



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](mailto: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](mailto: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

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

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



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

<b>PEMANFAATAN MEDIA PEMBELAJARAN INTERAKTIF ONLINE UNTUK MENDUKUNG KEGIATAN BELAJAR DARI RUMAH (BDR) PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI TK BUDI LUHUR 1</b> Majid Rahardi	<b>281-286</b>
<b>IKLAN UNTUK MENINGKATKAN PENYEBARAN INFORMASI PADA STARTUP MATRASH YOGYAKARTA DENGAN MOTION GRAFIS</b> Mei Parwanto Kurniawan , Deden Maulana Yusuf	<b>287-292</b>
<b>PENGEMBANGAN STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DESA LEDHOK BLOTAN MELALUI MEDIA SOSIAL</b> Monika Pretty Aprilia	<b>293-298</b>
<b>MENINGKATKAN TRANSFORMASI BISNIS DENGAN PENGELOLAAN TRANSAKSI PENJUALAN MENGGUNAKAN APLIKASI KASIR BERBASIS ANDROID</b> Moch Farid Fauzi, Alfie Nur Rahmi	<b>299-304</b>
<b>MEMBANGUN WEBSITE SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI SEKOLAH "SMK BINA HARAPAN SLEMAN"</b> Muhammad Misbahul Munir	<b>305-310</b>
<b>PENGENALAN APLIKASI GOOGLE FORM DALAM PEMBELAJARAN JARAK JAUH BAGI GURU DI SLB C WIYATA DHARMA 2 SLEMAN</b> Ninik Tri Hartanti	<b>311-315</b>
<b>PELATIHAN TEKNIK DASAR FOTOGRAFI SMARTPHONE SEBAGAI MEDIA MENUMBUHKEMBANGKAN KREATIVITAS BAGI PEMUDA PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI DESA DRONO, KLATEN</b> Ni'mah Mahnunah, Irfan Rifani, Vanny Namiroh	<b>316-321</b>
<b>PELATIHAN FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL TOKO DELAPAN BAKERY</b> Nurfian Yudhistira	<b>322-327</b>
<b>MENINGKATKAN BRANDING DAN LAYANAN DIGITAL PADA BUMI PERKEMAHAN TAMAN TUNAS WIGUNA BABARSARI</b> Nuri Cahyono	<b>328-333</b>
<b>PENYULUHAN DESA WISATA ALAM SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS WARGA DAN KUALITAS LINGKUNGAN DESA JONGGRANGAN</b> Nurizka Fidali	<b>334-339</b>
<b>PENINGKATAN LITERASI DIGITAL: PEREMPUAN CERDAS TANGKAL BERITA HOAKS</b> Novita Ika Purnamasari, Roghaya Indah Pratiwi , Razan Arvin Pradipa	<b>340-345</b>
<b>MENGALAKKAN KEGIATAN PENGHIJAUAN AKTIFITAS BERKEBUN TANAMAN HIAS DI MASA PANDEMI</b> Prasetyo Febriarto, Rezki Satris	<b>346-351</b>
<b>STRATEGI BRANDING DAN INSTAGRAM MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PADA AZKA ROTI</b> Rakhma Shafrida Kurnia	<b>352-357</b>
<b>PENGENALAN MODEL HUNIAN SEHAT PRODUKTIF DI LINGKUNGAN PERKOTAAN UNTUK KELUARGA SEJAHTERA DI MASA PANDEMI COVID19</b> RR. Sophia Ratna Haryati	<b>358-364</b>
<b>LITERASI DAN INISIASI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP MASYARAKAT</b> Renindya Azizza Kartikakirana, Dwi Pela Agustina	<b>365-370</b>
<b>PELATIHAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA UKM PUKIS KLATEN</b> Ria Andriani , Ahmad Sa'di	<b>371-376</b>

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

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

## PEMANFAATAN E-COMMERCE DESA WISATA JIPANGAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

Anik Sri Widawati<sup>1)</sup>, Hanafi<sup>2)</sup>, Netci Hesvindrati<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

