



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 DISINFEKTAN 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

STRATEGI BRANDING DAN PROMOSI ONLINE “WARUNG SEMBAKO ARFA” DI MASA PANDEMI COVID-19

Fitri Juniwati Ayuningtyas ¹⁾

¹⁾ Prodi S1 Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : f.ayuningtyas@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peranan penting dalam memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah-masalah ekonomi dan sosial di Indonesia. Saat ini, hampir sebagian besar pelaku UMKM terkena dampak Covid-19 salah satunya adalah toko kelontong. Berdasarkan pada kondisi tersebut, Tim PKM akan melakukan inisiasi program pendampingan pada “Warung Sembako Arfa” dikarenakan warung tersebut termasuk salah satu jenis usaha yang terdampak pandemi Covid-19. Target luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi 1). Meningkatkan kemampuan pengelola “Warung Sembako Arfa” dalam mengembangkan usaha dengan baik dan tepat sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan omset penjualan; 2). Meningkatkan kesadaran pengelola untuk selalu melakukan pencatatan transaksi keuangan secara rutin, membuat laporan ketersediaan barang, serta membuat laporan keuangan yang lengkap dan akurat. Kegiatan yang dilakukan oleh Tim PKM mencakup pelatihan pembuatan logo dan poster “Arfa Groceries” untuk kepentingan promosi online serta penggunaan aplikasi POS Qasir guna meningkatkan produktivitas usaha. Hasil dari kegiatan ini adalah Mitra menjadi terbantu dalam mengelola serta mengembangkan usahanya sehingga akan terwujud manajemen usaha yang lebih baik dan produktif.

Kata kunci: UMKM, Branding, Promosi, Pemasaran, Omset

1. PENDAHULUAN

Sektor UMKM memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Namun meskipun demikian, UMKM masih belum mampu menghadapi tantangan usaha. Hal ini yang menjadi permasalahan UMKM yang dapat menghambat perkembangan usaha. Permasalahan UMKM terdiri dari permasalahan internal, eksternal, dan struktural. Permasalahan internal mencakup masih rendahnya kualitas sumber daya manusia, masih terbatasnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar, keterbatasan modal, teknologi, kelembagaan dan manajemen. Sementara itu iklim usaha yang belum sepenuhnya kondusif merupakan faktor eksternal dalam pengembangan usaha UMKM. Artinya bahwa pelaku usaha belum merasa berada pada kondisi lingkungan yang aman dan nyaman untuk melakukan usaha, terbatasnya sarana dan prasarana, kebijakan otonomi daerah, dan pemberlakuan perdagangan bebas serta kebijakan-kebijakan pemerintah yang cenderung tidak konsisten dan diskriminatif, kehadiran pasar modern. Sedangkan permasalahan struktural dapat dicontohkan seperti misalnya banyaknya monopoli, birokrasi yang ditetapkan oleh pemerintah, serta lemahnya hubungan intraindustri [8].

Toko kelontong merupakan salah satu usaha UMKM yang masih menjadi peluang bisnis bagi semua kalangan masyarakat. Toko kelontong merupakan usaha rumahan masyarakat dengan modal yang tidak terlalu besar, biasanya kurang dari 50 juta rupiah. Usaha toko kelontong ini kebanyakan dijalankan oleh ibu rumah tangga atau orang tua yang tidak bekerja di luar rumah dan umumnya tempat usaha toko kelontong sekaligus berfungsi sebagai tempat tinggal pemilik rumah. Namun saat ini, dengan semakin banyak toko modern yang beredar seperti minimarket, supermarket, retail, dll menyebabkan usaha toko kelontong mengalami kemerosotan dikarenakan persaingan bisnis yang cukup ketat. Ciri khas toko kelontong adalah dimana biasanya pembeli harus dilayani oleh penjual, pembeli tidak bisa memilih barang sendiri, barang yang dibutuhkan terkadang belum tentu ditemukan di toko kelontong, dan harga barang cenderung tidak stabil. Berbeda halnya dengan toko modern dimana konsumen dapat secara bebas memilih barang, barang yang dijual lebih lengkap dan berkualitas, penataan barang rapi dan tampilan barang terlihat bersih, serta harga barang lebih stabil [6].

