



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 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

<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 DISINFEKTAN 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

## PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA RENDANG “UNI LEN” MUJA MUJU TIMOHO

Bety Wulan Sari

*Prodi S1 Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email : bety@amikom.ac.id*

### Abstrak

*Instagram menjadi media sosial yang cukup banyak diminati oleh penduduk Indonesia. Berdasarkan data yang disajikan oleh Napoleon Cat, pada bulan Mei 2020 pengguna Instagram mencapai 69,2 juta pengguna, sedangkan 63% penggunanya adalah wanita. Dari data tersebut, Instagram menjadi salah satu platform yang sangat mendukung untuk memasarkan sebuah produk. Dengan jumlah pengguna yang besar, Instagram menyediakan fitur Instagram Bisnis yang memang ditujukan khusus bagi mereka yang ingin memasarkan bisnisnya melalui Instagram. Pemasaran menjadi masalah pada UKM Rendang Uni Len mengingat dimasa pandemi covid-19 ini banyak masyarakat yang lebih memilih melakukan pembelian via online. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka diberikan sebuah solusi yaitu pelatihan tentang pemanfaatan media sosial Instagram sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan pada Rendang Uni Len. Hasil akhir dari pelatihan ini adalah meningkatkan daya saing terhadap penjualan dan promosi guna mensejahterakan UKM Rendang Uni Len agar dapat berkembang lebih pesat serta mencapai target pasar yang diinginkan.*

**Kata kunci:** *Instagram, Media Sosial, Instagram Business, Rendang Uni Len*

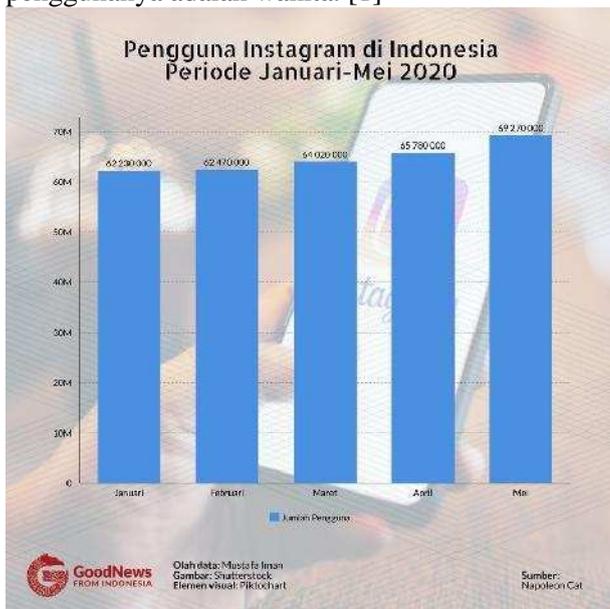
### 1. PENDAHULUAN

Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM), tantangan yang dihadapi tidak hanya tentang produk yang dihasilkan, akan tetapi juga tentang strategi pemasaran untuk bisa bersaing dengan produk-produk yang sudah lebih dulu dipasarkan. Banyak cara yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk baik melalui cara offline maupun secara online. Saat ini pemasaran online menjadi hal yang umum dilakukan mengingat masyarakat yang sudah melek terhadap teknologi yang ada. Selain dari segi teknologi, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap belanja online juga semakin meningkat. UKM harus dapat membuat strategi pemasaran online bagi produknya agar lebih dikenal. Dalam hal tersebut, perlu adanya pendampingan kepada UKM dari beberapa praktisi untuk meningkatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran online sehingga produk yang dihasilkan mudah dikenal masyarakat dan dapat meningkatkan keuntungan penjualan.

