



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 Agjit 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 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 Nurcholiz	536-541
PELATIHAN PROGRAM MADRASAH DIGITAL DI PONPES SAAT PANDEMI COVID-19 Muhammad Idris Purwanto	542-547
REALISASI KONSEP FRAMING SABLON DAN PELATIHAN PENGGUNAAN ALAT SABLON PRESISI FRAMING PADA KONVEKSI Bernadhed	548-553
PELATIHAN MANAJEMEN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN WEB PROFILING PADA KONVEKSI BERKART Rum M Andri	554-559
REDESIGN KEMASAN PRODUK DAN PENGADAAN DAN PELATIAN MESIN PRESS KEMASAN UNTUK UKM MAMA YUMMY Yudhi Sutanto	560-565
PELATIHAN MANAJEMEN KELAS DARING UNTUK GURU SMK ISLAM MOYUDAN YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19 Rizqi Sukma Kharisma	566-571

PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING DAN PENCATATAN KEUANGAN DIGITAL PADA TOKO KELONTONG DI MASA PANDEMI COVID-19

Ismadiyanti Purwaning Astuti

Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email : ismadiyanti@amikom.ac.id

Abstrak

Pandemi Covid 19 mempunyai dampak yang cukup besar pada penurunan ekonomi di segala sektor baik rumah tangga, Usaha Kecil Menengah (UKM) dan perusahaan. Hal tersebut juga dirasakan oleh Warung Kelontong Nur yang omset selama pandemi menurun tajam. Warung Kelontong Nur merupakan suatu toko kecil yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga. Pemilik toko yang bernama Nur Rohmah Dwi Martanti dibantu oleh 2 orang karyawan menjual barang antara lain mie instan, telur, rokok, tepung, mie telur, sabun mandi, pasta gigi, pampers, macam-macam snack dan lain-lain. Permasalahan yang dihadapi adalah Warung Kelontong Bu Nur belum melakukan pemasaran secara digital pada produk yang dijual dan pencatatan keuangan masih sangat sederhana dan belum tercatat dengan baik. Solusi yang dapat diberikan oleh tim pengabdian masyarakat adalah memberikan pendampingan mengenai digital marketing dan pencatatan keuangan secara digital. Kegiatan pengabdian ini mampu memberikan berdampak positif yang dapat dilihat dari peningkatan omset yang diperoleh Warung Kelontong Bu Nur.

Kata kunci: Marketing, Pencatatan Keuangan, Digital

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 mempunyai dampak yang cukup besar pada penurunan ekonomi di segala sektor baik rumah tangga, Usaha Kecil Menengah (UKM) dan perusahaan. Hal tersebut juga dirasakan oleh Warung Kelontong Nur yang omset selama pandemi menurun tajam. Warung Kelontong Nur merupakan suatu toko kecil yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga. Pemilik toko yang bernama Nur Rohmah Dwi Martanti dibantu oleh 2 orang karyawan yang beralamatkan di Gading Tulung RT02 RW08 Belang wetan, Klaten Utara. Barang yang dijual dalam toko antara lain mie instan, telur, rokok, tepung, mie telur, sabun mandi, pasta gigi, pampers, macam-macam snack dan lain-lain.

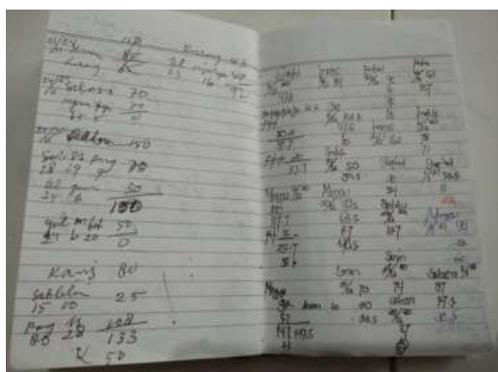


Gambar 1. Warung kelontong Bu Nur

Permasalahan yang dihadapi oleh Warung Kelontong Bu Nur yaitu belum melakukan pemasaran secara digital. Masa pandemi Covid 19 membuat orang harus mengurangi interaksi dengan orang lain dikarenakan penyebaran penyakit ini yang sangat mudah menular melalui udara dan sentuhan terhadap benda yang telah tertempel virus corona. Kondisi ini menyebabkan omzet Warung kelontong Bu Nur menjadi tidak optimal. Hal ini menjadi inspirasi toko kelontong melakukan komunikasi pemasaran yaitu melalui digital marketing sehingga memudahkan konsumen untuk mengetahui barang-barang apa saja yang dijual atau tersedia oleh toko dan mengurangi interaksi sosial.

