



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 kehadirat Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 dapat terselenggara. Kegiatan ini merupakan Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat yang pertama kali diadakan di Universitas Amikom Yogyakarta. Seminar ini merupakan salah satu program kerja Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang dimana untuk meningkatkan minat publikasi hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan oleh kalangan akademis di Universitas Amikom Yogyakarta pada khususnya.

Di dalam kalangan akademis perguruan tinggi mengenal dengan kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi. Salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan sebuah usaha kalangan akademisi secara langsung mengatasi permasalahan-permasalahan masyarakat. Banyak permasalahan-permasalahan masyarakat yang dapat diselesaikan dengan menerapkan keilmuan yang dimiliki oleh para akademisi.

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 merupakan sebuah wadah kepada kalangan akademis Universitas Amikom Yogyakarta dalam mempublikasikan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan. Diharapkan dengan adanya media ini dapat menjadi jembatan para pengabdian dan masyarakat dalam memperoleh informasi.

Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 ini sebagai keynote speaker adalah Bapak Putut Purwandono, S.E., M.S.E., M.Sc. yang menjabat sebagai Kepala Sub Bagian Kerja Sama Pemerintah Kota Yogyakarta. Dalam Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 terdapat 89 pemakalah yang bersedia mengirimkan makalahnya untuk dipublikasikan pada seminar ini. Makalah telah melalui proses review dan editing.

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pemakalah yang telah bersedia mempublikasikan makalah hasil pengabdian pada seminar ini. Kami ucapkan terimakasih kepada segenap civitas akademik Universitas Amikom Yogyakarta atas dukungan sarana maupun prasarana sehingga acara ini dapat terlaksana. Kepada keynote speaker kami juga mengucapkan terimakasih atas kesediaannya untuk membuka wawasan dan membagi pengalaman tentang pengabdian masyarakat.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2020 mohon maaf sebesar-besarnya jika dalam penyelenggaraan acara masih banyak kekurangan. Kami terbuka untuk mendapatkan kritik dan masukan guna semakin memperbaiki kegiatan ini kedepannya. Semoga acara ini dapat bermanfaat seluruh akademisi dan masyarakat.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ketua Panitia Seminar Hasil
Pengabdian Masyarakat 2020

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

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

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

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

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

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

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

STRATEGI UPGRADING UMKM PECEL ERA COVID-19

Yusuf Amri Amrullah ¹⁾

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

Abstrak

Mitra merupakan UMKM pecel yang sudah berdiri kurang lebih 5 sampai dengan 10 tahun, di era pandemi ini mitra tidak terlalu mendapatkan dampak negatif dari pandemi covid-19 karena produk yang dijual berupa sayuran. Salah satu yang ingin ditingkatkan yaitu inovasi pada desain packaging dimana packaging belum memiliki label, termasuk logo dan merek. Metode yang digunakan yaitu pendampingan dan konsultasi, pendampingan digunakan untuk meningkatkan antusiasme pelaku bisnis. Hasil yang diharapkan yaitu bertambahnya nilai dari produk itu sendiri dengan logo dan branding yang digunakan, dan meningkatkan harga dari Rp5.000,- menjadi Rp10.000,-. Selain itu saran untuk UMKM ini yaitu perlunya dibuatkan tempat produksi tersendiri, sebagai bagian dari syarat kepengurusan sertifikasi halal, Bpom, PIRT dan IUMK.

Kata kunci: Upgrading, UMKM, Pecel

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008, kriteria dari usaha mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak 50 juta belum termasuk aset tanah dan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak 300 juta. Kriteria usaha kecil yaitu memiliki kekayaan bersih lebih dari 50 juta sampai dengan 500 juta belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan 300 juta sampai dengan 2,5 milyar. Kriteria usaha menengah yaitu memiliki kekayaan bersih 200 juta sampai dengan 10 milyar dengan penjualan antara 2,5 milyar sampai dengan 50 milyar^[1].