Modal untuk berjualan toko kelontong cukup mudah dikarenakan tidak memerlukan biaya produksi. Dalam toko tersebut menyediakan stok kebutuhan barang sehari-hari yang diperlukan oleh masyarakat berupa makanan pokok dan perlengkapan yang diperlukan setiap harinya. Salah satu hal yang menjadi kendala tidak berkembangnya toko kelontong adalah masalah akses permodalan, yang berasal dari perbankan atau lembaga keuangan lain sehingga mereka tidak mampu untuk meningkatkan daya saing usahanya. Selain itu kurangnya program pelatihan berupa pembinaan maupun pendampingan bagi pelaku usaha toko kelontong juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing usaha. Namun seiring dengan berkembangnya jaman, toko kelontong mulai melakukan perubahan misalnya dengan membuat tampilan toko terlihat bersih dan rapi, meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dengan menyediakan kebutuhan lain di samping kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh konsumen seperti pulsa hp, pulsa token listrik, pembayaran air, sampai dengan penyediaan tiket perjalanan (kereta api dan pesawat) serta menerapkan teknologi untuk kebutuhan pembayaran yang bekerjasama dengan *fintech* atau penggunaan *e-money* [1].

Dalam situasi pandemi Covid-19 saat ini, konsumen lebih memilih untuk melakukan belanja secara online baik untuk kebutuhan pokok maupun berbelanja barang lainnya. Adanya penurunan daya beli masyarakat terhadap pola konsumsi serta himbauan pemerintah untuk melakukan *physical distancing* (jaga jarak) demi mencegah penyebaran virus Covid-19 menjadi penyebab menurunnya pendapatan pada toko kelontong. “Warung Sembako Arfa” termasuk salah satu jenis usaha warung kelontong yang terdampak pandemi Covid-19. Warung yang berdiri sejak tahun 2010 berlokasi di wilayah yang cukup strategis yaitu berada di perkampungan padat penduduk serta di pinggir jalan utama. Warung ini melayani kebutuhan sehari-hari berupa sembako seperti teh, kopi, gula pasir, susu kental manis, minyak goreng, beras, telur, garam, bumbu masak, mie instan, sabun, minuman, dan kecap baik grosir maupun eceran. Selain sembako warung ini juga menjual seperti rokok, obat-obatan, jajanan dan mainan anak. Omset yang dihasilkan dalam sehari rata-rata sekitar Rp 500.000 dan jika dalam kondisi ramai dalam sehari dapat mencapai omset Rp 1.000.000.

Pada tahun 2019 toko ini telah mengalami sedikit kemajuan untuk berkembang menjadi warung grosir dengan rata-rata pembelian antara Rp 500.000 – Rp 700.000 per harinya. Pembelian dalam jumlah

banyak biasanya oleh konsumen akan dijual lagi kepada konsumen berikutnya. Namun di masa pandemi ini, warung tersebut mengalami penurunan omset yang besar. Oleh karena itu pengelola “Warung Sembako Arfa” berkeinginan untuk tetap dapat memajukan usahanya walau terdampak pandemi Covid-19. Berlandaskan pada hasil analisis situasi yang telah dilakukan oleh Tim PKM, maka dapat diuraikan berbagai permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Mitra terutama pada bidang produksi dan manajemen usaha. Agar tetap bertahan pada kondisi pandemi ini, perlu ada strategi untuk meningkatkan omset usaha melalui teknologi berbasis digital serta keterampilan mengelola usaha warung kelontong tersebut. Permasalahan pertama menyangkut bidang produksi ditunjukkan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Kondisi dan Macam Produk Warung Sembako Arfa