Komunikasi pemasaran terpadu merupakan suatu proses pemasaran mulai dari tahapan perencanaan, penciptaan, integrasi sampai dengan implementasi dalam bentuk iklan, promosi, penjualan, publisitas periklanan, acara-acara yang disampaikan oleh calon pembeli atau target pembeli dari waktu ke waktu [1]. Salah satu cara untuk menawarkan suatu produk dapat dilakukan dengan digital marketing yang ditujukan kepada pembeli, pengecer atau pedagang grosir. Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan marketing suatu produk yang menggunakan media digital atau internet seperti blog, website dan social media yang

bertujuan untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Platform digital marketing seperti sosial media mempunyai potensi untuk membantu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memasarkan produknya [2]. Strategi digital mempunyai pengaruh hingga 78% terhadap keunggulan UMKM dalam bersaing untuk memasarkan produknya [3].



Gambar 2. Pencatatan Keuangan Warung Kelontong Bu Nur

Permasalahan lain yang dialami oleh Warung Kelontong Bu Nur adalah belum melakukan laporan keuangan secara baik. Hal ini dapat ditunjukkan pada gambar 2. di atas bahwa pencatatan keuangan masih sangat sederhana dengan mencatat pada buku dengan cara pencatatan yang tidak informatif dan susah dimengerti. Pencatatan keuangan menjadi hal yang penting dalam suatu usaha yaitu untuk mengetahui arus uang masuk dan keluar sehingga dapat diketahui kondisi suatu usaha. Pada Warung Kelontong Bu Nur, arus uang masuk yaitu uang yang didapatkan dari penjual produk yang dijual baik secara tunai maupun non tunai, sedangkan arus uang keluar yaitu uang yang digunakan untuk belanja produk yang di jual pada toko.

Keberadaan teknologi yang ada saat ini sudah melekat pada setiap orang baik anak kecil sampai yang sudah tua. Dengan adanya teknologi khususnya android memudahkan pengguna untuk mengakses bermacam-macam aplikasi, salah satunya adalah aplikasi keuangan digital. Dengan aplikasi ini diharapkan pencatatan keuangan Warung Kelontong Bu Nur dapat dicatat keuangannya dengan mudah dan teliti sehingga dapat diketahui kondisi keuangan dari toko tersebut. Kondisi keuangan yang untung atau rugi juga dapat ketahu dari pencatatan keuangan digital. Selain itu, pencatatan keuangan yang baik akan memudahkan UMKM dalam pengambilan kredit untuk meningkatkan modal usahanya.

Berdasarkan analisis situasi dilingkungan mitra maka dapat dirumuskan permasalahan antara lain yaitu Warung Kelontong Bu Nur belum melakukan pemasaran secara digital pada produk yang dijual dan pencatatan keuangan pada Warung Kelontong Bu Nur masih sangat sederhana dan belum tercatat dengan baik. Tujuan dari pengabdian ini adalah membuat desain pemasaran dan pendampingan digital marketing sehingga pemasaran produk dapat dilakukan secara digital serta memberikan pendampingan mengenai pencatatan keuangan digital dengan menggunakan aplikasi handphone.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Amikom Yogyakarta dengan didukung oleh kompetensi di bidang ekonomi diharapkan memberikan manfaat terhadap Warung Kelontong Bu Nur dalam memasarkan produknya secara digital dan melakukan pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi di handphone sehingga pendapatan yang didapatkan lebih meningkat.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan digital marketing dan pencatatan keuangan digital pada Warung Kelontong “ Bu Nur” dilaksanakan di Dusun Gading Tulung, Desa Belang Wetan, Kecamatan Klaten Utara pada hari kamis, 29 Juli 2021. Sebelum kegiatan tersebut dilakukan, sudah dilakukan pendampingan dengan mendiskusikan konsep dan desain dalam pembuatan poster.