Menurut David Mclelland, suatu negara dikatakan makmur jika memiliki wirausaha sejumlah 2% dari total jumlah populasi^[2]. Salah satu bentuk usaha yaitu UMKM dari berbagai sektor, di era industri 4.0 UMKM didukung oleh teknologi. Sehingga mempercepat pertumbuhan UMKM itu sendiri jika dapat memanfaatkan dengan baik, salah satu contoh pemanfaatan teknologi dapat terlihat pada proses marketing atau yang umum disebut digital marketing. Selain untuk marketing teknologi juga dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan, baik itu untuk customer care maupun untuk digitalisasi administrasi.

Upgrading atau naik kelas merupakan sebuah istilah yang digunakan untuk meningkatkan aset maupun omzet usaha. Ada 3 hal yang digunakan dalam upgrading atau naik kelas UMKM yaitu perkembangan usaha, inovasi dan

legalitas usaha (reeg, 2013)^[3]. Perkembangan usaha bisa terlihat dari kuantitas maupun kualitas produk yang ditawarkan. Sedangkan yang dimaksud inovasi disini tidak hanya inovasi pada produk tapi juga dari sisi metode, pelayanan, strategi, pemasaran, dan lain lain. Legalitas usaha yang dimaksud seperti ; kepemilikan IUMK, ijin gangguan, sertifikat halal, ijin BPPOM dan lain sebagainya.

Determinan utama kenaikan kelas Usaha Mikro adalah standar operating procedure (SOP) dan teknologi informasi (management know-how), pasar (karakteristik usaha), kondisi infrastruktur dan makroekonomi (eksternal), dan dukungan keluarga (support). Determinan penting lainnya adalah visioner, jiwa kewirausahaan dan pengalaman usaha (owner of business/pemilik usaha), dan sumber daya manusia terlatih (resources) (ascara dan siti rahmawati, 2015)^[2].

Mitra pengabdian masyarakat kali ini yaitu masyarakat yang sudah memiliki usaha pecel atau bisa disebut UMKM pecel, usaha sudah dilakukan 5 tahun lebih. Usaha kuliner pecel dilakukan dengan metode street food dengan mendirikan warung tenda oleh pemilik, yaitu bapak Subarjono, ibu giyem dan anaknya Sugihastono. Pembeli atau konsumen dari UMKM pecel ini masih termasuk golongan menengah ke bawah, sugihastono anak dari pengelola UMKM ini memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha pecel dan memiliki harapan dapat dikenal masyarakat luas hingga tingkat nasional. Maka hal ini menjadi tantangan

tersendiri bagi pengusul dan mitra itu sendiri, terutama dalam era pandemi covid-19.

Berdasarkan pendahuluan diatas dan hasil observasi kepada pelaku usaha, permasalahan yang dihadapi oleh mitra :

- a. Usaha masih stagnan.
- b. Belum memiliki Standar Operasional Procedure (SOP).
- c. Belum memiliki legalitas.
- d. Penjualan masih tradisional dilakukan di pinggir jalan dengan tenda.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan yaitu pendekatan dengan pendampingan selama 6 bulan bersama mitra dimulai dari penggalian permasalahan sampai dengan solusi yang dikerjakan bersama dengan mitra.

a. Pendampingan

Pendampingan akan dilakukan secara langsung maupun online, target pendampingan secara langsung selama 3 bulan yaitu pertemuan 3 kali sebulan, untuk waktu akan disesuaikan dengan kesepakatan mitra. Pendampingan secara online dilakukan jika tidak bisa bertemu atau dikarenakan mengikuti imbauan pemerintah terkait physical distancing. Target dari pendampingan ini yaitu, usaha pecel dapat meningkatkan pemasaran yang awalnya hanya menasar golongan menengah kebawah, diharapkan segmentasi dari usaha ini meningkat yaitu menengah ke atas atau segala kalangan. Menambahkan strategi pemasaran dari tradisional ke digital dan memiliki SOP merupakan target yang diharapkan.

Metode pendampingan dilakukan karena usaha sudah berjalan kurang lebih 5 tahun, dan solusi yang ditawarkan untuk kemudian diimplementasikan.

b. Tahapan Pendampingan



Gambar 1. Flow Cart Pendampingan

Tabel 1.
Permasalahan Prioritas Yang Akan Ditangani Bersama Mitra Selama 3 Bulan

No	Permasalahan Teknis	Permasalahan Non Teknis	Prioritas Bulan Ke		
			I	I	II
1	Penjualan dilakukan secara tradisional dengan tenda dipinggir jalan	Belum memahami konsep pemasaran digital			
2	Belum memiliki Standar Operasional presedur	Kurangnya pemahaman tentang SOP			
3	Belum memiliki legalitas	Belum memahami legalitas usaha.			

