



LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

ISSN: 2615-2657

2022

PROSIDING

Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat

Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat
melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat
Yogyakarta, 27 November 2021



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Yogyakarta, 27 November 2021

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

Universitas Amikom Yogyakarta

Telp.(0274) 884 201 ext 611

Email : abdimas@amikom.ac.id



PROSIDING

SEMINAR HASIL PENGABDIAN MASYARAKAT 2021

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.**
Cetakan I, Januari 2022

Penerbit :

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Universitas Amikom Yogyakarta
Telp. (0274) 884 201 ext 611
Email : abdimas@amikom.ac.id

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 2021

SINERGI INSTITUSI PENDIDIKAN DENGAN MASYARAKAT MELALUI KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Reviewer:

Dr. Andi Sunyoto, M.Kom
Emha Taufiq Luthfi, M.Kom
Sudarmawan, M.T
Hanif Al Fatta, M.Kom
Rizqi Sukma Kharisma, M.Kom

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera Bagi Kita Semua.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas hidayah-Nya maka Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 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 2021 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 2021 terdapat 105 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.

Akhir kata kami segenap panitia Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat 2021 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 2021

Mulia Sulistiyono, M.Kom.

Daftar Isi

Seminar Hasil Sinergi Institusi Pendidikan dengan Masyarakat melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat

PEMBUATAN PERANGKAT BELAJAR SECARA ONLINE KEPADA GURU PAUD KB RUMAH ANAK PINTAR ISLAMI (RAPI) Ade Pujianto	Halaman 1-6
MEMBANGUN KECAKAPAN ABAD 21 PADA SISWA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA MELALUI JURNALISME DIGITAL Aditya Maulana Hasymi, Gardyas Bidari Adninda	7-12
PENINGKATAN SECURITY AWARENESS PADA WILAYAH DESA TEGALSARI BERBASIS VISUAL DALAM Mendukung GUNUNGGIDUL SMART CITY Agit Amrullah	13-18
PENERAPAN DAN PEMBUATAN DESAIN PACKAGING DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK HOME INDUSTRI KUE DAN MINUMAN "ANISYA" DI KECAMATAN NGAGLIK, KABUPATEN SLEMAN Agung Nugroho	19-24
PENGEMBANGAN VIDEO PROMOSI DAN PRESENTASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUCIR GARONGAN Ahmad Sa'di, Ria Andriani	25-30
PKM PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING DIDUKUNG APLIKASI MOBILE "QASIR" DALAM TOKO AR-RAUDHAH Agus Fatkhurohman	31-36
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM "CREATIVE BATIK" DALAM PENINGKATAN CUSTOMER RELATIONSHIP DI MASA PANDEMI COVID-19 Ainul Yaqin , Alfriadi Dwi Atmoko, Wiji Nurastuti MT	37-42
PEMBUATAN MEDIA PROFILING KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN Ali Mustopa	43-48
PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI EATDULU.ID PADA ERA PANDEMI COVID-19 Andriyan Dwi Putra	49-54
PEMANFAATAN SAMPAH DAPUR MENJADI PUPUK ORGANIK CAIR (POC) DAN PEMASARANNYA MELALUI MARKETPLACE Anna Baita, M. Kom., Fajrul Falahudin Rasyid	55-60
PENINGKATAN KUALITAS PEMBELAJARAN ONLINE DENGAN GAMIFIKASI Ani Hastuti Arthasari	61-66
PEMANFAATAN E-COMMERCE DESA WISATA JIPANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 Anik Sri Widawati , Hanafi, Netci Hesvindrati	67-72
PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN DIGITAL KOMUNITAS SEDEKAH YOGYAKARTA Anggrismono	73-78
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN VIDIO PROMOSI PRODUK Ardiyati, Akhmad Dahlan	79-84
DIGITALISASI ADMINISTRASI SEKOLAH Arifiyanto Hadinegoro	85-90
PELATIHAN DIGITAL MARKETING DALAM PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK KEMBENG ROSO USAHA MIKRO BANYUMILI Arvin Claudy Frobenius	91-95

