



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> Ismadiyahanti Purwaning Astuti	<b>210-215</b>
<b>PELATIHAN DIGITAL MARKETING USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PROMOSI PENJUAL BUNGA HIAS DI KECAMATAN RUMBIA</b> Jeki Kuswanto	<b>216-221</b>
<b>PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI DALAM MEMPRODUKSI HAND SANITIZER DAN DISINFECTAN MANDIRI SEBAGAI UPAYA PENCEGAHAN WABAH COVID-19</b> Jurni Hayati	<b>222-227</b>
<b>PENINGKATAN KETAHANAN USAHA MIKRO KELOMPOK DISABILITAS TUNA RUNGU DI TENGAH PANDEMI COVID-19</b> Laksmindra Saptyawati	<b>228-233</b>
<b>PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS WEBSITE UNTUK MEDIA PEMASARAN DAN IKLAN PADA SUMBER LEATHER</b> Lukman, Muhammad Abdul Malik	<b>234-239</b>
<b>PELATIHAN DARING PEMBUATAN DAN DESAIN SERTA MANAJEMEN KONTEN WEBSITE UNTUK STAF DAN PANWASCAM BAWASLU SLEMAN</b> M. Nuraminudin	<b>240-245</b>
<b>PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK MENDUKUNG PENGELOLAAN ADMINISTRASI SEKOLAH</b> Majid Rahardi	<b>246-251</b>
<b>MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN USAHA MENGGUNAKAN SISTEM INVENTORY PADA GERAJ MILKSHAKE</b> Moch Farid Fauzi	<b>252-257</b>
<b>PENINGKATAN KEMAMPUAN EDITING PENJUALAN BISNIS TEMPLATE CREATIVE MARKET PADA ORGANISASI KEPEMUDAAN</b> Muhammad Misbahul Munir	<b>258-263</b>
<b>PENGENALAN E-LEARNING DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOOGLE DI TK ABA AL IHSAN GUNA MEMBANTU PROSES PEMBELAJARAN DI MASA PANDEMI COVID-19</b> Ninik Tri Hartanti	<b>264-269</b>

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

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

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

## PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DALAM UPAYA MENINGKATKAN CUSTOMER ENGAGEMENT PADA BINAR BATIK

Rakhma Shafrida Kurnia<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Prodi S1 Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta  
Email : rakhmakurnia@amikom.ac.id<sup>1)</sup>

### Abstrak

*Candi Borobudur merupakan warisan budaya di Indonesia yang menjadi kawasan wisata yang ramai dikunjungi wisatawan dari lokal maupun mancanegara. Banyak usaha mikro kecil dan menengah di sekitar Candi Borobudur. Salah satu pelaku usaha adalah Binar Batik. Binar Batik merupakan salah satu usaha yang memproduksi dan menjual pakaian batik yang terletak di Desa Wanurejo, Kecamatan Borobudur, Magelang. Pada masa libur nasional dan libur sekolah, penjualan secara offline sangat tinggi dikarenakan banyaknya wisatawan mengunjungi Borobudur. Namun diluar masa liburan, penjualan tidak setinggi masa libur. Ditambah lagi dengan adanya Pandemi Covid19 menyebabkan wisata ditutup sehingga tidak ada orang yang datang berkunjung dan berdampak pada penjualan. Dalam melakukan penjualan secara online, saat ini Binar Batik hanya memanfaatkan platform media sosial Instagram dan aplikasi pesan Whatsapp. Namun owner masih memiliki kendala karena belum bisa memaksimalkan platform media sosial tersebut sehingga penjualan dan customer engagement masih terhitung kecil. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka solusi yang ditawarkan adalah media promosi dan pemesanan produk dengan membangun website e-commerce dan memaksimalkan media sosial Instagram agar lebih dikenal oleh target pasar. Luaran dari kegiatan ini yaitu website e-commerce yang menerapkan Teknik SEO dan media social Instagram.*

