



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

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

PELATIHAN DIGITAL MARKETING UNTUK ASKOMTA SEBAGAI SARANA MENINGKATKAN PROMOSI USAHA DI MASA PEMULIHAN EKONOMI AKIBAT PANDEMI COVID-19

Hendra Kurniawan

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

Abstrak

Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia saat ini telah membawa dampak di berbagai sektor. Tidak hanya sektor kesehatan yang ditandai dengan banyaknya masyarakat yang terinfeksi covid-19, tetapi juga sektor ekonomi yang mengalami dampak serius. Salah satunya, banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet atau pendapatan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik bahwa 8 dari setiap 10 perusahaan mengalami penurunan pendapatan selama masa pandemi covid-19. Apabila kondisi seperti ini terus-menerus berlangsung, maka dapat dikhawatirkan banyak pelaku usaha yang akan gulung tikar. Askomta (Asosiasi Ekonom MTA) yang bertindak sebagai mitra merupakan sebuah wadah bagi para pelaku ekonomi jamaah warga MTA (Majlis Tafsir Al-Qur'an). Tujuannya untuk mewujudkan ekonomi yang kuat dan mandiri, khususnya bagi warga MTA yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu misi mitra adalah mendorong berkembangnya pelaku ekonomi baik dalam manajemen, pengetahuan usaha, relasi usaha, dan kemampuan penguasaan teknologi. Akan tetapi, ada beberapa kendala yang saat ini dihadapi oleh mitra, seperti aspek permodalan, teknik promosi konvensional, dan terbatasnya pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi. Oleh sebab itu, dukungan dalam bentuk pelatihan digital marketing sangat tepat bagi mitra agar mampu mencapai tujuannya. Diharapkan melalui pelatihan ini mampu meningkatkan wawasan dan keterampilan warga dalam melakukan promosi usaha atau produk yang lebih baik, yaitu dengan menerapkan digital marketing.

Kata kunci: *usaha, produk, promosi, digital marketing*

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi covid-19 yang terjadi di Indonesia saat ini telah membawa dampak di berbagai sektor. Tidak hanya sektor kesehatan yang ditandai dengan banyaknya masyarakat yang terinfeksi covid-19, tetapi juga sektor ekonomi yang mengalami dampak serius. Salah satunya, banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet atau pendapatan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik bahwa 8 dari setiap 10 perusahaan mengalami penurunan pendapatan selama masa pandemi covid-19 [1]. Apabila kondisi seperti ini terus-menerus berlangsung, maka dapat dikhawatirkan banyak pelaku usaha yang akan mengalami gulung tikar.

Askomta (Asosiasi Ekonom MTA) yang bertindak sebagai mitra merupakan sebuah wadah bagi para pelaku ekonomi jamaah warga MTA (Majlis Tafsir Al-Qur'an). Organisasi ini diketuai oleh Rebo Ibnu Shodiq dan bertujuan untuk mewujudkan ekonomi

yang kuat dan mandiri, khususnya bagi warga MTA yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu misinya adalah mendorong berkembangnya pelaku ekonomi baik dalam hal manajemen, pengetahuan usaha, relasi usaha, dan kemampuan penguasaan teknologi.

Mitra mempunyai 3 target program dalam kegiatannya. Pertama, membangun hubungan komunikasi yang baik antara pendamping, pengurus dan pelaku usaha. Kedua, tertatanya para warga pelaku usaha baik dari sisi pengetahuan dan manajemen pengelolaan yang baik. Ketiga, sinergitas antar para pelaku usaha dengan konsumen (warga - umum). Beberapa kegiatan yang telah dilakukan oleh mitra antara lain pendampingan usaha budidaya kambing, pelatihan bisnis, pendampingan pertanian, dan studi banding ke beberapa usaha yang telah maju. Selain itu, mitra juga melakukan pendampingan atau pembinaan usaha yang bergerak dalam ekonomi

kreatif, seperti toko kelontong dan produk pangan yang berupa beras dan tepung bumbu.