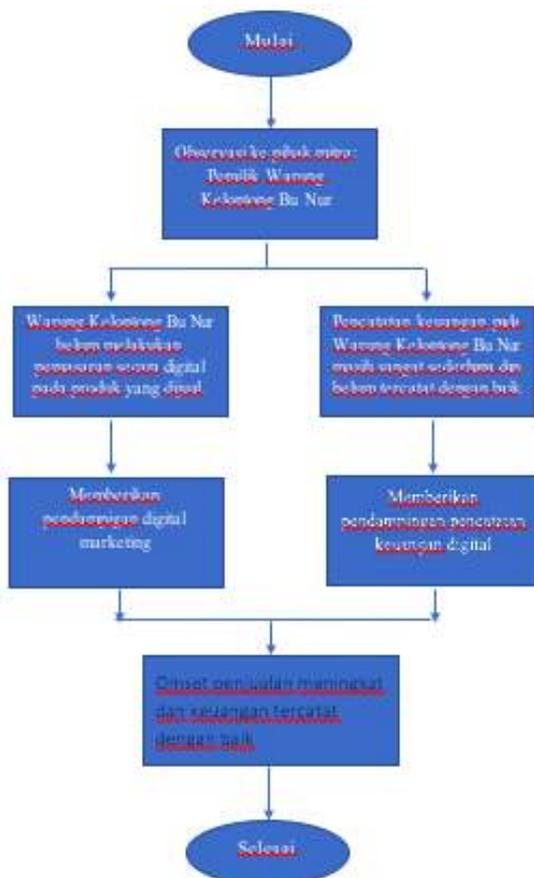
Dalam pelatihan ini menggunakan metode pelaksanaan yang disesuaikan dengan permasalahan yang diprioritaskan, solusi serta target luaran yang dihasilkan dalam kegiatan pengabdian ini. Metode pelaksanaan pengabdian yang berjudul Pemanfaatan Digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital pada Toko Kelontong di Masa Pandemi Covid-19 dijelaskan dalam tabel 1. di bawah ini:

Tabel 1. Jenis Kegiatan, dan Metode Pelaksanaan

Jenis Kegiatan	Metode Pelaksanaan
Pendampingan digital marketing	Langkah yang akan dilakukan sebagai berikut : 1) Menjelaskan mengenai konsep digital marketing 2) Menjelaskan cara membuat desain 3) Menjelaskan cara marketing secara digital 4) monitoring dan evaluasi
Pendampingan pencatatan keuangan digital	Langkah yang akan dilakukan sebagai berikut: 1) Menjelaskan mengenai perlunya mencatat keuangan 2) Menjelaskan mengenai

Jenis Kegiatan	Metode Pelaksanaan
	pencatatan keuangan 3) Mempraktekkan cara mencatat keuangan secara digital 4) monitoring dan evaluasi
Monitoring dan Evaluasi	Dilakukan money dan pendampingan terhadap mitra pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dimulai dengan melakukan observasi ke pihak mitra yaitu Warung Kelontong “ Bu Nur” . Dari kegiatan observasi diketahui bahwa ada dua permasalahan yang menjadi prioritas Warung Kelontong “ Bu Nur” yaitu Bu Nur belum melakukan pemasaran secara digital pada produk yang dijual dan masih sangat sederhana dalam melakukan pencatatan keuangan. Dari dua permasalahan tersebut, tim pengabdian memberikan pendampingan digital marketing dan pendampingan pencatatan keuangan digital. Kedua kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan dan dalam melakukan pencatatan keuangan dapat dilakukan secara baik dan rapi. Alur kegiatan pengabdian ini digambarkan pada gambar 2.



Gambar 3. Alur pelaksanaan pengabdian

3. HASIL PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pendampingan Pemanfaatan digital Marketing dan Pencatatan Keuangan Digital pada Toko Kelontong Di Masa Pandemi Covid-19 dengan mitra Warung Kelontong “ Bu Nur” sudah dilakukan sesuai dengan rencana kegiatan yaitu berlokasi di Dusun Gading Tulung, Desa Belang Wetan, Kecamatan Klaten Utara pada hari kamis, 29 Juli 2021. Kegiatan pendampingan ini dilakukan langsung dari pengabdian amikom terhadap bu Nur selaku pemilik warung kelontong. Hasil kegiatan pendampingan pengabdian ini yang telah di capai adalah:

1. Pendampingan pemanfaatan digital marketing pada Warung Kelontong “ Bu Nur” di Dusun Gading Tulung, Desa Belang Wetan, Kecamatan Klaten Utara.

Pendampingan pada pemanfaatan digital marketing dimulai dengan mendiskusikan informasi yang akan ditampilkan pada poster. Dalam diskusi tersebut disepakati bahwa yang ditampilkan nama warung, alamat dan produk yang dijual oleh warung Bu Nur. Selanjutnya, poster di desain menggunakan photoshop. Poster tersebut diharapkan memberikan informasi mengenai produk yang dijual.