**Kata kunci:** e-commerce, media sosial, batik

### 1. PENDAHULUAN

Binar Batik merupakan bidang usaha yang memproduksi dan menjual pakaian batik secara online. Binar Batik terletak di Dusun 2, Desa Wanurejo, Kecamatan Borobudur, Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Berlokasi di area strategis yaitu sektor pariwisata Candi Borobudur. Pada awalnya Binar Batik melayani penjualan secara online dari toko offline dengan nama R- Lich Collection. Seiring waktu, Binar Batik mulai memproduksi pakaian batik secara mandiri dengan desain yang lebih modern dengan menggabungkan batik tradisional dengan motif modern. Produk yang dihasilkan dan dijual oleh Binar Batik berupa pakaian batik khusus wanita dengan fokus utama pada batik outer seperti rompi, outer casual, dan blazer formal dengan bahan utama berupa kain batik cap yang kemudian dikombinasikan dengan kain dan aksesoris lain.

Pada saat ini Binar Batik menggunakan sosial media Instagram sebagai media pemasaran dan

menggunakan Whatsapp sebagai media pemesanan. Permasalahan yang ada pada Binar Batik yaitu dari segi pengenalan produk dikarenakan belum maksimalnya penggunaan media online sehingga banyak orang belum mengenal Binar Batik. Kendala lain yaitu belum adanya pelayanan dan pemesanan otomatis menggunakan website sehingga pelayanan menjadi lama karena harus menjawab pesan pelanggan satu per satu menggunakan Whatsapp. Selain itu, pemesanan via pesan Whatsapp masih sering terjadi kesalahan dalam pencatatan dalam pemesanan yang mengurangi kualitas informasi yang seharusnya lebih akurat, relevan dan tepat dalam proses operasional dan secara tidak langsung mengurangi kepercayaan customer untuk melakukan pemesanan.

Customer engagement adalah tentang bagaimana membangun interaksi dan keakraban antara suatu perusahaan dengan para konsumennya [1]. Mempertahankan pelanggan (retensi) adalah

strategi bisnis yang dilakukan dalam menjalin hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan. Hubungan baik dengan pelanggan yang loyal akan memberikan dampak dan keuntungan yang besar bagi perusahaan. Untuk brand yang masih berkembang dan belum mapan, dibutuhkan upaya yang lebih besar dalam engagement guna mempertahankan para follower dibandingkan dengan brand yang sudah mapan. Semakin tinggi tingkat customer engagement maka semakin informal dan emosional pula pesan yang disampaikan lewat brand tersebut. Customer engagement diketahui memiliki korelasi positif terhadap tingkat penjualan [2]. Banyak cara untuk mendapatkan loyalitas pelanggan, salah satunya dengan memberikan kemudahan dalam menggunakan website [3]. Untuk menjangkau banyak pelanggan, website harus di optimasi agar muncul di halaman pertama mesin pencari. Strategi optimasi tersebut dikenal dengan SEO (Search Engine Optimization). SEO merupakan strategi pemasaran digital paling berpengaruh, punya skalabilitas tinggi, serta dapat dimanfaatkan pada hampir seluruh tipe bisnis.

Oleh karena itu, Owner menginginkan adanya pembuatan sebuah website e-commerce serta memaksimalkan platform sosial media Instagram agar Binar Batik dapat lebih dikenal dan dipercaya oleh banyak orang. Website ini diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi produk dan melayani pemesanan secara online.

Berikut ini contoh produk yang dijual oleh Binar Batik.