Terlihat pada Gambar 1 bahwa penataan barang di “Warung Sembako Arfa” masih belum tersusun dengan rapi, ketersediaan produk juga masih terbatas dan kurang bervariasi, kondisi warung yang sempit dan jauh dari pencahayaan sehingga kurang memberikan kenyamanan bagi pelanggan yang akan membeli di warung tersebut. Permasalahan di bidang produksi lainnya yaitu pelaku usaha warung masih belum memahami bagaimana menentukan harga suatu produk dengan tepat serta adanya keterbatasan modal dan pengetahuan yang dapat menghambat jalannya usaha. Permasalahan kedua adalah menyangkut bidang manajemen usaha. Pelaku usaha “Warung Sembako Arfa” masih memasarkan produknya secara konvensional yaitu hanya dari mulut ke mulut serta melayani *delivery order*. Pengelola warung juga belum secara optimal memanfaatkan teknologi untuk mendukung kegiatan usaha warungnya. Selain itu pengetahuan tentang pentingnya mengelola keuangan yang baik dan sistematis masih sangat minim yaitu pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual.

Akibatnya, pelaku usaha menderita kerugian karena terjadinya kesalahan pencatatan keuangan. Sejauh ini promosi usaha masih dilakukan secara konvensional, yaitu dengan memanfaatkan spanduk yang dilengkapi dengan nama warung, berbagai macam jenis barang yang dijual serta nomor kontak penjual yang berfungsi untuk melayani pemesanan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Promosi Usaha Warung Sembako Arfa

Ketika menjalani usaha di masa pandemi Covid-19 ini pengelola menyadari bahwa ada kemungkinan terjadi penurunan omset dikarenakan pelanggan yang bekerja di perusahaan-perusahaan atau tinggal di kos-kosan menjadi berkurang akibat tidak diperbolehkannya warga pendatang masuk ke wilayah ini. Jika omset penjualan menurun maka akan menghasilkan keuntungan yang lebih sedikit jika dibandingkan pada saat kondisi normal. Penurunan omset juga berdampak pada kerugian yang dialami pengelola warung. Hal ini dipicu karena terjadi penurunan daya beli masyarakat yang berimbas pada keberlangsungan usaha warung tersebut. Dengan demikian “Warung Sembako Arfa” sangat membutuhkan promosi usaha guna meningkatkan omset penjualan yang menurun sebagai akibat adanya pandemi Covid-19. Terlepas dari permasalahan yang telah diuraikan, maka pengelola memiliki kesempatan luas untuk melakukan perubahan terhadap usahanya agar lebih maju dan berkembang.

2. METODE PELAKSANAAN

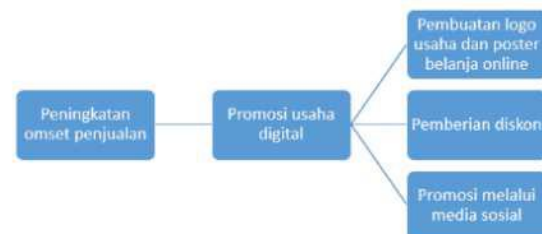
Bermula dari analisis situasi dan permasalahan Mitra yang telah diuraikan sebelumnya, maka Tim PKM menetapkan tiga prioritas utama permasalahan serta solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan tersebut. Adapun permasalahan dan solusi yang ditawarkan kepada Mitra adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Prioritas dan Solusi Permasalahan Mitra

No	Masalah	Solusi yang ditawarkan	Luaran Solusi
1.	Pelaku usaha tidak mengetahui jika stok barang yang dijual sudah menipis.	Memberikan sosialisasi dan pelatihan sistem inventori untuk menghindari teriadinya kekosongan stok barang.	Melakukan pengelolaan produk dan pengaturan stok barang.
2.	Belum adanya pemahaman mengenai cara melakukan promosi usaha secara digital melalui aplikasi guna memperluas jangkauan pemasaran.	Memberikan sosialisasi dan pelatihan promosi usaha secara digital melalui aplikasi guna meningkatkan omset penjualan.	Membuat logo serta poster usaha dan link guna kepentingan pemesanan dan pengantaran barang.
3.	Belum adanya pemahaman mengenai penggunaan teknologi aplikasi kasir POS (<i>point of sale</i>) untuk menghitung transaksi jual beli serta untuk mendukung kegiatan bisnis lainnya.	Memberikan sosialisasi pentingnya penggunaan teknologi berbasis android sebagai upaya meningkatkan produktivitas usaha dan pelatihan pengelolaan data transaksi menggunakan aplikasi POS (<i>point of sale</i>).	Pencatatan transaksi dilakukan secara harian dan rutin.

Dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh Mitra, maka Tim PKM melakukan penyusunan berbagai program sosialisasi dan pelatihan yang akan dilaksanakan dengan berbagai metode, baik ceramah, diskusi, maupun praktek secara langsung terkait penggunaan aplikasi Canva dan POS (*point of sale*) guna meningkatkan produktivitas usaha. Selanjutnya langkah-langkah penyelesaian permasalahan tersebut dirangkum dan dituangkan dalam Gambar 2 dan 3 sebagai berikut.

1. Peningkatan omset penjualan melalui promosi usaha digital



Gambar 3. Peningkatan Omset Penjualan

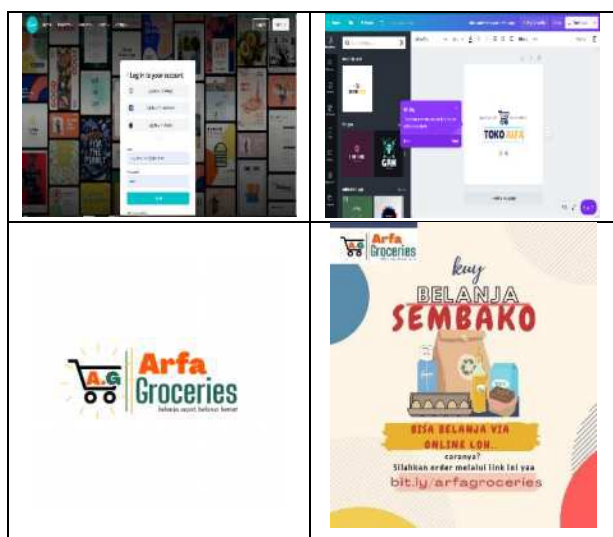
2. Peningkatan produktivitas usaha melalui penggunaan aplikasi kasir POS (*point of sale*)



Gambar 4. Peningkatan Produktivitas Usaha

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Dampak dari terselenggaranya kegiatan ini adalah Mitra memperoleh tambahan ilmu pengetahuan serta keterampilan untuk mendukung kegiatan usahanya. Sebagai ibu rumah tangga, Mitra menjadi terbantu dalam mengembangkan usaha “Warung Sembako Arfa” secara online. Strategi pengembangan usaha “Warung Sembako Arfa” salah satunya adalah dengan melakukan branding nama usaha menjadi “Arfa Groceries”. Seperti yang telah diketahui sebelumnya, “Warung Sembako Arfa” pada awalnya belum memiliki identitas usaha sehingga langkah yang harus dilakukan yaitu dengan membuat logo usaha sebagai identitas dari usaha tersebut. Dalam menciptakan identitas usaha maka perlu dilakukan proses branding melalui pembuatan identitas produk serta promosi secara efektif. Oleh karena itu Mitra diajarkan bagaimana cara membuat logo dan poster dengan aplikasi Canva sebagaimana yang ditampilkan pada gambar di bawah ini.



Gambar 5. Proses Pembuatan Logo dan Poster Arfa Groceries

Logo dan poster “Arfa Groceries” yang dibuat dengan aplikasi Canva akan digunakan untuk kepentingan promosi secara online. Pertimbangan pembuatan logo baru didasarkan pada citra atau kesan dari produk-produk yang akan dipasarkan (*brand image*). Penciptaan logo baru dibuat secara sederhana serta mudah diingat oleh pelanggan sehingga diharapkan dapat meningkatkan *image* pada brand warung tersebut [10]. Peningkatan omset penjualan juga dapat dilakukan dengan cara memberikan diskon kepada pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Strategi ini dapat dilakukan untuk mengubah mindset konsumen untuk terus melakukan pembelian