<sup>2)</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

<sup>3)</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : [anik@amikom.ac.id](mailto:anik@amikom.ac.id)<sup>1)</sup>, [hanafi@amikom.ac.id](mailto:hanafi@amikom.ac.id)<sup>2)</sup> [netci@amikom.ac.id](mailto:netci@amikom.ac.id)<sup>3)</sup>

### Abstrak

Produk unggulan dari Desa Wisata Jipangan adalah kerajinan kipas bambu. Di dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, pengusul menggunakan metode *Participatory Rural Appraisal (PRA)*, dimana dalam metode tersebut mengedepankan menekankan adanya partisipasi aktif dari masyarakat mulai dari proses proses identifikasi masalah, identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, hingga sampai monitoring dan evaluasi kegiatan. Permasalahan utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu: 1). Kurangnya pemahaman dan pemanfaatan media digital sebagai media promosi desa wisata; 2). Kurangnya inovasi pada kerajinan kipas bambu sebagai produk andalan dari masyarakat setempat. Dari permasalahan tersebut menyebabkan ketidakberdayaan ekonomi di tengah pandemi covid-19. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diatas, pengusul telah berhasil mewujudkan sebagai berikut: 1). Tersedianya media digital dalam bentuk website dan instagram sebagai media promosi pengembangan desa wisata; 2). Meningkatnya pemahaman dan kemampuan pengelola desa wisata dalam memanfaatkan media digital desa wisata; dan 3). Tersedianya variasi desain kipas bambu yang dikelola masyarakat setempat.

**Kata kunci:** Desa Wisata, Website, Kipas Bambu

### 1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap industri pariwisata di Indonesia, dimana jumlah kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang terekam hanya 4,02 juta. Estimasi penurunan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020 sebesar 75,03% dibandingkan tahun sebelumnya [1]. Hingga akhir 2020 total kerugian pada sektor pariwisata akibat pandemi Covid-19 dan penerapan kebijakan untuk menekan penyebarannya mencapai angka lebih dari 19 triliun rupiah [2].

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan tersebut berpengaruh terhadap kondisi ekonomi pariwisata dan lapangan pekerjaan di sektor pariwisata. Pandemi Covid-19 mengancam 13 juta tenaga kerja yang berada di sektor pariwisata dan 32,5 juta tenaga kerja yang secara tidak langsung

bergantung pada sektor pariwisata [3]. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata adalah sektor padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja, sehingga industri turunan yang terbentuk di bawahnya juga mengalami imbasnya [4].

Menurut LIPI (2020), langkah awal dalam upaya membangkitkan kembali industri pariwisata dalam jangka pendek adalah dengan menciptakan stimulus permintaan dan mendorong platform digital (*online*) untuk memperluas kemitraan, disamping upaya yaitu melalui kerjasama serta pemanfaatan inovasi dan teknologi yang menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, seperti pengolahan produk, kemasan serta sistem pemasaran dan lainnya [5]. Hal ini senada juga disampaikan oleh Atiko dkk (2016), bahwa penggunaan media sosial (*online*) seperti website dan instagram untuk mempromosikan tujuan wisata di Indonesia disertai visualisasi dengan tujuan

untuk mendapatkan target wisatawan yang lebih luas [6].

Untuk mempercepat pemulihan sektor pariwisata, Pemerintah melalui Kemenparekraf menerapkan tiga strategi yaitu:

- 1) Inovasi adalah hal utama dan harus ada perubahan mendasar saat ini, pemerintah mengupayakan destinasi prioritas. Inovasi harus dilakukan dalam segi infrastruktur, budaya, kuliner hingga fesyen dan semua hal yang berkaitan dengan pariwisata juga ekonomi kreatif.
- 2) Adaptasi merupakan hal yang harus diterapkan karena semua pihak harus bisa beradaptasi dengan kondisi pandemi Covid-19, yaitu dengan terus meningkatkan penerapan 'CHSE'.
- 3) Kolaborasi adalah semua pihak harus bisa bekerjasama dan berkolaborasi dengan sektor pariwisata karena jutaan lapangan pekerjaan terdampak pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, hal inilah yang harus kita perjuangkan agar lapangan pekerjaan terbuka luas, dan meningkatnya pendapatan masyarakat [7].