Gambar 1. Produk beras dan tepung bumbu (sumber: mitra)

Padi dan tepung bumbu tersebut merupakan produk warga binaan yang mempunyai minat terhadap bidang makanan.

Aktivitas utama yang dilakukan oleh mitra adalah melakukan pelatihan dan pendampingan bagi warga pelaku usaha yang tergabung dalam anggota Askomta. Pelatihan dilakukan untuk mendorong warga memulai atau mengembangkan suatu usaha, sedangkan pendampingan dilakukan untuk mendukung warga yang telah memulai usaha. Akan tetapi, ada beberapa kendala yang saat ini dihadapi oleh mitra, seperti aspek permodalan, teknik promosi konvensional, dan terbatasnya pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi. Oleh sebab itu, dukungan dalam bentuk pelatihan sangat tepat bagi mitra agar mampu mencapai tujuannya. Apabila tujuan mitra tercapai, maka hal ini juga dapat mejadi bentuk dukungan terhadap program pemerintah terkait pemulihan ekonomi akibat pandemi covid-19.

1.2. Perumusan Konsep dan Strategi Kegiatan

Pelatihan dan pendampingan merupakan aktivitas utama yang dilakukan oleh mitra untuk mewujudkan ekonomi warga pelaku usaha yang kuat dan mandiri. Pelatihan ditujukan untuk meningkatkan wawasan atau keterampilan bagi warga supaya terdorong untuk memulai atau mengembangkan usahanya. Sementara itu, pendampingan ditujukan untuk membantu, mengarahkan, dan mendukung warga yang sudah memiliki usaha agar bisa lebih berkembang dan maju.

Aspek permodalan menjadi masalah dasar yang sedang dihadapi oleh mitra saat ini. Permodalan yang terbatas menyebabkan mitra sulit untuk menyelenggarakan pelatihan bagi warga. Pada tahun 2021 ini, mitra hanya mampu menganggarkan 1 pelatihan saja. Pelatihan yang dilakukan oleh mitra biasanya dengan mendatangkan pakar tertentu untuk menjadi mentor dalam pelatihan tersebut.

Salah satu kendala yang saat ini sedang dihadapi oleh warga binaan mitra adalah terkait promosi atau marketing. Banyak warga yang sudah mempunyai usaha atau produk, tetapi hanya mengadopsi teknik marketing konvensional, seperti pemasangan spanduk dan transaksi yang dilakukan secara langsung (offline). Pengetahuan yang terbatas terhadap teknologi menjadi sebab mitra belum memberikan pelatihan kepada warga untuk memaksimalkan digital marketing sebagai media promosi usaha atau produk. Padahal digital marketing ini mempunyai peluang untuk meningkatkan pendapatan dari pada sistem offline [2].

Berdasarkan uraian masalah dan kendala di atas, maka pengusul menawarkan program pengabdian masyarakat dengan judul “Pelatihan Digital Marketing untuk Askomta Sebagai Sarana Meningkatkan Promosi Usaha di Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19”. Pengusul dan mitra menyepakati untuk melakukan kerja sama dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Permasalahan prioritas dalam kegiatan tersebut ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan prioritas

No	Permasalahan	Keterangan
1	Permodalan	Mitra hanya mampu menganggarkan pelatihan dan pendampingan sebanyak 1-2 kali dalam setahun
2	Teknik marketing konvensional	Warga lebih fokus terhadap marketing konvensional untuk mempromosikan usaha atau produk
3	Terbatasnya pengetahuan dalam teknologi	Pengetahuan mitra dalam bidang teknologi digital marketing terbatas

Strategi kegiatan program pengabdian masyarakat dalam pelatihan digital marketing ditunjukkan seperti pada tabel 2.