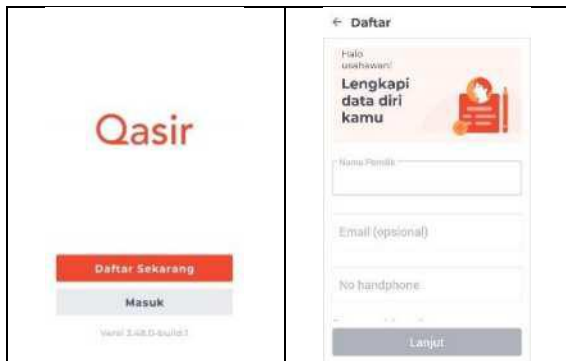
sehingga berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Branding dimaksudkan untuk mempermudah pelaku usaha dalam mempromosikan usahanya kepada masyarakat umum dengan daya tarik produk yang dimiliki. Branding yang kuat dapat dijadikan sebagai pembeda dengan brand lainnya dengan usaha yang sejenis. Brand tersebut ditampilkan pada logo dan poster guna kepentingan melakukan promosi melalui media sosial. Namun, branding tidak sekedar logo atau promosi, melainkan terkait pula dengan *service and process*, yaitu kemampuan sebuah brand untuk selalu konsisten dalam memberikan standar pelayanan yang tinggi [2]. Tahap berikutnya adalah menentukan strategi promosi secara online antara lain dengan penggunaan poster sebagai alat bantu promosi serta membuat link order via *Whatsapp bit.ly/arfagroceries* seperti yang ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Format Order Barang Online

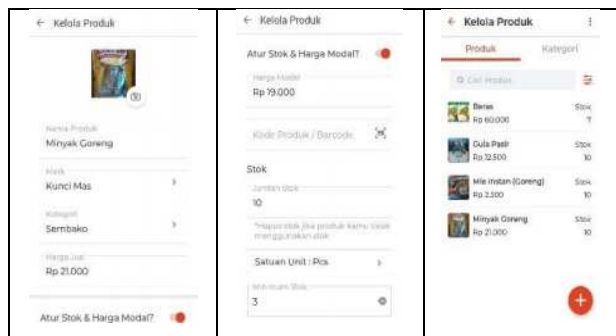
Hello! Welcome to Arfa Groceries
Order kami layani setiap hari Senin - Minggu pukul 09.00 - 20.00. Untuk kebutuhan order barang silahkan mengisi form berikut.
Nama:
No HP/Telp:
Alamat:
Jenis dan Jumlah Barang:
Thankyou for order

Setelah dilakukannya proses branding dan strategi promosi, maka strategi pengembangan usaha yang kedua adalah mengimplementasikan penerapan teknologi informasi berbasis aplikasi POS (*point of sale*) yaitu Qasir. Kegunaan dari penggunaan aplikasi ini adalah mendukung manajemen usaha serta memperluas jangkauan pasar “Arfa Groceries”. Aplikasi Qasir dapat membantu pelaku usaha untuk melakukan pencatatan penjualan, pengelolaan produk, pengawasan stok, serta pemantauan terhadap laporan transaksi. Di awal tahun 2018, Qasir telah memiliki sejumlah 12.000 pengguna [7]. Berikut adalah tampilan dari aplikasi Qasir yang akan digunakan dalam kegiatan praktek penggunaan aplikasi POS.



Gambar 7. Tampilan Aplikasi Qasir

Keunggulan yang dimiliki aplikasi ini diantaranya adalah: 1). Produk dapat dikelola dengan mudah, 2). Pembayaran dapat dilakukan secara non tunai (transfer atau bekerjasama dengan dompet pembayaran seperti OVO, GOPAY, dsb), 3). Belanja dapat dilakukan hanya dengan scan terhadap *barcode* produk, serta 4). Melakukan pemantauan penjualan secara berkala. Gambar 8 di bawah ini menunjukkan tampilan stok barang yang terdapat pada fitur aplikasi Qasir.