**Gambar 1. Contoh produk outer rompi**



**Gambar 2. Contoh produk outer blazer**



**Gambar 3. Contoh produk outer casual**

Setelah dilakukan observasi dengan calon mitra di “Binar Batik” serta dilakukan pengamatan secara langsung di lokasi terdapat permasalahan. Terdapat beberapa permasalahan dari calon mitra. Permasalahan tersebut telah didiskusikan dengan calon mitra dan dibuat prioritas permasalahan. Prioritas dari permasalahan yang akan diangkat, disajikan dalam tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1. Daftar Masalah dan Prioritas**

No	Permasalahan Mitra	Urutan Prioritas
1	Minimnya informasi untuk dapat dikenal banyak orang dan memperoleh pangsa pasar.	Prioritas 1
2	Kendala penyampaian informasi dari customer kepada admin maupun sebaliknya seputar detail produk, metode pengiriman, ongkos	Prioritas 2

	kiriman, dan alamat.	
3	Minimnya alat-alat pendukung foto produk seperti aksesoris, background dan atribut galeri lainnya.	Prioritas 3

Dari penentuan prioritas masalah pada Tabel 1 ditetapkan solusi dalam bentuk tabel, yang ditunjukkan pada Tabel 2.

**Tabel 2 Solusi Yang Ditawarkan**

No	Permasalahan Mitra	Solusi
1	Minimnya informasi untuk dapat dikenal banyak orang dan memperoleh pangsa pasar.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan website e-commerce untuk membantu promosi dan pemasaran produk yang mengimplementasi teknik SEO sehingga dapat lebih mudah dijangkau oleh pasar dan memiliki customer engagement.</li> <li>- Memaksimalkan media social Instagram.</li> <li>- Melakukan pelatihan pada manajemen sistem e-commerce.</li> </ul>
2	Kendala penyampaian informasi dari customer kepada admin maupun sebaliknya seputar detail produk, metode pengiriman, ongkos kirim, dan alamat.	Menyediakan informasi detail produk serta tata cara transaksi di dalam website sehingga customer mendapatkan informasi yang diperlukan .
3	Minimnya alat-alat pendukung foto produk seperti aksesoris, background dan atribut galeri lainnya.	Penyediaan alat pendukung dalam sesi foto produk yang benar-benar dibutuhkan agar foto produk menjadi lebih menarik.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan digambarkan dalam bentuk tabel yang disinkronkan dengan permasalahan pada Binar Batik dan target luaran.

Adapun metode pelaksanaan kegiatan adalah seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3. Metode Pelaksanaan**

No	Masalah	Metode	Target Luaran
1	Minimnya informasi untuk dapat dikenal banyak orang dan memperoleh pangsa pasar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifikasi dan analisis masalah.</li> <li>2. Pengadaan website sebagai alat utama media promosi dan pemasaran produk dan pengimplementasian User Experience Design dan teknik SEO pada website.</li> <li>3. Memaksimalkan platform Instagram dengan manajemen konten dan teknik Instagram Ads</li> </ol>	1 website yang dapat mendukung pemasaran dan pemesanan yang telah didukung dengan SEO
2	Kendala penyampaian informasi dari customer kepada admin maupun sebaliknya seputar detail produk, metode pengiriman, ongkos kirim, dan alamat.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perancangan User Experience website</li> <li>2. Implementasi Perancangan pada website</li> </ol>	Informasi dan fitur yang dibutuhkan customer secara lengkap pada website e-commerce dan Instagram
	Minimnya alat-alat pendukung foto produk seperti aksesoris, background dan atribut galeri lainnya.	<p>Mengkaji ulang prioritas peralatan mana yang paling mendesak dan diperlukan.</p> <p>Pendokumentasian peralatan pendukung dokumentasi produk yang paling utama</p>	Tersedia alat pendukung foto produk yang menarik

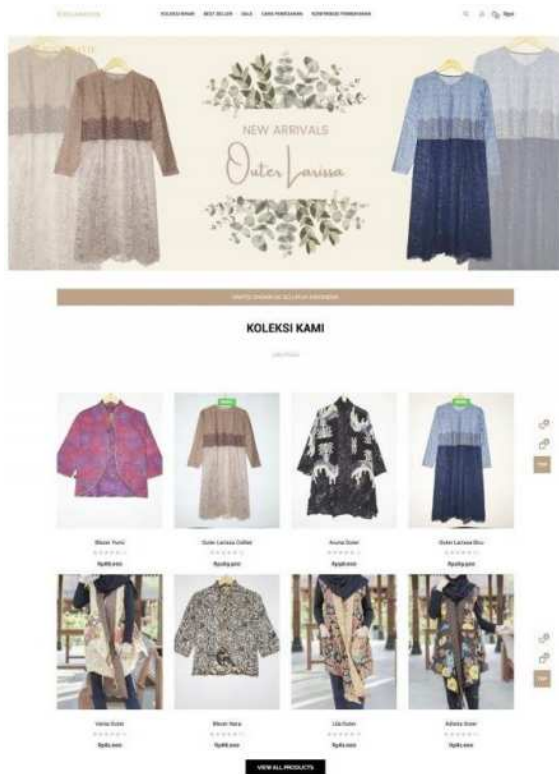
	diperlukan agar foto produk terlihat menarik.	
--	---	--