Gambar 4. Desain Poster Warung Kelontong “Bu Nur”

Poster tersebut telah di share melalui media digital khususnya sosial media marketing yaitu *Whatsapp*. Fitur *Whatsapp* yang digunakan untuk mempromosikan Warung Kelontong “ Bu Nur” yaitu *Whatsapp group*, *status Whatsapp* dan *private message*. Penggunaan media sosial dipilih karena mempunyai beberapa keuntungan yaitu tidak membutuhkan biaya yang besar dan menjangkau konsumen secara luas. Pemasaran produk dengan menggunakan media digital bertujuan untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Pemanfaatan digital marketing mampu menambah cakupan target konsumen yang lebih besar dibandingkan dengan menggunakan metode pemasaran secara konvensional [4]. Pemasaran

digital mengarah pada perpaduan terhadap pengetahuan pasar dan teknologi yang telah ada.

2. Pendampingan pencatatan keuangan digital pada Warung Kelontong “ Bu Nur” di Dusun Gading Tulung, Desa Belang Wetan, Kecamatan Klaten Utara.

Pendampingan pencatatan keuangan digital dilaksanakan di warung kelontong “ Bu Nur”. Pencatatan keuangan bagi pemilik suatu usaha merupakan suatu yang sangat penting dilakukan. Dalam pendampingan ini, kami menggunakan aplikasi Buku Warung. Aplikasi pencatatan Buku Warung merupakan suatu aplikasi akuntansi digital yang dapat mencatat penjualan, pembelian dan utang piutang hanya melalui smartphone sehingga sangat praktis digunakan, efisien dan aman [5].



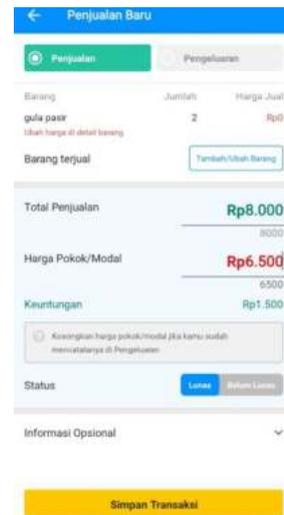
Gambar 5. Foto pendampingan pencatatan keuangan digital

Berikut ini ada beberapa kegunaan dalam pencatatan keuangan digital dengan menggunakan aplikasi buku warung:

1. Mencatat Transaksi Penjualan

Dalam perkembangan zaman sekarang pencatatan keuangan bukan lagi dicatat manual di dalam buku tetapi pencatatan keuangan dengan menggunakan aplikasi smartphone. Pengabdian yang sudah dilakukan, kami menggunakan aplikasi buku warung dalam mencatat penjualan. Aplikasi ini dipilih karena dapat memberikan catatan keuangan yang rinci sehingga dapat diketahui jumlah penjualan serta nilai laba dan rugi yang didapat warung kelontong setiap bulan atau setiap tahun. Cara untuk mencatat penjualan dalam

aplikasi Buku Warung dapat dilihat pada gambar 6. Di bawah ini.



Gambar 6. Pencatatan Transaksi Penjualan pada Aplikasi Buku Warung

2. Mencatat Transaksi Pengeluaran

Seorang pengusaha baik usaha besar maupun kecil perlu melakukan pencatatan transaksi pengeluaran. Pencatatan ini perlu dilakukan agar pelaku usaha dapat mengetahui kondisi finansial perusahaan dengan mudah. Selain itu, dengan aplikasi Buku Warung ini dapat mencatat pengeluaran barang-barang yang telah dibeli dan dapat diketahui total pengeluaran yang telah dibayarkan.



Gambar 7. Pencatatan Transaksi Pengeluaran pada Aplikasi Buku Warung.

3. Mencatat Transaksi Utang Piutang

Sebuah usaha tentunya memiliki utang baik dari pembeli maupun utang yang dimiliki pemilik usaha. Aplikasi Buku Warung tersedia fitur pencatatan utang piutang dan pengingat hutang. Saat jatuh tempo maka aplikasi ini akan mengirimkan pengingat tagihan utang melalui SMS ataupun Whatsapp secara otomatis. Hal itu akan memudahkan pengusaha dalam mencatat dan mengingatkan utang sehingga tidak ada hutang yang melewati jatuh tempo atau tidak terbayar. Contoh pencatatan utang atau piutang dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Pencatatan Utang Piutang pada Aplikasi Buku Warung.