VIRTUAL TOUR VIDEO WISATA Pemandian Alami Blue Lagoon	96-101
Atika Fatimah , Haryoko	
PEMBUATAN APLIKASI Pencatatan Data Karyawan Sebagai Pendukung Administrasi Yayasan Taruna Alquran	102-107
Atik Nurmasani, Febri Dwi Kurniawan , Oxsal Christal Pamula	
Peningkatan Keterampilan Penerapan Cyber Security Bagi Guru SMK Negeri 2 Yogyakarta	108-113
Banu Santoso, Afin Nur Ikhsan , Rendi Prasetyawan	
Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Untuk Strategi Pemasaran Khayra Cakes	114-119
Bety Wulan Sari	
Pemanfaatan Sosial Media Untuk Konten Promosi Jasa Enggal Jaya Las	120-125
Bhanu Sri Nugraha	
Sosialisasi Pemasaran Online Di UMKM Ibu Sejahtera	126-131
Deani Prionazvi Rhizky	
Pengembangan dan Pelatihan Strategi Pemasaran Di Bumdes Remboko Melalui Disain Visual	132-137
Dwi Pela Agustina, Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Erfanni Bimantara, Fadlurahman Hanif	
Workshop Peningkatan Kemampuan Karyawan UMKM Dalam Marketing Digital Pada Laundry Eve	138-143
Eli Pujastuti	
Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Pada UMKM Masyarakat Dusun Gebang, Panggang Gunungkidul	144-149
Fahrul Imam Santoso	
Peningkatan Keterampilan Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Internet Di Kebun Belajar Rumah Tumbuh	150-155
Ferian Fauzi Abdulloh	
Penerapan Model Bisnis Kanvas Untuk Pengembangan Usaha Olstore Malik Selama Pandemi Covid-19	156-161
Fitri Juniwati Ayuningtyas	
Pembuatan dan Pengenalan Toponim Kalurahan Bener, Kemantren Tegalrejo, Kota Yogyakarta Melalui Film Bergambar	162-167
Fitria Nuraini Sekarsih	
Pelatihan Sociopreneurship Tahap 2 Dalam Rangka Peningkatan Kapasitas Karang Taruna Kampung Banaran	168-173
Gardyas Bidari Adninda , Aditya Maulana Hasymi	
Pelatihan Daring Pembuatan Video Pembelajaran Online dan Kuis Interaktif Serta Pemanfaatan Google Application Pada Tk Pertiwi Pandak Baturaden Banyumas	174-179
Haryoko	
Pelatihan Digital Marketing Untuk Askomta Sebagai Sarana Meningkatkan Promosi Usaha Di Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19	180-185
Hendra Kurniawan	
Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital Pada Toko Kelontong Di Masa Pandemi Covid-19	186-191
Ismadiyanti Purwaning Astuti	

PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH MASYARAKAT PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KELURAHAN KOTABARU	192-197
Ika Afianita Suherningtyas, Rizky , Sola Tri Astuti , Desri Wahyuni	
DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWERENESS UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA JMKM	198-203
Ike Verawati	
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO MENGGUNAKAN PREMIERE UNTUK PEMUDA PEMUDI KARANG TARUNA P3L DUSUN PANGGUNGAN LOR KALURAHAN TRIHANGGO	204-209
Ika Asti Astuti	
PENINGKATAN KOMPETENSI GURU MELALUI PEMBUATAN GAME EDUKATIF UNTUK MENUNJANG PROSES BELAJAR MENGAJAR PESERTA DIDIK PADA BA AISIYIAH JABUNG	210-214
Ika Nur Fajri	
PEMANFAATAN E-COMMERCE UNTUK PEMASARAN PADA USAHA SNACK DAN JAJANAN PASAR DI MASA PANDEMI COVID 19	215-220
Ikmah , Anik Sri Widawati	
MEDIA PEMBELAJARAN SOCIOFUN BERBASIS MOBILE SEBAGAI PENUNJANG PROSES PEMBELAJARAN SOSIOLOGI KELAS X DI SMAN 1 TURI	221-226
Irma Rofni Wulandari , Laily Nur Hamidah , Yuli Astuti, Lilis Dwi Farida	
PELATIHAN MEDIA SOSIAL BRANDING UNTUK KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	227-232
Irwan Setiawanto, Kusnawi	
PELATIHAN YOUTUBE CONTENT CREATION UNTUK SARANA PUBLIKASI KAMPUNG MINAWISATA SIBUDIDIKUNCIR GARONGAN	233-238
Joko Dwi Santoso, Erfina Nurussa'adah	
PENDAMPINGAN PENERAPAN APLIKASI PENCATATAN TRANSAKSI KEUANGAN AGEN DAN RESELER UNTUK MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KLINIK INUSA SKINCARE PLERET BANTUL	239-244
Jeki Kuswanto, Nenden Ranuma Ratri	
PEMERDAYAAN REMAJA PUTRI UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI DUSUN GEBANG KELURAHAN WEDOMARTANI	245-250
Jurni Hayati	
SOSIALISASI DAN EDUKASI ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA CLUB PANJI SAKTI (CPS) SINGARAJA	251-256
Kadek Kiki Astria	
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL UMKM DELDV	257-262
Laksmindra Saptyawati	
KAMPANYE POLA HIDUP SEHAT DAN SAFETY RIDE DALAM BERSEPEDA SERTA PEMBENAHAN ADMINISTRASI PADA ECOSMO JOGJA	263-268
Lukman	
PEMBUATAN W EBSITE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN BEEIS MADU	269-274
M. Nuraminudin , Tisih Lara Bangun Sasongko	
PEMBUATAN APLIKASI SISTEM INFORMASI RESELLER PADA HOMESWEETHOME.JOGJA BERBASIS ANDROID	275-280
Melany Mustika Dewi	

PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF ONLINE UNTUK Mendukung Kegiatan Belajar dari Rumah (BDR) pada Masa Pandemi COVID-19 di TK Budi Luhur 1 Majid Rahardi	281-286
IKLAN untuk Meningkatkan Penyebaran Informasi pada Startup Matrash Yogyakarta dengan Motion Grafis Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf	287-292
PENGEMBANGAN Strategi Promosi Pariwisata Desa Ledhok Blotan melalui Media Sosial Monika Pretty Aprilia	293-298
Meningkatkan Transformasi Bisnis dengan Pengelolaan Transaksi Penjualan menggunakan Aplikasi Kasir Berbasis Android Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi	299-304
Membangun Website sebagai Penunjang Promosi Sekolah "SMK Bina Harapan Sleman" Muhammad Misbahul Munir	305-310
Pengenalan Aplikasi Google Form dalam Pembelajaran Jarak Jauh bagi Guru di SLB C Wiyata Dharma 2 Sleman Ninik Tri Hartanti	311-315
Pelatihan Teknik Dasar Fotografi Smartphone sebagai Media Menumbuhkembangkan Kreativitas bagi Pemuda pada Masa Pandemi COVID-19 di Desa Drono, Klaten Ni'mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh	316-321
Pelatihan Foto Produk untuk Meningkatkan Pemasaran Digital Toko Delapan Bakery Nurfian Yudhistira	322-327
Meningkatkan Branding dan Layanan Digital pada Bumi Perkemahan Taman Tunas Wiguna Babarsari Nuri Cahyono	328-333
Penyuluhan Desa Wisata Alam sebagai Upaya Peningkatan Kapasitas Warga dan Kualitas Lingkungan Desa Jonggrangan Nurizka Fidali	334-339
Peningkatan Literasi Digital: Perempuan Cerdas Tangkal Berita Hoaks Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa	340-345
Menggalakkan Kegiatan Penghijauan Aktifitas Berkebun Tanaman Hias di Masa Pandemi Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	346-351
Strategi Branding dan Instagram Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness pada Azka Roti Rakhma Shafrida Kurnia	352-357
Pengenalan Model Hunian Sehat Produktif di Lingkungan Perkotaan untuk Keluarga Sejahtera di Masa Pandemi COVID19 RR. Sophia Ratna Haryati	358-364
Literasi dan Inisiasi Pemberdayaan Masyarakat di Tengah Pandemi COVID-19 dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Hidup Masyarakat Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	365-370
Pelatihan Strategi Digital Marketing pada UKM Pukis Klaten Ria Andriani , Ahmad Sa'di	371-376

PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK DENGAN SMART PHONE DALAM RANGKA PENINGKATAN KOMPETENSI KOMUNIKASI PEMASARAN PELAKU UMKM MUNDU SAREN	377-382
Riski Damastuti	
PENANDA KAWASAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENGUATAN IDENTITAS KAWASAN DESA WISATA SIDOWARNO	383-388
Rhisa Aidilla Suprpto, Seftina Kuswardini	
EDUKASI PEMASARAN ONLINE UMKM KULINER DAPUR FARIDA DI YOGYAKARTA	389-394
Rivga Agusta	
GERAKAN BIJAK BERSOSIAL MEDIA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI RT 05 KUJONSARI	395-400
Sannya Pestari Dewi, Ulul Azmiyati , Akbar Stallyno	
PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PENGEMBANGAN DESA WISATA WIRUN SEBAGAI SENTRA KERAJINAN GAMELAN	401-406
Seftina Kuswardini, Rhisa Aidilla Suprpto	
MENINGKATKAN PERFORMA AREA WISATA DENGAN SISTEM ZONASI DAN PENINGKATAN KAPASITAS PEDAGANG	407-412
Septi Kurniawati Nurhadi , Gardana Purnama	
LITERASI MEDIA, DAN DIGITAL BRANDING "WISATA GOA LANGSE", GUNUNG KIDUL YOGYAKARTA	413-418
Sheila Lestari Giza Pudrianisa	
EDUKASI DAN PEMANFAATAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA NOUNA BAKERY BANTUL	419-424
Sharazita Dyah Anggita	
PENINGKATAN KAPASITAS GURU DALAM PEMBELAJARAN DARING BAGI SEKOLAH SMK MAARIF 2 PIYUNGAN	425-429
Sri Mulyatun	
PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN USAHA MAKANAN DASAWISMA ALAMANDA PERUMNAS MINOMARTANI SLEMAN YOGYAKARTA	430-435
Supriatin, Ani Restiyani	
PERENCANAAN USAHA YANG BERBASIS EKONOMI KREATIF BAGI KELOMPOK MILENIAL	436-441
Tanti Prita Hapsari	
PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO PEMBELAJARAN BAGI PENDIDIK DI SMP NEGERI 5 WONOGIRI	442-446
Toto Indriyatmoko	
PENGENALAN IOT APLIKATIF UNTUK SANTRI PONDOK INFORMATIKA AL MADINAH	447-452
Uyock Anggoro Saputro	
GALERI OLAH SAMPAH SEBAGAI INOVASI PENGOLAHAN SAMPAH TERPADU DI KELURAHAN BENER	453-458
Vidyana Arsanti	
PEMANFAATAN INSTAGRAM ADS SEBAGAI SOLUSI STRATEGI MARKETING ONLINE UNTUK UMKM (ALEMBANA COFFEE)	459-464
Wahyu Kristian Natalia	
PENGENALAN TEKNOLOGI MONITORING KEGUGUPAN PADA LEMBAGA PELATIHAN KOMUNIKASI	465-470
Wahyu Sukestiyastama Putra	
PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) LUHUR SEMBADA DALAMMENINGKATKAN PEREKONOMIAN DANDAYASAING DI DESASIDOLUHUR, KEC.GODEAN-KAB.SLEMAN	471-476
Widiyanti Kurnianingsih	