Tabel 2. Strategi kegiatan pengabdian masyarakat

No	Kegiatan	Aktor
1	Pembuatan modul	Pengusul
2	Pengenalan konsep digital marketing	Pengusul dan Mitra
3	Pengenalan peluang bisnis melalui internet	Pengusul dan Mitra
4	Pengenalan website dan cara pembuatannya	Pengusul dan Mitra
5	Pengenalan SEO (Search Engine	Pengusul dan Mitra

	Optimization)	
6	Pengenalan affiliate marketing	Pengusul dan Mitra
7	Pengenalan digital ads	Pengusul dan Mitra

Strategi awal yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat adalah membuat modul digital marketing. Modul ini berisi pembahasan tentang konsep digital marketing, peluang bisnis, pengenalan dan pembuatan website, pengenalan SEO, affiliate marketing, dan digital ads (facebook ads dan instagram ads). Diharapkan melalui program pengabdian masyarakat ini dapat membantu mitra untuk melaksanakan kegiatan pelatihan digital marketing, sehingga wawasan dan keterampilan warga dalam hal promosi atau marketing produk menjadi lebih baik.

1.3. Tujuan, Manfaat, dan Dampak Kegiatan yang Diharapkan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan bersama mitra bernama Askomta, sebuah wadah bagi para pelaku usaha. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu dan mendukung kegiatan mitra dalam hal pengadaan pelatihan. Peserta pelatihan berasal dari warga yang sudah mempunyai usaha atau yang belum mempunyai usaha.

Pelatihan diselenggarakan dengan mengangkat tema digital marketing. Manfaatnya bagi warga yang sudah mempunyai usaha adalah dapat meningkatkan wawasan dan keterampilan dalam mempromosikan usaha atau produknya secara digital, seperti menggunakan website, media sosial, dan marketplace. Sementara itu, bagi warga yang belum mempunyai usaha dapat sebagai peningkatan wawasan tentang affiliate, yaitu bisnis tanpa harus mempunyai produk. Diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berdampak positif terhadap perekonomian warga di masa pandemi covid-19 yang sedang terjadi pada saat ini.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1. Solusi Permasalahan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat menemukan 3 permasalahan prioritas, yaitu permodalan, teknik promosi konvensional, dan minimnya pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi. Solusi untuk permasalahan tersebut ditunjukkan seperti pada tabel 3.

Tabel 3. Solusi permasalahan mitra

No	Permasalahan	Solusi
1	Permodalan	Pengusul menawarkan kerja

		sama kepada mitra berupa pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan
2	Teknik marketing konvensional	Pengusul menawarkan pelatihan bertema digital marketing
3	Terbatasnya pengetahuan dalam teknologi	Pengusul menawarkan pembahasan dalam digital marketing meliputi konsep digital marketing, peluang bisnis, pengenalan dan pembuatan website, pengenalan SEO, affiliate marketing, dan digital ads (facebook ads dan instagram ads)

Teknik digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi suatu produk dengan memanfaatkan media digital atau internet, seperti menggunakan website, media sosial, dan marketplace. Teknik ini mampu menjangkau konsumen dalam lingkup yang sangat luas, di mana pun dan kapan pun. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat berdampak terhadap peningkatan wawasan dan keterampilan warga untuk mempromosikan usaha atau produk yang lebih baik menggunakan digital marketing.

2.2. Metode Pelaksanaan

Metode Pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian masyarakat ditunjukkan seperti pada tabel 4.

Tabel 4. Metode pelaksanaan

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Permodalan	- Pengusul menawarkan kerja sama kepada mitra berupa pelatihan
2	Teknik marketing konvensional	- Pengusul mengidentifikasi media marketing yang digunakan oleh warga - Pengusul menetapkan tema pelatihan digital marketing
3	Terbatasnya pengetahuan dalam teknologi	- Pengusul menjelaskan konsep digital marketing - Pengusul menjelaskan peluang bisnis melalui internet - Pengusul menjelaskan pengertian website dan praktik pembuatan website - Pengusul menjelaskan

		<p>maksud SEO (Search Engine Optimization)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengusul menjelaskan affiliate dan sistem kerjanya - Pengusul menjelaskan penggunaan digital ads (facebook dan instagram)
--	--	---

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ditunjukkan seperti pada tabel 5.