Gambar 8. Stok Barang pada Aplikasi Qasir

Pengelolaan produk dan pengaturan stok dengan menggunakan aplikasi Qasir menjadi lebih mudah, efektif, serta efisien dimana barang dapat dikelola dan diatur dari mana saja dan kapan saja. Terkadang pelaku usaha terutama pedagang kecil seringkali mengabaikan dalam pencatatan dan pengelolaan terhadap stok produk padahal pengelolaan stok produk yang terlihat rapi dapat menjadi salah satu indikator apakah usaha tersebut sehat atau tidak. Jika stok barang tidak diketahui secara akurat maka ada kemungkinan barang bisa hilang tanpa sepengetahuan pemilik, sementara itu terjadinya kekosongan barang dapat membuat kekecewaan konsumen sehingga akan berakibat pelaku usaha kehilangan pelanggan yang berpotensi mengalami kerugian [3]. Aplikasi Qasir juga memungkinkan Mitra dapat mencetak struk dengan menggunakan printer thermal atau mengirimkan struk digital melalui *Whatsapp* atau email ke pelanggan. Berikut

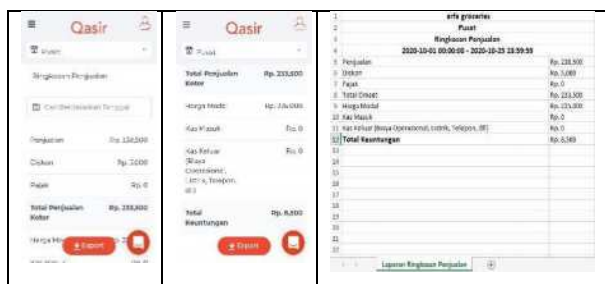
adalah tampilan struk yang difasilitasi oleh aplikasi Qasir.



Gambar 9. Tampilan Struk Arfa Groceries

Sebagai upaya untuk meningkatkan omset penjualan, Mitra diarahkan untuk melakukan promosi usaha dengan memaksimalkan penggunaan struk belanja baik secara digital ataupun cetak. Pengaturan pada struk belanja dapat disesuaikan dengan keinginan serta kebutuhan Mitra seperti pencantuman logo warung, alamat warung, link media sosial, nama operator kasir, dan nama pelanggan. Melalui cara ini akan membuat usaha “Arfa Groceries” dapat dikenal masyarakat secara lebih luas. Selain dengan pemanfaatan struk belanja, Mitra juga dapat melakukan promosi melalui pemberian diskon untuk barang-barang tertentu atau mengoptimalkan promosi melalui media sosial dengan membuat tampilan link *Whatsapp* yang langsung dapat diakses oleh semua pelanggan dan konsumen lainnya guna keperluan pemesanan barang [5].

Beberapa kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Qasir lainnya yaitu dapat mempermudah serta mempercepat proses transaksi penjualan dan pembelian, menyimpan data-data transaksi secara akurat dan real-time, serta membuat laporan penjualan dengan lengkap, detail, dan akurat. Kendala yang dialami oleh para pelaku usaha terkait pengelolaan keuangan adalah minimnya pencatatan keuangan yang dilakukan. Hendaknya setiap transaksi yang dilakukan dalam usaha dicatat dan dibukukan dengan rapi, agar pelaku mengetahui kondisi keuangan usahanya serta dapat dilakukan perbaikan laporan keuangan yang tepat. Gambaran mengenai laporan keuangan dengan aplikasi Qasir adalah sebagai berikut [4].



The image shows three screenshots of the Qasir POS application. The left screenshot displays a 'Rekap Penjualan' (Sales Summary) for a specific date, showing total sales, profit, and other financial metrics. The middle screenshot shows a detailed transaction list with columns for item name, quantity, and price. The right screenshot shows a summary of sales for a specific date, including total sales, profit, and other financial metrics.