PENGELOLAAN DATA SISWA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 2 DEPOK SLEMAN DEPOK BERBASIS WEBGIS Widiyana Riasasi	477-481
APLIKASI MOBILE SMART EDU-ECON SEBAGAI PENGEMBANGAN TEKNIK MENGAJAR PADA PELAJARAN EKONOMI KELAS X Yuli Astuti, Angga Arindra Shonta, Irma Rofni Wulandari , Wiwi Widayani , Erni Seniwati	482-487
STRATEGI PENINGKATAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING DI UMKM BATIK JUMPUTAN (ROEMAH DJOEMPOETAN SRIHADI) Yusuf Amri Amrullah	488-493
PELATIHAN DAKWAH DIGITAL BAGI PARA DA'I JAM'IYYAH MUBALLIGHIN SUNAN PANDANARAN (JAMUSPA) MUDA DI YOGYAKARTA Zahrotus Saidah, Sri Mulyani Majid	494-499
WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI SHOES CLEANING CARE CLEANROOM PADA ERA PANDEMI COVID-19 Dwi Nurani	500-505
WEBSITE COMPANY PROFILE BANK SAMPAH "SUMBER BERKAH" Rumini	506-511
PEMANFAATAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY UNTUK MEMBANTU PROSES BELAJAR DAN MENGAJAR ANAK-ANAK Mulia Sulistiyono, Andi Sunyoto, Muhammad Adli Zul Hazmi	512-517
PEMANFAATAN TEKNOLOGI BERBASIS CLOUD UNTUK Mendukung KEGIATAN BELAJAR MENGAJAR SEKOLAH DI MASA PANDEMI Achimah Sidauruk	518-523
PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM KELUARGA PRA SEJAHTERA Ahlihi Masruro	524-529
PEMANFAATAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN BAGI PENJUALAN PRODUK UMKM Andika Agus Slameto	530-535
PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA AJAR BERBASIS VIDEO DAN FOTO UNTUK GURU SEKOLAH TAMAN KANAK-KANAK Muhammad Tofa Nurcholiz	536-541
PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19 Muhammad Idris Purwanto	542-547
REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI Bernadhed	548-553
PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART Rum M Andri	554-559
REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY Yudhi Sutanto	560-565
PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19 Rizqi Sukma Kharisma	566-571

PkM Penerapan Strategi Digital Marketing Didukung Aplikasi Mobile “Qasir” dalam Toko Ar-Raudhah

Agus Fatkhurohman¹⁾

¹⁾ Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : agusfatkhurohman@amikom.ac.id¹⁾

Abstrak

Saat dimulai pandemic Covid 19 banyak pelaku bisnis yang mengalami penurunan omset. Baik dari usaha rumahan ataupun skala besar seperti perusahaan. Hal ini dikarenakan sejak awal ditetapkan dan diberlakukannya pembatasan aktivitas berskala besar demi mengurangi tingkat tertularnya virus Covid 19 yang sedang mengancam di Negara kita, banyak masyarakat takut akan melakukan kegiatan keluar rumah, selain dilarang oleh peraturan pemerintah, banyak masyarakat lebih memilih bertahan di dalam rumah daripada keluar rumah. Akibatnya dampak dari hal tersebut banyak pelaku usaha yang lama kelamaan mengalami penurunan omset pendapatan setiap bulanya dan bahkan ada yang sampai tutup dan gulung tikar karena tidak ada pendapatan sama sekali.