Sektor pariwisata dipandang menjadi alat penarik investasi di daerah yang sangat potensial dibandingkan sektor lain seperti sektor industri, sektor pertanian dan sektor primer lainnya. Pengembangan pariwisata paling cepat dilaksanakan, karena juga menawarkan cara yang cepat untuk membangun industri pendukung, seperti: hotel, restoran, penyewaan bus wisata, sewa perahu, industri souvenir, dan lainnya [8].

Desa Wisata Jipangan sebagai mitra kegiatan pengabdian masyarakat terletak di Dusun Jipangan, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul. Desa Wisata Jipangan dicanangkan sebagai desa wisata pada tanggal 15 Maret 2014 dan diprediksi dapat berkembang dengan cepat karena memiliki beberapa potensi diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional lengkap dengan kultur budaya, lokasi desa yang dekat dengan sawah dan sungai sehingga dapat dikembangkan menjadi wisata air dan pertanian.

Dampak pandemi Covid-19 juga dirasakan oleh Desa Wisata Jipangan, dimana kerajinan kipas bambu yang menjadi produk andalan mengalami

penurunan penjualan. Selama ini masyarakat setempat mengandalkan pemasaran tradisional berdasar kunjungan dari konsumen ke desa wisata tersebut. Di samping itu kipas bambu produksi masyarakat setempat modelnya kurang bervariasi.

Berdasarkan pengamatan lebih lanjut terhadap kondisi internal, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh desa wisata Jipangan khususnya di masa pandemi Covid-19 saat ini sebagai berikut:

**Tabel 1. Identifikasi Permasalahan**

No	Permasalahan Teknis	Permasalahan Non Teknis
1	Kurangnya pemahaman dan pemanfaatan media digital sebagai media promosi desa wisata.	Melemahnya potensi ekonomi yang ada di desa wisata tersebut
2	Kurangnya inovasi pada kerajinan kipas bambu sebagai produk andalan masyarakat setempat.	Melemahnya potensi usaha dari masyarakat setempat akibat penurunan minat akan produk tersebut

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka strategi kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

- 1) Pembuatan website dan instagram Desa Wisata Jipangan sebagai media promosi pengembangan desa wisata;
- 2) Pendampingan pengembangan variasi produk lokal yaitu kipas bambu yang dikelola oleh masyarakat setempat.

Secara spesifik tujuan program pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

- 1) Mampu memberikan akses baru bagi pengembangan Desa Wisata Jipangan melalui website dan instagram sebagai sarana promosi
- 2) Mampu meningkatkan *value* atas produk kipas bambu yang menjadi produk andalan masyarakat setempat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Meningkatnya pemahaman dan kemampuan pengelola Desa Wisata Jipangan dalam

memanfaatkan website dan instagram sebagai media promosi pengembangan desa wisata;

- Meningkatnya ketrampilan dalam membuat variasi desain kipas bambu sebagai produk andalan masyarakat setempat sehingga dapat meningkatkan minat pelanggan.

Target luaran yang dihasilkan dari tabel prioritas permasalahan yang ada sebagai berikut :

**Tabel 2. Target dan Luaran**

No	Target dan Luaran
1	Tersedianya media promosi dalam bentuk website dan instagram untuk membantu promosi Desa Wisata Jipangan
2	Meningkatnya pemahaman dan kemampuan pengelola desa wisata akan penggunaan media promosi tersebut
3	Tersedianya variasi desain kipas bambu agar menarik dan meningkatkan minat pelanggan

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Jipangan disesuaikan dengan permasalahan yang diprioritaskan dan solusi serta target luaran sebagai berikut :

**Tabel 3. Metode Pelaksanaan Kegiatan**

No	Solusi Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Pembuatan website dan instagram sebagai media promosi	Tahap 1 1. Pembuatan website desa wisata Jipangan dilengkapi dengan media sosial Instagram 2. Pendampingan pembuatan konten/informasi/foto produk di website desa wisata.
2	Pendampingan penggunaan media promosi	Tahap 2 1. Pembuatan buku panduan penggunaan website; 2. Pendampingan penggunaan media promosi kepada pengelola desa wisata.