Gambar 10. Rekap Penjualan

Dengan demikian melalui strategi pengembangan usaha yang telah diuraikan tersebut, maka dapat menciptakan kepuasan terhadap konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya sembako. Kepuasan pelanggan (konsumen) diartikan sebagai besarnya tingkat perasaan seseorang atas perbandingan hasil kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan. Jika hasil kinerja yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka artinya seseorang tersebut dinyatakan puas terhadap kualitas layanan yang diberikan. Sedangkan yang dimaksud dengan kualitas layanan adalah ukuran kesesuaian seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dengan harapan pelanggan [9].

4. KESIMPULAN

Penyelenggaraan kegiatan Pengabdian Masyarakat di Warung “Sembako Arfa” telah terlaksana sesuai dengan rencana serta harapan dan kebutuhan Mitra. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring melalui aplikasi Zoom maupun luring dengan mendatangi lokasi dan tetap memperhatikan protokol kesehatan. Agenda kegiatan meliputi antara lain pelatihan pembuatan logo dan poster dengan aplikasi canva, sosialisasi serta pelatihan penggunaan aplikasi POS Qasir. Berdasarkan hasil survei kepuasan yang dilakukan oleh Tim PKM, kegiatan ini mendapat respon yang sangat positif dari Mitra. Melalui beberapa kegiatan yang diselenggarakan oleh Tim PKM, Mitra secara tekun dan antusias dapat mengikuti semua materi yang disampaikan oleh narasumber. Mitra merasa terbantu dengan kegiatan yang telah dilaksanakan dikarenakan akibat adanya pandemi Covid-19 sangat menurunkan omset penjualannya sehingga dibutuhkan strategi untuk mengembangkan usahanya.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Rektor, Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial, Ketua Program Studi Ekonomi, Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta, dan narasumber serta semua pihak yang telah membantu terselenggaranya kegiatan ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Tim

Program Pengabdian masyarakat juga mengucapkan terima kasih kepada Mitra “Warung Sembako Arfa” atas kerjasama dan partisipasinya selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- [1] D.W. Rachmawati, H. Gunawan, A.L.N. Sari, 2014, *Analisis Laporan Keuangan Usaha Warung Sembako 'Zainuddin*, *Jurnal Profit*, Universitas PGRI Palembang, vol. 6, no. 1, pp. 17-25.
- [2] Kartajaya, 2002, *Hermawan Kartajaya on Marketing* Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- [3] K. Sabrina, 2019, *Seberapa Penting Mencatat dan Mengelola Stok Produk dalam Usaha?*, Qasir, dilihat 1 November 2020, <<https://www.qasir.id/tips/seberapa-penting-mencatat-dan-mengelola-stok-produk-dalam-usaha>>.
- [4] K. Sabrina, 2020, *Sejauh Mana Kamu Yakin dengan Sistem atau Cara Mengatur Keuangan Usaha yang Kamu Gunakan Saat Ini?*, Qasir, dilihat 1 November 2020, <<https://www.qasir.id/inspirasi/cara-mengatur-keuangan-usaha>>.
- [5] P. Anggia, 2020, *Maksimalkan Tampilan Struk untuk Promosi*, Qasir, dilihat 3 November 2020, <<https://www.qasir.id/tips/maksimalkan-tampilan-struk-untuk-promosi>>.
- [6] P. Chyan and S.C. Sumarta, 2016, *Toko Kelontong sebagai Penyangga Ekonomi Rumah Tangga Masyarakat di Kota Makasar*, ResearchGate, dilihat 1 Mei 2020, <<https://www.researchgate.net/publication/328837927>>.
- [7] Qasir, *Tentang Qasir*, dilihat 4 Mei 2020, <<https://www.qasir.id/about>>.
- [8] Rachmawan. B, H.P. Susetyo, Suyatna. H, Astuti. P, 2019, *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- [9] Tjiptono, F, 2008, *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- [10] Y. Tanuatmadja, I.W. Swandi, A. Raditya, 2019, *Perancangan Branding “Marilyn’s Cake” Surabaya*, *Jurnal DKV Adiwarna*. Universitas Kristen Petra, vol. 1, no. 4, pp. 1-12.