Seperti halnya dengan pelaku usaha bisnis rumahan ini yang bernama Ar-Raudhah busana muslim. Fokus dari usaha ini adalah menjual busana muslim secara offline, yang mana semakin kesini omset yang di dapatkan semakin berkurang. Maka untuk mencegah terjadinya beberapa hal yang mungkin tidak diinginkan kedepannya, maka perlu diadakannya sebuah pendampingan khusus guna memperkenalkan proses pemasaran secara online dan berjualan secara online melalui marketplace. Dalam pendampingannya nanti akan dilakukan pelatihan khusus untuk pemasaran online dengan beberapa target dapat mempunyai toko online dan juga penerapan sebuah aplikasi mobile Qasir sebagai media pencatatan seluruh transaksi.

Kata kunci: covid-19, bisnis, pelaku usaha

1. PENDAHULUAN

Ar Raudhah merupakan sebuah umkm yang bergerak dalam bidang penjualan barang khususnya busana muslim dan juga perlengkapan hajidan oleh-olehnya. Toko Ar Raudhah ini terletak di jalan Jl. Raya Magelang Purworejo km 19 Krajan RT 04 RW 01 Krasak Salaman Magelang. Berikut ini merupakan gambaran dari toko :



Gambar 1. Tampak Depan Toko Ar Raudhah

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa UMKM Toko Ar Raudhah ini belum terdapat media informasi yang dapat menampilkan informasi produk-produk yang dijual oleh toko Ar Raudhah seperti semacam spanduk papan identitas toko maupun X Banner, dan bahkan untuk informasi misal seperti program diskon atau promo pun belum ada. Selain itu dibawah ini juga terdapat gambaran situasi ruang kerja dari toko Ar Raudhah seperti berikut ini.



Gambar 2. Situasi ruang Toko Ar Raudhah

Toko Ar Raudhah ini sudah berdiri sejak 4 tahun yang lalu yang mana kemarin sempat meraup omset kurang lebih sekitar 28 juta. Akan tetapi karena situasi sekarang diberlakukan PSBB oleh pemerintah maka pemasukan dari toko ini pun juga berkurang setiap bulannya. Hal tersebut menjadi hal yang terpenting yang harus segera ditemukan solusinya agar toko ini dapat kembali mendapatkan omset yang baik seperti sebelumnya dan tetap bisa bertahan di tengah masa-masa pandemi ini. Ini adalah salah satu contoh produk yang dijual di toko ini.



Gambar 3. Sampel Produk baju muslim

Dari penjelasan yang telah dibahas diatas dan setelah diamati dari hasil wawancara dengan owner Toko Ar Raudhah selaku mitra, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang belum menemukan solusi, dan akan diselesaikan dalam bentuk kerjasama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Beberapa permasalahan yang dihadapi mitra antara lain sebagai berikut :

1. Omset selama pandemi menurun drastis dari sebelumnya, karena pembatasan segala aktifitas maka toko ini jadi sepi pengunjung. Karena media informasi dan promosi di toko ini kurang mengakibatkan sulit untuk menjangkau pelanggan di kalangan luas.
2. Tidak mempunyai sarana dan prasarana sebagai fasilitas penunjang dalam mempromosikan produk dan menjualnya melalui marketplace online.
3. Tidak ada inovasi dalam hal penyimpanan data dari laporan penjualan.

Akibatnya pendapatan setiap bulannya untuk toko ini menjadi turun drastis, dan bahkan hampir bisa dikatakan tidak ada pelanggan lagi. Maka dari itu peningkatan omset menjadi fokus utama untuk segera diselesaikan. Peningkatan omzet penjualan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya yaitu memanfaatkan teknologi internet melalui *e-commerce* untuk media promosi dan penjualannya[1].

Beberapa daerah yang terkena dampak langsung untuk sektor retailnya yaitu Manado, Bali, Kepulauan Riau, Bangka Belitung, Medan, Jakarta, Yogyakarta, Bogor, Bekasi, dan selain itu akibat penyebaran covid-19 ini sektor investasi, perdagangan, usaha mikro kecil dan menengah(UMKM) dan juga wisatawan terkena dampaknya pula[2]. Setelah kejadian krisis ekonomi pada tahun 1997-1998 jumlah UMKM bukan menunjukkan tren menurun tetapi justru malah mengalami peningkatan, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja pada tahun 2012 yang tersalurkan melalui pengusaha Indonesia yang semakin bertambah menjadi 56.539.560 unit, dan dari jumlah tersebut di dominasi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) sebanyak 56.534.591 unit tau sekitar 99,99% yang sisanya seminar 0,01% atau 4.968 unit terdiri dari usaha besar, sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan pasar yang sangat potensial bagi industri jasa keuangan seperti Bank karman sekitar 60-70% pelaku UMKM belum memiliki akses pembiayaan perbankan[3]. Maka perlu dirumuskan sebuah strategi penyelesaian masalah yang akan dilakukan berdasarkan dengan pokok permasalahan yang sedang dihadapi sesuai dengan tabel di bawah ini :