Tabel 5. Partisipasi mitra

No	Permasalahan	Metode Pelaksanaan
1	Permodalan	- Mitra menerima kerja sama dalam bentuk pelatihan yang ditawarkan oleh pengusul
2	Teknik marketing konvensional	- Mitra menyetujui pelatihan dengan tema digital marketing
3	Terbatasnya pengetahuan dalam teknologi	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra dan peserta mendengarkan dan menyimak penjelasan konsep digital marketing - Mitra dan peserta mendengarkan penjelasan peluang bisnis melalui internet - Mitra dan peserta memperhatikan penjelasan media website dan mempraktikkan cara pembuatannya - Mitra dan peserta mendengarkan penjelasan teknik SEO untuk mengoptimalkan website - Mitra dan peserta memperhatikan penjelasan affiliate dan sistem kerjanya - Mitra dan peserta memperhatikan penjelasan digital ads dan cara penggunaannya

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1. Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi 3 bagian, yaitu pra pelatihan, pelaksanaan pelatihan, dan pasca pelatihan.

3.1.1. Pra Pelatihan

Pra pelatihan menjelaskan aktivitas utama dalam persiapan pelaksanaan pelatihan digital marketing. Kegiatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pembuatan modul pelatihan
Modul pelatihan berisi materi pembahasan dalam pelatihan digital marketing, seperti konsep digital marketing, peluang bisnis, website dan implementasinya, SEO, affiliate, serta digital ads. Modul ini akan diberikan kepada setiap peserta yang hadir.
2. Penentuan jumlah peserta dan pembuatan poster
Karena keterbatasan tempat dan anggaran, serta masih dalam masa pandemi covid-19, maka jumlah peserta pelatihan digital marketing dibatasi sebanyak 20 orang. Pembuatan poster digunakan sebagai pengumuman atau ajakan kepada warga untuk mengikuti pelatihan.



Gambar 2. Poster pelatihan digital marketing

3. Pembuatan spanduk pelatihan
Spanduk pelatihan akan dipasang sebagai background narasumber pada saat pelaksanaan pelatihan. Desainnya ditunjukkan seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Poster pelatihan digital marketing

4. Pembuatan rundown acara

Rundown acara pelatihan digital marketing ditunjukkan seperti pada gambar 4.

Hari/Tanggal : Sabtu, 6 November 2021
Jam : 14.00 s/d 17.30
Tempat : Gedung MTA Perwakilan DIY

JAM	MATERI	PEMBICARA
14.00 – 14.05	Sambutan pengurus MTA cab. Depok	Pengurus
14.05 – 14.10	Sambutan ketua Askomta	Askomta
14.10 – 15.00	Peluang bisnis melalui internet	Hendra Kurniawan, M.Kom
	Website dan landing page	
	SEO (Search Engine Optimization)	
15.00 – 15.15	Sholat Ashar berjama'ah	Peserta
15.15 – 16.15	Affiliate Marketing	Nuri Cahyono, M.Kom
16.15 – 17.00	Digital Ads (Facebook ads dan Instagram ads)	

Gambar 4. Rundown acara pelatihan digital marketing

3.1.2. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan digital marketing dilakukan pada hari Sabtu, 6 November 2021 di gedung MTA perwakilan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatannya adalah sebagai berikut:

1. Setting tempat pelatihan dan pembagian fasilitas bagi peserta
Setting tempat pelatihan digital marketing ditunjukkan pada gambar 5.



Gambar 5. Setting tempat pelatihan

Fasilitas yang dibagikan kepada peserta pada saat pelatihan meliputi alat pembelajaran dan konsumsi. Alat pembelajaran meliputi modul, blocknote, dan bolpoin.

