia saat ini sudah terhubung dan merasakan akses tanpa kontak fisik dengan individu lainnya [4].

Untuk memudahkan calon konsumen secara mandiri untuk mencari dan mendapatkan berbagai informasi produk yang ditawarkan mitra program tanpa adanya batasan adalah menggunakan fitur produk yang disediakan google, yaitu *Google My Business*. Fitur produk *Google My Business* dapat membantu pelaku UMKM mitra program untuk mendapatkan lebih banyak visibilitas di halaman hasil pencarian google. Layanan yang diberikan adalah informasi berupa nama bisnis, deskripsi bisnis, alamat website, *ratings*, foto, alamat, peta, jam operasional, telepon, pertanyaan dan *review*. Semua informasi yang disediakan tadi akan lebih mempermudah mitra program untuk memperoleh pembeli dan pelanggan potensialnya di tengah keterbatasan akibat situasi pandemi ini.

Mengacu pada keadaan tersebut maka program kegiatan ini menargetkan pada perbaikan aspek-aspek yang teridentifikasi sebagai masalah pada mitra program dan aspek tersebut dianggap penting untuk meningkatkan keunggulan kompetitif mitra. Solusi yang dilakukan dalam pelaksanaan yang program kegiatan ini adalah dengan menggunakan media pelatihan dan penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini bertujuan untuk

meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam hal manajemen pemasaran untuk mendorong penjualan dan upaya pengenalan produk dalam cakupan yang lebih luas sehingga meningkatkan kapasitas manajerial berupa kemampuan dan ketrampilan mitra dalam aspek pemasaran secara daring. Pelatihan tersebut juga bertujuan untuk membangkitkan semangat dan motivasi untuk tetap dapat melakukan kegiatan pemasaran yang inovatif sehingga dapat memperoleh lebih banyak kesempatan dengan bertambah banyaknya pelanggan potensial sekaligus sebagai upaya peningkatan *brand awareness* konsumen lama, sehingga pada gilirannya berbagai inovasi yang terjadi perlahan akan meningkatkan pendapatan sebagaimana yang telah dialami pada kegiatan-kegiatan pengabdian sebelumnya [5].

Berdasarkan analisis situasi yang dikemukakan diatas, maka didapatkan permasalahan prioritas mitra program yaitu sebagai berikut: (1) Mitra program belum memiliki metode penyediaan informasi secara valid untuk meningkatkan kepercayaan konsumen yang mengakses internet. (2) Mitra program belum dapat memunculkan bisnisnya dengan mudah di hasil pencarian google untuk menjangkau dan menarik calon konsumen di internet. (3) Mitra program belum dapat menampilkan lokasi bisnisnya dengan mudah di peta google untuk mengarahkan calon konsumen menuju alamat bisnisnya. (4) Media komunikasi dua arah yang bisa meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen belum tergarap secara optimal. (5) Mitra program belum dapat melakukan analisis kepada pelanggannya secara efektif sehingga tidak diketahui persepsi konsumen terhadap bisnisnya.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra program, pengusul memberi usulan untuk memberikan pelatihan dan penyuluhan dalam upaya peningkatan kemampuan mitra program di bidang kewirausahaan terkait kemampuan menangkap peluang bisnis dengan memanfaatkan fasilitas *Google My Business*. Diharapkan dengan adanya program ini maka mitra program memiliki pengetahuan, pemahaman serta kemampuan untuk dapat memanfaatkan fasilitas *Google My Business* untuk menjangkau pelanggan dan mendukung usahanya di masa pandemi ini.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini merupakan program penyuluhan dan pelatihan pembuatan *Google My Business* bagi pengurus

mitra yang juga berprofesi sebagai pelaku UMKM dalam menggunakan salah satu alat pemasaran usahanya. Dalam kegiatan PKM melibatkan 1 orang dosen dan 1 orang mahasiswa, sedangkan dari pihak mitra ada 12 orang yang mengikuti pelatihan.