Dilihat dari perkembangannya yang signifikan peran UKM juga sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Pada tahun 2007 hingga tahun 2012 menunjukkan peningkatan jumlah PDB UKM

dari Rp 2,107,868.10 menjadi Rp 4,869,568.10 milyar. Hal tersebut menunjukkan bagaimana peran UKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga dapat memacu pada arah menuju UKM yang lebih baik dalam hal ekonomi dan pemberdayaannya. UKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar " hampir semua usaha besar berawal dari UKM ". UKM harus terus ditingkatkan dan aktif agar tetap maju dan bersaing dengan perusahaan besar. [1] Teknologi dan pemasaran sangatlah penting untuk ditingkatkan dikarenakan masih banyaknya UKM di Indonesia yang tidak memiliki teknologi yang cukup untuk meningkatkan daya kerja dan serta teknik pemasaran. Khususnya pada generasi X, rata-rata generasi ini tidak memiliki pengetahuan akan teknologi yang menyebabkan sikap tertutup pada perkembangan teknologi sehingga UKM yang dilakukannya akan sulit maju. Teknik pemasaran tidak juga lepas dari teknologi. Sedangkan pemasaran sangatlah penting untuk pelaku UKM dalam bersaing. Namun kendala yang lain tidak lepas juga dari dana untuk membeli teknologi. [2] Berdasarkan data yang disajikan oleh Napoleon Cat, pada bulan Mei 2020 pengguna Instagram

mencapai 69,2 juta pengguna, sedangkan 63% penggunanya adalah wanita. [1]



**Gambar 1. Pengguna Instagram Januari-Mei 2020**

Usaha Rendang Uni Len merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang bisnis makanan yang terletak di Muja Muju, Umbulharjo, Yogyakarta. UKM ini memproduksi khusus rendang khas Padang yaitu rendang Paru, rendang Daging Sapi, dan rendang Jengkol. Dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang, UKM ini dapat memproduksi sebanyak 20 kg rendang per harinya. Saat ini, produk rendang ini dapat terjual sebanyak 20 per hari nya. Setiap pack memiliki berat 250 gram. Cita rasa yang dimiliki rendang ini sangat khas sehingga produk ini sudah menjadi langganan bagi beberapa customer.



**Gambar 2. Pengolahan Rendang Uni Len**

Produk rendang berupa rendang paru maupun rendang daging sapi dijual dengan harga Rp 65.000 per satu pack. Sistem pembelian produk ini melalui sistem pre order (PO). Setelah sejumlah PO didata, maka rendang diproses sesuai pesanan. Prosesnya adalah rendang dimasak, kemudian dilakukan packaging dengan menggunakan double plastik

dimana plastik pertama untuk tempat rendang, dan plastik kedua adalah plastik jenis clip yang telah ditemplei sticker merek untuk lapisan kedua agar rendang tidak kemasukan udara dan terjaga keawetannya.

Transaksi penjualan tersebut dicatat notes handphone sebagai rekap penjualan rendang. Selanjutnya pemilik akan menghitung total belanja pelanggan dan mengirimkan informasi nomor rekening untuk membayar belanja. Pelanggan harus menyelesaikan pembayaran terlebih dahulu, kemudian produk baru bisa dikirim melalui ojek online ataupun melalui jasa pengiriman paket. Gambar 3 adalah kemasan rendang siap jual dengan berat 250 gram, sedangkan gambar 4 menunjukkan kemasan rendang siap jual dengan berat kiloan.



**Gambar 3. Rendang Uni Len 250gr Siap Jual**



**Gambar 4. Rendang Uni Len Kiloan Siap Jual**

Setelah dilakukan wawancara langsung dengan UKM Rendang Uni Len, diperoleh beberapa masalah yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Permasalahan Mitra
1	Kurangnya pengetahuan SDM di UKM Rendang Uni Len tentang pemasaran melalui media sosial Instagram. Selama ini pemasaran hanya menggunakan aplikasi WhatsApp saja.
2	Kurangnya pengetahuan tentang cara penggunaan media sosial Instagram.
3	Kurangnya pemanfaatan Instagram Business untuk menjangkau target pasar yang lebih luas

Untuk membantu persoalan tersebut, maka dilakukan pelatihan tentang strategi pemasaran online untuk UKM Rendang Uni Len.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Tabel 2 berisi daftar masalah dan prioritas, maka dapat diusulkan beberapa metode pelaksanaan serta luaran untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Tabel 3. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Kurangnya pengetahuan sumber daya manusia di UKM Rendang Uni Len tentang pemasaran melalui media sosial Instagram.	Memberikan penyuluhan tentang pemasaran online yang bisa dilakukan melalui media sosial Instagram. Penyuluhan pemasaran menggunakan Instagram ini dilakukan sebanyak 1 kali. Pada pelatihan ini akan dijelaskan tentang jumlah pengguna Instagram diseluruh Indonesia.
2	Kurangnya pemanfaatan Instagram Business untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.	Memberikan pelatihan tentang Instagram Business agar produk lebih menarik dan diminati. Pelatihan Instagram Business dilakukan sebanyak 1 kali. Capaian dari pelatihan Instagram Business ini adalah

		dibuatnya akun IG Business Rendang Uni Len.
3	Kurangnya pengetahuan tentang cara penggunaan media sosial Instagram.	Memberikan pelatihan tentang cara penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran dan promosi produk.