No	Solusi Permasalahan	Metode Pelaksanaan
3	Tersedianya variasi desain kipas bambu agar menarik dan meningkatkan minat pelanggan	Tahap 3 1. Pembuatan variasi desain kipas bambu; 2. Pendampingan pelatihan variasi desain kipas bambu.
Tahap 4 Monitoring dan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah terlaksana.		

## 3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini mengacu pada metode *Participatory Rural Appraisal* [12]. Metode tersebut mengedepankan adanya peran serta aktif dari masyarakat dari proses identifikasi masalah, identifikasi kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, hingga sampai monitoring dan evaluasi kegiatan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam rentang waktu 5 (lima) bulan, yakni dimulai Bulan Mei 2021 dan berakhir Bulan September 2021 sebagaimana dijelaskan dalam tabel berikut ini:

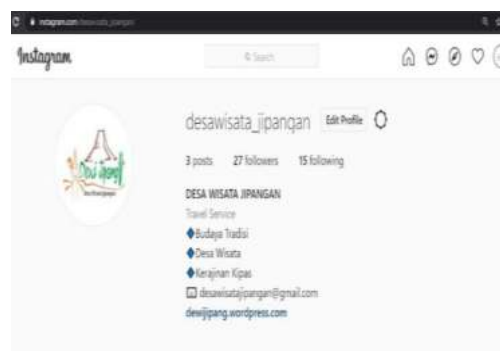
**Tabel 4 Hasil dan Pembahasan**

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan
1	Identifikasi permasalahan dan gambaran solusi mitra bersama dengan pengelola desa wisata	1) Mitra menyepakati bahwa kurangnya pemahaman dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi yang menyebabkan kegiatan desa wisata tidak berjalan dengan baik di tengah pandemi covid-19; 2) Mitra menyepakati bahwa desain kipas bambu yang ada kurang bervariasi dalam bentuk dan ukuran.
2	Perencanaan kebutuhan dengan bentuk kegiatan sebagai	1) Terkumpul informasi umum tentang profil desa wisata dari pengelola desa

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan
	<p>berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Mengumpulkan materi/konten /foto website desa wisata bersama-sama dengan pengelola desa wisata</li> <li>2) Mengumpulkan gagasan variasi desain kipas bambu.</li> </ol>	<p>wisata;</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2) Pengelola desa wisata menyepakati penggunaan website dan instagram sebagai media promosi</li> <li>3) Pengelola desa wisata perlu adanya variasi desain kipas bambu.</li> </ol>
3	<p>Pelaksanaan kegiatan pertama dengan bentuk kegiatan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pembuatan website desa wisata Jipangan;</li> <li>2) Pembuatan modul penggunaan website;</li> <li>3) Pendampingan penggunaan website dan instagram.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Desa wisata Jipangan telah memiliki website dengan alamat <a href="https://dewijipang.wordpress.com/">https://dewijipang.wordpress.com/</a></li> <li>2) Desa wisata Jipangan telah memiliki instagram dengan alamat <a href="https://www.instagram.com/desawisata_jipangan/">https://www.instagram.com/desawisata_jipangan/</a></li> </ol>
4	<p>Pelaksanaan kegiatan kedua dengan bentuk kegiatan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Pembuatan variasi desain kipas bambu;</li> <li>2) Pendampingan dalam bentuk pelatihan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Desa Wisata Jipangan memiliki variasi desain kipas bambu.</li> </ol>



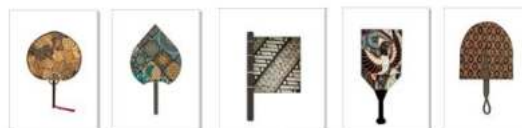
Gambar 1. Website Desa Wisata Jipangan



Gambar 2. Instagram Desa Wisata Jipangan



Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Media Promosi



Gambar 4. Variasi Desain Kipas Bambu

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di desa wisata Jipangan sebagai berikut:

- 1) Pembuatan Website Desa Wisata Jipangan sangat bermanfaat bagi sebagai media promosi desa wisata tersebut;



- 2) Pembuatan modul penggunaan website dan pendampingan penggunaan website sangat membantu bagi pengelola Desa Wisata Jipangan;
- 3) Pembuatan variasi desain kipas bambu .
- 4) Pendampingan pembuatan variasi desain kipas bambu

Dari capaian pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di atas menegaskan bahwa e-commerce mampu menjadi satu alternatif dalam mempromosikan desa wisata apalagi di masa pandemic covid-19 pengelola menutup kegiatan desa wisata. Pengusul menyarankan ke depan dapat melakukan pengabdian masyarakat dengan lebih berfokus pada penambahan waktu pendampingan agar pengelola dapat mempromosikan desa wisata semakin baik lagi.