Pelaksanaan kegiatan meliputi dua sesi kegiatan yang dilakukan, dimana sesi pertama adalah pemaparan materi strategi pemasaran, pemasaran digital dan *Google My Business* selama 150 menit sementara sesi kedua adalah diskusi dan tanya jawab dengan peserta dalam rentang waktu selama 90 menit. Strategi metode pelaksanaan kegiatan program pengabdian masyarakat setelah disesuaikan dengan permasalahan dan target luaran, maka dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

| Masalah yang disepakati untuk diselesaikan | Metode | Target luaran |
|--|---|---|
| Perlunya pengenalan dan pelatihan tentang metode pengelolaan informasi bisnis yang menarik di internet dengan memanfaatkan fitur <i>Google My Business</i> untuk mendukung manajemen pemasaran secara daring | a. Observasi dan wawancara dengan mitra, b. Identifikasi masalah mitra, c. Pelatihan dan penyuluhan pemanfaatan <i>Google My Business</i> , d. Pembuatan laporan kegiatan PKM yaitu laporan hasil pelatihan dan laporan akhir, e. Pembuatan artikel jurnal. | a. 1 kali pelatihan b. 1 modul pelatihan c. 1 paper publikasi |

Alur kegiatan yang dilakukan bersama dengan mitra serta hasil kegiatan dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Alur Kegiatan dan Partisipasi Mitra

| Kegiatan | Partisipasi Mitra |
|---|---|
| Diskusi berkaitan dan permasalahan dan kebutuhan. | Berpartisipasi aktif menjelaskan rata-rata bisnis dan kemampuan dari anggota mitra. |
| Penentuan waktu untuk penyuluhan dan pelatihan. | Berpartisipasi aktif dalam mengkoordinasi dan menentukan peserta dari mitra. |
| Penentuan tempat dan | Berpartisipasi pasif dengan |

| | |
|---|--|
| alat yang dibutuhkan untuk kegiatan penyuluhan dan pelatihan. | menunggu informasi dari tim PKM |
| Pembuatan modul pembelajaran dan pelatihan. | Berpartisipasi pasif dengan menunggu distribusi modul |
| Pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan. | Berpartisipasi aktif dalam pelatihan serta berdiskusi aktif pada sesi yang diberikan |

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan PKM ini diawali dengan tahapan persiapan, dimana komunikasi menggunakan sarana telepon dan media WhatsApp, dengan beberapa kali tim PKM melakukan survey pendahuluan sebelum program ini disetujui dan disahkan oleh Direktorat LPM Universitas Amikom Yogyakarta. Setelah program PKM yang diajukan tim dinyatakan lolos, kemudian tim pelaksana bertemu dan berkunjung kembali kepada mitra yaitu pengurus Komunitas Xbank Indonesia pada tanggal 2 Juni 2020.

Pada tahap ini, tim PKM sekaligus mendiskusikan waktu pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan, materi yang akan dilatih dan pembuatan Google My Business. Materi yang akan disampaikan dalam penyuluhan dan pelatihan kepada mitra adalah tentang "Strategi Pemasaran Digital dan Google My Business". Pelaksanaan kegiatan juga disepakati akan menggunakan media *meeting online* ZOOM untuk mencegah terjadinya kerumunan orang serta kebutuhan peserta yang tidak berada di kota yang sama. Tempat pelaksanaan kegiatan berada di salah satu rumah pengurus mitra di Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Masa penyuluhan dan pelatihan disepakati diselesaikan di hari yang sama dengan durasi 4 jam. Bersamaan dengan itu, tim PKM bekerja menyiapkan kebutuhan yang bersifat perangkat lunak dan bahan penunjang lainnya. Informasi yang diperoleh dari hasil diskusi bahwasanya strategi pemasaran yang telah digunakan oleh mitra sementara terbatas pada promosi menggunakan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa kesenjangan dan keterbatasan penguasaan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penghambat dalam cara pemasaran dan penjualan produk usaha mitra. Faktor latar belakang pekerjaan anggota mitra dimana mayoritas dari karyawan lembaga keuangan yang sudah lama memiliki keamanan

dalam pekerjaan sebelumnya juga memengaruhi tingkat literasi terhadap produk baru seperti Google My Business. Meskipun banyak anggota mitra telah mengenal dan terbiasa menggunakan media seperti Google, Facebook dan Instagram, namun mitra dirasa belum mampu memanfaatkannya sebagai alat untuk pemasaran produknya.