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

A. Pendampingan dan pemetaan masalah

Pandemi covid-19 memiliki efek yang luar biasa terhadap kelangsungan bisnis, tapi hal tersebut tidak berlaku bagi UMKM Pecel. Karena bisnis yagn dijalankan mitra merupakan bagian dari kebutuhan dasar yang diperlukan untuk meningkatkan imun yaitu kandungan pada sayuran pecel. Kegiatan ini diperlukan oleh Mitra dan dijadikan momentum untuk meningkatkan value dari pecel itu sendiri.

Target pendampingan yaitu selama 3 bulan dengan rincian 3 kali pertemuan dalam satu bulan, pertemuan bisa dilaksanakan secara online dan offline. Hal ini dilakukan mengingat kondisi dan situasi di era pandemi covid-19. Hasil dari pemetaan masalah yang ditemukan maka akan dilakukan pembenahan dan tawaran solusi yang diberikan kepada mitra. Selain memiliki bisnis sendiri mitra juga bekerja di sebuah toko oleh-oleh di kota Yogyakarta.

Tabel 2
Prioritas permasalahan dan solusi yang ditawarkan

No	Permasalahan Teknis	Solusi
1	Penjualan dilakukan secara tradisional dengan tenda dipinggir jalan	Diberikan pembenahan konsep pemasaran, yang masih menggunakan konsep pemasaran tradisional di berikan sosialisasi mengenai konsep pemasaran digital untuk mengembangkan usaha.
2	Belum memiliki Standar Operasional presedur	Didampingi dalam pembuatan SOP dari berbagai aspek : a. Aspek produksi b. Aspek pemasaran c. Aspek pelayanan d. Aspek manajemen
3	Belum memiliki legalitas	Sosialisasi tentang pentingnya legalitas, minimal kepemilikan IUMK untuk target upgrading. Dan memiliki branding untuk bisnis. Jika memungkinkan upgradi akan diarahkan ke HKI.

secara online, pada pendampingan tahap kedua ini ditawarkan beberapa untuk pembuatan logo dan merek. Logo yang ditawarkan seperti pada gambar dibawah ini, yang kemudian akan diberikan pada kemasan baru atau packaging sesuai dengan kebutuhan mitra.



Gambar 3. Logo dan Merek



Gambar 2 Pendampingan Tahap Awal

Pada pembekalan konsep pemasaran, mitra diarahkan untuk membuat pemasaran berbasis digital, seperti membuat whatsapp story, instagram story dan pembuatan media sosial lainnya. Pemasaran tradisional yang sudah dilakukan tidak akan dihilangkan dan tetap akan ada, kemudian mitra juga diarahkan untuk mendaftar ke grab food dan go food untuk meningkatkan jangkauan pasar pecel. Target yang disasar dari golongan menengah ke bawah menjadi golongan menengah ke atas, pendaftaran ke grab food dan go food sedang dilakukan oleh mitra dan membutuhkan waktu lebih lama.

B. Pendampingan Tahap Kedua

Seiring meningkatnya kasus covid yang terjadi pendampingan tahap kedua ini lakukan



Gambar 4. Desain Packaging



Gambar 4. Tempat Produksi

Untuk packaging sebelumnya mitra belum memiliki packaging yang sesuai masih menggunakan kertas minyak dan plastik.



Gambar 5. Pendampingan Online Melibatkan Mahasiswa

Kendala

Pada pendampingan tahap kedua ini muncul kendala, yaitu mitra tidak bisa dihubungi, hal ini ternyata smartphone mitra mengalami kerusakan dan tidak bisa dihubungi. Kegiatan menjadi tertunda, kemudian setelah beberapa waktu mitra memberikan informasi bahwa smartphone miliknya sudah bisa dihubungi. Selain itu ada satu kendala lainnya yang menjadikan kegiatan ini kurang maksimal. Mitra pindah tempat tinggal dari Yogyakarta pindah ke Pekalongan dikarenakan ada suatu hal permasalahan keluarga. Sehingga ini cukup menghambat kegiatan yang dilakukan, selain tidak bisa dikunjungi sesuai rencana awal, mitra juga masih memiliki kendala untuk dilakukan secara online.