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Permasalahan	Urutan Prioritas
1	Kurangnya media informasi dan promosi yang mengakibatkan Toko ini kurang dikenal di kalangan masyarakat luas	Prioritas ke-1
2	Tidak ada sarana dan fasilitas untuk menunjang mempromosikan produk dan menjualnya melalui marketplace	Prioritas ke-2
3	Tidak adanya inovasi untuk menyimpan sebuah data laporan penjualan	Prioritas ke-3

Dalam menyelesaikan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra tersebut, maka diperlukan

beberapa strategi dan konsep dalam pelaksanaannya. Dengan memperhatikan skala prioritas yang telah ditentukan dan disetujui oleh owner Toko Ar Raudhah, maka ditemukan beberapa solusi yang harus diselesaikan yang tertuang dalam tabel di bawah ini. :

Tabel 2. Daftar Permasalahan dan strategi penyelesaian

No	Permasalahan	Strategi Penyelesaian
1	Kurangnya media informasi dan promosi yang mengakibatkan Toko ini kurang dikenal di kalangan masyarakat luas	1. Mengadakan Pelatihan terkait strategi penyampaian informasi dan bagaimana cara membuat media promosi yang bagus 2. Membuat media informasi mengenai produk yang dijual
2	Tidak ada sarana dan fasilitas untuk menunjang mempromosikan produk dan menjualnya melalui marketplace	1. Mengadakan pelatihan tentang pembuatan media penjualan online melalui beberapa situs e-commerce 2. Mengadakan pelatihan mengenai optimasi produk di marketplace
3	Tidak adanya inovasi untuk menyimpan sebuah data laporan penjualan	1. Mengadakan pelatihan tentang pengembangan inovasi produk 2. Mengadakan pelatihan bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik

2. METODE PELAKSANAAN

Dalam perencanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini diperlukan adanya strategi dan konsep kegiatan, hal ini dilakukan agar dalam mengatasi permasalahan yang terdapat pada mitra bisa tepat sasaran sesuai dengan prioritas permasalahan yang diselesaikan. Melalui metode perencanaan yang terstruktur tersebut harapannya seluruh kegiatan yang direncanakan dapat berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan kesepakatan oleh mitra. Demi memenuhi perencanaan yang baik maka diperlukan sebuah metode pelaksanaan

kegiatannya yang kemudian tertuang dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan Disepakati	Metode Pelaksanaan	Target Hasil
1	Kurangnya media informasi dan promosi yang mengakibatkan Toko ini kurang dikenal di kalangan masyarakat luas	1. Identifikasi dan analisis 2. Mengadakan pelatihan terkait strategi promosi, dan bagaimana cara membuat media promosi yang bagus 3. Membuat media informasi mengenai produk yang dijual	Mitra mempunyai media penyampaian informasi dan promosi
2	Tidak ada sarana dan fasilitas untuk menunjang mempromosikan produk dan menjualnya melalui marketplace	1. Mengadakan pelatihan tentang pembuatan media penjualan online melalui beberapa situs e-commerce 2. Mengadakan pelatihan mengenai optimasi produk di marketplace	1. Mitra mempunyai akun penjualan online melalui situs e-commerce 2. Mitra mempunyai alat peraga untuk membuat foto produk dan modem internet untuk memasarkan produk secara online
3	Tidak adanya inovasi untuk menyimpan sebuah data laporan penjualan	1. Mengadakan pelatihan tentang pengembangan inovasi produk 2. Mengadakan pelatihan bagaimana cara membuat laporan keuangan yang baik	1. Mitra dapat membuat dan menambah inovasi produk baru

		2. Mengadakan pelatihan tentang bagaimana cara foto produk untuk branding dan pengemasan produk agar menarik.	sesuai permintaan pasar 2. Mitra dapat membuat foto katalog produk dan dapat mengemas/packaging untuk branding produk
--	--	---	--

Dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini disepakati menggunakan media promosi secara online, dengan memanfaatkan teknologi internet diharapkan akan menjadi suatu terobosan baru untuk Toko Ar Raudhah ini dan membawa dampak baik. Pemilihan media secara online ini dikarenakan melihat dari segi pengguna internet banyak yang masuk ke dalam kategori usia remaja sampai usia produktif antara 18-29 tahun, yang merupakan sasaran pasar dari toko ini. Disamping itu usia produktif yang berkisar antara 18-29 tahun ini memiliki tingkat daya beli yang tergolong masih tinggi.