2. Proses pelatihan

Acara pelatihan diawali dengan pembukaan oleh Bapak Abdurrahman sebagai moderator. Kemudian, dilanjutkan sambutan oleh Bapak Zainal Arifin sebagai perwakilan dari pengurus MTA cab. Depok. Pada sambutan tersebut, pengurus MTA cab. Depok sangat mendukung sekali dengan adanya pelatihan digital marketing ini. Sambutan berikutnya, disampaikan oleh Bapak Rebo sebagai ketua Askomta.



Gambar 6. Bapak Abdurrahman (kiri), Bapak Rebo (tengah), Bapak Zainal Arifin (kanan)

Dalam sambutannya, ketua Askomta menyampaikan terima kasih atas terjalannya kerja sama antara Askomta dengan dosen pengusul dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Penyampaian materi pelatihan dibagi menjadi dua sesi, yaitu sesi pertama (sebelum sholat Ashar) dan sesi kedua (setelah sholat Ashar). Pada sesi pertama, materinya meliputi konsep digital marketing, peluang bisnis melalui internet, website dan landing page, serta SEO.



Gambar 7. Sesi pertama pelatihan digital marketing

Selanjutnya, materi pada sesi kedua meliputi affiliate marketing dan digital ads (facebook dan instagram)



Gambar 8. Sesi kedua pelatihan digital marketing

Para peserta sangat antusias mengikuti pelatihan digital marketing ini. Hal itu dapat terlihat dari

banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh peserta kepada pemateri. Sebagaimana besar pertanyaan berisi tentang bagaimana teknik optimalisasi sosial media untuk meningkatkan penjualan produk.

3.1.3. Pasca Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan digital marketing diakhiri dengan foto bersama antara dosen pengusul, mitra, dan peserta.



Gambar 9. Foto bersama peserta putra

Jumlah peserta ada sebanyak 19 orang yang terdiri dari 14 peserta putra dan 5 peserta putri seperti yang ditunjukkan pada gambar 9 di atas dan gambar 10 di bawah ini.



Gambar 10. Foto bersama peserta putri

3.2. Hasil Pelatihan

Pelatihan digital marketing yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat menghasilkan pembahasan sebagai berikut:

- 1) Konsep digital marketing
- 2) Alasan perlu menerapkan digital marketing untuk bidang usaha atau promosi produk
- 3) Tujuan digital marketing
- 4) Istilah dalam digital marketing
- 5) Peluang bisnis melalui internet
- 6) Website
- 7) Cara membuat website menggunakan wordpress
- 8) SEO (Search Engine Optimization)
- 9) Teknik dalam SEO
- 10) Dropship dan sistem kerjanya
- 11) Affiliate marketing dan sistem kerjanya

- 12) Affiliate marketing pada marketplace (shopee, lazada, dan tokopedia)
- 13) Teknik digital marketing menggunakan sosial media (facebook dan instagram)
- 14) Pembuatan dan optimalisasi profile usaha di google map

4. KESIMPULAN

Kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat pelatihan digital marketing adalah sebagai berikut:

- 1) Pelatihan digital marketing dihadiri oleh 19 peserta yang terdiri dari 14 peserta putra dan 5 peserta putri
- 2) Rundown acara berjalan dengan baik dalam pelaksanaan pelatihan digital marketing
- 3) Materi yang tertulis di dalam modul telah berhasil dibahas seluruhnya pada pelatihan digital marketing
- 4) Beberapa peserta yang membawa laptop mampu mengikuti praktik pembuatan website menggunakan wordpress

Ucapan Terimakasih

Pengusul mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM) Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan pendanaan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pengusul juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat di dalam kegiatan ini, yaitu:

- 1) Dekan Ilmu Komputer dan ketua program studi Sistem Informasi Universitas Amikom Yogyakarta
- 2) Ketua Askomta dan tim
- 3) Peserta pelatihan digital marketing

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik. (2020). Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha. BPS RI
- [2] Amir, N. O. (2019). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Bunga Di Desa Sidomulyo Kota Batu. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA) 3 (4): 681-688