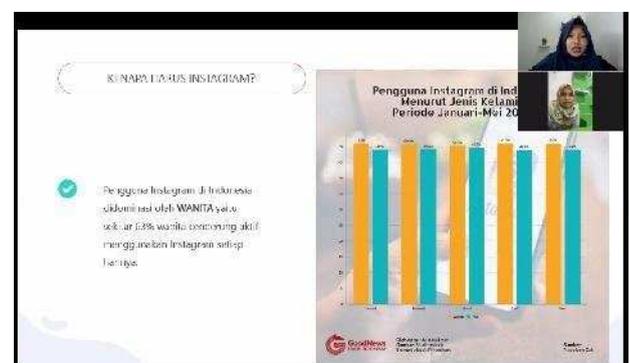
## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Sesuai dengan rencana kegiatan yang telah dipaparkan sebelumnya, pelaksanaan kegiatan telah selesai dilakukan dan memberikan hasil sebagai berikut:

- Penyuluhan tentang pemasaran online melalui Instagram.
- Penyuluhan tentang Instagram Business.
- Pelatihan tentang cara penggunaan Instagram Business telah berhasil dilakukan.

Berikut adalah proses pelatihan strategi pemasaran pada UKM Rendang Uni Len.

1. Pemaparan tentang data pada pengguna Instagram di Indonesia sebagai media sosial yang akan digunakan untuk melakukan promosi.



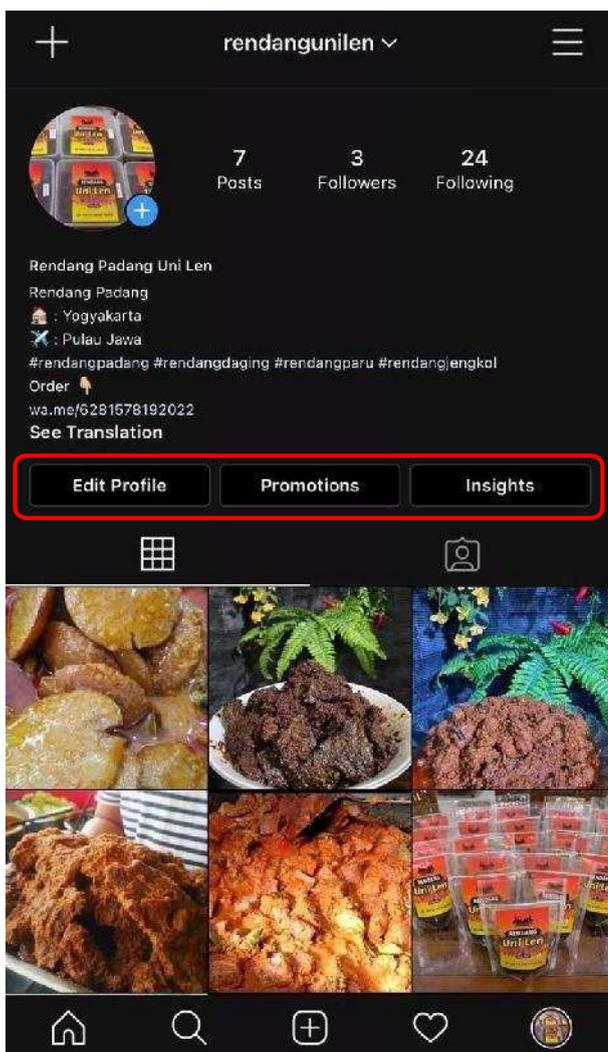
Gambar 5. Data Pengguna Instagram

2. Penjelasan tentang Instagram Business  
Setelah dilakukan pemaparan tentang pengguna Instagram di Indonesia, selanjutnya diberikan pemaparan tentang penggunaan Instagram Business. Pemaparan ini diawali dengan informasi cara berjualan di Instagram.



