



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 Sukestyastama Putra	
PERAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) LUHUR SEMBADA DALAMMENINGKATKAN PEREKONOMIAN DANDAYASAING DI DESASIDOLUHUR, KEC.GODEAN-KAB.SLEMAN	471-476
Widiyanti Kurnianingsih	

PENGLOLAAN 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 Nurholis	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

PENINGKATAN KEMAMPUAN DIGITAL MARKETING UNTUK STRATEGI PEMASARAN KHAYRA CAKES

Bety Wulan Sari

*Fakultas Ilmu Komputer, Universitas AMIKOM Yogyakarta
Email : bety@amikom.ac.id*

Abstrak

Instagram menjadi media sosial yang cukup banyak diminati oleh penduduk Indonesia. Berdasarkan data yang disajikan oleh Hootsuite, pada tahun 2021 pengguna Instagram mencapai 85 juta. Jumlah tersebut lebih besar dibandingkan dengan pengguna Instagram tahun lalu yaitu sebanyak 69,2 juta pengguna. Dari data tersebut, Instagram menjadi salah satu platform yang sangat mendukung untuk memasarkan sebuah produk. Dengan jumlah pengguna yang besar, Instagram menyediakan fitur Instagram Bisnis yang memang ditujukan khusus bagi mereka yang ingin memasarkan bisnisnya melalui Instagram. Pemasaran menjadi masalah pada UKM Khayra Cakes dimana kegiatan usaha ini masih terbilang baru dan memerlukan untuk memperluas pasar. Untuk menyelesaikan masalah tersebut maka diberikan sebuah solusi yaitu pelatihan tentang pemanfaatan media sosial Instagram guna meningkatkan kemampuan digital sebagai strategi pemasaran guna memperluas pasar dan meningkatkan penjualan pada Khayra Cakes. Hasil akhir dari pelatihan ini adalah meningkatkan daya saing terhadap penjualan dan promosi guna mensejahterakan UKM Khayra Cakes agar dapat berkembang lebih pesat serta mencapai target pasar yang diinginkan.

Kata kunci: Instagram, Media Sosial, Khayra Cakes

1. PENDAHULUAN

Bagi Usaha Kecil Menengah (UKM), tantangan yang dihadapi tidak hanya tentang produk yang dihasilkan, akan tetapi juga tentang strategi pemasaran untuk bisa bersaing dengan produk-produk yang sudah lebih dulu di pasaran. Banyak cara yang dapat digunakan untuk memasarkan sebuah produk baik melalui cara offline maupun secara online. Saat ini pemasaran online menjadi hal yang umum dilakukan mengingat masyarakat yang sudah melek terhadap teknologi yang ada. Selain dari segi teknologi, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap belanja online juga semakin meningkat. UKM harus dapat membuat strategi pemasaran online bagi produknya agar lebih dikenal. Dalam hal tersebut, perlu adanya pendampingan kepada UKM dari beberapa praktisi untuk meningkatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran online sehingga produk yang dihasilkan

mudah dikenal masyarakat dan dapat meningkatkan keuntungan penjualan.

Dilihat dari perkembangannya yang signifikan peran UKM juga sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Pada tahun 2007 hingga tahun 2012 menunjukkan peningkatan jumlah PDB UKM dari Rp 2,107,868.10 menjadi Rp 4,869,568.10 milyar. Hal tersebut menunjukkan bagaimana peran UKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga dapat memacu pada arah menuju UKM yang lebih baik dalam hal ekonomi dan pemberdayaannya. UKM juga merupakan cikal bakal dari tumbuhnya usaha besar " hampir semua usaha besar berawal dari UKM ". UKM harus terus ditingkatkan dan aktif agar tetap maju dan bersaing dengan perusahaan besar. [1]

Teknologi dan pemasaran sangatlah penting untuk ditingkatkan dikarenakan masih banyaknya UKM

di Indonesia yang tidak memiliki teknologi yang cukup untuk meningkatkan daya kerja dan serta teknik pemasaran. Khususnya pada generasi X, rata-rata generasi ini tidak memiliki pengetahuan akan teknologi yang menyebabkan sikap tertutup pada perkembangan teknologi sehingga UKM yang dilakukannya akan sulit maju. Teknik pemasaran tidak juga lepas dari teknologi. Sedangkan pemasaran sangatlah penting untuk pelaku UKM dalam bersaing. Namun kendala yang lain tidak lepas juga dari dana untuk membeli teknologi. [2] Berdasarkan data yang disajikan oleh Hootsuite, pada bulan Januari 2021 pengguna Instagram mencapai 85 juta pengguna. [3]