Pada akhirnya solusi yang ditawarkan masih proses kepengurusan terutama untuk pendaftaran pada go food dan grab food, sedangkan untuk branding dan packaging sudah siap untuk di produksi. Hal ini tentu meningkatkan value pada produk pecel, yang dari semula harganya Rp5.000,- menjadi Rp10.000,-/produk. Logo dan merek juga sudah mulai didaftarkan ke dirjen HKI (Hak Kekayaan Intelektual).

Pembuatan standar operasional prosedur juga belum bisa dilaksanakan oleh mitra, karena hal diatas dan terbatasnya sdm atau pengelola yang ada. Baik itu dari Aspek produksi, Aspek pemasaran, Aspek pelayanan, Aspek manajemen.

C. Evaluasi kegiatan

Evaluasi pada kegiatan pelaksanaan abdimas, mitra pada dasarnya memerlukan pendampingan untuk meningkatkan usaha pecel yang dilakukan, untuk meningkatkan daya saing bisnis dan meningkatkan cakupan pemasarannya. Pada prosesnya hambatan terbesar pelaksanaan ini yaitu dikarenakan mitra pindah tempat tinggal dengan disebabkan permasalahan keluarga yang terjadi.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan

Upgrading merupakan salah satu cara untuk meningkatkan value produk baik itu barang maupun jasa. Investasi upgrading sejalan dengan nilai yang akan didapatkan kedepannya, selain akan memiliki identitas yang lebih jelas juga akan meningkatkan jangkauan pemasaran. Jika pemasaran meningkat maka kesempatan untuk meningkatkan profit menjadi lebih besar. Apabila upgrading ini sudah bisa berjalan dengan lancar maka segementasi dapat diubah dari menengah kebawah menjadi menengah ke atas.

Karena sudah memiliki citarasa yang khas maka value yang ditambahkan pada sisi branding dan kemasan, kemudian akan lebih baik jika mitra dapat memperbaiki lokasi produksi sehingga dapat diajukan kepengurusan PIRT (Perijinan Industri Rumah Tangga), Sertifikasi Halal dan BPOM.

Saran

Komitmen dalam pengembangan bisnis atau upgrading sangat diperlukan, wujud komitmen salah satunya adalah inisiasi untuk melakukan pengembangan dengan riset pasar. Riset pasar wajib dilakukan mengingat perilaku konsumen akan selalu berubah dari waktu ke waktu, perubahan perilaku konsumen biasanya diawali dengan perubahan ekonomi, perubahan lingkungan tinggal dan perubahan teknologi.

UMKM pecel sudah memiliki cita rasa yang khas, branding juga sudah didapatkan. Maka solusi yang ditawarkan bisa untuk dilakukan lebih lanjut kedepannya. Proses pengurusan PIRT, Sertifikasi Halal dan BPOM memerlukan waktu sekitar 3 sampai dengan 8 bulan, dan akan dilakukan survei secara ketat, hal ini perlu disiapkan secara matang, terutama untuk lokasi produksi harus disiapkan tempat khusus. Dapur produksi tidak boleh bercampur dengan dapur rumah, karena akan mempengaruhi penilaian dari tim survei.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada LPM (Lembaga Pengabdian) Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat dosen tahun kegiatan 2020. Terima kasih juga kami ucapkan kepada mitra UMKM Pecel sehingga kegiatan abdimas dapat terlaksana dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] Ascara dan Siti Rahmawati. 2015. Analisis Determinan Kenaikan Kelas Usaha Mikro. WP/1/2015. Bank Indonesia.
- [2] Mc. Clelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company, Inc.
- [3] Reeg, C. (2013a). *Micro, Small and Medium Enterprise Upgrading in India: Learning form Success Cases*. Bonn: Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (German Development Institute).
- [4] Tim Penyusun Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta. 2020. *Panduan Pelaksanaan Internal Pengabdian Masyarakat Dosen Universitas Amikom Yogyakarta Edisi 2020*. Yogyakarta.
- [5] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah.