#### Daftar Pustaka

- [1] Nugraha, Yudha Eka, “Dampak Pandemi Covid 19 Pada Unit Usaha Pariwisata Di Kawasan Pesisir Kota Kupang”, *Jurnal Industri Pariwisata* Vol 3 No. 2, 2021
- [2] Hidayat, A. A. N. (2021). Dampak Pandemi, *Kadin: Kerugian Sektor Pariwisata Rp 10 T Selama 2020*. [Online] (diupdate 11 Januari 2021) Tersedia di: <https://bisnis.tempo.co/read/1422053/dampak-pandemi-kadin-kerugian-sektor-pariwisata-rp-10-t-selama-2020/full&view=ok>. [diakses pada tanggal 15 November 2021]
- [3] EGSAUGM. (2021). Sebuah Pengantar oleh Divisi PIG (Pengkajian Isu Global) EGSA dalam Diskusi Eksternal “Optimism or Pessimism: Where Will Indonesian Tourism Go in 2021?” [Online] (diupdate 5 Januari 2021) Tersedia di: <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/02/11/pariwisata-indonesia-di-tengah-pandemi/>. [diakses pada tanggal 16 November 2021]
- [4] Sugihamretha, I.D.G (2020) Respon Kebijakan: Mitigasi Dampak Wabah Covid-19 Pada Sektor Pariwisata, *The Indonesian Journal of Development Planning*, Volume IV (Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas Republik Indonesia).
- [5] Handoko, Laksana Tri (2020). Membangkitkan UMKM di Masa Pandemi dengan Inovasi dan Teknologi [Online] (diupdate 11 November) Tersedia di: <http://lipi.go.id/siaranpress/Membangkitkan-UMKM-di-Masa-Pandemi-dengan-Inovasi-dan-Teknologi/22212> [diakses pada tanggal 16 November 2021]
- [6] Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata RI (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram @Indtravel). *Jurnal Socioteknologi*, 15(3), 378–389.
- [7] Buku Tren Pariwisata 2021. [Online] (diupdate 18 Agustus 2021) Tersedia di: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> [diakses pada tanggal 16 November 2021]
- [8] Gunawan, Myra P. dan Ina Herlina. (2000). *Garis Besar Perencanaan Pembangunan dan Pemasaran Pariwisata Di Tingkat Lokal Dan Wilayah*. Bandung. Pusat Penelitian Kepariwisata ITB.
- [9] Istiqomah Tya Dewi Pamungkas dan Mohammad Muktiali. 2015. Pengaruh Keberadaan Desa Wisata Karangbanjar terhadap Perubahan Penggunaan Lahan, Ekonomi dan Sosial Masyarakat. *Jurnal Teknik PWK* Vol 4 No. 2.pp. 361-372.
- [10] Indriyani, Nur dkk. 2018. Implikasi Pengembangan Desa Wisata Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Lokal. *Seminar Nasional Manajemen Akuntansi dan Perbankan 2018*. Hal 1090-1104.
- [11] Ukpabi, D., and H. Karjaluoto. 2017. Influence of Social Media on Corporate Heritage Tourism Brand.697-709
- [12] N. Syahyuti, “Alternatif Konsep Kelembagaan untuk Penajaman Operasionalisasi dalam Penelitian

Sosiologi,” Forum Penelit. Agro Ekon., vol. 21, no. 2, p. 113, 2016.

### **Ucapan Terima Kasih**

Terima kasih kami ucapkan kepada Direktorat Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan pendanaan sehingga pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih juga kami ucapkan kepada pengelola Desa Wisata Jipangan yang telah menerima dan menyambut kegiatan pengabdian ini dengan baik sehingga Tim Dosen dapat melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi khususnya dharma ketiga.