Gambar 1. Pengguna Instagram Januari 2021

UKM Khayra Cakes terletak di daerah Candi Gebang, Sleman, Yogyakarta. UKM ini bergerak dibidang bisnis kue dengan membuat custom kue ulang tahun sesuai permintaan pelanggan. Terdapat tiga jenis cake yang dapat dipesan yaitu Fondant Cake, Black Forest Cake, Flower Cake. Cake akan dibuat jika ada pemesanan oleh pelanggan. Pemesanan dapat dilakukan minimal h-2 dari hari kue akan digunakan. Kue yang dibuat tidak terbatas pada kue ulang tahun, akan tetapi juga dapat digunakan untuk acara apapun sesuai dengan permintaan pelanggan. Bentuk dan desain kue dapat disesuaikan dengan keinginan pelanggan.



Gambar 2. Proses Pemangangan Kue



Gambar 3. Kue Siap Hias

Kue memiliki harga yang berbeda tergantung dengan ukuran, bentuk, jenis kue, jenis topping, dan jenis hiasan kue. Khayra Cakes mematok harga mulai dari Rp100.000. Sistem pembelian kue ini melalui sistem pre order (PO). Setelah sejumlah PO didata, maka kue dibuat sesuai pesanan. Transaksi Pre Order dan penjualan tersebut dicatat di handphone sebagai recap penjualan. Proses PO dilakukan dengan cara pelanggan menceritakan kue yang diinginkan, selanjutnya pemilik akan menghitung harga kue tersebut. Setelah diperoleh harga, maka pemilik akan memberikan informasi nomor rekening agar dilakukan pembayaran. Pelanggan dapat menyelesaikan pembayaran diawal sebelum kue diantar atau diakhir setelah kue diantar. Kue pesanan dapat dikirim dengan cara diantar pemilik, diambil pelanggan, atau menggunakan jasa ojek online. Kue akan bertahan 3 hari diluar lemari pendingin, dan maksimal 1 minggu jika disimpan di lemari pendingin. Gambar 4 adalah gambar dari produk Khayra Cakes.



Gambar 4. Birthday Cakes Terjual



Gambar 5. Kue Kering Terjual

Setelah dilakukan wawancara langsung dengan UKM Khayra Cakes, diperoleh beberapa masalah yang disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Mitra

No	Permasalahan Mitra
1	Kurangnya pengetahuan SDM di UKM Khayra Cakes tentang pemasaran melalui media sosial maupun marketplace.
2	Kurangnya pengetahuan tentang cara penggunaan media sosial maupun marketplace.
3	Kurangnya pengetahuan tentang membuat promosi produk di pemasaran online.

Untuk membantu persoalan tersebut, maka dilakukan pelatihan tentang strategi pemasaran online untuk UKM Khayra Cakes.

2. METODE PELAKSANAAN

Tabel 1 berisi daftar masalah dan prioritas, maka dapat diusulkan beberapa metode pelaksanaan serta luaran untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Tabel 2. Metode Pelaksanaan

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Kurangnya pengetahuan SDM di UKM Khayra Cakes tentang pemasaran melalui media sosial maupun marketplace.	Memberikan penyuluhan tentang pemasaran online yang bisa dilakukan melalui media sosial Instagram. Penyuluhan pemasaran menggunakan Instagram ini dilakukan sebanyak 1 kali. Pada pelatihan ini akan dijelaskan tentang jumlah pengguna Instagram di seluruh Indonesia.
2	Kurangnya pengetahuan tentang cara penggunaan media sosial maupun marketplace.	Memberikan pelatihan tentang cara penggunaan media sosial Instagram sebagai media pemasaran dan promosi produk.
3	Kurangnya pengetahuan tentang membuat promosi produk di pemasaran online.	Memberikan pelatihan tentang pemanfaatan tool Canva untuk melakukan editing produk agar lebih menarik.