4. Laporan Semua Transaksi

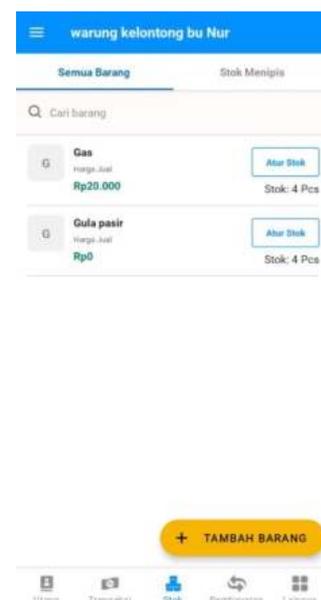
Laporan keuangan pada aplikasi Buku Warung berisi catatan lengkap seperti pengeluaran, pemasukan dan utang piutang. Pembuatan laporan keuangan secara manual akan sangat lama dan melelahkan. Aplikasi ini dapat membuat laporan keuangan secara otomatis secara cepat dan akurat sehingga laporan tersebut dapat berbentuk dokumen. Dokumen laporan keuangan tersebut dapat kita sesuaikan menjadi laporan keuangan bulanan atau tahunan.



Gambar 9. Pencatatan Semua Transaksi pada Aplikasi Buku Warung.

5. Laporan Stok Barang

Selain mencatat pemasukan, pengeluaran dan utang piutang, aplikasi buku warung juga menyediakan fitur pencatatan stok barang. Pelaku usaha dapat mencatat barang yang telah masuk, mengetahui jumlah stok barang dan mengetahui jumlah serta barang apa saja yang stok nya habis. Hal tersebut sangat memudahkan pelaku usaha untuk mengelola stok barang yang diperjual belikan.



Gambar 10. Pencatatan Stok Barang pada Aplikasi Buku Warung.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disimpulkan dari kegiatan pendampingan pemanfaatan digital marketing dan pencatatan keuangan digital pada toko kelontong di masa Pandemi Covid-19 dengan mitra Warung Kelontong “ Bu Nur” yang telah dilaksanakan, sebagai berikut:

1. Pendampingan pemanfaatan digital marketing dengan membuat poster toko kelontong “Bu Nur” sudah di upload melalui media sosial whatsapp telah memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang dijual oleh Toko Kelontong” Bu Nur”.
2. Pendampingan pencatatan keuangan digital telah memberikan kesadaran kepada Bu Nur selaku pemilik warung mengenai pentingnya pencatatan keuangan dan kemudahan pencatatan menggunakan aplikasi Buku Warung. Dengan aplikasi tersebut, pencatatan keuangan lebih tertata baik penjualan, pengeluaran, utang piutang, dan stok barang.

Saran yang dapat kami sampaikan dari kegiatan pengabdian masyarakat, sebagai berikut:

1. Pendampingan pemanfaatan digital marketing harus memberikan kesadaran mengenai perlunya menginformasikan kepada konsumen mengenai produk yang dijual melalui media sosial sehingga pemasaran menjadi lebih luas.
2. Pendampingan pencatatan keuangan digital harus memberikan kesadaran mengenai pencatatan keuangan dan melakukan pencatatan dengan aplikasi buku warung.

Ucapan Terimakasih

Tim program pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membantu dalam hal pendanaan sehingga kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Tim program pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada Bu Nur selaku pemilik Warung Kelontong “ Bu Nur” atas kerjasamanya dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian, dan turut berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Daftar Pustaka

[1] Shimp, T., A., 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

- [2] Stelzner, 2012. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Business. Social Media Marketing Industry report.
- [3] Wardhana, A., 2015. Analisis Faktor-faktor Pembentuk Service Recovery pada Top Brand Perusahaan Penyedia Jasa Rental Mobil di Indonesia berdasarkan persepsi pelanggan korporasi. In Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sosial, Ekonomi dan Humaniora (pp. 15-22). ISSN 2089-3590.
- [4] Adani, Muhammad Robith. Desember 2020. <https://www.sekawanmedia.co.id/belajar-digital-marketing/>.
- [5] Ramadhan, Arief. 20 Agustus 2021. <https://www.pcplus.co.id/2021/08/aplikasi-pencatatan-keuangan/>.