### 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

#### 3.1. Pembuatan Web Binar Batik

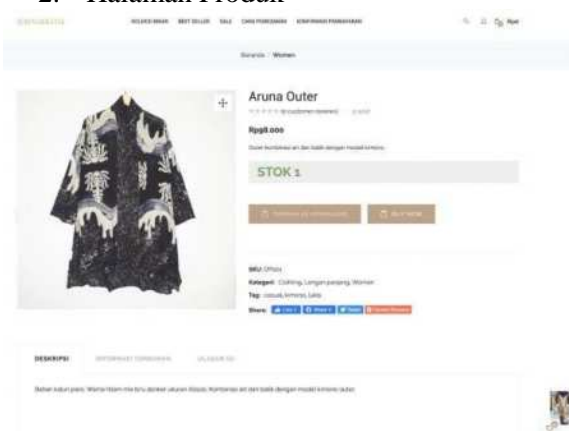
Pembuatan web ini Pembuatan web penjualan ini bertujuan untuk mempermudah proses transaksi dan informasi kepada calon customer. Berikut tampilan website Binar Batik terdapat pada Gambar 1.3 :

##### 1. Halaman Home



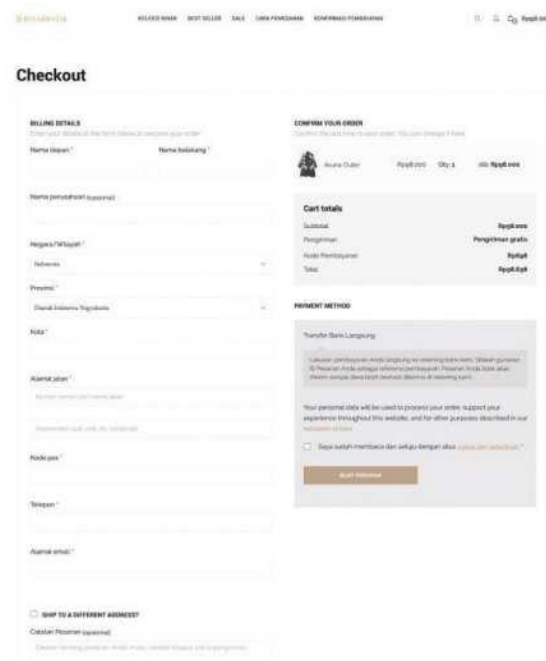
Gambar 4. Halaman Home Binarbatik.com

##### 2. Halaman Produk



Gambar 5. Halaman Produk

##### 3. Halaman Checkout



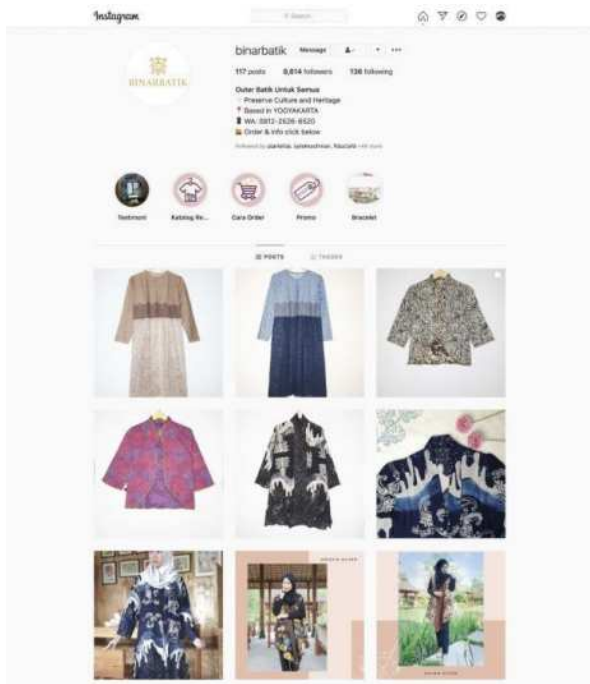
Gambar 6. Halaman Checkout

Dengan dibuatnya website *e-commerce* yang menerapkan Teknik SEO, maka pemasaran semakin meluas. Penerapan teknik SEO di website berguna untuk memudahkan pembeli dalam melakukan proses pencarian di google. Setelah menggunakan penerapan teknik SEO diharapkan dapat meningkatkan produk tersebut dan akan semakin populer. Website tersebut sudah dilengkapi dengan hosting dan domain dengan nama *binarbatik.com*. Pembeli dapat mengakses di alamat tersebut, serta mencari tahu produk yang di inginkan tersedia atau tidak. Penggunaan media online dapat mempermudah penjual dan pembeli dalam melakukan proses jual beli produk. Pada website Binat Batik terdapat link untuk dapat mengakses media sosial Instagram dan Whatsapp admin.

#### 3.2. Manajemen Konten Instagram

Konten pada Instagram diperbarui dengan menerapkan Instagram Ads dan foto produk yang menarik sehingga dapat meningkatkan engagement dari audiens.





Gambar 7. Instagram Binar Batik

### 3.3. Pengadaan Barang

Pada kegiatan ini kami membelikan peralatan untuk mendukung kegiatan selanjutnya pada Binar Batik yaitu pengadaan hanger kayu dan gawang gantungan baju untuk atribut display foto produk