Media sosial saat ini sedang mengalami tren penggunaan yang sangat tinggi, terlebih lagi dalam pemberitaan sebuah hal yang viral sering ditemukan dalam media sosial. Maka dari itu penerapan konsep pemberitaan suatu hal yang viral dalam media sosial juga perlu dilakukan untuk media promosi sebuah produk. Hal ini perlu dilakukan karena salah satu jenis pemasaran yang bisa dikatakan memanfaatkan media internet adalah *viral marketing* atau pemasaran viral, yaitu model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media internet atau *Internet Word of Mouth*[4]. Sebagai contoh implementasi kegiatan pemasaran digital adalah melalui beberapa media yang banyak digunakan seperti halnya email, media sosial, website dan situs *e-commerce* meliputi (Bukalapak, Tokopedia, Shopee, dll)[5].

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Hasil tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini didasarkan pada solusi yang diusulkan untuk mengatasi hambatan bagi mitra dengan cara yang konsisten dengan tujuan yang diidentifikasi atau disepakati oleh mitra. Oleh karena itu, tingkat keberhasilan

dari kegiatan akan ini diukur berdasarkan hasil yang telah diidentifikasi sebelumnya. Setelah mencapai hasil akhir dari kegiatan ini, Toko Ar Raudhah selaku mitra akan menghasilkan beberapa produk sebagai alat penunjang pemasaran media online. Dari segi inovasi produk, kemasan produk berupa foto untuk katalog iklan di media online yang memiliki spesifikasi tertentu yang harus dicapai sesuai dengan tujuan awalnya. Berikut adalah deskripsi dari hasil implementasinya.

1. Mengadakan Pelatihan Online Strategi Promosi

Pelatihan ini disampaikan secara online melalui Google Meeting dan peserta pelatihan ini adalah owner dan karyawan dari Toko Ar Raudhah. Kegiatan ini diselenggarakan secara rutin. Beberapa tema ditawarkan secara berkala. Sebanyak 2 pertemuan tatap muka online yang akan diadakan sesuai dengan rencana pelatihan online dan 2 pertemuan secara offline yang sekaligus untuk mengamati prosesnya secara langsung. Pada saat pemasaran offline jangkauan penjualan hanya terbatas pada daerah tertentu, sebaliknya tujuan pemasaran online adalah memperluas jangkauan penjualan sehingga akan terbuka peluang untuk ekspansi ke jauh lebih besar daerah[6].

2. Membuat Media Promosi

Untuk menghubungkan ke promosi online, akan diawali dengan cara membuat akun Instagram. Hal ini dipilih karena media Instagram sedang banyak diminati akhir-akhir ini. Selain fitur-fiturnya yang hebat, media Instagram juga mudah digunakan untuk keperluan promosi dengan menampilkan beberapa foto produk dan feed foto untuk dilihat publik.

3. Mengadakan Pelatihan tentang Teknologi Ineternet

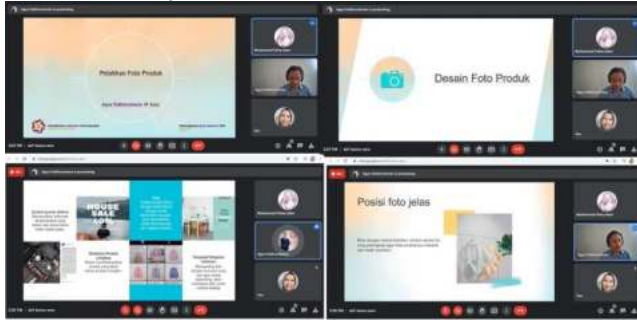
Dalam hal keterkaitan dengan pemasaran online atau lebih sering disebut E-Commerce, untuk menunjang hal tersebut maka diadakan pelatihan online mengenai beberapa situs e-commerce yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk secara online. Yang dipilih dalam hal ini adalah penggunaan situs e-commerce Shopee dan Tokopedia. Berikut ini adalah bukti saat kegiatan pelatihan secara online



Gambar 4. Pelaksanaan Pelatihan Online

4. Mengadakan Pelatihan Tentang Foto Produk

Pelatihan ini membahas secara khusus tentang foto-foto yang berhubungan dengan foto produk yang dijual. Karena foto-foto ini adalah yang paling penting dan merupakan foto pertama yang dilihat pelanggan atau calon pembeli. Jadi, strategi fotografi ini perlu dimanipulasi dan dibuat semenarik mungkin agar produk cepat laku. Untuk mengambil gambar yang bagus, Anda juga perlu memperhatikan pencahayaan/alat studio, sudut dan aksesoris lainnya.