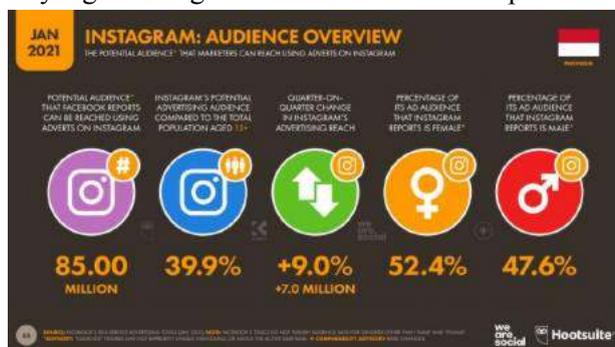
3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Sesuai dengan rencana kegiatan yang telah dipaparkan sebelumnya, pelaksanaan kegiatan telah selesai dilakukan dan memberikan hasil sebagai berikut:

- Penyuluhan tentang pemasaran online.
- Pelatihan tentang pemanfaatan Instagram.
- Pelatihan tentang pemanfaatan Canva untuk mendesain produk yang dipasarkan.

Berikut adalah proses pelatihan strategi pemasaran pada UKM Khayra Cakes.

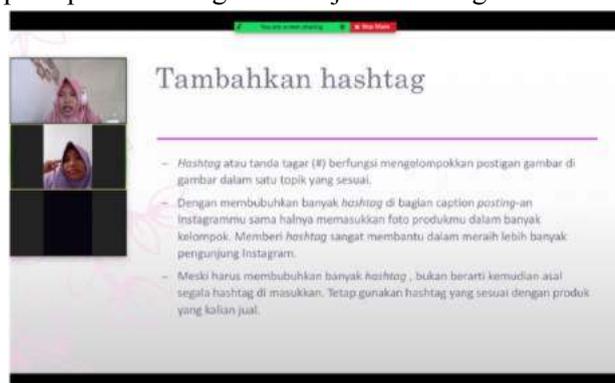
1. Pemaparan tentang data pada pengguna Instagram di Indonesia sebagai media sosial yang akan digunakan untuk melakukan promosi.



Gambar 6. Data Pengguna Instagram

2. Penjelasan tentang Instagram

Setelah dilakukan pemaparan tentang pengguna Instagram di Indonesia, selanjutnya diberikan pemaparan tentang trik menjual di Instagram.



Gambar 6. Salah satu cara fitur di Instagram

3. Pemanfaatan Canva

Canva merupakan tool yang dapat digunakan untuk desain apapun agar lebih menarik. Salah satu contoh desain untuk format pemesanan pada Khayra Cakes.



Gambar 7. Desain Format Pemesanan

Produk yang diunggah dalam Instagram memiliki tag seperti #birthdaycakejogja, #customcake, #chocolatecake, #jualkuejogja. Tag digunakan agar pada saat calon pelanggan mencari makanan dapat menggunakan keyword tag tersebut.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UKM Khayra Cakes memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Penyuluhan tentang strategi pemasaran menggunakan media sosial Instagram telah terlaksana dengan baik.
2. SDM di UKM Khayra Cakes dapat mengetahui tentang beberapa cara penggunaan media sosial Instagram.
3. Canva dapat dipahami dan digunakan oleh UKM Khayra Cakes untuk editing desain agar lebih menarik dan dapat diunggah ke Instagram.

Saran untuk pengabdian masyarakat berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan pengabdian masyarakat lebih lanjut dengan UKM Khayra Cakes untuk dilakukan evaluasi pada pengaruh Instagram terhadap penjualan.
2. Jika sudah mencapai penjualan dengan skala besar, maka perlu meningkatkan kepuasan

3. pelanggan dengan mengembangkan website e-commerce maupun sistem kasir sehingga semua penjualan dapat direkap dan terorganisir dengan baik.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih kami ucapkan kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah mendanai dan memfasilitasi pengabdian masyarakat ini sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan tercapai semua luaran yang diharapkan. Tidak lupa terimakasih kepada UKM Khayra Cakes sebagai mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat ini. UKM ini sangat antusias untuk dilakukan pelatihan terhadap permasalahan yang ada.

Daftar Pustaka

- [1] <https://www.kompasiana.com/novnovita/5af682fdf1334425da070442/perkembangan-ukm-dan-permasalahannya?page=all> diakses pada 24 November 2021
- [2] <http://bbs.binus.ac.id/ibm/2019/04/permasalahan-ukm-di-indonesia/> diakses pada 24 November 2021
- [3] https://andi.link/wp-content/uploads/2021/08/Hootsuite-We-are-Social-Indonesian-Digital-Report-2021_compressed.pdf diakses pada 24 November 2021