Gambar 6. Penggunaan IG Business Rendang Uni Len

3. Pembuatan Akun IG Business Rendang Uni Len  
Sebelumnya Rendang Uni Len belum memiliki media sosial yang digunakan untuk promosi produk yang mana selama ini hanya menggunakan aplikasi WhatsApp saja. Dengan adanya pelatihan ini, maka dibuatlah akun instagram business untuk Rendang Uni Len.



Gambar 7. Akun Instagram Business Rendang Uni Len

Terdapat tiga menu yang ada pada IG ini yaitu Edit Profile, Promotions, dan Insights. Edit Profile digunakan untuk mengatur Profile Photo, Nama, Username, Website, Bio, dan lain-lain.



Change Profile Photo

Name Rendang Padang Uni Len

Username rendangunilen

Gambar 8. Penamaan Username pada IG

Akun ini menggunakan username **rendangunilen** tanpa menggunakan simbol apapun. Hal itu bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap produk yang dipromosikan.

Rendang Padang Uni Len  
Rendang Padang  
📍 : Yogyakarta  
🌐 : Pulau Jawa  
#rendangpadang #rendangdaging #rendangparu #rendangjengkol  
Order 📞  
wa.me/6281578192022  
See Translation

Gambar 9. Bio pada IG Business Rendang Uni Len

UKM ini menjual rendang dengan tiga varian yaitu rendang daging, rendang paru, dan rendang jengkol. Oleh karena itu, tag yang dipilih pada bio IG produk ini adalah **#rendangpadang**, **#rendangdaging**, **#rendangparu**, **#rendangjengkol**. Tag digunakan agar pada saat calon pelanggan mencari makanan dapat menggunakan keyword tag tersebut.

#### 4. Pembuatan Poster

Akun Instagram Business telah dibuat, selanjutnya adalah pembuatan poster untuk diletakkan dilokasi penjualan Rendang Uni Len. Poster ini dibuat untuk menarik calon pelanggan untuk membeli produk.



Gambar 10. Poster Rendang Uni Len

#### 5. Pembuatan Banner

Poster telah dibuat, lalu dibuat banner.



Gambar 11. Banner Rendang Uni Len

#### 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UKM Rendang Uni Len memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Penyuluhan tentang strategi pemasaran menggunakan media sosial Instagram telah terlaksana dengan baik.
- 2) SDM di UKM Rendang Uni Len dapat mengetahui tentang beberapa cara penggunaan media sosial khususnya Instagram Business.
- 3) Telah dibuat akun Instagram Business Rendang Uni Len yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mencapai target pasar yang lebih luas.

- 4) Telah dibuat poster dan banner untuk diletakkan dilokai penjualan Rendang Uni Len. Poster dan banner ini diharapkan dapat menjadi salah satu media promosi dan meningkatkan penjualan secara offline.

Saran untuk pengabdian masyarakat berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan pengabdian masyarakat lebih lanjut dengan UKM Rendang Uni Len untuk dilakukan evaluasi pada pengaruh Instagram Business dan poster yang telah dibuat terhadap penjualan rendang daging, rendang paru, dan rendang jengkol di Uni Len.
2. Jika sudah mencapai penjualan dengan skala besar, maka perlu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengembangkan website e-commerce maupun sistem kasir sehingga semua penjualan dapat direkap dan terorganisir dengan baik.

#### Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami ucapkan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendanai dan memfasilitasi pengabdian masyarakat ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan tercapai semua luaran yang diharapkan. Tidak lupa terimakasih kepada UKM Rendang Uni Len sebagai mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. UKM ini sangat antusias untuk dilakukan pelatihan terhadap permasalahan yang ada.

#### Daftar Pustaka

- [1] <https://www.kompasiana.com/novnovita/5af682fdf1334425da070442/perkembangan-ukm-dan-permasalahannya?page=all> diakses pada 22 Mei 2020
- [2] <http://bbs.binus.ac.id/ibm/2019/04/permasalahan-ukm-di-indonesia/> diakses pada 22 Mei 2020