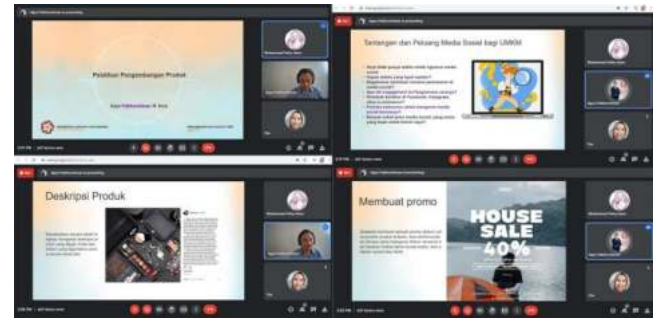


Gambar 5. Pelatihan Online Foto Produk

5. Mengadakan Pelatihan tentang Pengembangan Produk

Dalam proses bisnis penjualan online ini, kita harus bisa berinovasi atau mengembangkan produk kita. Mengapa demikian karena penjualan online sangat kompetitif dan persaingan antar penjual tinggi. Oleh karena itu, saat berjualan online, harus selalu menerapkan strategi pengembangan produk agar bisa bersaing dengan yang lain. Disini sebelumnya objek yang hanya menjual produk busana muslim dewasa, sekarang menambah inovasi produk terbaru yaitu busana muslim anak dan sampai menyediakan perlengkapan oleh-oleh haji.

Walaupun bentuk promosi dan penjualan sudah dilakukan secara online, namun ada hal yang harus diperhatikan agar produk-produk kita selalu dilirik dan dibeli oleh pelanggan, yaitu tentang metode pengemasan produk. Dalam pengemasan produk ini harus dibuat semenarik mungkin agar barang yang dijual juga terlihat bagus. Ketika pengemasan terlihat rapi dan bagus maka kesan yang terbangun oleh pembeli tersebut juga akan bagus hasilnya, dan akan memberikan dampak pada penilaian performa penjualan online yang mana itu sangat berpengaruh besar terhadap akun-akun penjualan online melalui situs e-commerce



Gambar 6. Kegiatan Pelatihan Online Pengembangan Produk

4. KESIMPULAN

Dari Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan ini terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil selama berjalannya kegiatan ini dan dirangkum dalam beberapa point seperti dibawah :

- 1) Kegiatan ini bersifat positif dan bagus untuk pengembangan UMKM khususnya Toko Ar Raudhah.
- 2) Meskipun terdapat beberapa kendala terkait penyesuaian metode pemasaran online, akan tetapi untuk bisa bersaing tetap ada potensi berkembang lebih baik lagi.
- 3) Perlu pendampingan yang lebih lagi terkait pemasaran produk, dan perlu lebih gencar lagi untuk promosi.
- 4) Dengan berlangsungnya kegiatan pengabdian masyarakat ini, Toko Ar Raudhah menjadi lebih terbantu untuk memulai kembali usahanya.

Ucapan Terimakasih

Terima Kasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada owner UMKM Toko Ar Raudhah yang telah bekerja sama dengan Universitas Amikom Yogyakarta yang diwakili oleh Dosen Prodi Sistem Informasi, sehingga kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan proses tukar ilmu menjadi sangat bermanfaat dan berarti. Semoga ke depannya UMKM ini dapat terus berkembang semakin baik dan menjadi besar, sehingga manfaat dari kegiatan ini dapat dirasakan kebermanfaatannya.

Daftar Pustaka

- [1] Azizah Noor, Mahendra Danang, Lofian budi, 2019, "Pemanfaatan E-Commerce untuk Peningkatan Strategi Promosi dan Penjualan UMKM Tas di Kabupaten Kudus", E-Dimas Jurnal Pengabdian Masyarakat, Volume 10 Nomor 01 Maret 2019.
- [2] Hanoatubun Silpa, 2020, "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia", EduPsyCouns Journal, Volume 2 Nomor 1.

- [3] Hamzah Lies Maria, Agustien Devi, 2019, "Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM Di Indonesia", Jurnal Ekonomi Pembangunan Volume 8 No 2 Juli.
- [4] Harto Dedy, Pratiwi Sulistya Rini, dkk, 2019, "Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM", JPPM, Volume 3 no 1 Maret 2019.
- [5] Setyowardhani Hapsari, Susanti Hera, Riyanto, 2019, "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Alat Promosi Untuk Desa Wisata Lebakmuncang", Dinamisia Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 3, Special Issue Juni.
- [6] Immanuel Dewi Mustikasari, 2019, "Pembelajaran Online Marketing Pada Program Kewirausahaan Pemberdayaan Wanita Desa Kesamben Wetan Gresik", Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks, Vol. 5 No. 2 Desember