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat pada industri batik ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Website yang telah dibangun merupakan sistem penjualan dan berfokus pada penyediaan barang yang berfungsi untuk transaksi penjualan. Informasi yang dihasilkan berupa transaksi penjualan dan laporan penjualan. Untuk biaya kirim produk dengan mengambil data API (*Application Programming Interface*) dari jasa Pos, Jne, dan Tiki. Untuk pembayaran menggunakan kode unik dari API Moota sehingga memudahkan untuk pengecekan pembayaran oleh admin. Terdapat menu konfirmasi pembayaran untuk pembeli yang telah membayar.
- 2) Dengan menerapkan Ads pada konten Instagram dapat meningkatkan viewer dan engagement sehingga Binar Batik dapat lebih dikenal oleh target pasarnya.

### Ucapan Terimakasih

Dalam Publikasi ini sudah sepatut dan selayaknya penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak

yang telah membantu penulis, baik moril maupun materiil dalam penyusunan laporan penelitian ini. Ucapan terima kasih tersebut penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor UNIVERSIT AS AMIKOM Yogyakarta serta jajarannya.
2. Bapak Heri Sismoro, M. Kom, selaku Direktur Pengabdian Masyarakat di UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Muhammad Iqbal sebagai mitra pengabdian pada kegiatan ini.
4. Seluruh Civitas akademik UNIVERSIT AS AMIKOM Yogyakarta, yang dalam hal ini penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu.

### Daftar Pustaka

- [1] Greenberg, P. 2004. CRM at the Speed of Light: Essential Customer Strategies for the 21st Century, Third Edition, Singapore : McGraw-Hill, 2004.
- [2] Marsudi, M. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Interaktif Ciewie Batik Dalam Customer Engagement. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), pp. 63-73.
- [3] L. M. Sanyoto et al., 2018. Analisis Usability Pada Website Terhadap Tingkat Retensi Pelanggan Pada JD.id Berbasis ISO 9241-11. *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 9, pp. 2783–2790.