Pada tahap pelaksanaan, realisasi kegiatan PKM ini dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 27 Oktober 2020, bertempat di Perumahan Griya Asri 3 Jumeneng Kidul, Sumberadi, Mlati, Sleman Regency, Kabupaten Sleman Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan ini dihadiri oleh 12 orang yang merupakan pengurus daerah mitra dari beberapa kota. Acara dimulai pada pukul 19.00 hingga pukul 23.00 WIB. Sebelum pelatihan dimulai, tim PKM memberikan buku elektronik tutorial pembuatan Google My Business agar memudahkan pelaku UMKM untuk mempraktekkannya. Setelah itu, mitra diminta kembali untuk menyimak pemaparan cara pembuatan Google My Business dan cara untuk membuat kemasan produk-produk yang dijual terlihat lebih menarik. Penggunaan aplikasi atau akun Google My Business dipilih oleh tim PKM karena merupakan fasilitas yang disediakan gratis oleh Google serta mudah digunakan oleh pelaku UMKM terutama untuk mengelola pemasaran digital online mereka di internet, termasuk adanya fungsi penelusuran dan peta secara online. Cukup dengan memverifikasi dan mengedit informasi bisnis, pelaku UMKM dapat membantu pelanggan menemukan dirinya dan menceritakan profil bisnisnya kepada mereka.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan terakhir adalah evaluasi, pada tahap evaluasi ini, tim PKM memberikan kesempatan kepada mitra sekaligus pelaku UMKM untuk mengulang kembali langkah-langkah pembuatan Google My Business dan cara memperbarui halamannya secara mandiri. Pada tahap ini juga ditanyakan kepada mitra terkait manfaat apa saja

yang akan didapatkan apabila mereka telah mengimplementasikan di usaha mereka masing-masing. Hal ini dilakukan untuk melihat kemampuan dan antusiasme mitra dalam mengikuti pelatihan

Tabel 3. Evaluasi Respon Peserta (orang)

| Keterangan | Tidak Setuju | Ragu-ragu | Setuju |
|---|--------------|-----------|--------|
| Peserta memahami materi dengan baik | - | 1 | 11 |
| Peserta akan mempraktekkan materi yang telah diterima | - | 2 | 10 |

4. KESIMPULAN

Penutup Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat oleh tim PKM Universitas Amikom Yogyakarta sangat membantu masalah mitra, dari kondisi sebelum digunakannya Google *My Business* untuk sarana pemasaran produk, sehingga hanya mengandalkan penjualan secara konvensional. Saat ini mitra telah memiliki platform Google *My Business* sebagai senjata untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk. Mitra juga secara aktif mengelola usahanya di internet sehingga pemasaran usahanya menjadi lebih baik lagi dan dapat menunjang pertumbuhan dan kemajuan usahanya. Kegiatan ini dirasa memiliki dampak perubahan pada mitra sehingga menjadi lebih bersemangat dalam berusaha karena usaha yang mereka jalankan saat ini terlihat lebih profesional.

Penyuluhan dan pelatihan-pelatihan terkait manajemen pemasaran semacam ini perlu lebih sering dilaksanakan di lingkungan UMKM untuk membangun kesadaran dan pemahaman mengenai pemasaran digital. Materi terkait langkah-langkah pembuatan dan pengelolaan Google *My Business* yang disampaikan bisa disesuaikan dengan kemampuan para peserta, serta perlu adanya evaluasi lanjutan setelah kegiatan guna mengetahui apakah materi yang disampaikan betul-betul dipraktikkan.

Ucapan Terimakasih

Alhamdulillah, segala puji syukur kami panjatkan kepada Allah subhanahu wata'ala, Tuhan semesta alam karena telah memberikan segala kenikmatan sehingga kegiatan pengabdian dan laporan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terselesaikan. Ucapan terimakasih

juga kami haturkan kepada pihak yang telah membantu kami terutama dari Direktorat Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. Semoga segala amal baik ini mendapatkan ridhoNya. Aamiin.

Daftar Pustaka

- [1] D. Kusuma Winata, *begini cara penerapan aturan pembatasan sosial berskala besar*, [Online]. Tersedia: <https://mediaindonesia.com/read/detail/300489-begini-cara-penerapan-aturan-pembatasan-sosial-berskala-besar> [diakses pada 28 Mei 2020].
- [2] Biro Humas Kemnaker, Menaker: *Badai Pasti Berlalu, Panggil Kembali Pekerja yang ter-PHK Nanti*, [Online]. Tersedia: <https://www.kemnaker.go.id/news/detail/menaker-badai-pasti-berlalu-panggil-kembali-pekerja-yang-ter-phk-nanti> [diakses pada 28 Mei 2020].
- [3] Surat Edaran Nomor HK.02.01/MENKES/335/2020 tentang Protokol pencegahan penularan corona virus disease (covid-19) di tempat kerja sektor jasa dan perdagangan (area publik) dalam mendukung keberlangsungan usaha.
- [4] Digital 2019: Global Digital Overview — DataReportal – Global Digital Insights. (n.d.). Retrieved November 10, 2020, from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview> [diakses pada 28 Mei 2020].
- [5] Irawan, Yeni; Diana; dan Marlina, 2016, *Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Aksesoris Jilbab Dari Kain Perca di Desa Tambon Baru Kabupaten Aceh Utara*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 22. No. 3..

